**RASIONALITAS MASYARAKAT PETEMON DALAM MEMILIH BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL PASCA PEMBANGUNAN PASAR MODERN**

(Studi Kalangan Sosial Ekonomi Atas di Wilayah Petemon)

**Miftakhul Jannah**

Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

miftakhuljannah16040564022@mhs.unesa.ac.id

**Diyah Utami**

Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

diyahutami@unesa.ac.id

**Abstrak**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemu antara penjual dengan pembeli untuk melakukan kegiatan ekonomi. Individu melakukan kegiatan konsumsi di pasar menjadi sebuah tindakan sosial Max weber. Hal tersebut dikarenakan terdapat motif individu berbelanja di pasar tradisional untuk mencapai tujuan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan verstehen. Perspektif teori yang digunakan yaitu teori tindakan sosial. Subjek dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengambilan data yang digunakan menggunakan data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis interaktif dari Matthew B. Miles dan Michael Huberman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Petemon dibagi menjadi tiga yaitu warga asli, warga tetap, dan pendatang. Kondisi sosial ekonomi warga asli dan warga tetap termasuk kategori sosial ekonomi atas. Pekerjaan yang dimiliki beranekaragam yaitu guru, pegawai swasta, hingga pengusaha. Pendapatan yang diperoleh beragam, mulai dari Rp.4.000.000,00 hingga Rp.20.000.000,00. Mempunyai pendapatan yang besar, tetapi masyarakat tetap memilih berbelanja di pasar tradisional. Aktivitas berbelanja di pasar tradisional tetap dilakukan walaupun banyak pembangunan pasar modern yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat. Tindakan konsumsi yang dilakukan mempunyai motif yang berbeda, diantaranya: (1) Tindakan rasionalitas instrumental dilakukan karena faktor harga dan lokasi pasar, (2) Tindakan rasional berorientasi nilai dilakukan karena nilai sosial yang dimiliki untuk membantu pedagang, (3) Tindakan tradisional yang dilakukan secara turun – temurun dari keluarga, (4) Tindakan afektif yang dilakukan jika ada keperluan secara tiba - tiba. Keempat tindakan tersebut dilakukan masyarakat Petemon dalam berbelanja di pasar tradisional.

**Kata Kunci:** *Rasionalitas, Petemon, sosial ekonomi, Tindakan, Pasar Tradisional*

**Abstract**

A traditional market is a place sellers and buyers to do the economy activity. The individual conducting consumption in the marketinto a social action. This is Because there are motivation of individuals shopping at traditional market to reach the purpose. This research is the kind of kualitatif research with the approach verstehen. The perspective theory of the research used the theory of social action by Max Weber. Subject were selected by purposive technique. This research using data primary and data secondary. Analysis data in this research used analysis interactive of Matthew B. Miles dan Michael Huberman. The results of the research shows that Petemon public splits into three, this is origin, reminds people and migrants. The social-economy of the origin and remaind people include the category of high social-economy. This jobs is teachers, employees, until the entrepreneur. Range of income start from Rp.4.000.000,00 to Rp.20.000.000,00. Have a lot income, but people choose shopping at a traditional market. The activity of shopping at the traditional market is still being done despite a lot of the modern market adjacent to the settlement. The activity of consumption have a many reasons, including: (1) Instrumentally rational action, doing because factors of price and location of the market, (2) Value rational action, doing because social value to help a people, (3) traditional action, doing because a tradition of the family, (4) affectual type doing if there was a sudden purposes. Fourth action is doing by the Petemon people when shopping at a traditional market.

**Keyword:** *Rationality, Petemon, Socio-Economic, Action, Traditional Market*

**PENDAHULUAN**

Keberadaan pasar merupakan jantung perekonomian pada suatu wilayah (DPD RI, 2015). Banyak masyarakat yang bergantung kepada aktivitas pasar. Masyarakat yang bekerja sebagai pedagang bergantung kepada hasil pendapatan yang ada di pasar. Sedangkan masyarakat pada umumnya bergantung kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari. Menurut Riyanah (2017) menjelaskan bahwa pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli untuk melakukan kegiatan perekonomian. Antara penjual dan pembeli tersebut memunculkan permintaan dan penawaran kemudian membentuk kesepakatan harga. Harga yang ditawarkan di pasar tradisional sangat terjangkau. Ketika berada dipasar maka masyarakat akan menemukan banyak kios – kios kecil yang tersebar (Syarifuddin, 2018). Adanya kios memudahkan masyarakat dalam berbelanja dari kios satu ke kios yang lainnya.

 Adanya perkembangan zaman banyak pasar modern yang dibangun di sekitar pemukiman masyarakat. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Tahun 2019 menjelaskan bahwa adanya pembangunan di bidang ekonomi memicu perkembangan usaha perdagangan pada bidang pertokoan maupun pusat perbelanjaan (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, 2019). Hal tersebut disebabkan bertambahnya kebutuhan di kota maupun pedesaan. Untuk menghadapi terkait meningkatnya kebutuhan manusia, maka memicu pembangunan pusat perbelanjaan maupun pasar swalayan pada beberapa daerah. Munculnya pasar modern seperti minimarket, supermarket, dan mall merupakan bentuk dari hak masyarakat mengembangkan usaha di sektor perdagangan. Pemerintah memberikan peluang kepada masyarakat untuk mengembangkan usaha di bidang perdagangan. Hal tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian pada wilayah tersebut.

 Dijelaskan Legowo (2013) bahwa pembangunan pasar modern merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk menambah pendapatan daerah. Pendapatan tersebut diperoleh dari penarikan pajak dan retribusi pembangunan pasar modern. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur (2019) bahwa pembangunan pusat perbelanjaan atau toko swalayan merupakan bentuk dari hak masyarakat untuk mengembangkan usaha di sektor perdagangan. Masyarakat diberikan kesempatan dalam mengembangkan suatu usaha di bidang perdagangan guna untuk meningkatkan perekonomian pada daerah tersebut. Dengan adanya usaha yang berkembang pada masyarakat diharap dapat membantu perekonomian dengan adanya penarikan pajak terhadap usaha tersebut. Semakin banyak pajak yang didapatkan dari pembangunan usaha maka semakin pesat perkembangan ekonomi suatu daerah.

 Pada tahun 1998 pasar swalayan terjadi kenaikan dengan persentase 20%. Pasar swalayan juga mengalami perkembangan menguasai 30% produk makanan yang ada. (Worldbank, 2016). Perkembangan jumlah persentase tersebut membuat pedagang pasar yang takut untuk bersaing dengan pasar modern. Berdasarkan data dari Worldbank tersebut menunjukkan bahwa perkembangan pasar modern terjadi sangat pesat. Barang yang dijual di pasar modern juga memiliki kesamaan dengan barang yang dijual di pasar tradisional. Hal tersebut membuat pedagang takut jika masyarakat berpindah untuk memenuhi kebutuhan di pasar modern. Perpindahan minat belanja di pasar modern ditakutkan dapat menyebabkan penurunan pendapatan pedagang pasar tradisional. Pedagang pasar tradisional berpendapat bahwa semakin masyarakat yang berbelanja di swalayan maka semakin sedikit pendapatan harian pedagang.

 Pasar modern menawarkan berbagai fasilitas yang membuat masyarakat nyaman ketika berbelanja. Fasilitas tersebut membuat masyarakat berpindah untuk berbelanja di pasar modern dan meninggalkan pasar tradisional. Sikap masyarakat tersebut membuat pedagang pasar mengalami penurunan pendapatan dan jumlah konsumen yang ada (Lestari, 2018). Kenyataan dilapangan bahwa pasar modern tidak mengalahkan eksistensi pasar tradisional. Pembangunan pasar modern yang tidak boleh berdekatan dengan pasar tradisional sudah diatur sehingga pedagang tidak perlu khawatir keberadaan pasar modern. Masyarakat masih memiliki minat tinggi untuk berbelanja di pasar tradisional. Hal tersebut dikarenakan adanya interaksi tawar menawar yang tidak didapatkan ketika berbelanja di pasar modern.

 Intensitas pembeli yang banyak pada pasar tradisional membuat pasar tersebut semakin besar. Kios yang semakin bertambah, intensitas kendaraan pengunjung pasar dan pertambahan jumlah penjual menjadi salah satu eksistensi pasar. Eksistensi tersebut dapat digunakan adanya peluang bersaing dengan pasar tradisional. Peluang semakin besar apabila pasar tradisional dilakukan revitalisasi. Revitalisasi yang dilakukan berupa perbaikan produk yang dijual, menyediakan lahan parkir untuk pembeli, dan pembangunan yang dilakukan pada lokasi – lokasi strategis (Luh Kadek Budi Martini, 2016). Pedagang juga mempunyai peluang bersaing dengan cara membangun kios berdekatan dengan pasar swalayan. (Widyatmoko, 2018). Tindakan tersebut dapat dilakukan karena adanya perbedaan harga yang relatif jauh. Masyarakat yang mengetahui perbedaan harga tersebut cenderung memilih berbelanja di kios daripada pasar swalayan.

 Dikutip dari liputan6.com menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi minat belanja masyarakat di pasar tradisional (liputan6.com, 2014). Faktor yang mempengaruhi yaitu kualitas barang yang dijual, kelengkapan barang pada setiap kios, dan adanya proses tawar menawar harga yang disukai oleh masyarakat. Faktor lain dijelaskan oleh Muftiadi & Maulina (2016) bahwa masyarakat berbelanja di pasar tradisional karena lokasi pasar. Lokasi pasar yang dekat dengan pemukiman masyarakat sehingga tidak memerlukan kendaraan pribadi ketika pergi ke pasar. Waktu untuk berbelanja di pasar juga relatif singkat apabila lokasi berdekatan dengan pemukiman masyarakat.

 Faktor yang mempengaruhi masyarakat berbelanja di pasar tradisional sudah banyak diteliti. Dalam jurnal yang ditulis oleh Dedeh Saodah dan R. Malia menjelaskan adanya variabel – variabel yang mempengaruhi masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional (Saodah & Malia, 2017). Faktor tersebut meliputi gaya hidup, sikap, harga dan lokasi. Dari penelitian telah dilakukan uji parsial bahwa variabel gaya hidup, harga dan lokasi sangat berpengaruh terhadap minat belanja seseorang. Pada penelitian tersebut dijelaskan mengenai gaya hidup seseorang dalam membeli produk yang ada di pasar, contohnya membeli sayur. Faktor harga terjangkau dan sesuai dengan keinginan juga menjadi faktor pendorong, selain itu lokasi yang mudah dijangkaukarena berdekatan dengan rumah juga membuat masyarakat memilih berbelanja di pasar. Dijelaskan ketiga faktor tersebut sangat dominan membuat masyarakat berbelanja di pasar Muka Cianjur.

 Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitian. Penelitian terdahulu merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan data dengan menyebar kuesioner. Pembahasan pada penelitian terdahulu hanya produk sayuran. Pengambilan sampel dilakukan dengan random sampling dan menyebarkan kuesioner. Peneliti tertarik melakukan penelitian terkait rasionalitas yang digunakan masyarakat dalam memilih berbelanja di pasar tradisional pasca pembangunan pasar modern. Pada penelitian ini juga diharapkan dapat diketahui kondisi sosial ekonomi masyarakat Petemon. Penentuan subjek pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. subjek yang diteliti mempunyai karakteristik masyarakat ekonomi kelas atas. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui motif berbelanja di pasar Pacuan Kuda walaupun mempunyai banyak uang. Hasil tersebut kemudian dikaitkan dengan teori tindakan sosial yang dikemukakan oleh Max Weber

**METODE**

 Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan dan menggambarkan mengenai rasionalitas yang digunakan oleh masyarakat Petemon dalam memilih berbelanja di pasar tradisional pasca pembangunan pasar modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan verstehen yang dikemukakan Max Weber. Menurut buku sosiologi ilmu berparadigma ganda dijelaskan bahwa Pendekatan verstehen digunakan untuk memahami motif seseorang dalam melakukan sesuatu (Ritzer, 2014a). Dalam penelitian ini, pendekatan verstehen digunakan untuk melihat alasan masyarakat Petemon memilih berbelanja di pasar Pacuan Kuda. Perspektif teori yang digunakan yaitu teori tindakan sosial yang dikemukakan Max Weber. Teori tersebut digunakan untuk menjelaskan realitas yang digunakan masyarakat ketika memilih berbelanja di pasar tradisional. Tindakan sosial tersebut dibagi menjadi empat tipe yaitu tindakan rasionalitas instrumental, tindakan rasional berorientasi nilai, tindakan tradisional dan tindakan afektif.

 Pada penelitian ini, subjek yang akan diteliti yaitu masyarakat Petemon gang 2. Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu dengan menentukan karakteristik yang akan diteliti. Karakteristik subjek penelitian yaitu: (1) masyarakat yang bertempat tinggaldisekitar wilayah pasar, (2) mempunyai rumah di wilayah Petemon, (3) Mempunyai status sosial ekonomi atas dengan adanya kepemilikan harta, pendapatan diatas Rp.3.000.000,00 (terbilang tiga juta rupiah) dan usaha yang dimiliki subjek penelitian. Dari penentuan karakteristik masyarakat yang diteliti maka ditemukan enam subjek penelitian yang sesuai dengan karakteristik tersebut.

 Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer ada tiga yaitu observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melihat produk atau barang yang dijual di pasar dan observasi yang dilakukan di kantor RT/RW. Observasi pada RT/RW untuk mendapatkan data masyarakat yang mempunyai sosial ekonomi atasdan data penduduk asli atau penduduk tetap Petemon gang 2. Data lain yang didapatkan oleh peneliti yaitu data sekunder yaitu melalui buku, jurnal, maupun sumber online lainnya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis interaktif yang dijelaskan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Analisis interaktif tersebut dibagi menjadi tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data (Salim, 2006).

**KAJIAN PUSTAKA**

**Konsep Pasar**

 Secara umum, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual – beli. Dijelaskan dalam Tohari (2018) bahwa pasar tradisional merupakan tempat bertemu antara penjual dengan pembeli untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dijelaskan juga bahwa pasar tradisional sebagai tempat yang menunjukkan tingkat perekonomian suatu daerah.Hal tersebut dikarenakan pasar menjadi jantung perekonomian dengan adanya aktivitas jual beli yang ada. Adanya aktivitas ekonomi berupa jual beli menjadikan keberadaan pasar tradisional sebagai jantung perekonomian pada suatu daerah.

Pasar tradisional yang ada di Indonesia dikelola oleh pemerintah daerah (pemda), PD Pasar Surya dan swasta. Pengelolaan pasar tersebut merupakan usaha untuk melakukan penataan dan pembinaan keberadaan pasar. upaya tersebut meliputi kebijakan perencanaan, perizinan, penataan, pemanfaatan, pengembangan pengendalian pemeliharaan, pengawasan, pembinaan evaluasi dan penegakan hukum (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, 2019). Pihak pengelola pasar tradisional melakukan upaya – upaya tersebut bertujuan untuk menjaga keberlangsungan aktivitas pasar tradisional. Dengan demikian, pengelola pasar berharap penjual dan pembeli merasakan kenyamanan saat berbelanja di pasar tradisional.

 Pasar yang ada di Indonesia dibagi menjadi beberapa klasifikasi. Dalam masni (2014) menjabarkan mengenai beberapa klasifikasi pasar yang ada di Indonesia. Dijelaskan klasifikasi pasar yang ada yaitu klasifikasi tersebut yaitu (1) berdasarkan sifatnya terdapat pasar resmi dan tidak resmi, (2) berdasarkan lingkup pelayanan terdapat pasar lokal, regional, dan global, (3) berdasarkan jenis barang atau jasa yang ditawarkan terdapat pasar umum dan khusus, (4) berdasarkan waktu terdapat pasar malam, (5) berdasarkan skala aktivitas terdapat pasar eceran, grosir dan pasar induk, (6) berdasarkan skala pelayanan terdapat pasar lingkungan, wilayah dan pasar kota. Adanya pengelompokkan jenis pasar menunjukkan bahwa pasar yang ada di Indonesia sangat banyak.

**Konsep Konsumsi**

Kegiatan konsumsi merupakan rantai terakhir yang ada dalam serangkaian kegiatan ekonomi. Menurut Bagong Suyanto dalam bukunya menjelaskan bahwa konsumsi merupakan proses berubahnya modal yang berbentuk uang kemudian menjadi banyak komoditas melalui proses produksi suatu barang (Suyanto, 2013). Barang yang diproduksi dengan mempekerjakan berbagai buruh kerja lalu barang yang telah dihasilkan tersebut dipasarkan kepadakonsumen agar dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Adanya produksi yang dilakukan diharapkan dapat didistribusikan kepada konsumen untuk pemenuhan kebutuhan sehari – hari. Aktivitas produksi, distribusi dan konsumsi yang dilakukan oleh individu merupakan serangkaian dari kegiatan ekonomi.

Definisi lain dari konsumsi menurut Don Slater dijelaskan bahwa konsumsi adalah cara individu sebagai aktor sosial dalam memenuhi kebutuhan yang dimiliki sehari – hari sehingga menimbulkan rasa kepuasan bagi individu tersebut (Damsar, 2009). Maksud dari hal tersebut yaitu, konsumsi merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan yang dimiliki. Pemenuhan kebutuhan diharapkan dapat memberikan rasa kepuasan setelah mengonsumsi barang atau jasa yang ada. Kepuasan tersebut merupakan bentuk rasa senang aktor sosial dikarenakan kebutuhan keseharian terpenuhi dengan adanya konsumsi tersebut.

**Konsep Tindakan Sosial Max Weber**

Max Weber menjelaskan mengenai konsep teoritis tindakan sosial. Max Weber menjelaskan bahwa tindakan sosial merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh aktor sosial dengan adanya makna atau arti subyektif untuk diri sendiri dan ditujukan kepada tindakan orang lain (Ritzer, 2014a). Tindakan tersebut dilakukan oleh seorang individu dengan adanya motif yangdilakukan dengan sadar untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan yang ada mempunyai pertimbangan terhadap rintangan – rintangan serta manfaat yang ada. Pertimbangan adanya rintangan dan manfaat yang dilakukan secara sadar tersebut menjadi motif aktor sosial dalam melakukan suatu tindakan.

 Teori tindakan sosial yang dikemukakan oleh Max Weber terdapat empat tipe (Ritzer, 2014b). Empat tipe tersebut yaitu (1) Tindakan Rasionalitas Instrumental, yaitu tindakan yang dilakukan oleh individu untuk mencapai tujuan. Tindakan tersebut dilakukan secara sadar dengan motif yang ada dalam diri dengan pertimbangan hambatan dan manfaat dalam mencapai tujuan. (2) Tindakan rasional berorientasi Nilai, yaitu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dan berkaitan dengan nilai yang ada dimasyarakat. Nilai tersebut mencangkup nilai keagamaan, nilai tradisi, nilai sosial dalam melakukan suatu tindakan (3) Tindakan Tradisional, yaitu tindakan yang dilakukan oleh individu berdasarkan kebiasaan yang dilakukan secara turun temurun, (4) Tindakan Afektif, yaitu tindakan yang dilakukan oleh seseorang tanpa adanya pertimbangan secara sadar untuk mencapai tujuan. Tindakan tersebut dilakukan seseorang dipengaruhi oleh perasaan atau emosi dalam diri individu.

**PEMBAHASAN**

**Pasar di Surabaya**

Surabaya yang mempunyai banyak perusahaan disektor industri membuat Surabaya dikenal sebagai kota perdagangan. Surabaya merupakan pusat perdagangan untuk kota lain disekitarnya. Dikutip dari dalam Bappeda Jawa Timur bahwa Surabaya juga memfasilitasi hasil perdagangan yang ada di Kalimantan, Jawa Tengah, dan Indonesia Bagian Timur (Bappeda Jatim, 2013). Bergerak diindustri perdagangan membuat banyak sektor perdagangan yang mendistribusikan barang di kota sekitar Surabaya, Provinsi lain, maupun seluruh Indonesia. Hal tersebut yang membuat kota Surabaya mempunyai peranan penting disektor perdagangan. Dikutip dari website Pemkot Surabaya menjelaskan mengenai pengembangan sektor perdagangan yang terdapat di Surabaya. Dijelaskan bahwa terdapat 182 pasar tradisional sebagai penunjang dalam menyediakan kebutuhan pokok (Pemkot Surabaya, 2016). Pengelolaan pasar tersebut dilakukan oleh Pemda Surabaya.

Adanya jumlah pasar tradisional yang banyak diharapkan dapat membantu penyediaan kebutuhan masyarakat Surabaya. Lokasi yang luas menyebabkan Surabaya memiliki banyak kecamatan didalamnya. Setiap kecamatan mempunyai masing – masing pasar tradisional didalamnya. Dilansir dari Surabaya.go.id disebutkan bahwa Surabaya mempunyai dua kategori kelas pasar.kategori kelas tersebut yakni pasar kelas khusus dan pasar kelas umum (Surabaya.go.id, 2012). Kategori pasar kelas khusus berada di kecamatan Pabean Cantikan, Krembangan dan kecamatan karang pilang. Sedangkan kategori pasar kelas umum berada di kecamatan Simokerto, Gubeng, Sawahan, dan kecamatan Wonokromo.

**Tabel 1 Data Pasar Berdasarkan Kecamatan**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kecamatan** | **Jumlah Pasar** |
| **Surabaya Pusat**1. Tegalsari
2. Genteng
3. Bubutan
4. Simokerto
 | 6744 |
| **Surabaya Utara**1. Pabean Cantikan
2. Semampir
3. Krembangan
4. Kenjeran
5. Bulak
 | 83401 |
| **Surabaya Timur**1. Tambaksari
2. Gubeng
3. Rungkut
4. Tenggilis Mejoyo
5. Gunung Anyar
6. Sukolilo
7. mulyorejo
 | 6513011 |
| **Surabaya Selatan**1. Sawahan
2. Wonokromo
3. Karangpilang
4. Dukuh Pakis
5. Wiyung
6. Wonocolo
7. Gayungan
8. Jambangan
 | 56220010 |
| **Surabaya Barat**1. Tandes
2. Sukomanunggal
3. Asemrowo
4. Benowo
5. Pakal
6. Lakarsantri
7. sambikerep
 | 4120020 |

Sumber: Data Pemkot Surabaya (surabaya.go.id)

**Kondisi Sosial Ekonomi Subjek Penelitian**

Pasar Pacuan Kuda merupakan salah satu pasar yang berada di kecamatan Sawahan. Lebih tepatnya pasar tersebut terletak di kelurahan Petemon, Surabaya. lokasi pasar yang strategis yaituberdekatan dengan Petemon dan Simo Sidomulyo. Lokasi tersebut dekat dengan pemukiman masyarakat di jalan Petemon gang 2. Jam operasional pasar Pacuan Kuda mulai dari pukul 05.00 WIB hingga pukul 12.00 WIB. Jam operasional tersebut hanya berlaku untuk pedagang yang berada di kanan dan kiri trotoar. Sedangkan jam operasional kios – kios yang ada di pasar yaitu pukul 08.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB. Kios – kios tersebut hanya menjual barang – barang yang tidak berkaitan dengan keperluan dapur. Hal tersebut dikarenakan keperluan dapur seperti sayur, buah, daging, dan kebutuhan dapur lainnya dijual pada kanan kiri trotoar saja.

Banyak masyarakat di wilayah tersebut berbelanja kebutuhan di pasar tradisional. Pasar tersebut adalah pasar Pacuan Kuda. Hal tersebut dikarenakan lokasi pasar yang berdekatan dengan tempat tinggal. Setiap pagi pasar Pacuan Kuda selalu ramai pengunjung terutama pada hari libur. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya intensitas kendaraan dan semakin bertambahnya kios – kios pedagang yang ada di pasar tersebut. Banyaknya jumlah pedagang dan kendaraan pembeli yang berbelanja dipasar sehingga membuat pasar sering terjadikemacetan. Pasar tradisional dikaitkan dengan pengunjung yang mempunyai status sosial ekonomi bawah. Walaupun masyarakat Petemon memilih berbelanja di pasar tradisional, bukan berarti kondisi sosial ekonomi masyarakat tersebut tergolong sebagai ekonomi kelas bawah.

Berdasarkan hasil dilapangan, peneliti menemukan bahwa masyarakat yang mempunyai rumah di wilayah Petemon merupakan masyarakat dengan kondisi sosial ekonomi kelas atas. Hal tersebut berdasarkan status kepemilikan rumah, jenis pekerjaan, pendapatan dan perbulan tiap bulan. Masyarakat Petemon dibeberapa tempat dan sektor, yaitu sebagai pegawai swasta di perusahaan swasta, sebagai guru, sebagai pedagang, hingga sebagai pengusaha. Pendapatan yang diperoleh masyarakat berkisar Rp.4.000.000,00 hingga Rp.20.000.000,00 perbulan. Beberapa masyarakat Petemon juga mempunyai usaha sampingan yaitu dengan menyewakan rumah untuk dikontrakan maupun indekos. Biaya sewa tersebut bervariasi. Untuk sewa kontrakan di Petemon memerlukan biaya Rp.3.000.000,00 hingga Rp.10.000.000pertahun. Sedangkan sewa indekos memerlukan biaya Rp500.000,00 hingga Rp.2.000.000 untuk satu kamar perbulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat yang mengunjungi pasar tradisional bukan hanya dari masyarakat sosial ekonomi kelas atas, namun masyarakat ekonomi kelas atas juga memilih berbelanja di pasar tradisional.

**Tabel 2 Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Petemon**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nama** | **Pekerjaan** | **Pendapatan** | **Pengeluaran** |
| Subjek Penelitian Pertama | Pegawai Swasta di perusahaan agen jual beli mobil | Rp.10.000.000,00  | Rp.5.000.000,00 |
| Subjek Penelitian Kedua | Pengusaha konveksi baju, pedagang | Rp.8.000.000,00  | Rp.3.000.000,00  |
| Subjek Penelitian Ketiga | Guru Paud, jasa catering, pengusaha properti (sewa kontrakan) | Rp.5.000.000,00 meninggal) | Rp.1.000.000,00 |
| Subjek Penelitian Keempat | wirausaha (pengusaha percetakan) | Rp. 20.000.000,00 lebih  | Rp.15.000.000,00 |
| Subjek PenelitianKelima | Pegawai swasta, Pengusaha properti (sewa kontrakan dan indekos) | Rp. 8.000.000,00  | Rp.4.000.000,00 |
| Subjek Penelitian Keenam | Pengusaha otomotif dan pemilik bengkel | Rp.10.000.000,00  | Rp.4.000.000,00 |

Sumber: Data Primer

**Kondisi Obyektif Subjek Penelitian**

Pada umumnya aktivitas berbelanja yang ada di masyarakat tidak berbeda antara satu dengan yang lainnya. Masyarakat dengan status ekonomi menengah keatas maupun menengah kebawah juga sama cara berbelanja di pasar. Hal utama yang akan dilakukan masyarakat ketika berbelanja adalah dengan membeli sesuatu yang diperlukan di rumah. Ketika berada di pasar maka keperluan semua masyarakat meliputi kebutuhan dapur maupun kebutuhan makanan lainnya. Hal tersebut terjadi karena pasar tradisional umumnya menjual kebutuhan dapur dan kebutuhan makanan sehari – hari. Masyarakat dengan status ekonomi atas juga menggantungkan diri kepada pasar dalam memenuhi kebutuhan dapur. Dengan demikian, pasar tradisional tidak hanya dikunjungi oleh ekonomi bawah saja melainkan masyarakat ekonomi atas juga. Semua masyarakat dengan status ekonomi yang berbeda bergantung dengan aktivitas jual beli yang ada di pasar tradisional. Aktivitas berbelanja di pasar tradisional juga berlaku untuk subjek penelitian. Mempunyai status ekonomi atas membuat subjek dan lingkungan sekitar tidak meninggalkan pasar tradisional.

Ketika berada di lokasi penelitian terdapat enam subjek yang sesuai dengan dua kriteria pada penelitian. Kriteria pertama yang ditentukan oleh penulis meliputi penduduk asli atau penduduk tetap yang bertempat tinggal diwilayah Petemon Gang 2. Data kependudukan tersebut diperoleh peneliti dari KTP maupun data yang dimiliki oleh Rukun Warga (RW) di wilayah tersebut. Keenam subjek penelitian tersebut terdiri dari empat subjek penduduk asli dan dua subjek penduduk tetap di Petemon. Sedangkan kriteria kedua yaitu mempunyai status sosial ekonomi atas berdasarkan pekerjaan dan kepemilikan harta dari subjek penelitian. Target subjek penelitian memiliki harta berupa rumah pribadi, usaha yang dijalankan, dan pendapatan minimal Rp.5.000.000,00 perbulan. Keenam subjek penelitian tersebut memiliki satu rumah pribadi, usaha yang dijalankan dan pendapatan sesuai yang ditentukan oleh peneliti.

Terdapat empat subjek penelitian yang merupakan warga asli wilayah Petemon gang II dan dua warga pendatang yang menetap di wilayah Petemon gang II. Data kependudukan tersebut didapatkan melalui ketua RW di wilayah tersebut. Dalam pemenuhan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari – hari, keenam subjek penelitian memilih untuk berbelanja di pasar Pacuan Kuda yang berada di wilayah tempat tinggal subjek. Lokasi pemukiman yang berdekatan dengan pasar menjadikan warga Petemon gang II memilih untuk berbelanja di pasar tradisional tersebut. Keenam subjek melakukan hal tersebut untuk menghemat waktu dan tenaga. Semakin dekat pasar dengan rumah maka semakin sedikit waktu yang diperlukan untuk pergi ke pasar tersebut.

Barang – barang atau kebutuhan yang dibeli di pasar Pacuan Kuda beranekaragam. Keanekaragaman barang yang dijual di pasar tersebut menyebabkan masyarakat bergantung kepada pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan yang dibeli di pasar dibedakan menjadi beberapa macam. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan bahan makanan atau kebutuhan dapur, makanan siap saji, pakaian, bahan bangunan dan barang elektronik lainnya.Keenam subjek penelitian berpendapat bahwa barang yang sering dibeli oleh masyarakat Petemon adalah kebutuhan pokok manusia. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan bumbu dapur, ikan, daging, sayuran, buah – buahan, hingga barang pecah belah atau peralatan dapur lainnya. Kebutuhan pokok yang ada sangat lengkap tersedia di Pasar Pacuan Kuda. Beberapa barang tersebut susah ditemukan pada pasar swalayan di wilayah Petemon. Pasar swalayan cenderung hanya menjual kebutuhan makanan atau kebutuhan dapur saja. Hal tersebut membuat masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar tradisional daripada pasar swalayan di wilayah tersebut. Sekali berbelanja maka dapat membeli beberapa kebutuhan sehari – hari tanpa harus berpindah lokasi.

Intensitas berbelanja di pasar tradisional pada keenam subjek penelitian terdapat perbedaan. Perbedaan tersebut jelas terjadi antara satu subjek dengan subjek lain dikarenakan kepadatan aktivitas masing - masing. Dari keenam subjek penelitian terdapat dua subjek yang berbelanja setiap hari, dua subjek berbelanja dua hari sekali, satu subjek berbelanja tiga hari sekali dan subjek terakhir tidak menentu untuk berbelanja di pasar. keenam subjek tersebut berbelanja kebutuhan di pasar apabila persediaan kebutuhan bahan pokok di rumah sudah habis. Intensitas berbelanja yang berbeda antar subjek dikarenakan aktivitas keseharian atau kesibukan yang berbeda pada setiap subjek penelitian.

Kebutuhan terhadap bahan pokok yang semakin meningkat membuat masyarakat termasuk keenam subjek penelitian harus mengeluarkan uang untuk membeli kebutuhan tersebut. Uang yang dikeluarkan setiap subjek penelitian untuk berbelanja kebutuhan pokok perbulan berbeda – beda. Pengeluaran tersebut mulai dari Rp.700.000,00 hingga Rp.3.500.000,00 (terbilang tujuh ratus ribu rupiah hingga tiga juta lima ratus ribu) perbulan. Perbedaan pengeluaran untuk berbelanja pada setiap subjek penelitian dikarenakan intensitas belanja, jumlah anggota keluarga, jumlah penghuni yang ada di rumah dan banyaknya kebutuhan pokok yang dibeli masing – masing subjek penelitian. Semakin banyak jumlah anggota keluarga dan jumlah kebutuhan yang dibeli, maka semakin banyak uang yang harus dikeluarkan oleh subjek penelitian.

Lokasi pasar yang strategis berdekatan dengan tempat tinggal masyarakat khususnya keenam subjek penelitian maka membuat masyarakat serta keenam subjek lebih memilih berbelanja di pasar Pacuan Kuda. Lokasi yang dekat tersebut memudahkan subjek penelitian dalam berbelanja sehingga waktu yang diperlukan relatif lebih singkat. Keenam subjek dapat menempuh pasar hanya dengan berjalan kaki.Hal tersebut membuat keenam subjek lebih hemat waktu dan tenaga untuk pergi belanja di pasar Pacuan Kuda. Berbeda dengan lokasi pasar swalayan yang perlu dijangkau menggunakan kendaraan pribadi untuk berbelanja. Dengan demikian menjadi pertimbangan keenam subjek penelitian mengenai efektivitasdalam berbelanja kebutuhan pokok sehari – hari.

Harga kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari – hari lainnya lebih murah. Hal tersebut menjadi motif lain masyarakat Petemon atau keenam subjek lebih memilih berbelanja di pasar tradisional daripada pasar swalayan atau pasar modern lainnya. Memiliki kekayaan yang berlimpah tidak membuat keenam subjek penelitian meninggalkan pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan pokok yang dimiliki. Pendapatan perbulan keenam subjek cukup banyak untuk berbelanja di pasar modern atau swalayan, namun subjek lebih memilih belanja di pasar Pacuan Kuda. Keenam subjek lebih suka berbelanja di pasar tradisional dengan harga yang murah daripada di pasar modern dengan harga relatif lebih mahal. Dengan demikian, pendapatan yang dimiliki subjek dapat ditabung dan digunakan untuk menambah aset kekayaan.

Interaksi jual beli kebutuhan pokok yang terjadi antara penjual dan pembeli pada pasar Pacuan Kuda juga menjadi alasan lain masyarakat dalam berbelanja. Interaksi yang berulang setiap berbelanja membuat masyarakat dan enam subjek penelitian menjalin hubungan antara penjual dan pembeli. Hubungan tersebut digunakan oleh subjek penelitian untuk mendapatkan potongan harga dan bonus belanjaan. Keenam subjek penelitian mengatakan bahwa semakin akrab dengan penjual maka semakin mudah pembeli untuk mendapatkan potongan harga yang diinginkan. Hal tersebut tidak bisa didapatkan masyarakat ketika harus berbelanja di pasar swalayan atau pasar modern lainnya.

Aktivitas berbelanja di pasar tradisional tidak hanya dilakukan oleh keenam subjek penelitian. Lingkungan sekitar subjek juga memilih untuk berbelanja di pasar tradisional daripada di pasar modern atau swalayan. Keluarga maupun tetangga dari keenam subjek memilih berbelanja di pasar tradisional karena faktor lokasi dan harga. Hal tersebut membuktikan bahwa pasar tradisional bukan hanya diminati oleh kalangan sosial ekonomi bawah. Keluarga keenam subjek memiliki status ekonomi atas juga berbelanja di pasar karena harga barang yang murah. Bukan tidak mampu membeli barang mahal di pasar modern atau swalayan, keenam subjek dan lingkungan sekitar lebih memilih menyimpan uang untuk menambah kekayaan daripada menghabiskan uang untuk berbelanja barang mahal. Dengan demikian menunjukkan bahwa tidak hanya kalangan sosial ekonomi bawah yang belanja karena harga murah, sosial ekonomi atas juga belanja dengan mencari harga yang murah. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa keenam subjek dan masyarakat disekitar lebih memilih berbelanja di pasar. Hal tersebut dikarenakan harga barang yang murah dan jarak lokasi pasar yang dekat dengan pemukiman.

**Tabel 3 Kondisi Obyektif Subjek Penelitian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Subjek Penelitian** | **Pendidikan Terakhir** | **Status Kependudukan** | **Kepemilikan Harta** | **Barang yang** **Dibeli** |
| Subjek Penelitian Pertama | S1 Teknik Bangunan | Warga Asli Petemon II (Ketua RT 08) | Dua Rumah | Buah, BumbuDapur,Kebutuhan Pokok, PeralatanDapur, danPerlengkapanJahit |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Subjek Penelitian Kedua | SMP | Warga asli Petemon II | 1 rumah pribadi, usaha konveksi, toko mainan, rental mobil | Sembako, kebutuhan pokok, bumbu dapur, dan perlengkapan jahit |
| Subjek Penelitian Ketiga | SMA | Warga asli Petemon II | Usaha catering, usaha properti (kontrakan dan indekos), 1 rumah pribadi | Bumbu dapur, kebutuhan pokok, dan peralatan dapur |
| Subjek Penelitian Keempat | SMA | Warga Tetap Petemon II | Usaha properti (1 kontrakan dan 3 indekos), 1 rumah Pribadi | Peralatan elektronik, bahan bangunan, kebutuhan pokok, buah, dan perlengkapan dapur |
| Subjek Penelitian Kelima | SMU | Warga Tetap Petemon II | Usaha Percetakan,Satu kantor produksi, 1 rumah pribadi | Sembako, pakaian, alatelektronik,bahan pokok, dan perlengkapan dapur |
| Subjek Penelitian Keenam | SMK | Warga Asli Petemon II | Usaha Bengkel dan Cuci Motor, bisnis Properti 1 rumah pribadi | Makanan siap saji dan pulsa elektronik |

**Rasionalitas dalam Memilih Berbelanja di Pasar Tradisional**

 Menurut Max Weber dalam Pengantar Sosiologi Ekonomi menjelaskan bahwa tindakan konsumsi yang dilakukan oleh seorang individu menjadi tindakan sosial apabila mempunyai makna (Damsar, 2009). Aktor sosial yang membeli sesuatu dan mempunyai motif dalam melakukan hal tersebut maka aktor itu melakukan tindakan sosial yang dikemukakan Max Weber. Seorang individu melakukan suatu tindakan berdasarkan rasionalitas yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Max Weber dalam buku Meneliti itu Mudah dijelaskan bahwa tindakan sosial yang dilakukan oleh seseorang muncul dari adanya rasionalitas yang ada sehingga mempunyai kesadaran terhadap diri yang berkaitan dengan perilaku individu (Sadewo, 2016). Dengan demikian maka individu dalam bertindak mempunyai motif untuk mencapai tujuan dalam bertindak. Dalam penelitian ini masyarakat Petemon memilih berbelanja di pasar tradisional terdapat motif untuk mencapai tujuan tersebut.

Tipe tindakan sosial ada empat yaitu tindakan rasionalitas instrumental, tindakan rasional berorientasi nilai, tindakan tradisional, dan tindakan afektif. Tiga subjek penelitian menggunakan tindakan rasionalitas instrumental. Pada penelitian ini menunjukkan terkait rasionalitas yang digunakan oleh keenam subjek penelitian ketika berbelanja di pasar Pacuan Kuda. Keenam subjek penelitian memiliki rasionalitas yang berbeda ketika berbelanja kebutuhan pokok di pasar tradisional. Hal tersebut ditunjukkan dengan alasan masing – masing subjek penelitian ketika lebih memilih berbelanja di pasar tradisional. Rasionalitas yang digunakan masing – masing subjek mempunyai tujuan yang ingin dicapai.

Pengguna tindakan rasionalitas instrumental yaitu subjek penelitian pertama, subjek penelitian kedua dan subjek penelitian ketiga.Subjek tersebut bernama Ningrum (46 Tahun), Handoko (65 Tahun), dan Jarwati (61 Tahun). Alasan ketiga subjek tersebut berbelanja di pasar tradisional yaitu faktor harga barang yang terjangkau dan lokasi pasar.Lokasi pasar Pacuan Kuda yang dekat dengan pemukiman membuat ketiga subjek penelitian memilih berbelanja di pasar tersebut. Hal tersebut dikarenakan ketiga subjek tidak perlu menggunakan kendaraan untuk pergi ke pasar Pacuan Kuda.Harga barang yang terjangkau di pasar,menyebabkan ketiga subjek dapat lebih banyak membeli barang dengan uang yang dimiliki. Adanya proses tawar menawar untuk mencapai harga yang diinginkan membuat ketiga subjek memilih berbelanja di pasar tradisional. Ketiga subjek mempunyai tujuan berbelanja di pasar tradisional untuk mendapatkan harga murah. Maka dari itu, ketigasubjek memutuskan secara sadar untuk memilih berbelanja kebutuhan pokok di pasar.

**Tabel 4 Tindakan Rasionalitas Instrumental**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Subjek Penelitian** | **Intensitas Belanja** | **Pengeluaran Belanja Perbulan** | **Alasan berbelanja** |
| Subjekpenelitian Pertama | Dua hari sekali | Rp.1.000.000,00 | Dekat dengan rumah, harga murah |
| Subjek Penelitian Kedua | Setiap hari | Rp.950.000,00 | Dekat dengan rumah, sudah berlangganan |
| Subjek Penelitian Ketiga | Dua hari sekali | Rp.700.000,00 | Harga murah, sudah berlangganan, dekat dengan rumah |

Sumber: Data di lapangan

Terdapat satu subjek penelitian yang melakukan tindakan rasional berorientasi nilai. Subjek tersebut adalah subjek kelima bernama Rio (58 Tahun). Aktivitas memasak untuk pegawai membuat subjek harus berbelanja setiap hari di pasar. Dijelaskan bahwa pemilihan belanja di pasar dikarenakan harga bahan pokok yang murah. Selain itu nilai sosial yang melekat pada diri membuat subjek berbelanja di pasar tradisional. Menurut subjek, dengan cara berbelanja di pasar tradisional maka seseorang dapat membantu orang lain dalam mendapatkan rejeki. Dengan motif tersebut maka subjek mempunyai tujuan berbelanja di pasar untuk membantu pedagang yang berjualan.

**Tabel 5 Tindakan Rasional Berorientasi Nilai**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Subjek Penelitian** | **Intensitas Belanja** | **Pengeluaran Belanja Perbulan** | **Alasan berbelanja** |
| Subjek Penelitian Kelima | Setiap Hari | Rp.3.500.000,00 | Dekat dengan rumah, membantu rejeki pedagang pasar, harga murah, Kualitas barang |

Sumber: Data di lapangan

Tipe tindakan sosial yang ketiga yaitu tindakan tradisional. Tindakan tradisional merupakan tindakan yang dilakukan secara turun temurun antar generasi. Satu subjek penelitian yang menggunakan tindakan tradisional yaitu subjek penelitian keempat. Subjek tersebut bernama Wartini (38 Tahun). Subjekmemilih berbelanja kebutuhan sehari – hari di pasar karena meniru keluarga yang juga berbelanja di pasar. Nenek, ibu dan ibu mertua dari subjek juga berbelanja di pasar tradisional. Aktivitas tersebut dilakukan secara turun – temurun dari generasi nenek hingga subjek saat ini. Dengan demikian maka subjek juga meniru untuk berbelanja di pasar tradisional. Menurut subjek, aktivitas keluarga yang terjadi secara berulang – ulang mempengaruhi untuk melakukan aktivitas tersebut.

**Tabel 6 Tindakan Tradisional**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Subjek Penelitian** | **Intensitas Belanja** | **Pengeluaran Belanja Perbulan** | **Alasan berbelanja** |
| Subjek penelitian keempat | Tiga hari sekali | Rp.1.000.000,00 | Sudah terbiasa, turun – temurun dari orang tua |

Sumber: Data di lapangan

Tindakan afektif merupakan tindakan yang terjadi tanpa adanya perencanaan, tindakan dilakukan akibat adanya perasaan atau emosi yang ada pada diri individu. Subjek penelitian yang menggunakan tindakan afektif yaitu subjek penelitian keenam. Subjek tersebut bernama Bambang (39 Tahun).Subjek mengatakan jika berbelanja di pasar apabila terdapat kebutuhan mendadak atau membeli makanan karena lapar. Istri subjek tidak pernah memasak sehingga tidak pernah pergi ke pasar. Ketika subjek merasa lapar di malam hari maka subjek akan pergi ke pasar untuk membeli makanan siap saji. Apabila subjek tidak memiliki kebutuhan mendesak maka subjek tidak akan pergi berbelanja di pasar tradisional. Hal tersebut terjadi karena padatnya aktivitas subjek dan keluarga sehingga tidak mempunyai waktu untuk ke pasar.

**Tabel 7 Tindakan Afektif**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Subjek Penelitian** | **Intensitas Belanja** | **Pengeluaran Belanja Perbulan** | **Alasan berbelanja** |
| Subjek Penelitian keenam | Tidak menentu | Tidak menentu | Terdapat kebutuhan mendesak, ketika merasa lapar |

Sumber: Data di lapangan

**KESIMPULAN**

 Warga yang bertempat tinggal di Petemon dibagi menjadi tiga yaitu warga asli, warga tetap (pendatang yang mempunyai rumah di Petemon), dan warga musiman (pendatang yang menyewa rumah di Petemon. Kondisi sosial ekonomi masyarakat di wilayah Petemon II dibagi menjadi dua yaitu sosial ekonomi atas dan sosial ekonomi bawah. Dari hasil penelitian di lapangan warga asli atau warga tetap mempunyai kondisi sosial ekonomi atas daripada penduduk musiman. Pekerjaan masyarakat tersebut yaitu pegawai swasta, guru, hingga pengusaha. Pendapatan yang diperoleh juga beranekaragam. Pendapatan tersebut mulai dari Rp.4.000.000,00 hingga Rp.20.000.000,00 satu bulan.

Tindakan sosial yang dilakukan ketika berbelanja di pasar tradisional memiliki motif dan tujuan yang berbeda – beda. Mempunyai pendapatan yang besar tidak membuat masyarakat berpindah dari pasar tradisional ke pasar modern. Harga yang murah dan lokasi pasar membuat lima subjek penelitian diatas tertarik berbelanja di pasar tradisional daripada pasar modern. Masyarakat sosial ekonomi atas juga berbelanja di pasar Pacuan Kuda untuk mendapatkan harga yang murah. Penelitian ini memecahkan stigma bahwa hanya sosial ekonomi bawah yang berbelanja di pasar tradisional.

Terdapat empat tipe tindakan sosial yang dikemukakan Max Weber kemudian dikaitkan dengan tindakan berbelanja yang dilakukan masyarakat di pasar tradisional. Menurut hasil di lapangan terdapat tiga subjek penelitian yang menggunakan tindakan rasionalitas instrumental dengan mempertimbangkan harga barang dan lokasi pasar, terdapat satu subjek penelitian yang melakukan tindakan rasional berorientasi nilai dengan mempertimbangkan nilai kemanusiaan dan keagamaan, satu subjek penelitian melakukan tindakan tradisional dengan pertimbangan atas aktivitas turun – temurun antar generasi, dan satu subjek penelitian melakukan tindakan afektif. Keenam subjek penelitian melakukan belanja di pasar tradisional dengan pertimbangan secara sadar untuk mencapai tujuan. Tujuan yang berbeda antar subjek membuat rasionalitas yang digunakan juga berbeda. Keempat tipe tindakan tersebut dilakukan oleh masyarakat ketika memilih berbelanja di pasar tradisional pasca pembangunan pasar modern.

**DAFTAR PUSTAKA**

Bappeda Jatim. (2013). Kota Surabaya. Retrieved from http://bappeda.jatimprov.go.id/bappeda/wp-content/uploads/potensi-kab-kota-2013/kota-surabaya-2013.pdf

Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi Edisi Kedua*. Jakarta.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur. (2019). *Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan*. Surabaya.

DPD RI. (2015). Peran Pasar Tradisional Sebagai Pondasi Dasar Ekonomi Kerakyatan. Retrieved April 29, 2019, from http://www.dpd.go.id/artikel-957-peran-pasar-tradisional-sebagai-pondasi-dasar-ekonomi-kerakyatan

Legowo, M. (2013). *Modernisasi Pasar, Marjinalisasi pedagang*. Surabaya: Unesa University Press.

Lestari, A. A. (2018). *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Di Kota Samarinda*. *6*(2), 700–712.

Liputan6.com. (2014). *6 Alasan Belanja di Pasar Tradisional Tetap Menarik*. Indonesia.

Luh Kadek Budi Martini, P. K. dan A. A. D. W. (2016). *Diselenggarakan oleh : LEMBAGA PENELITIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (LPPM) UNMAS DENPASARJL. KAMBOJA NO. 11 A KOTA DENPASAR –PROVINSI BALI29 –30 AGUSTUS 2016488Unmas DenpasarSTRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONALDALAM UPAYA MENGANTISIPASI PERTUMBUHAN P*. (11), 488–496.

Muftiadi, R. A., & Maulina, E. (2016). the Business Dynamic of Traditional Market Place : Demand Preferencae Approach. *AdBispreneur*, *1*(2), 113–126. https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v1i2.10234

Pemkot Surabaya. (2016). *Surabaya 2016*. Retrieved from https://surabaya.go.id/uploads/attachments/2016/10/13986/profil\_surabaya\_2016\_vfinal\_ar\_compressed\_compress.pdf

Ritzer, George. (2014). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Riyanah. (2017). *Pengaruh Lokasi Pasar Modern (Indomaret) dan Pasar Tradisional Terhadap Minat Konsumen*. Retrieved from http://repository.syekhnurjati.ac.id/2397/1/Riyanah-min.pdf

Sadewo, Fx Sri. (2016). Meneliti Itu Mudah. In *Unesa University Press* (M. Legowo). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Salim, A. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Saodah, D. S., & Malia, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional ( Studi Kasus Pasar Muka Cianjur ). *Journal Agroscience*, *7*(1). Retrieved from https://jurnal.unsur.ac.id/agroscience/article/view/51

Surabaya.go.id. (2012). Informasi Data Pokok Kota Surabaya Tahun 2012.

Suyanto, B. (2013). *Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modernisme*.

Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata*, *15*(1), 19–32. https://doi.org/10.17509/jurel.v15i1.11266

Tohari, M. (2018). *HUKUM PERSAINGAN USAHA Integrasi Pasar Tradisional dan Pasar Modern* (Farkhani, Ed.). Solo: Taujih.

Widyatmoko, E. (2018). *Analisis daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern di sukoharjo*.

Worldbank. (2016). Maraknya Pasar Swalayan di Indonesia Membuka Peluang Baru bagi Pasar Tradisional dan Petani. Retrieved April 1, 2019, from http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASIAPACIFICEXT/INDONESIAINBAHASAEXTN