

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Dalam konteks pemenuhan kebutuhan, kebutuhan setiap masyarakat berbeda-beda, tergantung dengan pendapatan yang dimiliki. Bagi masyarakat yang memiliki pendapatan lebih, pasti mereka ingin memiliki produk-produk yang lebih mewah, berbelanja dan menggunakan uangnya di tempat yang bersih, produk-produknya lengkap, tertata rapi dan tidak berdesak-desakan.¹ Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Keberadaan pasar tradisional bagi masyarakat khususnya bagi masyarakat daerah/pinggiran dalam kegiatan berdagang, karena didalam pasar tradisional harga juga lebih murah dan terjangkau bagi masyarakat dibanding belanja di mall/swalayan.²

Namun, seiring perkembangan ekonomi dan perubahan gaya hidup Masyarakat, pasar modern mulai bermunculan dan berkembang pesat di berbagai daerah. Pasar modern merupakan pasar yang dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba modern, mengutamakan kenyamanan berbelanja, pelayanan mandiri, dan menjual berbagai jenis barang secara

¹ M Affan Gafar, Abdul Magrib Gafar, dan Muhammad Nashruddin, "Dampak Ritel Modern Terhadap Toko Tradisional Di Kecamatan Suela," *Jurnal Agri Rinjani* 3, no. 1 (2023): 1–6.

² Angkasawati dan Milasari Dewi, "Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 14, no. 1 (2021): 169–87.

eceran yang terorganisir dalam display dan rak-rak yang tertata.³ hal ini membuat pedagang di pasar tradisional khawatir akan kehadiran pasar modern yang dapat mempengaruhi pendapatan para pedagang atau beralihnya minat beli pelanggan.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya

No	Nama Pasar	Kecamatan
1	Pasar Cikurubuk	Mangkubumi
2	Pasar Pancasila	Tawang
3	Pasar Indihiang	Indihiang
4	Pasar Padayungan	Cihideung
5	Pasar Cibeuti	Kawalu
6	Pasar Gegernoong	Tamansari
7	Pasar Burung Besi	Mangkubumi
8	Nyemplong/Sindang Hayu	Tamansari
9	Pasar Cibeureum	Cibeureum
10	Pasar Rakyat Kecamatan Purbaratu	Purbaratu

Sumber: Open Data Kota Tasikmalaya⁴

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, terlihat bahwa jumlah pasar modern lebih banyak dibandingkan jumlah pasar tradisional terkhusus di kota Tasikmalaya. Meskipun menurun dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pasar modern masih mendominasi jika dibandingkan dengan pasar tradisional yang hanya berjumlah 10 pasar utama tersebar di berbagai kecamatan, Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan pasar modern di Kota Tasikmalaya lebih pesat dibandingkan pasar tradisional, yang jumlahnya relatif tetap. Hal ini dapat berdampak pada menurunnya daya saing dan minat masyarakat

³ Dwika Putri Pamelang dkk., “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Era Digital,” *Jurnal Riview Pendidikan dan Pengajaran* 7, no. 4 (12 November 2024): 16218–23, <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>.

⁴ Open data kota tasikmalaya, Data Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya. Diakses melalui situs: <https://data.tasikmalayakota.go.id/home/dinas-koperasi-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-perindustrian-dan-perdagangan/data-pasar-tradisional-tahun-2019/> pada tanggal 22 Oktober 2025

berbelanja di pasar tradisional, karena masyarakat memiliki semakin banyak pilihan berbelanja di ritel modern yang menawarkan kenyamanan dan fasilitas yang lebih lengkap.

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk dan jasa, tentu sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya.⁵

Pasar tradisional selama ini lebih diidentikan sebagai tempat kumuh, kotor, semrawut, becek, bau, sumpek, sumber kemacetan, sarang preman dan seterusnya. Kesan negatif ini yang menyebabkan sebagian kalangan masyarakat, khususnya kaum menengah ke atas dan kalangan remaja timbul kesan bahwa berbelanja di pasar tradisional harus dihindari karena dapat menurunkan gengsi.⁶ Dengan ciri pasar tradisional yang seperti itu juga menjadikan pasar tradisional kurang diminati masyarakat dan enggan untuk mengunjungi ke pasar tersebut. Berbeda dengan kondisi pasar modern yang

⁵ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Deepublish Publisher, 2018). Hal 1-2

⁶ Ida Bagus Brata, "Pasar Tradisional di Tengah Arus Budaya Global," *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, no. 1 (2016): 1-12.

tentu lebih bersih, nyaman sehingga konsumen lebih memilih berbelanja di pasar modern.

Pasar Pancasila merupakan bukan pasar pusat Kota Tasikmalaya, sehingga dari segi jumlah dan karakteristik pengunjungnya berbeda dengan pasar pusat kota. Meskipun demikian, pasar ini tetap berperan penting sebagai tempat berbelanja bagi masyarakat sekitar dan telah memiliki pelanggan tetap. Namun, dalam perkembangannya terjadi penurunan jumlah konsumen yang salah satunya dipengaruhi oleh keberadaan pedagang kaki lima (PKL) di sekitar area pasar. Sementara itu, keberadaan pasar mingguan seperti Pasar Kojengkang dan kegiatan *Car Free Day* (CFD) relatif kurang berpengaruh terhadap penurunan konsumen Pasar Pancasila, karena pengunjung pasar mingguan dan CFD umumnya bukan pelanggan tetap, berbeda dengan Pasar Pancasila yang memiliki basis konsumen yang rutin dan berkelanjutan.⁷

Namun berbeda dengan Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya yang kini sudah mengalami renovasi atau revitalisasi pada tahun 2021. Revitalisasi ini dilakukan oleh pihak pengelola pasar dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan pasar (*Store Atmosphere*) yang lebih bersih, nyaman, dan modern tanpa menghilangkan ciri khas tradisionalnya.⁸ Selain itu, peningkatan kebersihan lingkungan, serta penyediaan fasilitas umum yang memadai seperti area parkir, toilet, dan sistem sirkulasi udara yang lebih baik, turut dilakukan⁹.

⁷ Wawancara Dengan Pengelola Pasar Pancasila Tanggal 23 Desember 2025 Di Kantor Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya

⁸ Wawancara dengan Redi Angga R tanggal 21 Oktober 2025 di Kantor Pasar Indihiang Kota Tasikmalaya

⁹ Wawancara dengan Redi Angga R tanggal 21 Oktober 2025 di Kantor Pasar Indihiang Kota Tasikmalaya

Upaya ini tidak hanya memberikan kenyamanan bagi pedagang dalam menjalankan aktivitas jual beli, tetapi juga meningkatkan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan bagi para pengunjung. Melalui perbaikan sarana dan prasarana, seperti penataan ulang kios pedagang yang mana sebelum dilakukan revitalisasi jumlah kios yang tersedia sebanyak 309 kios, dan setelah proses revitalisasi selesai jumlahnya meningkat menjadi 343 kios dengan Gedung terdiri dari 2 lantai.

Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya juga memiliki keunggulan lain yaitu pengawasan terhadap harga jual produk yang dilakukan secara rutin oleh pihak pengelola pasar. Pengelola pasar berperan aktif dalam memantau dan mengontrol harga jual berbagai komoditas agar tetap stabil dan tidak terjadi lonjakan harga yang berlebihan. Langkah ini dilakukan untuk mencegah terjadinya inflasi di tingkat pasar tradisional, yang dapat merugikan baik pedagang maupun konsumen¹⁰. Dengan adanya pengawasan harga tersebut, produk-produk yang dijual di Pasar Pancasila umumnya memiliki harga yang standar dan terjangkau, sesuai dengan daya beli masyarakat. Pengendalian harga ini juga menciptakan rasa kepercayaan antara penjual dan pembeli, karena pembeli merasa aman berbelanja tanpa khawatir akan adanya permainan harga.

Selain itu, Lokasi Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya terletak dikawasan yang strategis, yaitu berada ditengah-tengah permukiman warga, sehingga

¹⁰ Wawancara dengan Redi Angga R tanggal 21 Oktober 2025 di Kantor Pasar Indihiang Kota Tasikmalaya

sangat mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberadaan pasar yang berdekatan dengan pemukiman warga membuat warga tidak perlu menempuh jarak jauh untuk berbelanja, sehingga efisiensi waktu dan biaya dapat terjaga. Pasar Pancasila juga berada pada jalur penghubung menuju Ciamis, sehingga dapat dijangkau tidak hanya oleh masyarakat setempat, tetapi juga oleh masyarakat dari luar Kota Tasikmalaya.¹¹

Aksesibilitas menuju Pasar Pancasila juga tergolong sangat baik karena berada di jalur yang ramai dan sering dilalui oleh angkutan umum, seperti angkot dan ojek online, yang memudahkan pengunjung dari berbagai daerah untuk datang berbelanja. Kondisi ini menjadikan Pasar Pancasila tidak hanya dikunjungi oleh warga sekitar, tetapi juga oleh masyarakat dari luar kawasan permukiman yang tertarik dengan kenyamanan serta kelengkapan produk yang tersedia di pasar tersebut. Akses jalan yang memadai dan tersedianya fasilitas parkir juga menambah daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi.

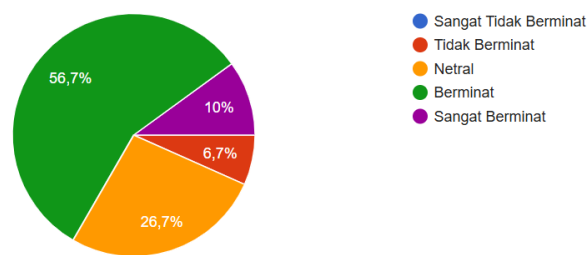
Pengelola pasar berharap dengan adanya suasana pasar yang tertata rapi dan bersih, harga jual yang terjaga, serta lokasi yang strategis, dapat meningkatkan minat beli masyarakat serta menghidupkan kembali peran pasar tradisional sebagai pusat perekonomian rakyat di tengah maraknya persaingan dengan ritel modern. Akan tetapi, kenyataannya harapan tersebut belum

¹¹ Wawancara dengan Ismi Pengelola Pasar Pancasila tanggal 23 Desember 2025 di Kantor Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya

sepenuhnya terrealisasi, hal ini ditunjukkan oleh menurunnya jumlah pengunjung pasar, jika dianalogikan yang semulanya mencapai sekitar 500 orang per hari kini hanya sekitar 300 orang per hari, serta terdapat sejumlah kios yang dialihkan kepemilikannya bahkan ada yang tidak lagi beroperasi¹².

1. Apakah Kamu berminat berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar tradisional pancasila?

30 jawaban



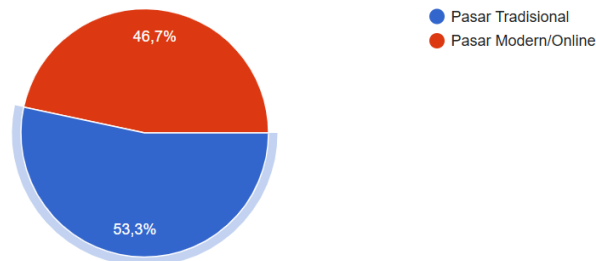
Gambar 1.3 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan yang dilakukan penulis kepada 30 responden di sekitar lingkungan dekat dengan pasar pancasila, melalui *google form* yaitu diperoleh temuan bahwa sebagian besar responden (66,7%) menunjukkan minat positif untuk berbelanja di Pasar Tradisional Pancasila (gabungan dari “berminat” dan “sangat berminat”). Hanya sebagian kecil (6,7%) yang menyatakan tidak berminat, sedangkan sisanya (26,7%) bersikap netral. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional Pancasila masih memiliki daya tarik cukup kuat di kalangan Masyarakat.

¹² Wawancara dengan Redi Angga R tanggal 21 Oktober 2025 di Kantor Pasar Indihiang Kota Tasikmalaya

2. Dimana kamu berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari?

30 jawaban



Gambar 1.4 Studi Pendahuluan

Selanjutnya, diagram diatas menyatakan bahwa 53,3% berbelanja di pasar tradisional sedangkan 46,7% berbelanja di pasar modern/online. Mayoritas responden (53,3%) masih memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja utama, meskipun selisihnya tidak terlalu jauh dengan pasar modern/online (46,7%). Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran pola perilaku konsumen sebagian masyarakat mulai beralih ke pasar modern atau online. Hal ini sejalan dengan penelitian Pameling (2024), yang mengemukakan bahwa perilaku konsumen mengalami pergeseran dari pasar tradisional ke pasar modern dan online.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Kevin, Fitri dan Wan (2022) menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di pasar buah Sudirman kota pekan baru.¹⁴ Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Sunanti, Awin dan Ni made (2025) *store atmosphere* tidak

¹³ Pameling dkk., “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Era Digital.”

¹⁴ Kevin Yudira, Fitri Ayu Nofirda, dan Wan Laura Hardilawati, “Pengaruh Store Atmosphere, Quality Product, Dan Harga Terhadap Minat Beli Di Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru,” *Economics, Accounting and Business Journal* 2, no. 1 (2022): 15–26.

berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada warkop sedulur Tunggal kopi cabang nginden semolo Surabaya.¹⁵

Pada penelitian yang dilakukan oleh Husni, Wati dan Siti (2023) dengan judul “Strategi Pengembangan pada Pasar Tradisional Guntur Ciawitali Garut” Hasil penelitiannya bahwa faktor eksternal dan faktor internal memiliki pengaruh pada Pasar Guntur Ciawitali Garut yaitu faktor eksternal terdiri dari kekuatan pasar Guntur Ciawitali Garut terdiri dari lokasi yang strategis, target konsumen semua kalangan, masih terdapat budaya tawar menawar, terdapat upaya perbaikan pasar, produk yang variatif, dan harga produk yang dijual sangat murah.¹⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Angkasawati dan Devi (2021) dengan Judul “Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung”.¹⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa Tindakan untuk meningkatkan minat pengunjung diantaranya renovasi fisik pasar, kegiatan pembersihan jalan, penataan tempat dan pengelompokan jenis dagang, pelayanan administrasi yang baik, ketertiban dan keamanan pasar, tersedia fasilitas umum, serta tersedianya tempat parkir yang luas.

¹⁵ Sunarti, Awin Mulyati, dan Ni Made Ida Pratiwi, “Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung pada Warkop Sedulur Tunggal Kopi Cabang Nginden Semolo Surabaya,” *Journal Social Society* 5, no. 1 (Januari 2025): 2025, doi:10.30605/jss.5.1.2025.698.

¹⁶ Husni Muharam, Wati Susilawati, dan Siti Sarofah, “Strategi Pengembangan pada Pasar Tradisional Guntur Ciawitali Garut,” *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan* 6, no. 1 (2023): 2023.

¹⁷ Angkasawati dan Dewi, “Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung.”

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ini tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Berbelanja di Pasar Tradisional Pancasila Kota Tasikmalaya”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila dalam perspektif bisnis islam?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila dalam perspektif bisnis islam?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila dalam perspektif bisnis islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk:

1. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila.
3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi kalangan akademis, juga menambah wawasan tentang *store atmosphere*, harga, dan lokasi terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila kota tasikmalaya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti sendiri sebagai bahan pembelajaran dan tambahan wawasan terkait pengaruh *store atmosphere*, harga, dan lokasi terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila kota tasikmalaya.
- b. Bagi Pengelola Pasar Pancasila kota tasikmalaya sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan *store atmosphere*, harga, dan lokasi terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila kota tasikmalaya.
- c. Bagi Fakultas Agama Islam sebagai sumbangan pengetahuan praktisi mengenai pengaruh *store atmosphere*, harga, dan lokasi terhadap minat berbelanja di pasar tradisional Pancasila kota tasikmalaya.
- d. Peneliti ini diharapkan dapat menjadi referensi dan rujukan bagi peneliti selanjutnya.