

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Hampir di setiap daerah di Indonesia memiliki pasar baik pasar tradisional maupun pasar modern. Berbagai jenis pasar di Indonesia diantaranya pasar hewan, pasar rumah tangga, pasar apung, pasar wisata, swayalan, supermarket, pasar harian, pasar mingguan, dan sebagainya. Pasar dianggap sebagai tempat yang penting bagi masyarakat untuk memperoleh barang yang dibutuhkan untuk keperluan sehari-hari. Di Indonesia sendiri khususnya di daerah-daerah banyak masyarakat yang lebih suka berkunjung ke pasar tradisional karena dianggap lebih murah dibanding pasar modern. Lebih dari itu, pasar tradisional menjadi salah satu jantung perekonomian suatu daerah karena kegiatan ekonomi berlangsung terus menerus tanpa henti.

Di pasar tradisional hubungan antara pedagang dan pembeli terjadi secara langsung sehingga dapat dilakukan tawar menawar. Berbeda dengan kegiatan jual beli di pasar modern di mana harga barang yang sudah ditentukan merupakan harga mutlak yang tidak dapat ditawar. Tidak terdapat penjual yang menjajakan dagangannya di pasar modern. Pembeli bebas memilih barang yang mereka butuhkan dan setelah selesai dapat melakukan pembayaran di kasir. Meskipun banyak masyarakat yang memilih berbelanja di pasar tradisional, namun ada juga masyarakat khususnya di kota-kota besar yang memilih berbelanja di pasar modern. Alasannya adalah karena tempatnya yang lebih bersih dan nyaman dibanding pasar tradisional. Di pasar ini pembeli dapat memilih berbagai jenis produk baik lokal maupun import. Lain halnya dengan pasar tradisional yang sebagian besar barang dagangannya adalah barang lokal atau produksi dalam negeri.

Keberadaan pasar tradisional dalam beberapa tahun terakhir mulai menghadapi ancaman karena semakin banyaknya pusat perbelanjaan atau pasar modern yang merambah hingga ke pelosok daerah. Akan tetapi, keberadaan pasar tradisional tidak mungkin ditiadakan karena sebagian besar masyarakat masih berada dalam kondisi ekonomi menengah ke bawah, sehingga tidak memiliki daya beli yang cukup besar untuk terus-menerus berbelanja di pasar-pasar modern. Menghadapi kondisi persaingan yang tidak seimbang antara pasar tradisional dan pasar modern, Pemerintah Daerah telah berupaya memperbaiki penampilan pasar tradisional yang selama ini dicitrakan *becek*, kumuh, *semrawut*, dan tidak ada kepastian harga. Upaya renovasi pasar tradisional pun menjadi salah satu program Pemerintah Kota Magelang untuk menunjang keberadaan pasar tradisional agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat.

Pasar tradisional bukan sekedar tempat untuk melakukan kegiatan jual beli, lebih dari itu pasar juga sebagai tempat melakukan pertemuan, pertukaran informasi, dan tempat untuk menjalin silaturahmi. Ketika orang berkunjung ke pasar ia tidak hanya memenuhi kebutuhan lahir, namun juga mendapat pemenuhan kebutuhan batin. Bagi pedagang di pasar tradisional, berdagang tidak sekedar mencari keuntungan materi. Tetapi lebih dari itu keuntungan sosial dalam kekerabatan menjadi tidak kalah penting.

Di Kota Magelang terdapat beberapa pasar tradisional yang masih ada hingga saat ini diantaranya Pasar Cacaban, Pasar Gotong Royong, Pasar Cepit, Pasar Kebonpolo, Pasar Rejowinangun, Pasar Burung Sasana Kukilo, Pasar Ngasem, Pasar Tukangan dan Pasar Tarumanegara. Pasar tradisional yang menjadi fokus penelitian ini adalah Pasar Rejowinangun. Pasar Rejowinangun merupakan pasar harian dengan jam buka mulai pukul 05.00 WIB sampai pukul 17.00 WIB. Pasar Rejowinangun merupakan pasar heterogen yang menyediakan berbagai macam jenis dagangan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat Kota Magelang

maupun dari luar Kota Magelang. Adapun jenis dagangan yang diperjual belikan beraneka ragam mulai dari pakaian/tekstil, sembako/kelontong, sayur mayur, buah-buahan, bumbu dapur, jajanan pasar, perabotan rumah tangga, barang elektronik, kuliner, hingga perhiasan pun tersedia di sana.

Pasar Rejowinangun Magelang memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Magelang yaitu dari retribusi pelayanan pasar. Hal ini berdasarkan Peraturan Daerah Kota Magelang Nomor 17 Tahun 2011 tentang Retribusi Jasa Umum pasal 3 point f. Retribusi Pelayanan Pasar (www.amedia.web.id/dinas/pasar).

Pada tanggal 26 Juni 2008 Pasar Rejowinangun mengalami musibah kebakaran pada pukul 17.30 WIB. Titik api berawal dari kios pakaian, tepat di tengah pasar. Peristiwa itu menghancurkan seluruh bangunan dan isi pasar. Kerugian yang dialami diperkirakan mencapai lebih dari 11 miliar rupiah. (suaramerdeka.com edisi 27 Juni 2008).

Usai musibah kebakaran yang melanda Pasar Rejowinangun, pemerintah bekerjasama dengan Dinas Pengelola Pasar menampung pedagang pasar Rejowinangun dengan mendirikan pasar penampungan sementara di sepanjang bekas makam Kerkop di Kelurahan Magersari yang sekarang menjadi sentra ekonomi Lembah Tidar. Jumlah kios sebanyak 146, los sebanyak 2.142, dan lesehan sebanyak 1.070 petak. Pembangunan pasar Rejowinangun menggunakan investasi dan dana anggaran APBD yang terkumpul sekitar lima tahun, mulai tahun 2013. Dari pemerintah pusat juga menyumbang bantuan Rp 7 miliar. Biaya untuk membangun kembali (merenovasi) pasar diperkirakan mencapai Rp 40 miliar. (KRJogja.com edisi Minggu, 10 November 2013)

Pasar resmi digunakan pada tanggal 17 Maret 2014. Acara peresmian itu sekaligus menyerahkan kios milik pedagang yang terbakar untuk ditempati kembali. Sebagian besar pedagang sudah kembali menempati kios mereka di Pasar Rejowinangun. Namun, ada pula

pedagang yang tidak menempati kios di Pasar Rejowinangun dan justru membuka kios di rumah sendiri. Bahkan sebagian dari mereka memilih berpindah berjualan di pasar lain seperti Pasar Kebonpolo dan Pasar Gotong Royong. Hal itu menyebabkan Pasar Rejowinangun kehilangan pedagangnya. Namun, dengan berkurangnya pedagang lama di Pasar Rejowinangun menjadikan kesempatan bagi pedagang baru untuk masuk dan membuka kios di Pasar Rejowinangun. Setelah peresmian pasar dilakukan dan pasar sudah layak digunakan banyak pedagang-pedagang baru yang muncul sehingga semakin memperbanyak jumlah pedagang yang ada di Pasar Rejowinangun.

Pasar Rejowinangun yang baru dengan pedagang-pedagang baru menarik banyak distributor. Renovasi pasar Rejowinangun memancing para distributor atau pemasok baru yang tentu akan merubah jaringan sosial yang ada. Jumlah pemasok yang semakin banyak maka akan menambah jaringan sosial yang ada pula. Hal itu yang menjadikan alasan peneliti untuk meneliti jaringan sosial antar pedagang yang di Pasar Rejowinangun pasca renovasi.

Pasar Rejowinangun pasca renovasi terdiri dari dua lantai yang terdiri dari los, kios dan lesehan. Pasar Rejowinangun terbagi menjadi dua bagian yakni di sebelah Barat dan Timur dimana di bagian tengah terdapat pintu masuk pasar dan akses jalan serta area parkir yang luas. Pembagian kios atau los dipisahkan berdasar jenis dagangan seperti los buah, los sayur mayur, los daging, los pakaian, los elektronik, dan sebagainya. Pembagian tersebut memudahkan pembeli mencari barang yang dibutuhkan. Sebagai pasar dengan penampilan baru yang lebih bersih, rapi, dan lebih luas memberikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Bahkan setelah resmi dibuka, banyak masyarakat yang datang ke pasar hanya untuk melihat bagaimana tampilan bangunan baru pasar Rejowinangun pasca renovasi.

Pembagian los-los menjadikan persaingan antar pedagang semakin ketat karena barang yang dijual homogen dalam satu tempat. Pedagang juga harus menyesuaikan diri dengan pedagang lain yang mungkin sebelumnya tidak begitu mengenal. Selain itu, penjualan barang dagangan yang bersifat homogen dalam satu tempat memungkinkan pelanggan untuk berpindah berlangganan kepada pedagang lain. Untuk itu dibutuhkan keahlian pedagang untuk menarik pembeli dan kepercayaan yang tinggi antara pedagang dengan pembeli agar pembeli tidak berpindah berlangganan kepada pedagang lain. Hubungan kekerabatan dan daerah asal juga memberi pengaruh terhadap minat pembeli terhadap pedagang. Pembeli yang mempunyai hubungan kekerabatan, bertetangga (kesamaan daerah asal), dan sudah kenal lama dengan pedagang cenderung memilih membeli barang di pedagang tersebut.

Pentingnya pedagang distributor, pedagang grosir dan pedagang *eceran* adalah sebagai penyalur suatu barang atau produk ke konsumen. Pedagang distributor, pedagang grosir dan pedagang *eceran* melakukan kerjasama yang didasarkan atas suatu biaya serta keinginan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal. Peran pedagang distributor, pedagang grosir dan pedagang *eceran* sangat vital karena ketiganya memberikan sinergi yang saling berkaitan yang mempunyai kecenderungan menciptakan jaringan sosial dalam pasar.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah :

Bagaimana jaringan sosial antara pedagang distributor, pedagang grosir dan pedagang *eceran* kelontong di Pasar Rejowinangun pasca renovasi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jaringan sosial antara pedagang distributor, pedagang grosir dan pedagang *eceran* kelontong di Pasar Rejowinangun pasca renovasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya konsep atau teori yang terkait dengan jaringan sosial yang ada di pasar tradisional.

2. Manfaat Praktis

- a. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis maupun pembaca.
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.
- c. Untuk memenuhi tugas akhir jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.