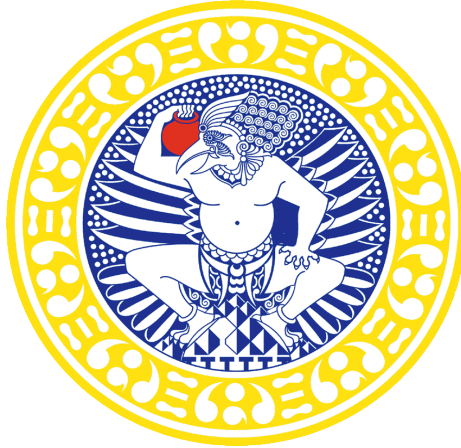


**POLA PERILAKU BERBELANJA MASYARAKAT DESA DI TENGAH-  
TEGAH PASAR MODERN  
(Studi Kasus Masyarakat Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten  
Kediri)**



**Disusun Oleh :**

**Bella Ika Yunita**

**071411431011**

**PROGRAM STUDI S1  
DEPARTEMEN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
SEMESTER GENAP TAHUN 2017/2018**

**POLA PERILAKU BERBELANJA MASYARAKAT DESA DI TENGAH-  
TEGAH PASAR MODERN  
(Studi Kasus Masyarakat Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten  
Kediri)**

Bella Ika Yunita

NIM. 071411431011

Email : [bellaikayunita@gmail.com](mailto:bellaikayunita@gmail.com)

Departemen Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Airlangga Surabaya  
Semester Genap tahun 2017/2018

**ABSTRAK**

Kehadiran pasar modern di pedesaan semakin marak, seperti adanya Indomaret dan Alfamart. Pasar modern dan pasar tradisional mempunyai banyak perbedaan, dari segi harga, pelayanan dan tata ruang, hal ini dapat membawa perubahan pola perilaku berbelanja konsumen. Masuknya pasar modern di wilayah pedesaan menjadi hal yang baru dan menarik bagi masyarakat karena turut mengubah pola perilaku berbelanja mereka. Penelitian ini mengambil fokus masalah “bagaimana pola perilaku berbelanja masyarakat di Desa Gurah”.

Penelitian ini menggunakan teori Pilihan Rasional (*Rational Choice*) oleh James Coleman. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, subjek penelitian terdiri dari ibu-ibu yang dipilih berdasarkan atas latar belakang usia, pendidikan dan pekerjaan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam serta didukung dengan data observasi langsung.

Penelitian ini mengemukakan bahwa pilihan rasional berbelanja masyarakat berbeda-beda. Fenomena ini menjelaskan bahwa masuknya pasar modern di Desa Gurah, seperti Indomaret dan Alfamart tidak membuat masyarakat terpengaruh dan serta merta

beralih ke pasar modern. Masyarakat Desa Gurah tetap bertahan berbelanja di pasar tradisional, karena beberapa alasan seperti harga yang lebih murah di pasar tradisional, barang yang lebih lengkap dibandingkan pasar modern dan interaksi sosial yang masih kuat. Hal tersebut menunjukkan kuatnya pilihan rasional Desa Gurah berdasarkan nilai, guna dan kepentingan.

Kata Kunci : pasar modern, pasar tradisional, pilihan rasional

## ABSTRACT

*The presence of modern markets in the countryside is increasingly evident, such as the existence of Alfamart and Indomaret. Modern market and traditional market has many differences, in terms of price, service and space, this can bring a change of consumer shopping behavior patterns. The influx of modern markets in rural areas into new and exciting things for the community because it transformed their shopping behavior patterns. This research takes the focus problem "how shopping patterns of behavior of the community in the village of grain white rice".*

*This research uses the theory of rational choice (Rational Choice) by James Coleman. This research uses qualitative research methods, the subject is composed of mothers who are elected based on the background of the age, education, and employment. Method of data collection conducted in-depth interviews with and supported by direct observation data.*

*This research suggests that rational choice shopping community. This phenomenon explains that the influx of modern markets in the village grain white rice, such as Alfamart and Indomaret doesn't make communities affected and immediately switched to a modern market. Villagers grain white rice remains shopping at traditional markets, due to several reasons such as the cheaper prices in the traditional market, which is more complete than the modern market and social interaction are still going strong. It shows the strength of rational choice based on the current grain white rice Village, and interests.*

*Keywords: modern market, rational choice, traditional market*

## A. PENDAHULUAN

Kehadiran pasar modern dalam kehidupan semakin marak, tidak hanya di lingkungan masyarakat perkotaan tetapi juga perdesaan. Contoh bentuk pasar modern yang semakin marak adalah Alfamart dan Indomaret. Keberadaan pasar modern tersebut merupakan simbol globalisasi dari budaya kapitalis yang datang ke daerah perdesaan. Masuknya pasar modern di wilayah perdesaan menjadi hal yang baru dan menarik bagi masyarakat karena turut mengubah pola perilaku berbelanja mereka. Fenomena ini juga berlaku di Desa Gurah Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. Usaha pemerintah untuk melakukan pembangunan guna mengikuti modernisasi turut memengaruhi berkembangnya pasar modern di Desa Gurah. Sehingga beberapa pasar modern berkembang dan saling bersaing di sana.

Pasar modern dan pasar tradisional merupakan sebuah sarana yang sama-sama berfungsi untuk membantu masyarakat dalam melengkapi kebutuhan rumah

tangganya. Akan tetapi, keduanya memiliki perbedaan yang sangat jelas. Pertama, yaitu dalam segi pelayanan, penjual dan pembeli di pasar tradisional dapat melakukan interaksi seperti berbincang, saling bertanya kabar, dan proses tawar menawar, sedangkan di pasar modern tidak dijumpai hal yang demikian. Pasar modern menggunakan konsep kepraktisan bagi pembeli, tanpa tawar menawar, dan sebatas bertransaksi formal.

Perbedaan kedua yaitu segi tata kelola dan pelayanan. Barang-barang yang dijual di pasar modern telah disediakan dengan penataan bebas sesuai kategorinya disertai harga yang telah tertera dengan tujuan agar pembeli dapat memilih dan mengambil barang dan mengetahui harga secara langsung. Penataan barang dalam pasar modern sangat rapi dengan tata ruang yang baik, karena ruangan yang nyaman dilengkapi dengan lampu yang terang dan disertai pendingin ruangan, dan beberapa pasar modern dilengkapi dengan kamar kecil atau tempat

duduk untuk beristirahat sejenak, bahkan beberapa melayani selama 24 jam. Kondisi tersebut bertolak belakang dengan pasar tradisional, karena penataan barang yang biasanya berserakan, berdebu, dan harga barang yang masih dapat ditawar, dan pelayanan yang tidak seoptimal di pasar modern.

Menurut Raharjo 1982 (dalam Haryono, 2002:360) yang menyatakan bahwa masyarakat atau konsumen cenderung berbelanja di tempat-tempat yang leluasa untuk mendapatkan pilihan seperti, tempat-tempat yang terdapat toko dengan menjual barang serupa. Selain itu kegiatan yang sama akan menguntungkan jika lokasinya saling berdekatan. Menurut para pengunjung hal tersebut akan efisien karena akan lebih menghemat waktu dan tenaga. Dalam penelitian Raharjo tersebut, ia menganalisis bagaimana masyarakat yang berada di sekitar toko-toko kelontong dan pasar tradisional untuk mengkonstruksi adanya pasar tradisional sekaligus pasar modern yang letaknya bersebelahan atau

sederet dan terletak dipinggir jalan raya.

Perbedaan ketiga yaitu adanya iklan. Di pasar modern sering dijumpai adanya iklan. Iklan adalah informasi yang isinya membujuk khalayak banyak atau orang banyak supaya tertarik kepada barang atau jasa yang ditawarkan. Secara umum, iklan berwujud penyajian informasi non personal tentang suatu produk, merek, perusahaan atau toko yang dijalankan dengan kompensasi biaya tertentu, maka dari itu, iklan berupa proses komunikasi yang memiliki tujuan membujuk atau menarik orang banyak untuk mengambil tindakan yang menguntungkan pihak yang membuat iklan, biasanya iklan ditampilkan dengan katalog, banner, dan brosur.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Laksamana (2012) yang menjelaskan bahwa saat ini Indomaret berkembang sangat pesat. Hal tersebut diperkuat dengan kehadiran Indogrosir, anak perusahaan dengan konsep bisnis perkulakaan, di tempat peneliti melakukan riset juga terdapat beberapa permasalahan terkait

dengan persaingan usaha, terlihat bahwa sudah berdiri sebanyak 4 gerai Indomaret yang jaraknya sangat berdekatan dengan pedagang grosir maupun dengan gerai indomaret itu sendiri. Kondisi tersebut menyebabkan banyak konsumen yang beralih untuk berbelanja di gerai Indomaret, padahal sebelum berdirinya gerai tersebut konsumen melakukan belanja pada pedagang grosir. Begitupun saat ini belum ada tindakan pemerintah daerah untuk melakukan penertiban terhadap gerai indomaret yang sudah banyak berdiri di sekitar kemacetan medan ramelan, aparaturnya daerah seperti melakukan pembaruan terhadap kondisi ini.

Pasar modern atau toko modern di Indonesia sangat cepat berkembang. Pada tahun 2008, dari sekitar 11.866 gerai pasar modern, sekitar 83% berlokasi di Pulau Jawa, Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur menjadi daerah dengan jumlah gerai pasar modern terbanyak. Terkonsentrasinya gerai-gerai pasar modern di Pulau Jawa tidak lepas dari kondisi dimana konsentrasinya penduduk dan pusat

perekonomian Indonesia berada di pulau ini (Pandian, 2009).

Menurut data Komisi Pengawas Persaingan Usaha (2012) sektor ritel merupakan sektor kedua terbesar dalam hal penyerapan tenaga kerja. Data BPS per Agustus 2011 menunjukkan bahwa sektor ritel menyerap 23,4 juta tenaga kerja, atau nomor dua setelah sektor pertanian yang menampung 39,3 juta tenaga kerja diatas 15 tahun. Ritel menjadi industri jasa ini menempati posisi terbesar kedua setelah industri pengolahan. Kondisi inilah yang diyakini menjadi daya dorong pemulihan ekonomi Indonesia pasca krisis tahun 1998.

Boudirillard (2006) melihat post-modern sebagai suatu *trend* dan sebagian awal dari suatu era baru yang dibawa oleh makin maraknya komunikasi berdimediasi, konsumsi simbiolis, dan semakin mampatnya ruang dan waktu. Dalam hal ini bisa saja orang berbelanja di pasar modern terjadi karena nilai simbolis, citra dan gengsi. Contohnya saja orang membeli seikat sayur bayam, membelinya dipasar modern seperti Alfamidi, Superindo, dengan

kemasan yang higienis, memang harga juga berbeda dengan pasar kelontong namun dengan kemasan dan rasa gengsi, sehingga dapat mendorong masyarakat untuk berbelanja di pasar modern.

Fenomena pasar modern ini telah mengalami perkembangan yang pesat dan juga menjamur di kota - kota besar Indonesia hingga ke pelosok desa. Pertumbuhan ini pada dasarnya merupakan gambaran dari peningkatan standar hidup masyarakat. Kehadiran pasar modern juga memanfaatkan pola belanja masyarakat terutama masyarakat kelas menengah ke atas yang tidak mau berdesak-desakan di dalam pasar tradisional yang biasanya becek dan tidak rapih. Perubahan pola berbelanja masyarakat kota dan desa itu tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga saja tetapi juga sekedar jalan – jalan atau mencari hiburan (Soliha, 2008).

Menurut Rasmussen (2002) kebiasaan untuk membeli di pasar modern umumnya dilakukan oleh konsumen wanita. Konsumen wanita, melihat aktivitas belanja sebagai suatu kewajiban dan aktivitas yang

legal. Hal ini dikarenakan belanja dianggap sebagai salah satu bentuk kepedulian wanita terhadap keluarganya dengan membelikan produk-produk yang dibutuhkan untuk orang-orang terdekatnya dan juga hal ini akan membuatnya menjadi seorang wanita yang utuh. Selain itu wanita lebih senang untuk mengumpulkan informasi lalu mengobservasi sebelum membeli, hal ini berbanding terbalik dengan pria (Garbarino & Strahilevitz, 2004).

Penelitian yang di lakukan oleh Wardoyo (2012) tentang pasar tradisional dan pasar modern pada masyarakat Kelurahan Kauman, Kabupaten Nganjuk dalam penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat desa tersebut lebih memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari, karena perbedaan harga yang lebih murah di pasar tradisional dengan pasar modern, namun dalam sudut pandang kenyamanan masyarakat lebih memilih pasar modern, karena aman, lengkap, dan prestise pasar modern lebih baik dari pada pasar tradisional.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sukesih (1994)



menulis tentang “Pasar Swalayan dan Prospeknya” di kota-kota besar khususnya Jakarta hasil penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi gejala pergeseran yang cepat dalam pola berbelanja masyarakat. Pendapatan masyarakat yang meningkat menyebabkan jumlah barang dan jenis barang yang dikonsumsi masyarakat semakin bertambah, dan tingkat pendidikan masyarakat menyebabkan kecenderungan untuk memilih sendiri barang yang dibeli sesuai dengan selera. Wanita yang bekerja semakin banyak menyebabkan pola belanja yang berubah. Pola hidup masyarakat kelompok atas, negara maju semakin mempengaruhi pola hidup kelompok masyarakat atas di kota-kota besar yang pada gilirannya akan dicontoh oleh lapisan menengah sampai golongan bawah. Semua perubahan ini mempengaruhi pertumbuhan pasar swalayan yang pesat.

## **B. Fokus Penelitian**

Bagaimana pola perilaku berbelanja masyarakat Desa Gurah ditengah-tengah adanya pasar modern ?

## **C. Kerangka Teori**

*Rational choice* adalah sebuah teori tentang cara orang dalam memutuskan pilihan, menurut kecenderungan pribadi mereka. Dengan demikian, dalam rangka menjelaskan berbagai fenomena, seseorang harus memiliki pengetahuan tambahan mengenai atau penjelasan logis tentang karakteristik dan asal dari kecenderungan-kecenderungan tersebut. Hal ini terdapat perbedaan pendapat, salah satu pendapat umum tentang kecenderungan pribadi ini merujuk pada egoism.

Pandangan lain berpendapat bahwa kecenderungan pribadi juga mencerminkan nilai dan kepercayaan yang tidak dapat direduksi kepada kepentingan pribadi yang egois dan tidak pula dapat dinilai dengan *rational choice*. Dalam pandangan ini, kecenderungan pribadi dibentuk oleh sosialisasi, sehingga pendekatan ini membutuhkan asumsi-asumsi

yang mendukung tentang budaya struktur sosial. Demikian juga, rangkaian kesempatan yang padanya aktor sosial akan memilih berbagai alternatif pilihan terstruktur secara sosial dan terdapat batasan-batasan sosial dalam pilihan. Buktinya adalah fakta bahwa orang melakukan tindakan rutin dengan cara sedemikian rupa yang menempatkan kepentingan orang lain atau kelompok di atas kepentingan pribadinya.

Dengan demikian, egoisme adalah penjelasan yang tidak dapat dipercayai dan bermanfaat. Para pendukung gagasan egoism dalam pembelaan mereka berpendapat bahwa bagaimanapun pilihan pilihan lain, seperti norma-norma sosial tentang kerja sama dan kepercayaan, bahkan juga altruisme (*altruism*) dapat dijelaskan dalam kerangka kepentingan pribadi, aktor-aktor individu belajar dari pengalaman mereka bahwa kerja sama, kepercayaan, dan tindakan mendukung kepentingan kelompok adalah cara yang rasional untuk memaksimalkan keuntungan pribadi dalam situasi ketika para individu

saling bergantung satu sama lain dan masing-masing menguasai sumber-sumber yang diperlukan oleh individu lain.

*Rational Choice* dijalankan pada kerja berteori secara analitis berdasarkan pada premis-premis yang eksplisit, deduksi yang logis, dan argumen yang jelas, yang menghasilkan penjelasan daripada deskripsi. Pendekatan ini juga berusaha mendapatkan penjelasan yang sederhana dan mereduksi teori hingga menjadi elemen-elemen terkecilnya.

Teori Pilihan Rasional oleh Coleman tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah kepada suatu tujuan dan tujuan itu di tentukan oleh nilai atau pilihan. Tetapi Coleman menyatakan bahwa untuk maksud yang sangat teoritis, memerlukan konsep yang lebih tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi yang melihat aktor memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan yang memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Ada dua unsur utama dalam teori ini, yaitu aktor dan sumber daya. Sumber

daya adalah suatu yang menarik perhatian dan yang tepat dapat di control oleh aktor. Coleman menjelaskan batas minimal untuk sistem sosial tindakan adalah dua orang aktor, masing-masing mengendalikan sumber daya yang menarik perhatian pihak lain. Selaku aktor yang mempunyai tujuan, masing-masing bertujuan untuk memaksimalkan perwujudan kepentingannya yang memberikan ciri saling tergantung atau ciri sistematis terhadap tindakan mereka. Pemusatan perhatiannya pada tindakan rasional individu ini kemudian dilanjutkan dengan memusatkan perhatian pada masalah mikro makro atau bagaimanapun cara gabungan tindakan individual menimbulkan perilaku sistem sosial. Kedua fenomena makro yang menjadi sasaran Coleman adalah norma. Menurut Coleman norma diprakarsai dan dipertahankan oleh beberapa orang yang melihat keuntungan yang dihasilkan dari pengamalan terhadap norma dan kerugian yang berasal dari pelanggaran norma. Aktor dilihat memaksimalkan kegunaan mereka

sehingga dengan menggerakkan hak untuk mengendalikan diri sendiri dan memperoleh sebagian hak untuk mengendalikan aktor lain. Dalam norma terdapat keseimbangan, karena pemindahan tak terjadi secara sepihak, Namun ada kondisi dimana norma berperan menguntungkan orang tertentu saja.

Ketiga, aktor korporat, dalam kolektivitas, aktor tidak boleh bertindak menurut kepentingan pribadi, namun menurut kepentingan kolektivitas, Coleman menyatakan, baik aktor kolektif maupun individual memiliki tujuan. Menurut Coleman, perubahan sosial terpenting adalah munculnya aktor korporat sebagai pelengkap aktor "pribadi natural". Keduanya dianggap sebagai aktor karena memiliki pengendalian terhadap sumber daya dan peristiwa, dan memiliki kemampuan mengambil tindakan untuk mencapai kepentingan mereka melalui pengendalian tersebut (Ritzer, 2010:398).

#### **D. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif dengan metode kualitatif. Dengan merujuk proses penelitian berdasarkan fokus penelitian suatu fenomena sosial di kehidupan bermasyarakat. Dalam fokus penelitian ini dikaji dan dianalisis menggunakan panduan proses penelitian dari berbagai konsen sebagai berikut: Pada sub bab penelitian ini merupakan penjelasan penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Berdasarkan istilah di atas, maka yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Teknik Pengumpulan Data  
Observasi, Dalam proses pengumpulan data peneliti melakukan observasi. Observasi ini menjadi bagian penting, karena hal ini peran peneliti sangat dibutuhkan untuk mengamati lingkungan sekitar dengan tujuan mengetahui proses yang terjadi secara jelas dari sudut pandang peneliti. Beberapa hal yang

ingin peneliti amati yaitu pola perilaku berbelanja atau konsumsi di Desa Gurah dengan adanya pasar modern atau pasar tradisional.

wawancara mendalam, Selain observasi atau pengamatan, dalam proses pengumpulan data peneliti ini menggunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi dari subjek peneliti. Ketika wawancara peneliti menggunakan pedoman wawancara terbuka dan mendalam untuk menggali informasi yang lebih mendalam tentang masyarakat Desa Gurah lebih memilih pasar modern atau pasar tradisional dalam berbelanja kebutuhan pokok sehari-hari. Pedoman wawancara terbuka memungkinkan informan menggunakan cara yang unik untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang faktor dilematis yang dialami oleh informan yang dituju. Wawancara terbuka mengasumsikan bahwa tidak ada urutan pertanyaan yang tetap. Namun pertanyaan dalam pedoman wawancara mendalam selalu disesuaikan dengan jawaban informan. Sehingga peneliti memungkinkan untuk

mengembangkan pertanyaan. Selain itu wawancara yang terbuka dapat menggali informasi yang lebih menarik dari penelitian-penelitian terdahulu.

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih peneliti sebagai tempat untuk melakukan penelitian adalah Desa Gurah. Desa Gurah adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri. Desa Gurah termasuk salah satu desa, yang jarang sekali adanya toko modern. Namun seiring adanya perubahan jaman saat ini di temukan beberapa pasar modern, di Desa Gurah terdapat tiga pasar modern, yaitu Indomaret dan Alfamart, yang hadir pada sekitar tahun 2008. Pasar modern tersebut berlokasi di Jalan Raya Gurah dan berjajar dengan banyak toko tradisional atau toko kelontong. Sehingga hal ini, peneliti tertarik untuk meneliti pola perilaku masyarakat Desa Gurah dalam berbelanja di toko modern atau toko tradisional.

## **E. Hasil Penelitian**

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan pada intensitas atau seringnya berbelanja bahwa kedelapan informan berbelanja dalam kurun waktu satu minggu satu kali atau empat kali dalam sebulan, mereka berbelanja kebutuhan sehari-hari, seperti sembako. Pengeluaran dalam berbelanja mereka sekitar Rp.90.000,00 sampai Rp. 150.000,00 dalam setiap pengeluaran berbelanja. Alasan mereka berbelanja dalam seminggu sekali karena berbelanja setiap minggunya jauh lebih hemat dibandingkan setiap bulannya, karena membeli barang yang berbeda-beda. Masyarakat memiliki pola perilaku berbelanja yang berbeda, mereka lebih memilih untuk berbelanja setiap bulan sekali, karena mendapat gaji pada awal bulannya.

Masuknya pasar modern di Desa Gurah tentunya menjadi pertimbangan bagi konsumen, namun dalam pembahasan sebelumnya bahwa sebagian besar informan berbelanja di pasar tradisional atau toko kelontong, karena alasan yang

bermacam-macam seperti berbelanja di pasar tradisional jauh lebih murah dibandingkan di pasar modern dan informan mendapatkan kualitas barang yang sama dengan pasar modern, selain harga yang jauh lebih murah, informan menjelaskan bahwa berbelanja di pasar tradisional lebih lengkap dan kenal dengan penjual, karena sudah berlangganan, karena sudah berlangganan informan menjelaskan bahwa berbelanja di pasar tradisional seperti adanya interaksi sosial yang tinggi dan membawa banyak keuntungan, seperti diberikan sovenir, kaos, dan bingkisan kue pada saat lebaran. Memang dari beberapa informan menjelaskan bahwa beberapa barang tertarik membeli di pasar modern, seperti Indomaret dan Alfamart yaitu minyak goreng, dan sabun cuci (detergen).

Berbeda dengan kedua informan yang lebih memilih berbelanja di pasar modern, mereka menjelaskan bahwa berbelanja di pasar modern karena alasan utama yaitu praktis, lebih sering adanya diskon dan tidak ada interaksi dalam penjual dan pembeli, hal ini bertolak

belakang dengan informan yang berbelanja di pasar tradisional.

#### **A. Teori Pilihan Rasional/ *Rational Choice* (James Coleman)**

Menurut Coleman, ada dua unsur utama dalam teori ini, yaitu aktor dan sumber daya. Sumber daya adalah suatu yang menarik perhatian dan yang tepat dapat di control oleh aktor. Coleman menjelaskan batas minimal untuk sistem sosial tindakan adalah dua orang aktor, masing-masing mengendalikan sumber daya yang menarik perhatian pihak lain. Selaku aktor yang mempunyai tujuan, masing-masing bertujuan untuk memaksimalkan perwujudan kepentingannya yang memberikan ciri saling tergantung atau ciri sistematis terhadap tindakan mereka. Pemusatan perhatiannya pada tindakan rasional individu ini kemudian dilanjutkan dengan memusatkan perhatian pada masalah mikro makro atau bagaimanapun cara gabungan tindakan individual menimbulkan perilaku sistem sosial. Dalam penelitian ini menjelaskan

bahwa aktor adalah informan dan sumberdaya adalah pasar modern dan pasar tradisional.

Dari teori ini dapat di jelaskan bahwa adanya pilihan rasional dimana masyarakat memiliki pandangan yang berbeda terhadap berbelanja kebutuhan pokok, seperti sembako, dan kebutuhan pokok lainnya. Teori Pilihan Rasional oleh Coleman tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah kepada suatu tujuan dan tujuan itu di tentukan oleh nilai atau pilihan. Tetapi Coleman menyatakan bahwa untuk maksud yang sangat teoritis, memerlukan konsep yang lebih tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi yang melihat aktor memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan yang memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Keseluruhan masyarakat atau konsumen ini juga mempunyai pilihan rasional masing-masing, tindakan informan mengarah kepada suatu tujuan, dan tujuan itu dtentukan oleh nilai atau pilihan perseorangan, seperti data yang ditemukan pada penjelasan sebelumnya, adanya pasar

modern masuk di Desa Gurah tidak membuat keseluruhan masyarakat terkecoh dengan memilih berbelanja di pasar modern. Berdasarkan data yang ditemukan bahwa sebagian besar dari delapan dari sepuluh informan, informan tetap memilih berbelanja di pasar tradisional atau toko kelontong, menurut pilihan yang dilandaskan nilai dan tujuan masing-masing. Seperti pilihan harga, kepuasan pelayanan dan menurut informan berbelanja di pasar tradisional juga dapat menyambung silaturahmi. Alasan-alasan tersebut termasuk pilihan-pilihan rasional dari aktor atau informan masing-masing untuk memilih berbelanja di pasar tradisional.

Tidak berbeda dengan kedua informan lain yang memilih berbelanja di pasar modern, mereka memilih berbelanja di pasar modern karena tujuan utama adalah nilai praktis, walaupun informan mengetahui bahwa harga lebih mahal dibandingkan dipasar tradisional. Selain itu, informan mengatakan bahwa berbelanja di pasar modern lebih menguntungkan karena adanya diskon untuk barang-barang tertentu,

yang mana pada barang itu digunakan setiap hari, yaitu minyak goreng dan sabun cuci. Kedua barang yang berdiskon tersebut membantu informan lebih hemat. Karena dengan diskon, kegunaan barang yang setiap hari dipakai menjadi lebih hemat.

#### **F. Kesimpulan**

Masuknya pasar modern ke perdesaan termasuk hal yang baru bagi masyarakat sekitar, contohnya Desa Gurah Kabupaten Kediri. Sekitar pada tahun 2008 Alfamart dan Indomaret masuk ke desa tersebut hampir kurun waktu yang bersamaan. Banyaknya perbedaan-perbedaan antara pasar modern dan pasar tradisional yang mencolok, seperti dari segi harga, segi pelayanan dan tata ruang.

Pada kesimpulan ini, menjelaskan bahwa adanya pasar modern di Desa Gurah tidak membawa masyarakat sekitar dalam jumlah besar beralih berbelanja ke pasar modern, pola perilaku berbelanja masyarakat desa masih belum sepenuhnya beralih ke pasar modern, masih memilih berbelanja di pasar tradisional atau toko kelontong

langganan mereka. Banyaknya variasi data yang didapat pada informan dapat menjawab rumusan masalah peneliti.

Pola perilaku berbelanja masyarakat Desa Gurah dengan masuknya pasar modern tidak terlalu berubah secara jumlah besar, hal ini terlihat dari temuan data yang didapatkan oleh peneliti dilapangan. Intensitas berbelanja kebutuhan sehari-hari masyarakat desa gurah yakni satu minggu sekali (4 kali sebulan). Kebutuhan sehari-hari seperti barang sembako, beras, minyak goreng, perlengkapan mandi, dan lain-lainnya. Dengan kurun waktu berbelanja tersebut dirasa lebih hemat dibandingkan berbelanja ketika menunggu barang-barang yang dipakai telah habis terpakai dalam waktu bersamaan. Adapula yang berbelanja jangka waktu sebulan sekali dengan alasan mereka mendapatkan gaji pada awal bulan, sehingga mereka melakukan pembelanjaan satu kali dalam satu bulan.

Alasan berbelanja di pasar tradisional menurut masyarakat Desa Gurah dirasakan lebih hemat karena



harga yang lebih murah, dibandingkan dengan pasar modern, dengan barang yang murah masyarakat mendapatkan kualitas barang yang sama, selain itu interaksi sosial yang terjalin didalam pasar tradisional masih sangat tinggi, dengan berbelanja di pasar tradisional mereka masih berbincang dengan penjual. Keuntungan lain misalnya barang boleh ditukar dengan barang lain bila dalam pembelian barang terdapat kesalahan, namun harus disertai dengan perjanjian antara penjual dan pembeli pada saat berbelanja. Selain itu pembeli mendapatkan souvenir seperti kalender, kaos, dan bingkisan kue pada saat lebaran.

Disisi lain masyarakat berbelanja di pasar modern, mereka mengutamakan bahwa berbelanja di pasar modern dirasakan lebih praktis. Selain itu berbelanja dipasar modern lebih menguntungkan dengan adanya diskon di setiap minggunya, meskipun hanya barang-barang tertentu yang berdiskon seperti minyak goreng dan sabun cuci, kedua jenis barang tersebut bagi ibu rumah tangga termasuk dalam barang

dalam yang sering terpakai setiap hari, oleh karena itu berbelanja di pasar modern lebih menguntungkan dengan adanya diskon yang tidak bisa didapatkan di pasar modern. Kebutuhan berbelanja tidak bergantung dengan pendapatan dan profesi pada masyarakat tersebut, mereka memilih karena banyak alasan-alasan yang sesuai dengan temuan data tersebut.

### **G. Saran**

Pemerintah Kota Kediri sebaiknya memaksimalkan perhatiannya terhadap sarana dan prasarana dipasar tradisional dan toko kelontong atau bisa juga melakukan sosialisasi untuk meningkatkan mutu pasar tradisional atau toko kelontong, agar keberadaan pasar tradisional tidak tergerus oleh pasar modern, sehingga rakyat yang menggantungkan hidup di pasar tradisional tidak kehilangan mata pencahariannya.

Pemerintah dan para pedagang bekerjasama untuk meningkatkan dan membangun strategi pengelolaan dan pengawasan di pasar tradisional

maupun toko kelontong, upaya untuk mengembangkan daya saing pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern yang semakin banyak di masa yang akan datang

## H. Daftar Pustaka

### Buku

Afifuddin, M.M dan Soebaini, M.Si. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.

Bouillard, Jean. 2006. *Masyarakat Konsumsi*. Jakarta : Kreasi Wacana

Ritzer, George. 2014. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Prenada Media.

Sajogyo, Pudjiwati. 1995. *Sosiologi Pedesaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, halaman 24-28

Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi : Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-*

*Modernisme*. Jakarta : Prenada Media.

Wirawan, I.B. 2012. *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Jakarta : Kencana Prenadamedia

Yuniarti, Vinna SE, MM. 2015. *Perilaku Konsumen, Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia.

### Skripsi

Kadir, 2017. *Pengaruh Pertumbuhan Minimarket terhadap Minat dan Kebiasaan Belanja Masyarakat di Kelurahan Tamamaung Kota Makasar*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Makasar

Masni, 2014. *Analisis Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Makasar*. Skripsi, Universitas Hassanudin, Makasar.

Wardoyo, 2014. *Respon Masyarakat terhadap Keberadaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kelurahan Kauman Kabupaten Nganjuk*. Skripsi, Universitas Trunojoyo, Madura.

### **Jurnal**

Effendi Nursyirwan, 2016. *Studi Budaya Tradisional dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Pedesaan : Kasus Pasa Nagari dan Masyarakat Nagari*. Jurnal Antropologi.

Fatmasari Dewi, 2008. *Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern*. Jurnal, Pendidikan Sosiologi, Universitas Trunojoyo Madura.

Lestari Nisa, 2016. *Pola Perilaku Membeli Produk Kebutuhan Rumah Tangga (pangan) di Pasar Modern pada Konsumen Wanita Dewasa*. Kota Karawang.

### **Internet**

Berbagairiviews, “Kesenian Tari Jaranan”.

<http://www.berbagaireviews.com/2016/09/kesenian-tari-jaranan-dan-asal-usul.html> diakses pada tanggal 28 April 2018 Pukul 11.45 WIB

Woocara, “Jenis-Jenis Pasar” .

<http://woocara.blogspot.co.id/2016/01/pengertian-pasar-jenis-jenis-pasar-fungsi-pasar.html> diakses pada tanggal 15 Maret 2018 Pukul 17.00 WIB

AnneAhira,sembako

[http://www.anneahira.com/  
sembako.html](http://www.anneahira.com/sembako.html), diakses  
pada tanggal 4 Juli Pukul  
23.00 WIB