

**STUDI POLA APRESIASI MASYARAKAT TERHADAP
PASAR MODERN DI KOTA SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Oleh:
RONY RUDIYANTO
L2D 306 022



**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2009**

ABSTRAK

Kota Semarang merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia yang mengalami perkembangan kota yang cukup pesat. Perkembangan Kota Semarang salah satunya dipengaruhi oleh adanya modernisasi yang mengubah karakter ruang Kota Semarang menjadi lebih modern. Pesatnya proses modernisasi di Kota Semarang tidak hanya menghadirkan perubahan dalam pembangunan fisik perkotaan, seperti hadirnya pasar-pasar modern dengan segala fasilitas dan kelebihan di dalamnya yang berbeda dengan pasar tradisional, melainkan juga mempengaruhi pola apresiasi masyarakat Kota Semarang terhadap perkembangan pasar-pasar modern di Kota Semarang. Hal ini menyebabkan terjadinya fenomena mengenai bagaimana sebenarnya apresiasi masyarakat terhadap pasar modern di Kota Semarang. Perilaku yang ditunjukkan masyarakat ketika mengunjungi pasar modern dapat menjadi salah satu bentuk apresiasi masyarakat terhadap pasar modern. Apresiasi yang ditunjukkan masyarakat ini jika dikaitkan dengan kondisi pasar modern maka akan menjadi pola apresiasi masyarakat terhadap pasar modern di Kota Semarang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk penghargaan atau pola apresiasi masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk perilaku masyarakat terhadap pasar modern berdasarkan persepsi masyarakat terhadap kondisi pasar modern dan apresiasi yang ditunjukkan masyarakat ketika mengunjungi pasar modern. Perubahan persepsi yang mengindikasikan adanya bentuk apresiasi ini dapat menunjukkan keberhasilan pemerintah kota dalam hal pemasaran kota yang berkaitan dengan investasi serta keberhasilan pembangunan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan penduduk berdasarkan pola apresiasi masyarakat terhadap pasar modern di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif secara terpisah dengan tujuan menutupi kelemahan bentuk pendekatan yang satu dengan kelebihan bentuk pendekatan yang lain. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis tabulasi silang. Analisis kualitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data, fakta, dan informasi yang ditemui di lokasi studi mengenai persepsi masyarakat terhadap kondisi pasar modern. Sumber informasi diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, dan kuesioner terhadap sampel responden masyarakat Kota Semarang. Analisis tabulasi silang digunakan untuk menganalisis pola apresiasi masyarakat Kota Semarang berdasarkan variabel yang telah ditentukan. Variabel-variabel yang akan ditabulasikan adalah variabel dari kondisi pasar modern, yaitu kenyamanan, kelengkapan produk, kualitas produk, dan harga produk dan variabel dari apresiasi masyarakat di pasar modern, yaitu frekuensi kunjungan, pembelian jenis barang kebutuhan, dan biaya belanja.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan dari studi pola apresiasi masyarakat terhadap pasar modern adalah berdasarkan karakteristiknya masyarakat Kota Semarang yang sering datang ke pasar modern adalah perempuan berusia 25-34 tahun, dengan latar belakang pendidikan tamat SMU dan perguruan tinggi, serta berprofesi sebagai karyawan swasta. Kenyamanan pasar modern mempengaruhi intensitas kunjungan masyarakat di pasar modern. Berdasar hasil analisis, kondisi pasar modern menyebabkan masyarakat sering mengunjungi pasar modern selama lebih dari 3 kali/bulan. Ketidaknyamanan pasar modern menyebabkan masyarakat cenderung jarang mengunjungi pasar modern. Kelengkapan dan kualitas produk mempengaruhi pembelian jenis barang kebutuhan masyarakat di pasar modern. Lengkapnya produk dan kualitas produk yang tinggi menyebabkan kebanyakan masyarakat Kota Semarang cenderung membeli barang-barang kebutuhan primer dan sekunder di pasar modern. Masyarakat Kota Semarang yang menganggap produk di pasar modern kurang lengkap dan kurang berkualitas menyebabkan masyarakat cenderung hanya membeli barang-barang tertentu saja, seperti barang tersier. Harga produk di pasar modern mempengaruhi biaya yang dikeluarkan masyarakat ketika belanja di pasar modern. Murahnya harga produk di pasar modern menyebabkan masyarakat hanya mengeluarkan biaya sebesar Rp 500.000,- per bulan ketika berbelanja di pasar modern, sedangkan sebagian masyarakat yang menilai harga produk di pasar modern kurang terjangkau menyebabkan masyarakat cenderung menghabiskan biaya yang lebih besar ketika berbelanja atau pergi berbelanja di pasar lain yang menurut mereka memiliki harga yang lebih murah. Pola apresiasi masyarakat terhadap pasar modern ini diharapkan nantinya dapat menjadi bahan pertimbangan para perencana kota saat merencanakan pembangunan pasar modern, sehingga masyarakat dapat memberikan apresiasi yang baik terhadap pasar modern dan dapat melakukan aktivitasnya di pasar modern dengan nyaman, senang, dan puas. Hal itu juga dapat menyebabkan keuntungan tersendiri bagi para pelaku usaha pasar modern tersebut.

Keywords: *Apresiasi, Pola Apresiasi, Pasar Modern*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi, laju kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan perubahan sistem nilai telah membawa perubahan terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat kota-kota besar. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat muncul berbagai fasilitas perbelanjaan. Pasar sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat, pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional yang ditunjukkan oleh perilaku para aktor-aktor di dalamnya. Secara umum, pasar mempunyai pengertian tempat di mana penjual dan pembeli bertemu dan berfungsinya barang atau jasa yang tersedia untuk dijual sehingga terjadi pemindahan hak milik kepada pembeli potensial (Swastha, 1979). Menurut Wikipedia Indonesia, pasar dibagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Menurut Wikipedia Indonesia (2008), pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembelinya tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*barcode*), berada dalam bangunan, dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (*swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual di pasar modern adalah bahan makanan seperti buah, sayuran, daging, sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang-barang yang dapat bertahan lama, dan barang-barang kebutuhan sekunder seperti barang-barang elektronik. Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan, hypermarket, supermarket, dan minimarket.

Pasar tradisional merupakan ciri di negara berkembang. Tingkat pendapatan dan perekonomian masyarakat yang kurang begitu tinggi menyebabkan masyarakat lebih suka berbelanja ke pasar tradisional, akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, budaya masyarakat Indonesia sudah mulai bergeser. Peritel-peritel besar dan lebih modern telah memasuki banyak perkotaan di Indonesia. Banyak investor yang masuk ke Indonesia untuk membangun

pasar-pasar modern yang menampung peritel-peritel besar. Era globalisasi ini banyak bermunculan pasar-pasar modern yang dibangun dengan segala kelebihan dan fasilitasnya serta kelengkapannya dalam memperjualbelikan barang-barang kebutuhan masyarakat.

Pembangunan pasar-pasar modern di perkotaan besar di negara-negara yang sedang berkembang, seperti Indonesia merupakan salah satu bentuk nyata dari suatu keberhasilan perkembangan pembangunan di Indonesia. Perkembangan pasar-pasar modern di Indonesia dimulai pada tahun 1960-an yang kebanyakan dari pasar-pasar modern tersebut terletak di pusat-pusat kota yang merupakan lokasi yang strategis. Pertumbuhan pasar-pasar modern di tengah-tengah kawasan perkotaan yang sering disebut sebagai kawasan komersial ini merupakan kawasan yang mencerminkan suatu bentuk aktifitas perdagangan dan juga hiburan di suatu kota yang meliputi perdagangan retail dan perusahaan jasa skala lokal, pusat perbelanjaan skala regional, serta daerah hiburan yang letaknya tidak selalu di tengah-tengah kota dan memiliki pengaruh besar terhadap kegiatan ekonomi kota (Kamus Tata Ruang). Berdasarkan pengertian tersebut tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan kawasan komersial sebagai bagian utama kota memberikan pengaruh dalam perkembangan perekonomian kota dan dapat menjadi salah satu cerminan dari gaya hidup yang dianut sebagian besar masyarakat perkotaan. Perkembangan pasar modern ini diterima dengan mudahnya oleh masyarakat Indonesia karena karakteristik masyarakat Indonesia yang cenderung gemar berbelanja daripada menabung (Siti, 2005). Pasar modern di Indonesia juga berkembang dari sekedar pasar swalayan dengan skala kecil sampai hypermarket dengan skala besar yang memperdagangkan segala kebutuhan masyarakat Indonesia dari bahan makanan, bumbu dapur, sampai dengan barang-barang elektronik. Pasar modern selain menyediakan segala barang yang dibutuhkan konsumen, pasar modern juga dibangun dengan segala fasilitas dan kelebihan yang terdapat di dalamnya. Fasilitas dan kelebihan yang terdapat di dalam pasar modern tersebut, menyebabkan banyak pasar modern tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana berbelanja melainkan juga sebagai sarana rekreasi.

Seiring dengan banyak berkembangnya pasar-pasar modern di banyak perkotaan di Indonesia, masyarakat Indonesia juga mengalami masa transisi. Menurut Sairin (dalam Siti, 2005), terdapat semacam kesepakatan dari para ahli untuk mengkategorikan masyarakat Indonesia sekarang ini sebagai masyarakat yang sedang berada dalam kondisi transisional, yaitu berpindah dari kehidupan agraris tradisional menuju industrial modern, di mana kondisi transisional ini salah satunya dipengaruhi oleh proses urbanisasi. Perkembangan kota berjalan seiring dengan terjadinya urbanisasi yang merupakan suatu proses perubahan wilayah desa menjadi kota. Perubahan ini terjadi pada aspek fisik, ekonomi, dan sosial yang saling berkaitan satu sama lain dan mengakibatkan suatu wilayah menunjukkan warna kekotaan seperti di antaranya adalah karakter non agraris, heterogenitas sosial, dan peningkatan intensitas bangunan. Proses awal

urbanisasi dapat dilihat jelas pada pusat-pusat aktivitas/ ibukota karena adanya kecenderungan yang terjadi pada kota-kota di Asia bahwa ibukota sebagai lokasi utama berlangsungnya aktivitas pemerintah, bisnis, dan komersial serta pusat kebudayaan dan sosial akan menjadi kota terbesar dalam suatu kumpulan wilayah (Chong, 1976 dalam Evers, 2002 : 44). Namun, urbanisasi bukan hanya merupakan proses pertumbuhan kota, urbanisasi juga merupakan proses yang kompleks dari berbagai perubahan ekonomi, sosial, dan politik yang memunculkan nilai-nilai baru, pemikiran, perilaku, lembaga, dan organisasi dalam masyarakat (Yeates dan Garner, 1980 : 19).

Proses urbanisasi ini tidak hanya merupakan perpindahan penduduk dari desa ke kota tetapi lebih pada proses masyarakat desa menuju modernisasi, meninggalkan sifat-sifat tradisional menuju modern. Begitu pula proses modernisasi, pengaruh-pengaruh dari negara industri modern menjadi begitu intensif sehingga bukti-bukti kemodernan lekas bermunculan di kota dunia ketiga dan menjadikan masyarakatnya dalam keadaan kategori transisional (Sairin dalam Siti, 2005). Keadaan transisional akibat proses modernisasi ini sering ditandai dengan adanya perubahan pola pikir masyarakat dari sifat tradisional menjadi modern, sehingga hal tersebut mempengaruhi pula pola apresiasi masyarakat yang merupakan perilaku masyarakat dalam memandang, menilai, dan menghargai segala sesuatu yang terjadi di sekitar mereka (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Proses modernisasi ini mempengaruhi pola apresiasi masyarakat terhadap perubahan fisik perkotaan yang ditandai dengan adanya peningkatan penggunaan lahan untuk kegiatan non pertanian, salah satu di antaranya adalah perdagangan dan jasa yang ditunjukkan dengan adanya pertumbuhan dan perkembangan pasar-pasar modern yang semakin marak. Perilaku masyarakat Indonesia selaku konsumen sudah mulai bergeser dari pasar tradisional ke pasar modern. Adanya perubahan-perubahan sikap dan kebiasaan-kebiasaan sosial dalam masyarakat juga dapat dijadikan indikator keberhasilan pembangunan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan penduduk.

Proses modernisasi ini terjadi di hampir semua perkotaan di Indonesia, di antaranya adalah Kota Semarang. Semarang merupakan salah satu kota di Indonesia yang perkembangan pasar modernnya cukup kompetitif. Terdapat banyak sekali pasar modern yang bermunculan di Kota Semarang, di antaranya adalah Sri Ratu di Kecamatan Semarang Utara dan Kecamatan Semarang Timur, Java Mall yang berlokasi di Kecamatan Semarang Timur, dan Ada Swalayan yang terdapat di tiga penjuru pintu masuk ke Kota Semarang dengan harapan dapat menangkap pengunjung yang akan berbelanja ke pusat kota. Serta Mall Ciputra, Simpang Lima Plasa, dan Ramayana Departement Store yang kesemuanya berada tepat di pusat kota Semarang. Kota Semarang juga memiliki beberapa pasar modern yang berkonsep Hypermarket, di antaranya adalah Hypermart yang terdapat di dalam Java Mall di Kecamatan Semarang Timur, Makro yang berlokasi di Kecamatan Gayamsari, dan Carrefour yang berlokasi di Kecamatan Semarang Tengah. Masyarakat Kota Semarang mulai tertarik untuk berbelanja ke pasar modern yang banyak bermunculan