

KAJIAN PASAR TRADISIONAL DI KOTAMOBAGU (STUDI KASUS PASAR SERASI KOTAMOBAGU)

Maria Theresia Tulusan
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Indonesia

E-mail Coressponding Author :
maria.tulusan@unpi.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan tentang pasar tradisional di kota-kota besar di Indonesia tidak pernah berhenti. Pasar yang kotor, becek, saluran macet, gelap, pengap, mudah terjadi kebakaran, copet dan tangan jahil, lalat, kemacetan, sulitnya mencari tempat parkir, kios yang kosong, lokasi yang kurang strategis, bangunan yang kualitasnya rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik umum pembeli maupun penjual, kondisi lingkungan pasar dilihat dari sarana prasarana, kebersihan, dan pengelolaan pasar, pendapat responden tentang pemindahan/relokasi pasar menurut pembeli maupun penjual di Pasar Serasi Kotamobagu, serta untuk mengetahui persepsi pembeli mengenai perbandingan dengan pasar swalayan. Untuk menjawab tujuan tersebut dilakukan penelitian menggunakan data sekunder yang dikumpulkan langsung dilapangan dengan teknik purposive random sampling serta melakukan pengamatan langsung aktivitas yang terjadi di pasar ini. Metode analisis menggunakan analisa deskriptif yang menampilkan data hasil olahan dengan model kualitatif perbandingan secara persetase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pembeli di pasar Serasi Kotamabagu adalah masyarakat di sekitar pasar tersebut atau dengan tempat tinggal tidak terlalu jauh dari lokasi pasar. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa di pasar swalayan mereka dapat belanja beberapa jenis barang di satu tempat, bersih dan rapi, serta harga dan ukuran yang pasti.

Kata Kunci : pasar tradisional, kondisi lingkungan, sarana prasarana

ABSTRACT

The problem of the traditional market at the big cities in Indonesia has never ceased. The market is dirty, muddy, gutters/channels are not running well, dark, stuffy, easy to burn, many pickpockets and thieves, flies, traffic jam, no parking lot, empty kiosk, the location is not strategic, and low quality buildings. The purpose of this research is to know the general characteristic of the buyer and seller, the condition of the market environment observed from the facilities and infrastructure, cleanliness, and market management, respondent's opini concerning of the relocation of market according to the buyer as well as seller in Kotamobagu Serasi Market, and to know the buyer's perception of the traditional market compared to the supermarket. To answer the purpose of this research, the secondary data have been used which are directly obtained at the field, utilizing the purposive random sampling technique as well as direct observation on the market's activity. The method of analysis is descriptive revealing the result of data processing with the model of qualitative comparative percentage. The result indicates that a great part of buyers in Kotamobagu Serasi Market are the people living around the market or having their residence not far from the location of the market. The result has also indicated that people can shop at the supermarket for several kinds of things in one place, it is clean and tidy, and the price and measurement are fixed.

Keywords: traditional market, environment, facilities and infrastructure

PENDAHULUAN

Sudah umum diketahui bahwa dalam suatu wilayah ada tempat penduduk terkonsentrasi dan tidak atau kurang terkonsentrasi. Tempat konsentrasi penduduk dan kegiatannya dinamakan dengan berbagai istilah yaitu : Kota, pusat perdagangan, pusat industri, pusat pertumbuhan, simpul distribusi, pusat pemukiman, daerah nodal, dan sebagainya. Salah satu yang berkaitan dengan istilah di atas yaitu “pasar.” (Adisasmita. R, 2005)

Pasar adalah tempat para penjual dan pembeli saling berhubungan untuk melakukan transaksi perdagangan. Pasar berfungsi sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, pasar seperti ini lebih dikenal dengan pasar tradisional.

Pasar tradisional baik di daerah pedesaan maupun di daerah perkotaan berperan sangat penting bukan hanya dalam kegiatan ekonomi saja, tetapi juga dalam kegiatan sosial masyarakat. Pasar menjadi tempat pertemuan antara penjual dengan penjual; antara pembeli dengan pembeli; antara penjual dengan pembeli; sehingga secara langsung berfungsi sebagai suatu lembaga sosial yang diwarnai dengan ciri-ciri tersendiri sesuai dengan budaya yang ada dan berlaku di sekitar pasar tersebut (Ilham, 1990).

Selanjutnya menurut Ilham (1990), suatu ciri yang menonjol pada pasar tradisional yakni banyaknya pedagang yang menjual jenis barang dan jasa yang sama, namun bagi kebanyakan pedagang kecil, modal yang diperlukan untuk menjalankan kehidupan usaha tersebut merupakan halangan besar. Dari sejumlah pedagang belum selamanya dapat menopang kehidupan rumah tangga mereka dari hasil penjualan.

Permasalahan tentang pasar tradisional di kota-kota besar di Indonesia tidak pernah berhenti. Pasar yang kotor, becek, saluran macet, gelap, pengap, mudah terjadi kebakaran, copet dan tangan jahil, lalat, kemacetan, sulitnya mencari tempat parkir, kios yang kosong, lokasi yang kurang strategis, bangunan yang kualitasnya rendah. Di samping itu terdapat pedagang kaki lima yang menghambat jalan masuk keluar pasar, persaingan tidak sehat dengan pasar swalayan dan pusat pertokoan, pembayaran retribusi tidak lancar, tidak memiliki Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) dan konsumennya turut menghambat upaya perwujudan pasar yang bersih, aman, dan nyaman.

Pembangunan pasar sebagai bagian dan fasilitas umum bertujuan untuk mewujudkan pelayanan baik fisik, sosial, mental, maupun spiritual yang memadai, mencukupi dan terjangkau oleh kemampuan masyarakat. Untuk menciptakan pasar yang baik, aman, dan nyaman, harus melihat segmen pasar berdasarkan lokasi pasar (di pusat kota dan pinggir jalan) dan jenis pasar (pasar kota, wilayah, lingkungan, inpres, pasar sore, malam, dan subuh).

Agar pasar disenangi pengunjung dan pembeli, pasar harus dikelola secara teratur. Seperti pemasangan nama pasar, tempat penampungan sampah sementara yang baik, mudah parkir dan aman, penjual jasa atau tukang angkut belanjaan bertindak sopan dan informatif, barang dagangan yang diatur dengan baik, pelayanan para pedagang menyenangkan, harga barang dagangan tidak tinggi, pedagang tidak takut pada copet serta keamanan terjamin.

Salah satu pasar tradisional yang ada khususnya di Kota Kotamobagu yaitu Pasar Serasi. Latar belakang lainnya menyangkut keberadaan pasar ini

yaitu pelayanan setiap hari dalam waktu yang cukup panjang, dengan aktivitas mulai subuh. Produk yang diperjual belikan di pasar tradisional tersebut hampir memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat. Keberadaan organisasi pasar yang sederhana memberikan karakteristik tersendiri dalam keterlibatarnya sebagai media antara penjual dan pembeli. Keunikan-keunikan seperti ini membuat peneliti tertarik untuk memahami serta mendalami bagaimana peran pasar tradisional berkembang dan berperan sangat penting dalam suatu sistem ekonomi dan sosial masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara memperoleh data dengan jalan meneliti dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan masalah penelitian. Menurut Moleong (1996), dokumen terdiri dari dua macam, yaitu dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaannya. Dalam dokumen pribadi ini terdiri dari buku harian, surat pribadi serta autobiografi. Dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan suatu lembaga masyarakat tertentu yang digunakan dalam kalangan sendiri. Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga.

Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan-catatan atau dokumen-dokumen yang tersedia di Dinas Pasar. Fungsinya menjadi pendukung dan

pelengkap bagi data-data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipasi. Dokumentasi digunakan untuk melihat data sejarah berdirinya pasar ini. Begitu juga fasilitasnya, administrasinya serta dana sarana dan prasarana yang ada pada pasar tersebut.

2. Observasi

Metode observasi adalah metode pengamatan serta pembuktian hubungan antara suatu kausa (sebab) dengan efek (akibat) (Suryabrta, 1992). Dalam penelitian ini observasi dipakai untuk melihat dan mengamati secara langsung keberadaan pasar, baik menyangkut proses transaksi dan hasil dari proses transaksi.

3. Wawancara

Menurut Moleong (1997), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Metode wawancara dalam penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun untuk mengetahui informasi yang ingin diketahui oleh peneliti secara mendalam terhadap ketiga pasar tradisional tersebut.

Teknik Analisis Data

Data disajikan secara sistematis, agar lebih mudah untuk dipahami interaksi antar bagian-bagian dalam konteks yang utuh tidak terlepas satu dengan yang lainnya. Walaupun analisis kualitatif ini terdapat fleksibilitas pola atau metode, namun kepekaan dan ketajaman peneliti dalam menjelaskan fakta maupun apa yang sebenarnya terjadi di balik fakta akan berpengaruh pada integritas, kejujuran, dan semangat

kerja peneliti, yang pada akhirnya akan menentukan bobot dan kebermaknaan hasil penelitian. Analisis data terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penyajian data, penyimpulan data.

1. Pengumpulan Data

Guna menjangkau data, kerangka konseptual harus muncul secara empiris di lapangan waktu penelitian berjalan sebab permasalahan penelitian paling penting akan menjadi jelas belakangan pelaku-pelaku yang paling bermakna tidak dapat diramalkan sebelum penelitian lapangan dilakukan. Permasalahan-permasalahan penelitian itu dapat dirumuskan lebih dahulu atau belakangan, dan dapat diperbaiki atau dirumuskan kembali pada waktu pelaksanaan penelitian lapangan berjalan.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik melakukan wawancara langsung kepada responden yang terpilih sebanyak 100 responden yang dilakukan secara *purposive random sampling*, dengan rincian sampel sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah Sampel Menurut Kelompok Responden

Lokasi Sampel	Kelompok Responden	Jumlah Sampel
(1)	(2)	(3)
dipasar	pedagang	20
	pembeli	35
disekitar pasar	pedagang	10
	pembeli	15
Supermarket	pembeli	20
Total		100

2. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung,

terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo).

3. Penyajian Data

Seluruh data yang berhubungan yang berhubungan dengan Pasar ini, disajikan dalam suatu rangkuman untuk dicarikan kesimpulan awal mulai dari lokasi pasar, proses transaksi dan hasil akhir dari proses yang terjadi di pasar tradisional.

4. Penarikan Kesimpulan

Setiap data yang terkumpul di Pasar Serasi ini dibuatkan analisa secara terus menerus, walaupun kesimpulan akhir terasa sulit, namun telah diupayakan agar tetap pada terjadinya kesimpulan akhir. Seperti terjadinya pengaruh yang sangat besar pada tingkat konsumsi dan produksi masyarakat terhadap keberadaan pasar tradisional ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Secara umum dapat digambarkan bahwa jumlah pasar di Kabupaten Bolaang Mongondow ada 18 buah pasar. Sedangkan jumlah pasar yang berada di daerah Kota Kotamobagu sendiri hanya ada 2 buah yaitu pasar Serasai sebagai objek penelitian dan pasar 23 Maret. Kedua pasar tersebut letaknya berdekatan dan pasar Serasi merupakan pasar terbesar di Kota Kotamobagu dengan aktivitas perdagangan dilakukan setiap hari.

Tabel. 3. Jumlah dan Persentase Penduduk Empat Kecamatan Di Kota Kotamobagu, 2006

Kecamatan	Penduduk (Orang)	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)
Kotamobagu Timur	25,289	25.53

Kotamobagu Selatan	25,449	25.69
Kotamobagu Barat	33,992	34.31
Kotamobagu Utara	14,338	14.47
Jumlah	99,068	100.00
Kab. Bolaang Mongondow	486,895	

Sumber : BPS Bolaang Mongondow, 2007

Selain itu juga kedua pasar ini melayani penduduk di empat kecamatan yang ada di Kota Kotamobagu yaitu sebanyak 99.068 orang. Kedua pasar ini juga terletak di Kecamatan Kotamobagu Barat dengan jumlah penduduk terbanyak di Kota Kotamobagu yaitu sebanyak 33.992 orang atau sebesar 34,3 1% dari jumlah penduduk yang ada.

Data dari Dinas Pasar Kabupaten Bolaang Mongondow dalam Kabupaten Bolaang Mongondow Dalam Angka (anonirnous, 2007) menunjukkan bahwa tahun 2006 jumlah toko/ruko di pasar Serasi sebanyak 36 buah dan jumlah kios sebanyak 230 buah. Ini merupakan pedagang yang ada di pasar tersebut yang memiliki tempat jualan tetap. Selain itu di pasar ini juga banyak dijumpai pedagang tidak tetap yang jumlahnya bervariasi setiap hari yaitu sebanyak 259 pedagang yang dihitung pada hari Sabtu pada waktu penelitian ini dilaksanakan.

2. Pembeli di Pasar Serasi dan Sekitarnya

Perdagangan merupakan salah satu mata rantai kegiatan ekonomi yang menjembatani produsen dan konsumen. Memang di masa lalu lebih banyak produsen langsung berhubungan atau melakukan transaksi dengan konsumen. Sebelum ada apa yang disebut orang 'uang' sebagai alat pembayaran, produsen (pedagang) dan konsumen (pembeli) saling menukarkan barang atau yang lebih dikenal dengan istilah barter. Setelah kegiatan ekonomi (transaksi) berkembang dengan pesat akhirnya dipakailah uang untuk memediasi

penukaran barang sebagai alat pembayaran.

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya di dalam bagian metodologi penelitian yang menyatakan bahwa dari 100 sampel yang telah ditetapkan, 50 sampel berasal dari sampel pembeli baik itu orang yang berbelanja di pasar maupun yang berbelanja di pertokoan sekitar pasar. Dari 50 sampel tersebut, 58,00 persen atau sebanyak 29 orang pembeli di pasar Serasi Kotamobagu memiliki pekerjaan mengurus rumah tangga, 24,00 persen atau sebanyak 12 responden bekerja di swasta maupun wiraswasta dan sisanya 18,00 persen atau sebanyak 9 orang bekerja sebagai pegawai negeri sipil termasuk anggota TNI maupun POLRI.

Tabel. 4. Jumlah dan Persentase Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Banyaknya	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)
PNS	9	18.00
Swasta/ wiraswasta	12	24.00
Mengurus RT	29	58.00
Jumlah	99,068	100.00

Kemudian juga dari 50 responden pembeli yang telah disurvei tersebut, 48,00 persen atau sebanyak 21 pembeli di pasar dan sekitar pasar Serasi Kotamobagu memiliki jarak dari tempat tinggal ke pasar antara 3 sampai dengan 6 km, selanjutnya 16 responden atau sebesar 32,00 persen memiliki jarak sejauh tidak lebih dari 3 km dan kemudian sisanya sebanyak 13 pembeli atau sebanyak 26,00 persen memiliki jarak terjauh dari pasar tersebut yaitu lebih dari 6 km. Ini artinya bahwa sebagian besar pembeli di pasar Serasi Kotamobagu sebagai masyarakat di sekitar pasar tersebut atau tidak terlalu jauh tempat tinggalnya dengan pasar tersebut. Lengkapnya dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Berhubungan dengan jarak dalam hal jangkauan pembeli dalam mengakses pasar dapat dilihat dari kendaraan yang sering digunakan pembeli untuk ke pasar. Adapun jenis kendaraan yang sering digunakan oleh pembeli untuk datang ke pasar yaitu 56,00 persen dari pembeli menggunakan kendaraan angkutan umum roda dua tiga. Hal ini sangat erat hubungannya dengan jenis kendaraan umum yang paling banyak beroperasi di daerah ini yaitu kendaraan jenis Bentor. Selanjutnya 22,00 persen dari pembeli yang datang ke pasar menggunakan kendaraan angkutan umum roda empat atau lebih dan 18,00 persen dari pembeli juga yang datang ke pasar menggunakan kendaraan pribadi.

Tabel 5. Jumlah dan Persentase Responden Menurut Jarak dari Tempat Tinggal ke Pasar

Jarak dari tempat tinggal ke pasar	Banyaknya	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)
0 – 3 km	16	32.00
3 – 6 km	21	42.00
> 6 km	13	26.00
Jumlah	50	100.00

Tabel 6. Jumlah dan Persentase Responden Menurut Kendaraan yang sering digunakan ke Pasar

Kendaraan yang sering digunakan untuk ke pasar	Banyaknya	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)
Angkutan umum roda 2 dan 3	28	56.00
Angkutan umum roda 4 atau lebih	11	22.00
Kendaraan pribadi	9	18.00
Jalan kaki	2	4.00
Jumlah	50	100.00

Selain menggunakan kendaraan angkutan umum, ada juga pembeli yang datang ke pasar Serasi ini hanya berjalan kaki yaitu sebanyak 4,00 persen. Hal ini sangat dimungkinkan karena para pembeli tersebut hanya tinggal di daerah

sekitar atau tidak jauh dari pasar ini berada.

3. Pedagang di Pasar Serasi dan sekitarnya

Melalui penelitian ini, dibahas beberapa aspek tentang pedagang, khususnya di Pasar Serasi Kotamobagu. Beberapa diantaranya yakni jenis tempat usaha apakah tetap atau tidak tetap, lamanya berusaha di pasar tersebut. Selanjutnya membahas persepsi pedagang tentang perkembangan selama melakukan usaha, juga bagaimana prospek usaha di waktu yang akan datang, fasilitas (sarana dan prasarana) yang tersedia, kebersihan, dan lain-lain.

a. Jenis Tempat Usaha. Ketersediaan tempat usaha yang repreneurial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan ke arah yang lebih baik bagi kegiatan ekonomi di sektor perdagangan. Pedagang akan menata barang dagangan, sementara pembeli merasa nyaman berbelanja. Banyaknya pedagang yang mempunyai tempat usaha tetap merupakan indikasi dari besarnya volume dan keragaman komoditi yang diperjual belikan.

Sekitar 66,67 persen dari 30 responden (pelaku usaha) perdagangan di Pasar Serasi Kotamobagu dan sekitarnya mempunyai tempat tetap atau tidak berpindah-pindah. Sisanya sebesar 33,33 persen pedagang masih berpindah-pindah atau sering bertukar tempat bahkan menjadi pedagang keliling di pasar dan sekitarnya. Jika pisah antara yang berdagang di dalam pasar (20 responden) dengan yang di luar/ sekitar pasar (10 responden), ternyata pedagang di Pasar Serasi Kotamobagu yang memiliki tempat tetap dan tidak tetap sama banyak. Sementara itu yang berjualan di sekitar pasar, seluruhnya

mempunyai tempat tetap. Berikut ini disajikan tabel banyaknya pedagang menurut jenis tempat usaha :

Tabel. 7. Persentase Pedagang Menurut Jenis Tempat Usaha

Lokasi	Jenis Tempat Usaha (%)		
	Tetap	Tidak Tetap	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
Pasar Serasi Kotamobagu	50,00	50,00	100,00
Sekitar Pasar Serasi Kotamobagu	100,00	0,00	100,00
Jumlah	66,67	33,33	100,33

b. Lamanya Berusaha. Umumnya pedagang yang diteliti pada lokasi ini telah beroperasi paling kurang 3 tahun, bahkan ada yang lebih dari 5 tahun. Sebanyak 50,00 responden menjawab sudah lebih dari 5 tahun mereka berusaha, lalu sekitar 30,00 persen mengatakan telah berdagang dilokasi tersebut 3 sampai 5 tahun. Selanjutnya 20,00 persen menjawab bahwa mereka berusaha baru sekitar 1 sampai dengan 2 tahun.

Jika dipilah menurut lokasi, didalam pasar hampir merata antara kelompok lamanya berusaha, dimana untuk kelompok 3 – 5 tahun dan di atas 5 tahun masing-masing sebanyak 35,00 persen pedagang. Sedangkan 20,00 persen memberikan jawaban sudah berdagang sekitar 1 - 2 tahun. Menarik untuk disimak yakni pelaku usaha perdagangan yang lokasinya di sekitar pasar tidak ada yang baru berusaha 1 – 2 tahun, bahkan sekitar 80,00 persen mengatakan telah berdagang lebih dari 5 tahun. Uraian di atas dapat dicermati pada tabel berikut ini:

Tabel. 8. Persentase Pedagang Menurut Lamanya Berusaha

Lokasi	Lamanya Berusaha (%)			Jumlah
	1 – 2	3 – 5	+ 5	

[1]	Tahun	Tahun	Tahun	[5]
	[2]	[3]	[4]	
Pasar Serasi Kotamobagu	30,00	35,00	35,00	100,00
Sekitar Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	20,00	80,00	100,00
Jumlah	20,00	30,00	50,00	100,00

c. Perkembangan Usaha. Penelitian ini juga membahas persepsi pedagang terhadap perkembangan usahanya. Mereka menjawab antara ada dan sama saja perkembangannya. Apabila kondisi ini dikaitkan antara lamanya berusaha, maka sekalipun ada pedagang yang menjawab sama saja, namun mereka dapat mempertahankan usahanya walaupun dilanda berbagai kendala usaha.

Di Pasar Serasi Kotamobagu, sebanyak 55,00 persen pedagang mengalami perkembangan usaha, sementara 45,00 persen mengatakan kondisi yang ada sama saja dibanding tahun-tahun sebelumnya. Lain lagi dengan pendapat dari pedagang yang berada di sekitar pasar. Responden yang berpendapat bahwa ada perkembangan sekitar 80,00 persen, berarti hanya 20,00 persen yang perkembangan usahanya sama saja dengan waktu yang lalu. Persentase perkembangan usaha dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 9. Persentase Parsepsi Pedagang Menurut Ada Tidaknya Perkembangan Usaha

Lokasi	Perkembangan Usaha (%)			Jumlah
	Ada	Sama Saja	Tidak Ada	
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Pasar Serasi Kotamobagu	55,00	45,00	0,00	100,00
Sekitar Pasar Serasi Kotamobagu	80,00	20,00	0,00	100,00
Jumlah	63,33	36,67	0,00	100,00

Secara umum sebagaimana yang telah dikemukakan di atas, pelaku usaha

sektor perdagangan yang ada di dalam dan sekitar pasar, tidak didapati yang memilih jawaban tidak ada perkembangan. Perinciannya adalah sebagai berikut, sebanyak 63,33 persen berpendapat ada perkembangan selama mereka melakukan usaha dan ada sekitar 36,67 persen menjawab sama saja perkembangannya.

d. Prospek Usaha. Tidak ada pedagang yang yakin bahwa prospek usahanya akan menjadi amat baik dimasa datang, baik itu yang berusaha di dalam pasar maupun disekitar pasar. Jawaban yang mereka berikan yakni akan baik, cukup baik dan ada yang berpendapat kurang baik atau tidak menguntungkan. Namun tidak ada yang memilih jawaban sangat kurang. Data pada tabel berikut ini menunjukkan persepsi tentang prospek usaha di masa datang :

Tabel. 10. Persentase Persepsi Pedagang Menurut Prospek Usaha

Lokasi	Prospek Usaha Pada Tahun-Tahun Akan Datang (%)					Jumlah
	Amat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang	Sangat Kurang	
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	40,00	40,00	20,00	0,00	100,00
Sekitar Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	70,00	30,00	0,00	0,00	100,00
Jumlah	0,00	50,00	36,67	13,33	0,00	10,00

Pedagang yang berusaha di dalam pasar, baik mereka yang mempunyai tempat tetap maupun berpindah-pindah. Juga yang telah lama berusaha dan mengalami perkembangan usaha, dengan segala macam perhitungan dan pengalamannya tidak berani berpendapat bahwa prospek usahanya dikemudian hari akan menjadi amat baik. Responden yang memilih jawaban baik sekitar 40,00 persen. Demikian juga yang berpendapat cukup baik ada sekitar 40,00. Sisanya, 20,00 berpikir usahanya akan berjalan

kurang baik pada tahun-tahun yang akan datang dengan alasan banyak saingan dan tidak tertata.

Sementara itu, yang berjualan di luar pasar juga tidak yakin usahanya memiliki prospek yang amat baik, akan tetapi mereka juga tidak berpendapat bahwa usahanya memiliki prospek yang kurang menguntungkan di lokasi tersebut pada masa datang. Sekitar 70,00 persen dari 10 responden memilih jawaban prospek usaha akan baik, sedangkan 30,00 persen berfaendapat cukup baik.

Hanya sekitar 13,33 persen dari seluruh responden di Pasar Serasi Kotamobagu dan sekitarnya yang berpendapat bahwa usahanya akan kurang baik atau dengan kata lain berprospek suram pada tahun-tahun yang akan datang. Sebab sebanyak 50,00 persen mengatakan usahanya memiliki prospek yang baik di kemudian hari. Juga ada sekitar 36,67 persen menjawab bahwa prospek usahanya cukup baik.

B. Persepsi Terhadap Lingkungan

1. Sarana dan Prasarana

a. Persepsi pembeli.

Persepsi pembeli terhadap kondisi sarana dan prasarana di pasar saat ini menunjukkan bahwa 54,00 persen dari para pembeli merasa cukup untuk fasilitas yang tersedia dipasar Serasi ini sebagai ukuran suatu pasar tradisional. Selanjutnya 36,00 persen merasa kurang dari 10,00 persen dan pembeli di pasar ini merasa baik untuk saran dan prasarana yang ada saat ini. Sedangkan untuk yang merasa amat baik dan sangat kurang tidak ada yang menjawab.

Tabel. 11. Jumlah dan Persentase Persepsi Pembeli di Pasar dan Sekitar Pasar Terhadap Kondisi Sarana dan Prasarana di Pasar Serasi Saat Ini

Pilihan Jawaban Kondisi sarana di Prasarana	Pembeli di Pasar		Pembeli di sekitar Pasar		Total Pembeli	
	Banyak-nya	(%)	Banyak-nya	(%)	Banyak-nya	(%)
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Amat Baik	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Baik	2	5.71	3	20.00	5	10.00
Cukup	17	48.57	10	66.67	27	54.00
Kurang	16	45.71	2	13.33	18	36.00
Sangat Kurang	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Jumlah	35	100.00	15	100.00	50	100.00

Jika dilihat lebih rinci lagi untuk persepsi dari responden yang menjawab cukup yaitu sebanyak 54,00 persen, persentase terbesar berasal atau bersumber dari pembeli di sekitar pasar yaitu sebesar 66,67 persen dan untuk pembeli langsung di pasar hanya 48,57 persen yang menjawab cukup. Hal sebaliknya untuk yang menjawab kurang, persentase terbesar berasal dari responden yang langsung diwawancarai di pasar yaitu 45,71 persen sedangkan yang diwawancarai di sekitar pasar hanya 13,33 persen. Walaupun begitu baik pembeli di pasar maupun di sekitar pasar masih memiliki persepsi bahwa kondisi sarana dan prasarana yang ada di pasar ini masih relatif baik untuk ukuran pasar tradisional.

Relatif besarnya persentase responden yang menyatakan bahwa fasilitas di pasar ini relatif kurang, menunjukkan bahwa para pembeli yang langsung membeli di pasar masih merasakan secara langsung bahwa fasilitas yang ada di pasar ini memang masih kurang. Ini ditunjukkan oleh kios-kios tempat jualan yang relatif sempit dan tempat jualan sementara berupa *dego-dego* yang letaknya tidak beraturan sehingga relatif menghambat gerakan pengunjung di pasar. Selain itu tempat parkir kendaraan yang tidak tersedia secara representatif hanya menggunakan bahu jalan yang ada di sekitar pasar semakin menambah kesemrawutan dari

lingkungan pasar sehingga macet sulit dihindari di pasar ini.

Tabel. 12. Jumlah dan Persentase Persepsi Dari Pembeli di Pasar Swalayan Terhadap Kondisi Sarana dan Prasarana di Pasar Serasi Saat Ini

Pilihan Jawaban Kondisi Sarana dan Prasarana	Pembeli di Pasar Swalayan	
	Banyaknya	(%)
(1)	(2)	(3)
Amat Baik	0	0.00
Baik	0	0.00
Cukup	3	15.00
Kurang	15	75.00
Sangat Kurang	2	10.00
Jumlah	20	100.00

Sebagai pembandingan dapat dilihat juga dari persepsi responden yang membeli di *Super Market* (pasar swalayan) yang menyatakan sering atau pernah berbelanja di pasar Serasi. Dari 20 orang yang diwawancarai, 15 orang atau 75,00 persen menyatakan kondisi sarana dan prasarana yang ada di pasar Serasi relatif kurang baik, 3 orang atau 15,00 persen menyatakan cukup baik dan 2 orang atau 10,00 persen menyatakan sangat kurang. Pernyataan dari persepsi tersebut salah satu hal yang membuat daya saing dari pasar tradisional terhadap pasar swalayan relatif kurang walaupun pasar tradisional memiliki keunggulan khusus dibanding pasar modern.

b. Persepsi pedagang. Dari 5 pilihan jawaban yang disediakan ternyata tidak ada satupun responden yang memiliki pendapat bahwa lingkungan usaha menyangkut ketersediaan sarana dan prasarana sudah amat baik maupun sangat kurang. Walaupun disadari lingkungan berbelanja yang nyaman akan mempengaruhi keinginan konsumen datang berbelanja. Suatu kondisi yang memang susah didapati pada pasar-pasar tradisional, termasuk Pasar Serasi Kotamobagu, dimana ada catatan khusus dari responden yakni

ketersediaan sarana perparkiran yang daya tampungnya memadai.

Para pedagang didalam pasar dan sekitarnya yang berpendapat sarana dan prasarana kurang memadai sekitar 40,00 persen. Sementara yang berpendapat bahwa sudah cukup memadai untuk ukuran pasar tradisional juga sebanyak 40,00 persen. Hanya sekitar 20,00 persen yang menjawab sudah baik.

Kedua lokasi ini menghasilkan pendapat yang berbeda antara yang berada di dalam pasar dengan yang berada di luar pasar. Setengah atau 50,00 persen dari 20 responden pelaku usaha sektor perdagangan di dalam pasar menjawab lingkungan usaha khususnya sarana dan prasarana kurang memadai, lalu 40,00 persen berpendapat cukup memadai, sedangkan sekitar 10,00 persen menyampaikan sudah baik. Persepsi pedagang terhadap sarana dan prasarana lingkungan usahanya dapat disimak pada tabel 12 berikut ini.

Sebagaimana yang telah dikemukakan terdahulu, pelaku usaha dalam hal ini pedagang yang berada di sekitar agak berbeda pendapat. Mereka yang berpendapat bahwa lingkungan usahanya sudah baik sekitar 40,00 persen dari 10 responden. Kemudian 40,00 persen lagi menjawab sarana dan prasarana yang ada sudah cukup memadai. Selanjutnya sekitar 20,00 persen mengatakan lingkungan tempat mereka berusaha kurang memadai ditinjau dari aspek sarana dan prasarana.

Tabel. 13. Persentase Persepsi Pedagang Terhadap Sarana dan Prasarana Lingkungan Usaha

Lokasi	Lingkungan Usaha (%)					Jumlah
	Amat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang	Sangat Kurang	
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	10,00	40,00	50,00	0,00	100,00
Sekitar						

Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	40,00	40,00	20,00	0,00	100,00
Jumlah	0,00	20,00	40,00	40,00	0,00	100,00

2. Kebersihan

a. Persepsi pembeli. Salah satu ciri dari pasar tradisional yang ada di Indonesia yang langsung ada dalam benak setiap orang yaitu kesemrawutan dan kebersihan yang kurang dijaga. Jika hujan kondisi pasar sering becek dan licin, ketertiban dalam berjualan yang kurang teratur dan kurang terkelolanya sarana dan prasarana yang ada.

Kondisi yang umumnya terjadi di pasar tradisional yang ada di Indonesia terjadi juga di pasar Serasi Kotamobagu ini. Kebersihan relatif kurang diperhatikan di pasar ini baik oleh pengelola (pemerintah) maupun yang utama oleh penjual dan pembeli. Sampah hanya dibuang di sembarang tempat sehingga kelihatan sampah tersebar di mana-mana. Sarana dan prasarana untuk menangani sampah tidak cukup, tempat sampah yang kurang menjadi kendala dalam pengelolaan sampah di pasar ini.

Tabel. 14. Jumlah dan Persentase Persepsi Pembeli di Pasar dan Sekitar Pasar Terhadap Kondisi Kebersihan di Pasar Serasi Saat Ini

Pilihan Jawaban	Pembeli di Pasar		Pembeli di Sekitar Pasar		Total Pembeli	
	Banyaknya	(%)	Banyaknya	(%)	Banyaknya	(%)
Kondisi saran di Prasarana	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Amat Baik	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Baik	2	5.71	3	20.00	5	10.00
Cukup	17	48.57	10	66.67	27	54.00
Kurang	16	45.71	2	13.33	18	36.00
Sangat Kurang	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Jumlah	35	100.00	15	100.00	50	100.00

Keadaan di atas diperoleh dari hasil pengamatan langsung maupun melalui survey yang dilakukan. Hasil survey menunjukkan bahwa 38,00 persen

dari pembeli menyatakan bahwa kebersihan di pasar ini kurang baik. Malahan 34,00 persen dari pembeli yang ada baik langsung di pasar maupun di sekitar pasar merasa kebersihan di pasar ini sangat kurang. Ini jika dijumlahkan menunjukkan bahwa 72,00 persen dari responden yang ada menyatakan bahwa kebersihan di pasar ini perlu diperhatikan lebih serius. Walaupun begitu masih ada pembeli yaitu 24,00 persen yang menyatakan bahwa kebersihan di pasar ini relatif cukup baik sebagai bentuk kualitas dari pasar tradisional yang ada, bahkan ada 4 persen responden yang menyatakan kebersihan di pasar ini relatif baik.

Tabel. 15. Jumlah dan Persentase Persepsi Dari Pembeli di Pasar Swalayan Terhadap Kondisi Kebersihan di Pasar Serasi Saat Ini

Pilihan Jawaban Kebersihan Pasar	Pembeli di Pasar Swalayan	
	Banyaknya	(%)
(1)	(2)	(3)
Amat Baik	0	0.00
Baik	0	0.00
Cukup	0	0.00
Kurang	6	30.00
Sangat Kurang	14	70.00
Jumlah	20	100.00

Dibandingkan dengan persepsi responden yang diambil dari pembeli di pasar swalayan yang sering atau pernah belanja di pasar Serasi ini menyatakan bahwa kebersihan di pasar Serasi kualitasnya relatif sangat kurang. Hal, ini ditunjukkan dari 70,00 persen responden yang menjawab hal tersebut. Kemudian juga 30,00 persen menjawab bahwa kebersihan di pasar Serasi relatif kurang. Ini artinya semua responden yang diwawancarai di pasar swalayan menyatakan kebersihan pasar serasi perlu diseriusi untuk ditangani, kualitas lingkungan pasar relatif rendah.

b. Persepsi Pedagang. Pasar tradisional mernang menyimpang segudang kendala dan permasalahan. Selain sarana dan prasarana juga kebersihan. Masyarakat kita dalam hal ini konsumen masih yakin untuk beberapa komoditas, harga di pasar tradisional masih lebih murah dan terutama boleh melakukan tawar menawar. Sehingga walaupun kebersihan lingkungan tidak terjamin pasar tradisonal tetap memiliki pelanggannya.

Kelompok pedagang yang berjualan di dalam pasar menilai kebersihan kurang diperhatikan baik pengelola maupun para pedagang. Karena tidak ada responden yang berpendapat kebersihan di pasar sudah bersih apalagi amat bersih. Hanya 10,00 persen dari 20 pedagang yang menjadi sampel penelitian ini menjawab lingkungan usaha cukup bersih. Masing-masing 45,00 persen menjawab kurang bahkan sangat kurang kebersihannya.

Hampir sama dengan pendapat dari koleganya di dalam pasar, para pedagang yang berlokasi di sekitar pasar juga tidak memilih jawaban kebersihan lingkungan usaha sudah bersih terlebih amat bersih. Namun mereka juga tidak berpendapat bahwa kebersihan lingkungan usahanya sangat kurang bersih atau dengan kata lain sangat kotor. Lebih dari setengah atau sekitar 60,00 persen dari 10 responden memilih jawaban kebersihan lingkungan lokasi tempat usahanya kurang bersih dan ada 40,00 persen yang berpendapat cukup bersih.

Persepsi dari seluruh responden, ternyata 50,00 persen dari 30 sampel menjawab kebersihan lingkungan usaha kurang bersih. Kemudian diikuti oleh yang berpendapat bahwa kebersihan lingkungan usahanya sangat kurang bersih sekitar 30,00 persen. Sisanya

sebanyak 20,00 persen pedagang berpendapat lingkungan usahanya sudah cukup bersih. Persentase pendapat responden pedagang tentang kebersihan lingkungan usaha dapat dicermati melalui tabel 15 berikut ini :

Tabel. 16. Persentase Persepsi Pedagang Terhadap Kebersihan Lingkungan Usaha

Lokasi	Kebersihan Lingkungan Usaha (%)					Jumlah
	Amat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang	Sangat Kurang	
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Pasar Serasi Kotamobagu Sekitar	0,00	10,00	10,00	45,00	45,00	100,00
Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	0,00	40,00	60,00	0,00	100,00
Jumlah	0,00	0,00	20,00	50,00	30,00	100,00

3. Pengelolaan Pasar

a. Persepsi pembeli. Kondisi pengelolaan pasar saat ini dari pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow pada umumnya dinilai oleh para pembeli baik yang ada di pasar maupun di sekitar pasar relatif cukup memuaskan. Hal ini ditunjukkan dari hasil survei yang dilakukan 68,00 persen menyatakan cukup baik, 22,00 persen menyatakan kurang baik dan 10,00 dari responden yang ditanyakan menyatakan pengelolaan pasar saat ini relatif baik, sedangkan untuk pertanyaan amat baik dan sangat kurang tidak ada yang menjawab.

Pernyataan ini memang bertolak belakang dari pernyataan sebelumnya mengenai kondisi kebersihan dan sarana dan prasarana yang ada. Dari hasil pengamatan langsung menunjukan bahwa pengelolaan pasar belum berjalan sebagaimana mestinya masyarakat masih sering mengeluhkan mengenai kondisi lingkungan dan kemacetan yang terjadi. Ada kecenderungan pemerintah lebih mengutamakan penarikan retribusi baik retribusi pasar maupun parkir sehingga

keteraturan para pedagang khususnya yang berjualan pada tempat yang tidak tetap sering menempati jalan para pembeli dan trotoar. Ketidakteraturan dan kemacetan sering menghiasi pasar terutama pada jam-jam sibuk antara jam 7.00 - 10.00 pagi. Hal ini juga didukung dari pernyataan para responden yang menjawab kurang baik.

Tabel. 17. Jumlah dan Persentase Persepsi Pembeli di Pasar dan Sekitar Pasar Terhadap Pengelolaan di Pasar Serasi Saat Ini

Pilihan Jawaban	Pembeli Pasar	di Pembeli sekitar Pasar	di Total Pembeli			
Kondisi saran di Prasarana	Banyaknya (%)	Banyaknya (%)	Banyaknya (%)			
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Amat Baik	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Baik	2	5.71	3	20.00	5	10.00
Cukup	24	68.57	10	66.67	34	68.00
Kurang	9	25.71	2	13.33	11	22.00
Sangat Kurang	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Jumlah	35	100.00	15	100.00	50	100.00

Jika dibandingkan dari pernyataan para pembeli yang berbelanja di pasar swalayan, mereka menilai para pengelola pasar saat ini dirasa sudah cukup baik dengan 75,00 persen dari responden yang menjawab hal ini. Sedangkan yang 25,00 persen menjawab kurang baik pengelolaan pasar saat ini. Nilai positif yang didapat dari para pembeli ini disebabkan mereka membandingkan dengan pengelolaan pada tahun-tahun sebelumnya yang dinilai kurang baik. Walaupun begitu alasan untuk yang menjawab kurang baik juga perlu diperhatikan yaitu antara lain belum sesuai dengan yang diharapkan, masih perlu pembenahan dengan keterbatasan yang ada dari sisi pemerintah.

Tabel. 18. Jumlah dan Persentase Persepsi Dari Pembeli di Pasar Swalayan

Terhadap Pengelolaan di Pasar Serasi Saat Ini

Pilihan Jawaban Kebersihan Pasar	Pembeli di Pasar Swalayan	
	Banyaknya	(%)
(1)	(2)	(3)
Amat Baik	0	0.00
Baik	0	0.00
Cukup	15	75.00
Kurang	5	25.00
Sangat Kurang	0	0.00
Jumlah	20	100.00

b. Persepsi pedagang. Umumnya pedagang menyatakan bahwa pengelolaan pasar dan sekitarnya sudah cukup baik. Sebab 60,00 persen dari 30 responden menyampikan pendapat pengelolaan pasar sudah cukup baik. Selanjutnya, 26,67 persen bahkan memiliki pendapat sudah baik. Hanya sekitetr 13,33 persen yang menyatakan pengelolaan pasar dan sekitarnya kurang baik. Bagaimana persepsi pedagang terhadap pengelolaan dapat dilihat pada tabel 18.

Responden atau pedagang yang berlokasi di dalam Pasar Serasi Kotamobagu dari 20 orang, 55,00 persen diantaranya memilih jawaban pengelolaan pasar sudah cukup baik. Kemudian gekitar 25,00 persen mempunyai penilaian bahwa pengeloaan sudah baik. Sedang sebanyak 20,00 persen lebih suka memilih jawaban pengelolaan pasar kurang baik.

Tabel. 19. Persentase Persepsi Pedagang Terhadap Pengelolaan Pasar

Lokasi	Pengelolaan Pasar (%)					Jumlah
	Amat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang	Sangat Kurang	
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	25,00	55,00	20,00	0,00	100,00
Pasar Serasi Kotamobagu Sekitar	0,00	30,00	70,00	0,00	0,00	100,00
Jumlah	0,00	26,67	60,00	13,33	0,00	100,00

Berlainan dengan pendapat dari para pedagang yang berlokasi di sekitar pasar. Menurut mereka pengelolaan

sudah cukup baik, terbukti sebanyak 70,00 persen dari 10 responden memilih jawaban tersebut. Bahkan 30,00 persen diantaranya berpendapat pihak pengelola sudah memberikan pelayanan yang baik.

4. Pemindahan/Relokasi Pasar

a. Persepsi pembeli. Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui pendapat dari masyarakat khususnya dari para pembeli bahwa bagaimana menurut mereka jika pasar tradisional ini dipindahkan atau direlokasi karena sudah tidak sesuai dengan penataan kota saat ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 50 responden yang ditanyai 56,00 persen menjawab setuju dan 12,00 persen menjawab sangat setuju. Walaupun begitu ada juga yang menjawab kurang setuju sebanyak 26,00 persen dan tidak setuju sebanyak 6,00 persen.

Tabel. 20. Jumlah dan Persentase Persepsi Pembeli di Pasar dan Sekitar Pasar Jika Pasar Serasi ini Dipindahkan/direlokasi

Pilihan Jawaban	Pembeli di Pasar		Pembeli di sekitar Pasar		Total Pembeli	
	Banyaknya	(%)	Banyaknya	(%)	Banyaknya	(%)
Pemindahan Pasar	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Sangat setuju	4	11.43	2	13.33	6	12.00
Setuju	21	60.00	7	46.67	28	56.00
Kurang Setuju	8	22.86	5	33.33	13	26.00
Tidak Setuju	2	5.71	1	6.67	3	6.00
Jumlah	35	100.00	15	100.00	50	100.00

Sebagai pembanding dari hasil di atas, ada pendapat dari para pembeli di pasar swalayan yang juga selalu menggunakan pasar tradisional ini. Dari hasil survei yang dilakukan, 55,00 persen dari responden menjawab sangat setuju dan setuju jika pasar ini dipindahkan dan 45,00 persen menjawab kurang setuju

dan yang tidak setuju tidak ada yang menjawab (lihat tabel 20).

Berbagai pendapat dikemukakan dalam menjawab pertanyaan ini. Untuk yang setuju dan sangat setuju sebagian besar menyatakan bahwa sudah tidak sesuai dengan kondisi kota saat ini yang letaknya sudah di tengah kota sehingga mengganggu lingkungan yang terkesan kumuh, kotor dan sampah yang baunya tidak sedap jika terlambat diangkat. Selain itu juga sering menjadi sumber kemacetan di tengah kota. Dalam jangka panjang sangat tidak memenuhi syarat lagi. Selanjutnya mereka juga berpendapat jika pasar ini dipindahkan sebaiknya pada tempat yang mudah dijangkau seperti saat ini.

Tabel. 21. Jumlah dan Persentase Persepsi Pembeli di Pasar Swalayan Jika Pasar Serasi ini Dipindahkan/direlokasi

Pilihan Jawaban Pemindahan Pasar	Pembeli di Pasar Swalayan	
	Banyaknya	(%)
(1)	(2)	(3)
Sangat setuju	4	11.43
Setuju	21	60.00
Kurang setuju	8	22.86
Tidak setuju	2	5.71
Jumlah	35	100.00

Berlawanan dengan yang setuju dan sangat setuju, yang tidak setuju juga memberikan pendapat bahwa belum saatnya pasar ini dipindahkan. Pasar terletak ditengah kota dengan posisi yang strategis dan mudah dijangkau dan juga seluruh masyarakat masih membutuhkan pasar tradisional karena pasar swalayan di daerah ini masih terbatas baik jumlah maupun ketersediaan barang-barang kebutuhan konsumen sehari-hari. Jika kemacetan dan kesemrawutan serta kondisi lingkungan terutama mengenai kebersihan yang menjadi penyebab hal tersebut masih bisa ditata dan diperbaiki kembali bukan pemindahan pasar. Jadi penataan kembali pasar yang semestinya dilakukan oleh pemerintah saat ini.

Apalagi dengan keterbatasan anggaran yang ada yang lebih efisien untuk dilakukan yaitu penataan kembali.

b. Persepsi pedagang. Tidak sampai setengah dari 30 reponden pedagang yang setuju jika pasar pindah lokasi, yakni sekitar 30,00 persen. Separuh atau 50,00 persen kurang setuju, sementara yang benar-benar tidak setuju sebanyak 20,00 persen. Artinya para pedagang sekalipun mungkin berpendapat kurang memiliki prospek di masa datang tetapi lebih tidak siap jika lokasi pasar harus pindah.

Kondisi di dalam pasar yang belum dapat menampung seluruh pedagang untuk memiliki tempat tetap, kurang memiliki prospek dimasa datang, prasarana dan sarana yang belum memadai, lingkungan usaha yang kurang bersih, walaupun diimbangi dengan beberapa pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola pasar, membuat sekitar, 45,00 persen pedagang dari 20 orang yang menjadi sampel lebih memilih setuju jika lokasi pasar dipindahkan. Sebaliknya sekitar 55,00 yang terdiri dari 45,00 persen kurang setuju dan 10,00 persen tidak setuju, mungkin merasa terancam kelangsungan usahanya jika lokasi pasar harus dipindahkan. Setujukah responden jika pasar dipindahkan dapat diamati melalui tabel berikut ini :

Tabel. 22. Persentase Persepsi Pedagang Terhadap Pemindahan Lokasi Pasar

Lokasi	Pemindahan Lokasi Pasar (%)				Jumlah
	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Pasar Serasi Kotamobagu Sekitar	0,00	45,00	45,00	10,00	100,00
Pasar Serasi Kotamobagu	0,00	0,00	60,00	40,00	100,00
Jumlah	0,00	30,00	50,00	20,00	100,00

Kenyataan lain dari 10 responden yang berlokasi di sekitar pasar, sebanyak 60,00 persen menyatakan kurang setuju. Lalu sekitar 40,00 persen berpendapat tidak setuju. Hal ini antara lain erat hubungannya dengan jenis tempat usahanya yang sudah menetap bahkan jenis bangunannya permanen, lalu sekitar lebih dari setengah telah berusaha dilokasi tersebut di atas 5 tahun.

5. Perbandingan Dengan Pasar Swalayan

Sebagai pertimbangan lain disini dengan tujuan untuk membandingkan kondisi pembeli di pasar tradisional Serasi dilakukan juga survey untuk pembeli di pasar swalayan Paris Supermarket. Adapun pertanyaan yang disampaikan yaitu kenapa memilih supermarket sebagai tempat belanjaan saat ini?

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 45,00 persen dari responden yang ada menjawab bahwa di pasar swalayan mereka dapat belanja beberapa jenis barang di satu tempat, bersih dan rapi, serta harga dan ukuran yang pasti. Kemudian 20,00 persen memilih kombinasi (1) dan (2) yaitu belanja beberapa jenis barang di satu tempat, serta bersih dan rapi, 15,00 persen menyatakan bahwa mereka belanja di pasar swalayan karena bersih dan rapi, 10,00 persen karena belanja beberapa jenis barang pada satu tempat, dan 10,00 persen juga menyatakan bahwa di pasar swalayan mereka bisa mendapatkan suasana yang bersih dan rapi serta harga dan ukuran/takaran yang pasti. Dari hasil pendapat responden di pasar swalayan tersebut dapat diinventarisir kelemahan yang terjadi di pasar tradisional khususnya pasar Serasi di Kotamobagu.

Tabel. 23. Jumlah dan Persentase Persepsi Pembeli di Pasar Swalayan Untuk Pertanyaan Memilih Supermarket Sebagai Tempat Belanja

Pilihan Jawaban Responden	Banyaknya	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)
Belanja beberapa item dalam satu tempat (1)	2	10.00
Bersih dan rapi (2)	3	15.00
Harga dan ukuran/takaran yang pasti (3)	0	0.00
Lainnya (4)	0	0.00
Kombinasi (1) dan (2)	4	20.00
Kombinasi (2) dan (3)	2	10.00
Kombinasi (1), (2) dan (3)	9	45.00
Jumlah	20	100.00

KESIMPULAN

Sebagian besar pembeli di pasar Serasi Kotamobagu adalah masyarakat di sekitar pasar tersebut atau tidak terlalu jauh tempat tinggalnya dengan pasar tersebut. Adapun jenis kendaraan yang sering digunakan oleh pembeli untuk datang ke pasar sebagian besar menggunakan kendaraan angkutan umum roda dua atau roda tiga. Umumnya pedagang yang telah beroperasi di Pasar Serasi ini sudah berusaha paling kurang 3 tahun, dan para pedagang mengalami perkembangan usaha, namun mereka dengan segala macam perhitungan dan pengalamannya tidak berani berpendapat bahwa prospek usahanya dikemudian hari akan menjadi amat baik, namun mereka optimis usahanya akan mengalami perkembangan yang lebih baik.

Persepsi pembeli terhadap kondisi sarana dan prasarana di pasar saat ini menunjukkan bahwa sebagian besar pembeli merasa cukup untuk fasilitas yang tersedia dipasar Serasi ini sebagai ukuran suatu pasar tradisional. Namun bagi responden yang masih merasakan secara langsung bahwa fasilitas yang ada di pasar ini memang masih kurang. Ini ditunjukkan oleh kios-kios tempat jualan

yang relatif sempit dan letaknya tidak beraturan serta tempat parkir kendaraan yang tidak tersedia secara representatif.

Kondisi pengelolaan pasar saat ini dari Pemerintah Kabupaten Bolaang Mongondow pada umumnya dinilai oleh para pembeli baik yang ada di pasar maupun di sekitar pasar relatif cukup memuaskan. Dari sisi pembeli sebagian besar menyatakan setuju jika pasar ini dipindahkan atau direlokasi karena sudah tidak sesuai dengan kondisi kota saat ini yang terkesan kumuh, kotor dan sampah yang baunya tidak sedap. Selain itu juga sering menjadi Sumber kemacetan di tengah kota. Dari sisi pedagang sebagian besar menyatakan kurang setuju jika pasar ini dipindahkan dengan alasan pasar terletak ditengah kota dengan posisi yang strategis dan mudah dijangkau dan juga seluruh masyarakat masih membutuhkan pasar tradisional karena pasar swalayan di daerah ini masih terbatas baik jumlah maupun ketersediaan barang-barang kebutuhan konsumen sehari-hari. Jika kemacetan dan kesemrawutan serta kondisi lingkungan terutama mengenai kebersihan yang menjadi penyebab hal tersebut masih bisa ditata dan diperbaiki kembali bukan pemindahan pasar. Jadi penataan kembali pasar yang semestinya dilakukan oleh pemerintah saat ini. Apalagi dengan keterbatasan anggaran yang ada yang lebih efisien untuk dilakukan yaitu penataan kembali.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di pasar swalayan mereka dapat belanja beberapa jenis barang di satu tempat, bersih dan rapi, serta harga dan ukuran yang pasti. Dari hasil pendapat responden di pasar swalayan tersebut dapat diinventarisir kelemahan yang terjadi di pasar tradisional khususnya pasar Serasi di Kotamobagu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Dj., 1994. Dampak Pembangunan (Pasar) terhadap Kehidupan Sosial Budaya Daerah. Krisna Agung. Samarinda
- Adisasmita. R. 2005. Pembangunan Ekonomi Perkotaan. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Anonymous, 2007. Bolaang Mongondow Dalam Angka 2007, Badan Pusat Statistik Kab. Bolaang Mongondow. Kotamobagu
- Arsyad, L. 1999. Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Daerah. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta
- Arsyad, L. 1999. Ekonomi Pembangunan. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ekonomi JKPN. Yogyakarta
- Aziz, I. J. 1994. Ilmu Ekonomi regional dan Beberapa Aplikasinya di Indonesia. LPFE UI, Jakarta
- Belslaw, C.S., 1965. Traditional Exchange and Modern Markets. The University of British Columbia Press. Columbia
- Bogdan, R.C. dan Biklen, S.K., 1982. Qualitative Research for Education. Allyn and Bacon, Inc. Boston
- Brannen., 1997. Memadu Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari. Samarinda
- Chandrakirana, dan Kadoko., 1995. Dinamika Ekonomi Informal Di Jakarta. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Depdiknas dan UNCF., 1999. Strategi Pemasaran. Depdiknas Bekerja sama dengan UNCF. Jakarta.
- Faisal., 1981. Menggalang Bangun Diri Masyarakat Desa. Usaha Offset Printing. Surabaya
- Ghalib. R., 2005. Ekonomi Regional. Pustaka Ramdhan. Bandung

- Glasson. J. 1990. Pengantar Perencanaan Regional. Terjemahan Paul Sitohang. LPFE-UI, Jakarta
- Hart, K., 1973. Informal Income Opportunity and Urban Unemployment in Ghana. *Journal of Modern African Studies*. Africa.
- Ilhami., 1999. Pembangunan Perkotaan di Indonesia. Usaha Nasional Surabaya. Surabaya
- Isard, W. 1974. Introduction To Regional Science. Prentice-Hall, Inc. Englewood Clifft, New Jersey.
- Kotler, P., 1992. Manajemen Pemasaran. Erlangga Press. Surabaya
- Kotler, P., 1995. Pelanggan Kunci Keberhasilan. Erlangga Press. Surabaya
- Latief, D., 2000. Pembangunan Ekonomi dan Kebijakan Ekonomi Global. Muhammadiyah University Press. Surakarta
- Manning, Ch dan N.E. Tadjudin,, 1985. Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota. PT. Gramedia, Jakarta.
- Manulang, M., 1996. Dasar-Dasar Manajemen. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Miles, B.M., dan M Huberman., 1992. Analisis Data Kualitatif. Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.
- Moleong, Lexy., 1996. Metode Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Muhadjir N., 1996. Metode Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin. Yogyakarta
- Murtolo, S.A. dan Salamun., 1995. Dampak Pembangunan Ekonomi (Pasar) terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta.
- Nawawi, H., dan M. Martini, 1996. Penelitian Terapan. Gaja Mada University Press. Yogyakarta.
- Polanyi, K., 1957. Trade and Market in the Early Empires. Free Press of Glencoe, Inc. New York.
- Rahbini, D.J dan Abdul Hamid., 1994. Ekonomi Informal Perkotaan. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES). Jakarta.
- Sastrouwigyo, P.S. dan Baramuli., 1995. Dampak Pembangunan Ekonomi (Pasar) terhadap Kehidupan Sosial di Daerah Timor Timur. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta.
- Schwimmer, B., 1976. Periodic Market and Urban Development. Westview Press.
- Spradley, J.P., 1997. Metode Etnografi. PT. Tiara Wacana Yogya. Yogyakarta.
- Suryabrata, S., 1992. Metodologi Penelitian. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Symanski, R and R. Bromly., 1974. Marketing Development and the Ecological Complex. Professional Geographer
- Tuerah, N., 1996. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional. Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado