

**DAMPAK MINI MARKET TERHADAP POLA KONSUMSI
MASYARAKAT LOKAL KECAMATAN PALLANGGA
KABUPATEN GOWA
(Indomaret Kecamatan Palangga Kabupaten Gowa)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana

Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh :

NUR AZIZAH PUTRI

105381100419

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

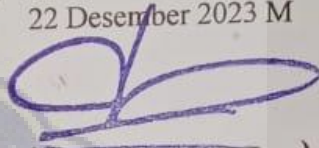
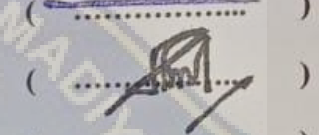
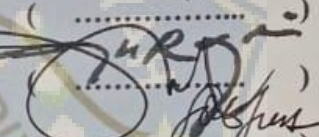
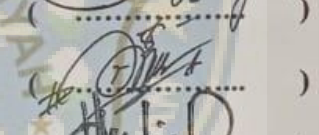
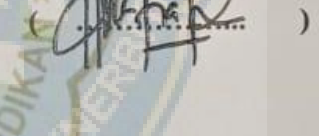

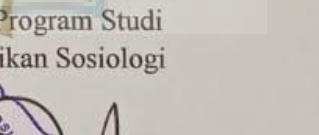
2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Nur Azisah Putri, 105381100419** diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 818 Tahun 1445 H/2023 M, Sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar **Sarjana Pendidikan** pada Prodi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, Ujian dan Yudisium pada hari Rabu, 27 Desember 2023.

09 Jumadil Akhir 1445 H
Makassar, -----
22 Desember 2023 M

PANITIA UJIAN

Pengawas Umum	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag	()
Ketua	: Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D	()
Sekretaris	: Dr. Baharullah, M. Pd	()
Penguji	1 Dr. Jamaluddin Arifin, M. Pd	()
	2 Dr. St. Haniah, M. Pd	()
	3 Sulvahrul Amin, S. Pd, M. Pd	()
	4 Indah Ainun Mutiara, S. Pd, M. Pd	()

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi



Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D.

NPM: 860 934



Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd.

NPM: 117 4893

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Dampak Mini Market Terhadap Pola Komsumsi Masyarakat Lokal
Kecamatan Pallanga Kabupaten Gowa (Indomaret Kecamatan Pallanga
Kabupaten Gowa)
Nama : **Nur Azisah Putri**
NIM : **105381100419**
Prodi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

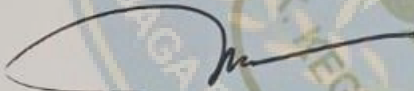
Setelah diteliti dan diperiksa ulang, skripsi ini telah memenuhi syarat untuk dipertanggungjawabkan di depan tim penguji skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.


09 Jumadil Akhir 1445 H
Makassar, -----
22 Desember 2023 M

Disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. Nursalam, M. Si


Sudarsono, S. Pd., M. Pd

Mengetahui:

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar ☎ Fax (0411) 860 132 Makassar
90221 www.fkip-unismuh-info

SURAT PERJANJIAN

Mahasiswa yang bersangkutan:

Nama : Nur Azizah Putri
Stambuk : 105381100419
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan perjanjian sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai skripsi ini, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Dalam penyusunan skripsi, saya akan selalu melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditetapkan oleh pemimpin fakultas
3. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi.
4. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2 dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 01 Desember 2023

Yang Membuat Perjanjian

Nur Azizah Putri



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar ☎ Fax (0411) 860 132 Makassar
90221 www.fkip-unismuh-info

SURAT PERNYATAAN

Mahasiswa yang bersangkutan:

Nama : Nur Azizah Putri
Stambuk : 105381100419
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Dengan Judul : **“Dampak Mini Market Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa (Indomaret Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)”**

Dengan menyatakan bahwa Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil ciptaan orang lain atau dibuatkan oleh siapapun. Demikian pernyataan ini saya buat da saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 01 Desember 2023
Yang Membuat Pernyataan

Nur Azizah Putri

ABSTRAK

Nur Azizah Putri, 2023 dampak mini market terhadap pola konsumsi Masyarakat lokal kecamatan pallangga (indomaret kecamatan pallangga kabupaten gowa). Di Bimbing oleh Prof. Dr. H. Nursalam,M.Si sebagai pembimbing I dan Sudarsono,S.Pd.,M.Pd sebagai pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui Dampak Positif minimarket terhadap pola konsumsi masyarakat lokal di Kabupaten Gowa (2) Mengetahui dampak negatif minimarket terhadap pola konsumsi masyarakat lokal di Kabupaten Gowa.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, dengan lokasi penelitian pada indomaret di kecamatan pallangga Kabupaten gowa. Penentuan informan secara *Purposive sampling* yaitu teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang menggunakan tiga tahap yaitu analisis reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi Masyarakat lokal pallangga dengan hadirnya minimarket. Dampak sosial yang terjadi pada Masyarakat dengan hadirnya minimarket berefek pada proses transaksi, pola konsumsi Masyarakat berkembang dan menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih memilih berbelanja pada minimarket, peran pemerintah sangat penting untuk meminimalisir persaingan dagang pasar tradisional dan modern. Dampak Negatif persaingan warung kecil dengan Keberadaan minimarket menjadi ancaman serta saingan yang berat bagi para pemilik warung kecil, Pasar modern (minimarket) merupakan pesaing dan akan mengancam keberadaan pedagang di pasar tradisiona. penyebabnya antara lain perubahan gaya hidup Masyarakat, harga, kondisi pasar tradisional.

Kata Kunci: Minimarket, Pasar Tradisional, Konsumsi, Masyarakat Lokal

ABSTRACT

Nur Azizah Putri, 2023 The impact of mini markets on consumption patterns of local communities in Pallangga subdistrict (Indomaret, Pallangga subdistrict, Gowa district). Supervised by Prof. Dr. H. Nursalam, M.Si as supervisor I and Sudarsono, S.Pd., M.Pd as supervisor II.

This research aims to (1) determine the positive impact of minimarkets on consumption patterns of local communities in Gowa Regency (2) determine the negative impact of minimarkets on consumption patterns of local communities in Gowa Regency.

This type of research is descriptive qualitative research, with the research location at Indomaret in Pallangga sub-district, Gowa Regency. Determining informants using purposive sampling, namely a technique that includes people selected on the basis of criteria, while people in the population who do not match these criteria are not sampled. Methods used in collecting interview data, observation and documentation. The data analysis method uses three stages, namely data reduction analysis, data presentation and data verification.

The research results show that the consumption patterns of local communities are pallangga with the presence of minimarkets. The social impact that occurs on society with the presence of minimarkets has an effect on the transaction process, people's consumption patterns develop and show consumptive behavior that prefers shopping at minimarkets. The role of government is very important to minimize trade competition in traditional and modern markets. Negative impact of competition between small stalls and minimarkets. The existence of minimarkets is a threat and tough competition for small stall owners. Modern markets (minimarkets) are competitors and will threaten the existence of traders in traditional markets. The causes include changes in people's lifestyles, prices, traditional market conditions.

Keywords: Minimarket, Traditional Market, Consumption, Local Community

MOTTO & PERSEMBAHAN

Motto

“kita tidak hidup satu kali melainkan hidup sehari hari dan mati satu kali maka lakukanlah hal yang kita inginkan, wujudkan yang kita dambakan sebelum kita mati, maka bergunalah lalu mati”

Persembahan

Skripsi ini adalah bagian dari Ikhtiar dan ibadahku kepada Allah SWT, karena kepadanya kami menyembah dan kepadaNya kami memohon pertolongan.

Sekaligus sebagai ungkapan terima kasihku kepada:

Bapak, ibu, saudaraku, serta keluarga yang senantiasa menyayangiku, serta bermunajat dengan tulus ikhlas kepada Allah SWT dan selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk melakukan hal yang lebih baik dan tetap maju menghadapi tantangan yang menjadi penghalang.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang karena-Nya kita hidup dan hanya kepada-Nya kita Kembali. Darinya segala sumber kekuatan dan inspirasi terindah dalam menapaki jalan hidup ini, dialah yang memberikan begitu banyak nikmat khususnya nikmat Kesehatan dan kesempatan sehingga skripsi yang berjudul “Dampak Mini Market Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa (Indomart Kecamatan Palangga Kabupaten Gowa)” dapat penulis selesaikan. Shalawat dan taslim semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad Saw. Yang merupakan uswatun hasanah atau suri tauladan yang baik bagi ummat manusia sampai akhir zaman.

Proses penyelesaian skripsi ini merupakan suatu rangkaian perjuangan bagi penulis. Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, memiliki kendala yang dihadapi penulis. Tapi karena doa, usaha, semangat, dan motivasi dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat berterimakasih dan sangat bersyukur kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih kepada orang tua tercinta, Ayahanda Abdul Gafur dan Ibunda Herlina yang selalu memberikan motivasi, nasihat, dan selalu memberikan doa yang baik bagi penulis., terimakasih kepada teman-temanku Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi khususnya teman seperjuangan kelas A 2019 yang memberikan semangat dalam penyusunan dan berjuang bersama-sama dalam penyelesaian skripsi serta kepada seluruh informan yang telah ikut andil dalam penelitian ini dan pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini , yang telah memberikan informasi dan data yang diperlukan oleh penulis dalam proses pengambilan data.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. H. Nursalam, M.Si sebagai pembimbing I (satu) dan Sudarsono, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis, mulai dari awal penyusunan hingga selesai skripsi ini.

Ucapan terimakasih kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Bapak Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D. serta para Wakil Dekan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi Bapak Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd da Sekretaris Program Studi Pendidikan Sosiologi Bapak Sam'un Mukramin, S.Pd., M.Pd. beserta seluruh stafnya. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Sosiologi Fkip Unismuh Makassar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas bimbingan, arahan dan jasa-jasa yang tak ternilai harganya kepada penulis. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namun tetap tak mengurangi rasa terimakasih penulis kepada mereka.

Sebagai peneliti, penulis sangat menyadari keterbatasannya, bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan dalam skripsi ini. Untuk saran dan kritik dari pembaca senantiasa kami harapkan demi penyempurnaan skripsi selanjutnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Makassar, 01 Desember 2023

Nur Azizah Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN	I
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	II
SURAT PERJANJIAN.....	III
SURAT PERNYATAAN.....	IV
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	V
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	VI
MOTTO & PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XII
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Konsep	5
B. Penelitian Relevan	17
C. Kerangka Pikir	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	22
B. Lokasi dan Waktu	23
C. Informan Peneliti.....	23
D. Fokus Penelitian	24
E. Instrumen Penelitian	24
F. Jenis dan Sumber Data Penelitian	25
G. Teknik Pengumpulan Data	25

H. Teknik Analisis Data	26
I. Teknik Keabsahan Data	28
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Lokasi Penelitian	29
B. Letak Geografis	30
C. Keadaan Penduduk	31
D. Keadaan Pendidikan	32
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	33
B. Pembahasan	50
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65
RIWAYAT HIDUP	80

DAFTAR TABEL

1. **Tabel 2.1 Karakteristik Pasar Modern14**
2. **Tabel 4.1 Daftar Desa/Kelurahan Kec. Pallangga29**
3. **Tabel 4.2 Mata Pencaharian Penduduk32**
4. **Tabel 5.1 Hasil Observasi Lapangan36**



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi pada masyarakat telah membawa perubahan. Perubahan terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat muncul berbagai fasilitas perbelanjaan, maka diperlukan adanya pasar sebagai sarana pendukung. Pasar sudah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat. Sebagian orang bahkan menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari pasar. Maka dari itu, keberadaan pasar sangatlah vital bagi masyarakat serta bagi perekonomian.

Dalam kegiatan sehari-hari pasar bisa diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual. Namun dalam bidang ekonomi, pasar tidak diartikan sebagai tempat, namun lebih mengutamakan pada kegiatan jual beli tersebut. Tidak hanya itu pasar juga merupakan penunjang peningkatan anggaran pendapatan daerah sehingga keberadaan pasar dalam lingkungan masyarakat sangat dibutuhkan baik itu pasar tradisional maupun pasar modern.

Keberadaan pasar modern di Indonesia sangat berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan yang pesat ini bisa jadi akan terus menekan keberadaan pasar tradisional pada titik terendah dalam 20 tahun mendatang. Pasar modern yang dimiliki oleh peritel asing dan konglomerat lokal akan menggantikan peran pasar tradisional yang mayoritas dimiliki oleh masyarakat kecil dan sebelumnya menguasai bisnis ritel di Indonesia. Untuk mengantisipasi hal tersebut perlu adanya langkah nyata dari pedagang pasar agar dapat mempertahankan pelanggan

dan keberadaan usahanya.

Pemerintah telah membuat kebijakan dan peraturan yang tertuang dalam Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008 yang mengatur tentang pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, pada kenyataannya peraturan tersebut tidak diimplementasikan dengan baik. Banyak peraturan yang tidak dipatuhi oleh pendiri pasar modern, misalnya masalah perizinan, jarak yang terlalu dekat dengan pasar tradisional, penyediaan tempat usaha bagi pedagang kecil.

Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah keatas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran pasar modern di lingkungan sekitarnya. Perilaku konsumsi merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian.

Setiap konsumen memiliki karakter berbelanja per-individunya hal tersebut bisa disebut juga dengan perilaku konsumsi. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi, salah satunya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor budaya memberi pengaruh yang paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumsi dalam memutuskan membeli adalah faktor sosial.

Perilaku konsumsi dari faktor sosial seperti keluarga, peran dan status sosial. Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor pribadi, faktor ini merupakan gabungan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Selanjutnya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah faktor psikologis yang merupakan cara yang digunakan untuk mengenali, mengumpulkan dan menganalisa informasi.

Perilaku konsumsi sangat beragam tidak lepas dari manfaat dan fungsinya dalam mempermudah kegiatan perekonomian dalam memutuskan pembelian suatu barang. Maka dengan adanya perilaku tersebut pasti ada manfaat dan permasalahan yang timbul akibat perilaku konsumsi. Fenomena ini tentunya sangat menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, peneliti ingin mengadakan penelitian untuk mengkaji lebih dalam mengenai **“Dampak Pasar Modern Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Kabupaten Gowa”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah dampak Positif dan Negatif Minimarket terhadap pola konsumsi masyarakat lokal di Kabupaten Gowa?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dampak Positif minimarket terhadap pola konsumsi masyarakat lokal di Kabupaten Gowa!
2. Untuk mengetahui dampak negatif minimarket terhadap pola konsumsi

masyarakat lokal di Kabupaten Gowa!

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah agar dapat dijadikan referensi praktis untuk semua masyarakat khususnya dikalangan masyarakat lokal dengan daya konsumsi pada minimarket.

2. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah agar dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan sosial khususnya Sosiologi. Sisi Teoritis ini pun bermanfaat untuk mengembangkan ilmu sosiologi khususnya bagi individu dan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan dalam permasalahan – permasalahan sosial pada masyarakat lokal yang erat dengan daya konsumsi minimarket

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian teori

1. Dampak Sosial

a. Definisi dampak sosial

Dampak sosial adalah suatu kajian yang dilakukan terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat sebagai akibat dari pelaksanaan suatu kegiatan pembangunan di suatu wilayah atau area. Kajian dilakukan untuk menelaah dan menganalisa berbagai dampak yang terjadi baik positif maupun negatif dari setiap tahapan kegiatan mulai dari tahap pra konstruksi, konstruksi, sampai tahap operasi. Tahapan Kegiatan pembangunan yang dianalisa dalam kajian dampak sosial meliputi :

Tahap Pra Konstruksi, yaitu suatu tahapan kegiatan sebelum kegiatan pembangunan dilaksanakan. Pada tahap ini kegiatan yang dilaksanakan meliputi kegiatan survey pendahuluan dan kegiatan pembebasan lahan, apabila belum tersedia lahan untuk kegiatan pembangunan. Apabila di lokasi rencana pembangunan terdapat banyak permukiman penduduk, maka perlu dilakukan kegiatan resettlement atau pemindahan penduduk ke lokasi lain. Identifikasi dampak sosial pada tahap ini meliputi keresahan sosial, perubahan mata pencaharian, pendapatan penduduk, sikap dan persepsi penduduk, dan konflik sosial. Apabila terdapat kegiatan resettlement, maka kajian dampak sosial

menjadi lebih luas meliputi perubahan mata pencaharian, perubahan pola kebiasaan masyarakat di lokasi baru, serta konflik sosial.

Tahap Konstruksi, adalah suatu tahapan kegiatan pembangunan fisik dari rencana proyek yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini kegiatan pembangunan yang akan dilaksanakan sangat tergantung pada rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Tahapan kegiatan konstruksi yang dianalisa meliputi : pembukaan lahan, cut and fill, pemasangan tiang pancang, dan kegiatan pembangunan. Umumnya pada tahap konstruksi dampak sosial yang dianalisa adalah sampai sejauh mana kegiatan konstruksi dapat memberikan manfaat positif bagi terciptanya peluang kerja dan usaha bagi masyarakat lokal. Semakin besar dampak positif yang dapat dirasakan, maka dampak kegiatan pembangunan semakin positif. Dampak negatif yang biasa dianalisa terutama terkait dengan terjadinya persaingan antara pekerja lokal dan pekerja non lokal. Diidentifikasi kemungkinan terjadinya kecemburuan sosial antara tenaga kerja lokal dan non lokal dengan adanya peluang kerja dan usaha.

Tahap Operasi, adalah suatu tahapan beroperasinya kegiatan pembangunan yang direncanakan. Pada tahap ini yang dianalisa terutama terkait dengan kontribusi kegiatan pembangunan terhadap peluang kerja dan usaha bagi masyarakat lokal. Tersedianya peluang kerja dan usaha diharapkan dapat memberikan manfaat lanjutan (*multiplier effect*) bagi perekonomian daerah. Juga manfaat lain yang dapat dirasakan bagi peningkatan pendapatan asli daerah dengan adanya pungutan retribusi, pajak penghasilan, PBB, dan lain-lain.

2. Konsep Pasar

a. Definisi pasar

Dalam ilmu ekonomi, pengertian pasar memiliki arti yang lebih luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang. Pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari “Pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, serta seluruh kontak antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa”. Keberadaan pasar merupakan salah satu indikator paling nyata dari kegiatan ekonomi masyarakat disuatu wilayah.

Sementara itu, Budiono menyatakan bahwa “Pasar adalah pertemuan antara kurva permintaan dan penawaran. Suatu pasar yaitu di mana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. Jenis barang atau jasa yang ditransaksikan dapat berupa barang atau jasa apapun, mulai dari beras, sayur-mayur, jasa angkutan, uang, maupun tenaga kerja. Pendapat senada juga dikemukakan oleh Mankiw, yang menyatakan bahwa pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa.

Dalam kamus Ekonomi & Bisnis “Pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang ini menukarkan uangnya dengan barang atau jasa”

b. Jenis-jenis Pasar

Pasar dapat dibedakan menurut beberapa kriteria:

1). Menurut Manajemennya

Menurut manajemennya, pasar dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

a) Pasar Tradisional

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Kekuatan pasar Tradisional dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut diantaranya harganya yang lebih murah dan bisa ditawar, dekat dengan permukiman, dan memberikan banyak pilihan produk yang segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, dimana kita bisa melihat dan memegang secara langsung produk yang umumnya masih sangat segar.

Akan tetapi dengan adanya hal tersebut bukan berarti pasar Tradisional bukan tanpa kelemahan. Selama ini justru pasar Tradisional lebih dikenal kelemahannya. Kelemahan itu antara lain adalah kesan bahwa pasar terlihat becek, kotor, bau dan terlalu padat lalu lintas pembelinya.

b) Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mall dan tempat-tempat modern lainnya. Barang yang dijual

memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak.

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

3. Konsep Pasar Modern

Pasar modern mulai berkembang di Indonesia pada tahun 1970an, namun masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Akan tetapi, sejak tahun 1998 perkembangan pasar modern semakin berkembang seiring dengan masuknya investasi asing di sektor usaha ritel. Pasar modern mulai berkembang ke kota-kota kecil untuk mencari pelanggan. Pasar modern merupakan sektor usaha ritel, sehingga pasar modern dapat disebut juga sebagai ritel modern atau toko modern. Dalam PERMENDAGRI No.53 tahun 2008, “toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, department store, hypermarket, ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.” Menurut Pariaman Sinaga dalam Rasidin

Karo-Karo Sitepu (2010: 1- 2), pasar modern merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas).

Pasar modern antara lain berbentuk *mall*, *supermarket*, *departement store*, *shopping center*, waralaba, toko mini swalayan, toko serba ada, dan lain sebagainya. Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual memiliki kualitas yang lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara.

Bentuk-bentuk pasar modern, antara lain:

- a. *Department store*, merupakan jenis ritel yang menjual berbagai jenis produk dengan menggunakan beberapa staf. Produk-produk yang dijual biasanya berupa pakaian, perlengkapan rumah, dan barang kebutuhan rumah tangga. Tiap lini beroperasi sebagai department tersendiri.
- b. *Supermarket* (pasar swalayan), merupakan pasar modern tempat penjualan barang-barang eceran yang berskala besar dengan pelayanan yang bersifat *self service*. Swalayan ini dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen

seperti makanan, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga.

- c. *Hypermarket*, merupakan supermarket yang memiliki luas lebih dari 18.000 meter persegi dengan kombinasi produk makanan 6970% dan produk-produk umum 30-40%.
- d. *Minimarket*, merupakan usaha ritel dengan luas lantai < 350 meter persegi. *Minimarket* atau swalayan mini menjual barang dengan variasi terbatas dari berbagai produk kebutuhan sehari-hari. Produk-produk yang dijual biasanya ditetapkan dengan harga yang lebih tinggi daripada supermarket.

Menurut Herman Malano “pasar modern tidak banyak berbeda dengan pasar Tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah hypermart, pasar swalayan (supermarket), dan minimarket.

Pernyataan Herman Malano diatas dapat disimpulkan bahwa pasar modern tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional. Hanya saja pada pasar modern cara bertransaksi antar pembeli dengan penjual terjadi secara tidak langsung, pembeli melihat harga pada label harga dan mengambil barang sendiri yang kemudian dibayarkannya ke kasir. Kegiatan transaksi pun dilakukan di dalam sebuah bangunan yang nyaman dan bersih. Barang-barang yang dijual, tidak hanya bahan makanan tetapi juga barang-barang yang sifatnya tahan lama seperti : peralatan rumah tangga, perlengkapan otomotif,

alat tulis, dan lain sebagainya.

Pasar modern adalah “tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), di mana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar ke kasir)”.

Konsumen pasar modern dituntut untuk menjadi mandiri dalam proses belanjanya, disini konsumen mengambil sendiri barang-barang belanjaan yang ingin dibeli, dengan fasilitas penataan barang yang teratur dan terkelompok berdasarkan jenisnya (sayuran, daging dan ikan, makanan kemasan, minuman, dll), barang-barang terpilih dengan kualitas yang baik, harga jelas yang tertera di barcode setiap barang, serta datang sendiri ke bagian kasir untuk melakukan pembayaran, tidak akan membuat konsumen keberatan untuk melayani dirinya sendiri dalam proses belanja karena sudah didukung dengan manajemen yang membuat semuanya menjadi mudah dan menyenangkan.

Herman Malano mengungkapkan “pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat diperkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang pada umumnya anggota masyarakat kelas menengah keatas. Pasar modern antara lain mall, supermarket, departement store, shopping center, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya (Sinaga, 2008).

Jadi dapat dikatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang tersusun secara modern baik dari sisi dalam maupun sisi luar, hal tersebut dapat dibuktikan dengan pengelolaannya yang dilakukan dengan menggunakan manajemen modern. Hal tersebutlah yang mendukung pasar-pasar modern

memiliki kualitas pelayanan dan mutu jauh lebih baik jika dibandingkan dengan pasar tradisional.

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam, selain barang lokal, barang impor pun tersedia. Barang yang di jual memiliki kualitas yang relatif terjamin karena melalui penyeleksian yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan di tolak. Dari segi kuantitas, pasar modern memiliki persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti. Pasar modern juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara yang sejuk, suasana nyaman dan bersih, display barang perkategori mudah dicapai dan relatif lengkap, adanya keranjang belanja serta ditunjang adanya kasir dan pramuniaga yang bekerja secara profesional. Sedangkan dari segi rantai distribusi pada pasar modern adalah produsen, distributor, pengecer/konsumen.

Adapun yang membedakan pasar modern dengan pasar tradisional adalah dengan adanya ciri-ciri sebagai berikut :

- (1) Tidak bisa tawar menawar harga.
- (2) Harga sudah tertera di barang yang dijual dan umumnya diberi barcode.
- (3) Barang yang dijual beranekaragam dan biasanya memiliki kualitas yang baik.
- (4) Berada dalam bangunan atau ruangan dan pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan).
- (5) Layanan yang baik dan biasanya memuaskan.
- (6) Tempatnya bersih dan nyaman, ruangan ber-AC.
- (7) Tata tempat yang rapih agar konsumen atau pembeli dapat dengan mudah menemukan barang yang akan dibelinya.
- (8) Pembayarannya dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tentunya tidak ada tawar-menawar lagi.

Nuansa modern sungguh sangat melekat pada pasar modern jika dilihat

dari ciri-cirinya tersebut, berbanding terbalik jika kita bandingkan dengan pasar tradisional. Dengan didukung bangunan yang bagus, AC, pelayanan dan kualitas barang yang baik serta ciri lainnya secara tidak langsung sudah memberikan gambaran jelas kepada semua bahwa itu adalah pasar modern.

Setelah diperkenalkan pertama kali di Indonesia pada era 1970-an, saat ini terdapat tiga jenis pasar modern yaitu minimarket, supermarket, hypermarket. Perbedaan utama dari ketiganya terletak pada luas lahan usaha dan range jenis barang yang diperdagangkan. Berikut ini karakteristik dari ketiga pasar modern tersebut :

Tabel 2.1 Karakteristik Pasar Modern di Indonesia

Uraian	<i>Minimarket</i>	<i>Supermarket</i>	<i>Hypermarket</i>
Barang yang diperdagangkan	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari	Berbagai macam kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sehari-hari
Jumlah item	Kurang dari 5.000 item	5.000 sampai 25.000 item	Lebih dari 25.000 item
Jenis produk	- Makanan kemasan - barang-barang higienis pokok	- Makanan kemasan - Barang-barang rumah tangga	- Makanan kemasan - Barang-barang rumah tangga - Elektronik
Model penjualan	Dilakukan secara	Dilakukan secara	Dilakukan secara

	eceran, langsung pada konsumen akhir dengan cara swalayan	eceran, langsung pada konsumen dengan cara swalayan	eceran, langsung pada konsumen dengan cara swalayan
Luas lahan usaha	Maksimal 400 m ²	4.000 - 5.000 m ²	Lebih dari 5.000 m ²

Minimarket telah ada sejak 1990-an namun masih terkonsentrasi di kota-kota besar dengan ditandai kehadiran peritel asing dan lokal seperti Freshmart, Indomaret, Circle K. Minimarket terus berkembang dengan hadirnya format minimarket plus dengan nama Alfa Midi. Persaingan yang ketat mendorong munculnya Minimarket di kota yang lebih kecil dalam rangka untuk mencari pelanggan baru dan terjadinya perang harga, dan berkembangnya Minimarket hingga ke kota kecil serta adanya strategi pemotongan harga memungkinkan konsumen kelas menengah bawah untuk mengakses Minimarket.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang bentuknya berupa mall, supermarket, departement store, dan shopping center yang pengelolaannya dilaksanakan melalui manajemen dan sarana prasarana bernuansa modern yang identik dengan pelayanan swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar ke kasir) juga identik dengan sasaran konsumen

yang pada umumnya anggota masyarakat kelas menengah keatas.

4. Konsumsi

a. Definisi Konsumsi

Konsumsi pada umumnya didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Namun pada kenyataannya konsumsi memiliki arti yang lebih luas, konsumsi merupakan sebuah tindakan dalam memenuhi kebutuhan baik barang ataupun jasa yang sudah siap digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam teori ekonomi konvensional penggunaan pendapatan dilukiskan secara matematis $Y = C + S$, dimana Y ialah pendapatan, C ialah konsumsi dan S ialah sisa pendapatan yang tak dikonsumsi atau tabungan. Dengan demikian konsumsi tergantung pada pendapatan. Semakin besar pendapatan sekarang akan semakin besar juga konsumsinya, dan semakin tinggi tingkat kesejahteraannya. Teori ekonomi secara umum mengakui keberadaan teori ini menjadi legitimasi masyarakat bahwa tolak ukur kesejahteraan adalah tingkat pendapatan. Masyarakat akan berpikir bahwa tanpa menambah pendapatan, konsumsi tidak akan meningkat. Oleh karena itu setiap individu akan selalu berusaha dengan berbagai cara untuk meningkatkan pendapatannya.

5. Pola Konsumsi

a. Pengertian pola Konsumsi

Pola konsumsi pada dasarnya jika dikaji secara bahasa, pola merupakan bentuk atau struktur yang tetap sedangkan konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk

memenuhi kebutuhan hidupnya. Pola konsumsi adalah susunan tingkat kebutuhan seseorang atau rumah tangga untuk jangka waktu tertentu.

Pada umumnya setiap orang akan mendahulukan kebutuhan pokok dari pada kebutuhan lainnya yang kurang menjadi prioritas. Kebutuhan pokok tersebut salah satunya seperti makan, pakaian, tempat tinggal, sekolah, obat-obatan dan kebutuhan lainnya, terutama yang dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari.²³ Oleh karena itu penyebab pola konsumsi yang paling utama adalah karena kebutuhan dasar seperti makan, minum dan pakaian.

Pola konsumsi juga dapat dibedakan dari tingkat penghasilan atau upah seseorang. Orang yang memiliki penghasilan rendah maka pola konsumsinya juga rendah begitupun sebaliknya orang yang berpenghasilan tinggi pola konsumsinya lebih tinggi itulah perbedaan dasar dalam hal konsumsi. Pendapatan menjadi hal yang sangat berpengaruh karena menentukan volume pembelian pada setiap produk dan jasa. Setelah pendapatan semakin banyak dan kebutuhan dasar akan semakin beragam, serta akan muncul kebutuhan lainnya seperti, pakaian, kebutuhan akan rasa senang (rekreasi) dan kebutuhan akan barang mewah.

B. Penelitian yang Relevan

1. Supri Wahyudi Utomo dengan judul “Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun”. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui dampak keberadaan pasar modern Alfamart dan Indomaret terhadap pasar tradisional Sleko di Kota Madiun, 2) Mengetahui apakah keberadaan pasar modern Alfamart dan Indomaret menyebabkan turunnya aktivitas pasar tradisional Sleko di Kota Madiun.

Hasil dari analisis tersebut bahwa dampak keberadaan pasar modern Alfamart dan Indomaret terhadap pasar tradisional Sleko di Kota Madiun yaitu pedagang sayuran dan pedagang buah tidak mengalami pengaruh terhadap omset dan konsumen. Sedangkan dampak bagi pedagang sembako yakni mengalami turunnya omset dan berkurangnya konsumen. Oleh karena itu, keberadaan Alfamart dan Indomaret tidak menyebabkan menurunnya aktivitas pasar tradisional Sleko dalam hal jual beli. Pasar Sleko pun masih memiliki konsumen walaupun keberadaan Alfamart dan Indomaret berlokasi di dekat pasar.

2. Damasus Ottis Widiandra dan Hadi Sasana dengan judul “Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kenyamanan, jarak, diversifikasi produk, dan harga untuk keuntungan pedagang tradisional sebagai akibat dari munculnya pasar modern.

Hasil analisis tersebut adalah pengaruh kenyamanan terhadap keuntungan usaha tidak signifikan, artinya bahwa rendahnya tingkat kenyamanan pasar tidak mempengaruhi keuntungan usaha pedagang pasar tradisional, pengaruh jarak terhadap keuntungan usaha adalah signifikan positif, artinya apabila jarak pasar lebih strategis maka keuntungan usaha akan meningkat. Pengaruh diversifikasi produk terhadap keuntungan usaha adalah signifikan positif, artinya apabila diversifikasi produk lebih beragam maka keuntungan usaha akan meningkat. Pengaruh harga terhadap keuntungan usaha adalah tidak

signifikan positif, artinya apabila harga pasar relatif lebih terjangkau maka tidak mempengaruhi keuntungan usaha.

3. Endi Sarwoko dengan judul “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi pasar tradisional dilihat dari aspek konsumen, produk/komoditas, dan harga; mengetahui dampak kehadiran ritel modern (Indomaret dan Alfamart) terhadap kinerja pedagang di pasar tradisional, dilihat dari omset, keuntungan, dan jumlah tenaga kerja.¹⁵

Hasil analisis ini adalah keberadaan ritel modern Alfamart dan Indomaret meningkatkan persaingan untuk mendapatkan konsumen, sehingga pedagang di pasar tradisional menerapkan strategi persaingan harga dengan menurunkan margin keuntungan sehingga harga jual lebih murah untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke ritel modern. Padahal jika dilihat dari omset, justru mengalami peningkatan.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menambahkan unsur dan nilai islam dalam penelitian, selain itu juga tempat dan waktu yang digunakan dipenelitian ini juga berbeda.

C. Kerangka Pikir

Penelitian ini mengkaji tentang dampak minimarket terhadap pola konsumsi masyarakat lokal.

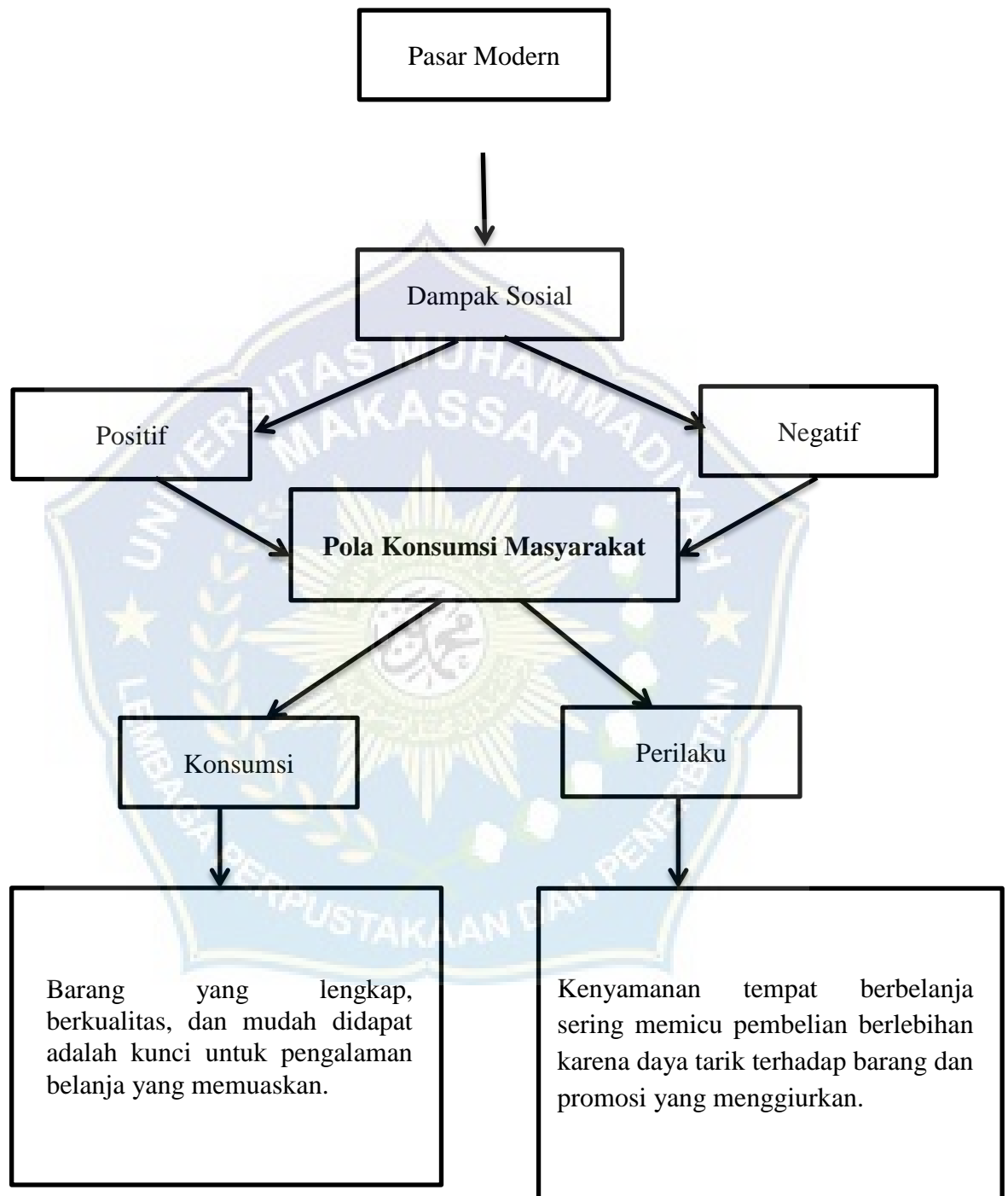
Keberadaan minimarket sudah marak ditengah masyarakat Gisting, selain lokasi yang dekat dengan rumah masyarakat pasar modern juga menitik beratkan pada strategi harga, fasilitas, dan pelayanan yang baik. Kenyamanan minimarket

tentu dapat memikat minat pembeli untuk lebih memilih berbelanja dipasar modern.

Keberadaan pasar modern ditengah masyarakat membawa perubahan sistem perbelanjaan. Secara tidak langsung keberadaan ini punya Implikasi terhadap pola konsumtif masyarakat setempat. Mulai dari harga yang dapat dilihat, fasilitas yang tersedia sangat lengkap dan pelayanan yang diberikan sangat memuaskan membuat pembeli dimanjakan dan selain daripada itu tentu ada hal-hal lain yang berpengaruh secara signifikan terhadap tindakan masyarakat yang oleh peneliti sebut sebagai Dampak dari keberadaan Pasar Modern ini. Hal ini terjadi karena kehadiran Pasar Modern ini menawarkan salah satu faktor yang penting dalam usaha perdagangan adalah produk, produk yang beragam jenis dan berkualitas tentu membuat konsumen tertarik dan dapat menambah pendapatan. Harga tentu saja menjadi sorotan bagi pembeli, harga yang terjangkau dan harga sesuai dengan manfaat barang itu sendiri pasti akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu barang. Selain produk dan harga yang bisa mempengaruhi besar terhadap penjualan juga lokasi berjualan, lokasi berdagang akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan, karena lokasi yang strategis untuk berjualan akan dapat dijangkau dengan mudah oleh pembeli.

Berdasarkan hal tersebut, evaluasi dalam penelitian ini dilakukan dari sisi dampak keberadan minimarket terhadap pola komsumsi masyarakat. Penilaian dampak didasarkan pada indikator yang ada salah satunya dalam hal persaingan (produk, harga, lokasi), dan pendapatan pasar di Kabupaten Gowa.

Dari uraian diatas maka kerangka pikir dapat di gambarkan sebagai berikut:



Bagan 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2002) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam proses penelitian kualitatif, data yang didapatkan catatan berisi tentang perilaku dan keadaan individu secara keseluruhan. Penelitian kualitatif menunjukkan pada prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif, ungkapan atau catatan orang itu sendiri atau tingkah lakunya.

Menurut Sugiyono (2008), penelitian kualitatif adalah penelitian dengan metode pengumpulan sebanyak mungkin fakta detail secara mendalam mengenai suatu masalah atau gejala guna mendapat pengertian tentang sebanyak mungkin sifat masalah atau gejala itu.

Penelitian dengan jenis deskriptif berarti adalah data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Kutipan dan data ini didapatkan melalui catatan di lapangan, foto, rekaman wawancara, dan dokumen resmi lainnya.

Karena pendapat tersebut di atas sesuai dengan apa yang diinginkan oleh peneliti untuk memaparkan tentang peruba perilaku keberagaman mahasiswa, maka tipe penelitian kualitatif penulis rasa tepat digunakan sebagai tipe

penelitian pada penelitian ini. Dengan menggunakan tipe penelitian kualitatif, peneliti berusaha mengetahui secara mendetail pendapat dan dampak sosial hadirnya minimarket Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di beberapa Indomaret yang terletak Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan.

C. Informan Penelitian

Informan menurut Moleong (2006 : 132) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, dia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian.

Untuk melakukan penelitian ini, penulis menggunakan sampling purposif. Menurut Krisyanto (2007 : 154) sampling purposif yaitu teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Persoalan utama dalam menentukan kriteria, dimana kriteria harus mendukung tujuan penelitian. Biasanya teknik purposif dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data, daripada untuk tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan.

Berdasarkan pengertian di atas, maka penulis memilih informan yang memiliki kriteria tersendiri yaitu masyarakat Kabupaten Gowa yang biasa berbelanja atau berjualan di minimarket Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan masalah yang diteliti dalam penelitian. Pada dasarnya fokus ialah pembatasan masalah yang menjadi objek penelitian. Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini ialah menitik beratkan pada pendapat dan dampak sosial yang ditimbulkan oleh hadirnya minimarket di Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian (Arikunto, 2010) adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga mudah diolah. Adapun yang dimaksud alat tersebut di dalam penelitian ini adalah:

1. Kamera, yaitu digunakan untuk memotret objek yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian.
2. Alat perekam, yaitu digunakan untuk merekam informasi pada saat melakukan wawancara dengan informan penelitian.
3. Lembar observasi, yaitu digunakan untuk mencatat informasi atau data yang diperoleh pada saat wawancara dalam penelitian.
4. Peneliti sendiri, yaitu pegiat di dalam penelitian. Di dalam penelitiannya menggunakan kaidah-kaidah ilmiah, sehingga penelitian tersebut bisa dipertanggungjawabkan.

F. Jenis dan Sumber Data

Yang dimaksud dengan data adalah catatan atas kumpulan fakta. Dalam keilmuan, fakta dikumpulkan untuk menjadi data. Data kemudian diolah sehingga dapat diutarakan secara jelas dan tepat sehingga dapat dimengerti oleh orang lain yang tidak langsung mengalami sendiri, hal ini dinamakan diskripsi.

Di dalam penelitian ini Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumbernya atau hasil wawancara, diamati, dicatat untuk pertama kali.
- 2) Data sekunder adalah data yang didapatkan dari hasil telaah bukureferensi atau dokumentasi.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sarwono, 2006:224-225). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi faktual tentang suatu peristiwa, masalah atau kebijakan. Wawancara dilakukan hanya untuk mendapatkan informasi yang tidak bisa didapatkan dari tempat lain, seperti laporan, dokumentasi pemerintahan dan sebagainya.

2. Observasi

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatif

tipe partisipasi aktif (*direct participation*). Dalam hal ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Observasi langsung akan membuat peneliti berbau di dalam masalah yang sedang diteliti. Pengamatan langsung dalam penelitian ini sangat bermanfaat untuk mengamati dampak sosial hadirnya minimarket di Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

3. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya (Arikunto, 2010:201).

H. Teknik Analisis Data

Sebuah penelitian tidak akan berarti jika hasil penelitian tersebut tidak punya nilai. Penelitian dikatakan memiliki faidah apabila hasil penelitian tersebut bisa dipertanggung jawabkan. Dengan menggunakan analisis data yang tepat sesuai dengan tujuan penelitian melalui tritmen penelitian yang procedural dan dapat dipertanggung jawabkan ke ilmiyahannya.

Analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menganalisis, mempelajari serta mengolah data tertentu. Sehingga dapat diambil kesimpulan yang konkret tentang persoalan yang diteliti. Penelitian yang akan dilakukan adalah tergolong tipe penelitian deskriptif kualitatif analisis. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif.

Analisis dilakukan terhadap data yang dijabarkan dengan metode

deskriptif- analitis. Teknik ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara obyektif dan sistematis data yang ada dan dapat divalidasi keabsahannya. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Dengan reduksi data peneliti mencoba menggabungkan, menggolongkan, mengklasifikasikan, memilah-milah atau mengelompokkan data dari penelitian lapangan. Maka reduksi data dilakukan dengan merangkum hal-hal apa saja yang berhubungan dengan data tentang dominasi hukum senioritas dalam perspektif sosiologi terhadap mahasiswa universitas muhammadiyah makassar.

2. Penyajian data (*data display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Melalui penyajian data tersebut maka data akan tersusun dalam pola hubungan yang disajikan dalam bentuk bagan, uraian singkat, laporan tulisan yang dijelaskan (yang bersifat naratif).

3. *Verification (conclusion drawing)*

Selanjutnya langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan (*Verification*), yaitu menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan dalam uraian singkat tersebut. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditentukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dikaitkan dengan penelitian ini tentu saja proses verifikasi atau kesimpulan awal dapat dilakukan misalnya kesimpulan mengenai data- data tentang budaya senioritas dikalangan mahasiswa.

I. Teknik Keabsahan Data

Triangulasi dengan metode menurut Patton (Moleong, 2006:331) terdapat dua strategi, yaitu: pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data; pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Jadi triangulasi merupakan cara terbaik bagi peneliti untuk merecheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai metode atau sumber. Untuk itu peneliti melakukannya dengan cara :

- 1) Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
- 2) Membandingkannya dengan sumber data lainnya.
- 3) Mengajukan pertanyaan yang sama untuk melihat konsistensi narasumber agar didapat jawaban yang sesuai fakta dan apa adanya.

Dalam hal ini penulis mendapatkan data dari pihak yang terlibat yaitu masyarakat di Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa melalui wawancara mendalam kemudiandibandingkan dengan observasi yang penulis lakukan setelah itu dibandingkan lagi dengan data berupa dokumen yang penulis peroleh.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Lokasi Penelitian

Kecamatan pallangga merupakan salah satu dari 18 kecamatan yang ada di kabupaten gowa, kecamatan pallangga dibentuk pada tahun 1960 sebagai hasil reorganisasi dua belas distrik di daerah tingkat II gowa menjadi delapan kecamatan. Kebijakan ini merupakan hasil keputusan dari pemerintah pusat Indonesia yang berlaku diseluruh Indonesia pada tahun tersebut. Kecamatan pallangga dibentuk dari Sebagian wilayah distrik limbung. Sementara Sebagian lainnya dari wilayah distrik limbung diubah menjadi kecamatan bajeng.

Pallangga secara administratif terbagi dalam 16 desa dan kelurahan merupakan kecamatan dengan jumlah desa dan kelurahan terbesar di Gowa. Kecamatan Pallangga dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Gowa Nomor 7 Tahun 2007 Tentang Pembentukan Kecamatan di Kabupaten Gowa.

Berikut nama-nama desa dan kelurahan di kecamatan Pallangga:

Tabel 4.1 kelurahan dan desa kecamatan pallangga.

Daftar kelurahan/desa kecamatan pallangga	
1.	Kelurahan Pangkabinanga
2.	Kelurahan Manggalli
3.	Kelurahan Tetebatu

4.	Desa Bontoala
5.	Desa Jenetallasa
6.	Desa Julubori
7.	Desa Julupamai
8.	Desa Parangbanoa
9.	Desa Taeng
10.	Desa Toddotoa
11.	Desa Bontoramba
12.	Desa Kampili
13.	Desa Julukanaya
14.	Desa Paknakukang
15.	Desa Pallangga
16.	Desa Bungaejaya

B. Letak Geografis

Secara geografis, Kabupaten Gowa terletak pada 5°33' - 5°34' Lintang Selatan dan 120°38' - 120°33' Bujur Timur. Luas wilayah kabupaten Gowa adalah ±1.883,33 km². Kabupaten Gowa terdiri dari wilayah dataran rendah dan wilayah dataran tinggi dengan ketinggian antara 10-2800 meter di atas permukaan air laut. Namun demikian wilayah Kabupaten Gowa sebagian besar merupakan dataran tinggi yaitu sekitar 72,26% terutama di bagian timur hingga selatan karena merupakan Pegunungan Tinggimoncong, Pegunungan Bawakaraeng-

Lompobattang dan Pegunungan Batureppe-Cindako. Dari total luas Kabupaten Gowa 35,30% mempunyai kemiringan tanah di atas 40 derajat, yaitu pada wilayah Kecamatan Parangloe, Tinggimoncong, Bungaya dan Tompobulu. Kabupaten Gowa dilalui oleh banyak sungai yang cukup besar yaitu ada 15 sungai. Sungai dengan luas daerah aliran yang terbesar adalah Sungai Jeneberang yaitu seluas 881 km² dengan panjang sungai utama 90 Km.

Kecamatan pallangga merupakan satu dari 18 kecamatan di kabupaten gowa, Sulawesi Selatan. Pallangga berada pada daerah daratan dimana wilayahnya berbatasan dengan beberapa kecamatan lain di gowa. Batas-batas wilayah kecamatan pallangga sebelah utara berbatasan dengan kecamatan sombaopu, sebelah Selatan berbatasan dengan kecamatan bajeng, sebelah barat kecamatan barombong, dan sebelah timur berbatasan kecamatan bontomarannu. Pallangga secara administratif terbagi dalam 16 desa dan kelurahan terbesar di gowa. Kecamatan pallangga dibentuk berdasarkan peraturan daerah (perda) kabupaten gowa nomor 7 tahun 2007 tentang pembentukan kecamatan di kabupaten gowa. Jumlah penduduk kecamatan pallangga sebesar 129.711 jiwa.

C. Keadaan Penduduk

Penduduk kecamatan pallangga kabupaten gowa terdiri dari 124.542 jiwa jumlah penduduk dengan jumlah 60.664 jiwa laki laki dan 63.878 perempuan per Tahun 2021. Yang terbagi ke 16 kelurahan dan desa. Berikut daftar desa dan kelurahan di pallangga.

Kecamatan pallangga merupakan kawasan yang berdekatan dengan ibu kota kabupaten gowa yang Sebagian wilayah bersifat agraris dengan mata pencarian dari sebagian besar penduduknya yaitu bercocok tanam dan sektor

industry kecil yang bergerak di bidang perdagangan. Serta Dapat dilihat pada table berikut :

Pencarian	Persentase
Petani	25%
Pedagang	15%
Pengusaha	50%
Peternak	5%
PNS	50%
Swasta	35%
Sopir	25%

Table 4.2: Mata Pencaharian Penduduk Pallangga

D. Keadaan Pendidikan

Beberapa fasilitas umum yang terdapat di Kecamatan Pallangga seperti sarana pendidikan antara lain Taman Kanak-Kanak (TK) sebanyak 28 unit, Sekolah Dasar Negeri (SDN) sebanyak 16 unit, Sekolah Dasar Inpres (SDI) sebanyak 25 unit, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) sebanyak lima unit, Sekolah Menengah Pertama (SMP) swasta sebanyak dua unit, Sekolah Menengah Atas Negeri (SMA) sebanyak satu unit, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebanyak satu unit, Madrasah Ibtidayah sebanyak tiga unit, Madrasah Tsanawiah sebanyak tiga unit, dan Madrasah Aliyah sebanyak satu unit.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

Mini market merupakan peralihan dari toko kelontong tradisional ke toko kelontong modern dan minimarket menyediakan sedikit lengkap kebutuhan Masyarakat dibanding dengan toko kelontong biasa yang memberikan efek positif bagi Masyarakat yang dapat mendapatkan dan memenuhi kebutuhan sehari hari tetapi hadirnya minimarket juga tidak terlepas dari pengaruh negative yang ada di Masyarakat dari segi persaingan pasar tradisional dan pasar modern sehingga dapat membawa pengaruh yang negative.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis mendapatkan beberapa informasi data observasi, dokumentasi, dan wawancara mengenai dampak positif serta dampak negative dari hadirnya minimarket di kecamatan pallangga kabupayen gowa. Data dan informasi tersebut diperoleh dari beberapa informan yang dijadikan sebagai acuan dalam memperoleh informasi. Diantaranya Masyarakat sekitar serta pegawai minimarket yang ada di kecamatan pallangga kabupaten gowa sebagai objek dalam penelitian untuk mengetahui dampak positif dan dampak negative hadirnya minimarket di kecamatan pallangga kabupaten gowa.

Rumun Masalah	Pendekatan	Indikator	Item Pertanyaan	Y	T
Bagaimana dampak negatif dan positif dari	individu	perilaku	1. Keberadaan minimarket merubah perilaku belanja		

perkembangan minimarket terhadap tindakan masyarakat di kec. Pallangga kab. Gowa			2. Keberadaan minimarket sangat membantu		
			3. Perkembangan minimarket baik		
		Tindakan	1. Perkembangan minimarket sangat pesat		
			2. Pihak minimarket membuat promosi saat awal dibuk		
	kultur	Perubahan nilai budaya	1. Perubahan nilai budaya karena adanya minimarket		
			2. Adanya perubahan nilai berpengaruh terhadap pola komumsi		
			3. Berkembangnya minimarket bisa merubah pandangan masyarakat		
		kebiasaan	1. Harga di minimarket tergolong murah		
			2. Terdapat dukungan sosial dari masyarakat terkait adanya minimarket		

	struktur	Peraturan keberadaan minimarket	1. Terdapat regulasi tentang keberadaan minimarket		
			2. Adanya implementasi undang-undang tentang minimarket		
		Pemerintah	1. Adanya kaitan antara minimarket (pasar modern)terhadap pasar tradisional		
			2. Adanya penanggulangan dari pemerintah tentang perilaku komsumtif masyarakat yang berlebihan		
Apa dampak negatif dan positif keberadaan minimarket terhadap pola konsumsi masyarakat lokal di kecamatan pallangga kabupaten gowa	individu	perilaku	1. Mengetahui maraknya minimarket akan berpengaruh pada warung kecil		
			2. terdapat sikap strategi akan peningkatan kesadaran masyarakat dalam berbelanja		
			3. Suka berbelanja di minimarket		
	tindakan	1. Adanya tindakan mengenai persaingan antara minimarket dan toko-toko kecil			
			2. Perlu adanya kesadaran		

			3. Pola konsumsi berubah		
	kultur	pandangan	1. Adanya bentuk persaingan antara minimarket dan toko-toko kecil		
			2. Adanya pengaruh dari minimarket ke masyarakat lokal		
		kebiasaan	1. Barang-barang di minimarket berkualitas		
			2. Barang di minimarket tergolong lengkap		
	struktur	pemerintah	1. Mengetahui perekonomian minimarket		
			2. Adanya upaya dari pemerintah mensinergikan usaha		
			3. Adanya perlindungan usaha dari pemerintah		
		fasilitas	1. Pemerataan fasilitas pasar modern dan pasar tradisional		
			2. Efektifnya fasilitas yang di berikan		

1. Dampak Positif Minimarket Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Di Kabupaten Gowa

Hadirnya pasar modern memberikan dampak positif kepada Masyarakat diantaranya yaitu dapat mempermudah akses memperoleh barang konsumsi sesuai dengan kebutuhan sehari-hari karena minimarket memiliki kelengkapan barang yang dibutuhkan Masyarakat. Selain itu pula minimarket lokasinya dekat dengan pemukiman dan mudah diakses. Berkembang dan bertambahnya ritel modern memiliki aspek positif untuk Masyarakat pada penelitian ini dampak dari pola konsumsi Masyarakat serta perubahan konsumsi yang terjadi pada Masyarakat akan hadirnya minimarket di wilayah kecamatan pallangga kabupaten gowa

Sesuai dengan hasil wawancara di lapangan peneliti membagi beberapa bagian untuk mengurai dampak positif dari hadirnya minimarket yang berada di kecamatan pallangga kabupaten gowa.

a. Dampak Sosial

Dampak sosial yang terjadi pada Masyarakat dengan hadirnya pasar modern dalam bentuk minimarket tentunya berefek pada proses transaksi yang berlangsung antara Masyarakat sangat di mudahkan dan termasuk dari segi pelayanan serta ketersediaan kebutuhan yang lebih bisa terpenuhi di pasar modern di bandingkan dengan pasar tradisional sehingga perkembangan pasar modern bisa memberikan dampak positif bagi Masyarakat.

Sesuai dengan penuturan dari narasumber yakni: Muhammad asrul mengatakan bahwa.

“Menurut adanya minimarket ini dapat membantu masyarakat berbelanja dengan karna jarak yg mudah di jangkau kemudian juga adanya minimarket mempermudah masyarakat untuk

berbelanja ketika pasar tradisional sudah tutup atau warung warung kecil sudah tutup, minimarket juga mempermudah masyarakat untuk menyiapkan makanan untuk perekonomian tetapi pasti ada efek positif dan negative apalagi untuk warung kecil banyak yg berubah karna adanya minimarket.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber maka dapat di simpulkan bahwa kehadiran minimarket memberikan hal positif bagi Masyarakat dalam hal memudahkan Masyarakat berbelanja memenuhi kebutuhan ketika pasar tradisional atau warung kecil telah tutup sehingga kehadiran minimarket berefek positif bagi Masyarakat ketika ingin memenuhi kebutuhan karena jarak pun yang mudah di jangkau.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: Aan Saghara mengatakan bahwa.

“Sangat membantu karna masyarakat sudah bisa berbelanja lebih higienis dari sebelumnya. karna membantu masyarakat unuk menemukan bahan pangan yg kadang sulit ditemukan di pasar pasar pada umumnya tetapi minimarket dapat menyediakan kebutuhan yang dominan dicari oleh Masyarakat kemudian juga keberadaan yanggg tergolong mudah di jangkau oleh masyarakat”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber dapat disimpulkan bahwa keberadaan minimarket sangat membantu Masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan yakni menemukan bahan pangan yang terbilang sulit didapatkan di pasar tradisional namun pada minimarket adanya ketersediaan pangan yang dibutuhkan Masyarakat sehingga dianggap memudahkan Masyarakat memenuhi kebutuhan pangan sehari hari dan minimarket juga tergolong memiliki lokasi yang mudah di jangkau oleh Masyarakat dan di anggap lebih lengkap dibanding dengan toko kelontong kecil maupun pasar tradisional.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: abd.

Rahman Rahim riski mengatakan bahwa.

“Adanya minimarket mempermudah masyarakat untuk berbelanja ketika pasar tradisional sudah tutup dan warung-warung kecil karena membantu masyarakat untuk berbelanja. karena adanya minimarket membuat masyarakat lebih efektif untuk berbelanja. Karena pada umumnya masyarakat berpendapat lebih nyaman berbelanja di minimarket karena adanya promo yang di sediakan. karena pendapat umum masyarakat sangat mendukung adanya minimarket.. Karena berbelanja di minimarket terkadang menawarkan promo yang besar-besaran dan juga memperhatikan tanggal eskpayer. karena bahan makanan yang tersedia di minimarket sudah cukup lengkap baik bahan makanan lokal dan impor”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan minimarket sedikit banyak mempermudah Masyarakat dalam berbelanja ketika pasar tradisional dan warung kecil sudah tutup sehingga adanya minimarket dianggap oleh narasumber dapat membantu Masyarakat berbelanja lebih efektif apalagi dengan adanya promo yang diberikan oleh pihak minimarket dan di minimarket juga memberikan pelayanan dari segi memperhatikan tanggal expayer atau kadaluarsa dari barang yang di sediakan di minimarket sehingga kualitas tetap terjaga dan kelengkapan kebutuhan di minimarket lebih baik dari pada di pasar tradisional dan warung kecil karena minimarket sudah menyediakan barang pangan lokal serta barang impor dari luar yang sedikit banyak membawa efek pada dampak sosial bagi Masyarakat di kecamatan pallangga kabupaten gowa.

b. Dampak konsumsi Masyarakat

Pada era modern pertumbuhan minimarket sangat pesat persebarannya di wilayah kota maupun pedesaan, toko modern hampir dapat di temua disetiap

wilayah perkotaan maupun pedesaan yang tentunya berefek pada pola konsumsi yang terjadi pada Masyarakat. Seperti yang sudah diketahui keberadaan minimarket pada masa ini sangat menjamur sehingga pola pemenuhan kebutuhan dan pola konsumsi Masyarakat berkembang dan menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih memilih berbelanja pada minimarket dibandingkan dengan pasar tradisional karena ketersediaan kebutuhan yang lebih baik dan fasilitas yang di berikan oleh minimarket.

Sesuai dengan penuturan dari narasumber yakni: Muhammad asrul mengatakan bahwa.

“karna berbelanja di minimarket kadang memberikan promo yg besar. minimarket memberikan promo menarik agar pembeli tertarik sedangkan warung kecil hanya menjual harga barang sesuai dengan harga. banyaknya jumlah atau jenis barang yg tersedia juga memberi daya Tarik Masyarakat berbelanja di indomaret dan juga menyediakan fasilitas dan pelayanan yang terbilang sangat baik”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber dapat disimpulkan bahwa dampak pada pola konsumsi yang terjadi pada Masyarakat bertumbuh dengan hadirnya minimarket karena pada minimarket memberikan potongan harga atau promo sehingga berpengaruh pada aspek konsumtif Masyarakat yang tertarik dengan potongan harga dan juga Masyarakat cenderung berbelanja pada minimarket karena jumlah barang dan ketersediaan barang kebutuhan juga menjadi daya Tarik tersendiri untuk pola konsumtif Masyarakat kepada minimarket dan juga fasilitas serta pelayanan yang di berikan berbanding dengan pasar tradisional pada umumnya yang mempengaruhi pola konsumsi pada Masyarakat.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: abd.

Rahman Rahim riski mengatakan bahwa.

“Adanya minimarket mempermudah masyarakat untuk berbelanja ketika pasar tradisional sudah tutup dan warung-warung kecil. karena adanya minimarket membuat masyarakat lebih efektif untuk berbelanja. Karena pada umumnya masyarakat berpendapat lebih nyaman berbelanja di minimarket karena adanya promo yang di sediakan. karena pendapat umum masyarakat sangat mendukung adanya minimarket. Karena berbelanja di minimarket terkadang menawarkan promo yang besar-besaran dan juga memperhatikan tanggal eskpayer.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber dapat disimpulkan bahwa kualitas serta kuantitas yang ditawarkan oleh minimarket memberikan pertumbuhan pola konsumsi pada Masyarakat apalagi pada saat pasar tradisional dan warung kecil tutup maka minimarket menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari Masyarakat. Adanya promo atau potongan harga juga menjadi daya Tarik pada Masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di minimarket yang berefek pada pola konsumsi Masyarakat serta Sebagian besar Masyarakat memberikan dukungan positif dengan kehadiran minimarket yang memberikan kemudahan Masyarakat berbelanja kebutuhan.

Selanjutnya peneliti melaukan wawancara kepada narasumber yakni: Aan Saghara mengatakan bahwa.

“Sangat membantu/merubah karna masyarakat sudah bisa berbelanja lebih higienis dari sebelumnya dan membantu masyarakat unuk menemukan bahan pangan yang kadang sulit ditemukan di pasar pasar pada umumnya apalagi pihak minimarket memberikan promosi serta diskon yg cukup besar kepada kalangan masyarakat sehingga Masyarakat memilih berbelanja di minimarket. contoh perubahan yg ditimbulkan yaitu mayarakat cenderung lebih mengandalkan minimarket yg banyak menyediakan makanan cepat saji kebanding berbelanja di pasar pasar umum dan Masyarakat bisa mengenal berbagai produk produk baru yang jarang di lihat ataupun jarang mereka dapat.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa kecenderungan Masyarakat berbelanja pada minimarket menunjukkan pola konsumsi yang di timbulkan oleh hadirnya minimarket. Pola konsumsi pada Masyarakat sedikit banyak pula di pengaruhi oleh ketersediaan kebutuhan yang diperoleh dari minimarket dan produk yang ditawarkan oleh pihak minimarket memiliki kualitas yang baik serta potongan harga juga menjadi daya Tarik sehingga Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket yang sedikit banyak meberikan pola konsumsi dan ketersediaan makanan instan yang cenderung tidak tersedia pada pasar tradisional dan warung kecil pun menjadi alasan Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket.

c. Peran pemerintah

Hadirnya minimarket tentunya membawa dampak positif maupun negative bagi persaingan pasar tradisional dan warung kecil sehingga peran pemerintah sangat mempunyai peran penting dalam menyikapi persaingan yang terjadi antara pasar modern yang berkembang dan pasar tradisional yang hadirnya pasar modern memberikan dampak penurunan omset sehingga peran pemerintah menjadi penengah dalam penyelesaian persoalan persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern.

Peran pemerintah dalam menyikapi hadirnya minimarket tentunya memiliki peran sentral dalam persaingan yang terjadi pada minimarket dan pasar tradisional maupun toko toko kecil, sehingga peran pemerintah dirasa sangat penting untuk meminimalisir persaingan dagang yang kurang baik.

Sesuai dengan penuturan narasumber yakni: Muhammad asrul mengatakan bahwa.

“Pemerintah membatasi adanya minimarket di suatu daerah agar warung warung kecil tidak tutup karna adanya minimarket. seperti sebelumnya bahwa pemerintah membatasi pasar modern dalam suatu daerah dan untuk pasar modern yg sudah terlanjur ada,maka akan di tindak lanjuti baik itu tentang kontrak atau izin membangun pasar modern tersebut/minimarket.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa pemerintah menjadi peran sentral dalam menangani permasalahan persaingan dagang antara pasar tradisional dan pasar modern (minimarket) yang dilihat dari bentuk Upaya pemerintah dalam memberikan Batasan izin kepada pihak pihak yang ingin membuat minimarket di wilayah tertentu sehingga dapat meminimalisir kerugian pada pasar tradisional akibat Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: Abd. Rahman Rahim Riski mengatakan bahwa.

“Perekonomian pasti ada efek positif dan negative apalagi dengan warung warung kecil banyak yg berubah karna adanya minimarket sehingga pemerintah membatasi adanya minimarket di suatu daerah agar warung warung kecil tidak tutup karna adanya minimarket. seperti sebelumnya bahwa pemerintah membatasi adanya pasar modern dalam suatu daerah dan untuk pasar modern yg terlanjur sudah ada,maka akan tidak lanjuti baik itu tentang kontrak atau izin untuk membangun pasar modern tersebut /minimarket.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa Berkembangnya minimarket tentunya berdampak pada perekonomian dan menimbulkan aspek positif dan negative sehingga pemerintah menjadi actor sentral dalam permasalahan persaingan antara minimarket dan warung warung kecil yang mana pemerintah memberikan aturan Batasan Pembangunan minimarket pada tiap daerah sehingga berdampak baik untuk warung kecil agar

tidak tersisihkan akibat berkembang pesatnya pasar modern atau minimarket di setiap daerah.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: Aan Saghara mengatakan bahwa:

“Pemerintah membatasi adanya minimarket di suatu daerah agar warung-warung kecil tidak tutup karena adanya minimarket seperti sebelumnya bahwa pemerintah membatasi pasar modern dalam suatu daerah dan untuk pasar modern yg terlanjur sudah ada akan di lihat kembali dengan baik itu tentang kontrak maupun izin untuk membangun pasar modern/minimarket mengingat persaingan tidak cukup efektif dalam persaingan pasar karena masih banyak pasar yg tidak lengkap fasilitasnya.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa Upaya pemerintah dalam menyikapi persaingan akibat berkembangnya pasar modern itu dengan memberikan Batasan pembuatan atau Pembangunan pasar modern sehingga eksistensi warung kecil, toko kecil, serta pasar swalayan tetap terjaga mengingat persaingan yang kurang efektif melihat situasi dan kondisi yang terjadi dengan hadirnya minimarket tentunya memberikan penawaran dari segi pelayanan, kelengkapan kebutuhan Masyarakat dan fasilitas yang lebih lengkap di bandingkan dengan pasar tradisional dan warung kecil sehingga pemerintah dianggap sebagai actor penting dalam persoalan pembatasan minimarket untuk eksistensi warung dan pasar tradisional tetap terjaga.

2. Dampak Negative Minimarket Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Di Kabupaten Gowa

Selain dampak positif yang dibawa oleh minimarket tentunya juga ada dampak negative pula yang diakibatkan munculnya ritel modern yang akan berdampak pula bagi Masyarakat. Dampak negative yang ditimpulkan diantaranya

adalah dapat mematikan pasar tradisional, persaingan keberadaan pasar tradisional dan persaingan toko kebutuhan sehari-hari (toko kelontong) karena fasilitas, kenyamanan dan pelayanan yang lebih baik. Sehingga dapat sedikit banyak mengakibatkan konsumen atau Masyarakat lebih memilih untuk berbelanja di minimarket.

a. Dampak persaingan warung kecil dan minimarket

Kepadatan penduduk yang semakin lama semakin meningkat mengakibatkan kebutuhan sehari-hari bertambah dan terus meningkat. Oleh karena banyaknya penduduk yang semakin meningkat, peluang bagi para investor pun terbuka untuk membuka dan mengembangkan usahanya terkhusus dalam bidang kebutuhan sehari-hari yang bersifat modern, seperti minimarket. Melihat hal ini, warung kecil yang telah berdiri terancam dan mendapat saingan yang berat dari kehadiran minimarket yang jauh lebih modern dibandingkan dengan warung warung kecil.

Usaha warung kecil mulai tersingkirkan karena adanya minimarket yang bukan hanya menyebar di kota saja tetapi menyebar pula di hampir seluruh desa. Keberadaan minimarket menjadi ancaman serta saingan yang berat bagi para pemilik warung kecil, persaingan antara warung kecil dan minimarket telah berjalan hingga saat ini dan sudah bukan hal yang asing ketika melihat minimarket berada diantara warung kecil.

Sesuai dengan penuturan dari narasumber yakni: Aan Saghara mengatakan bahwa.

Mungkin saja akan merusak omset atau pendapatan warung kecil di

era modern saat ini. untuk perekonomian pasti ada efek positif dan negative apalagi untuk warung kecil banyak yg berubah dengan adanya minimarket Juga tidak cukup efektif dalam persaingan warung kecil karena kelengkapan minimarket yang terbilang lebih lengkap di banding dengan pasar atau toko toko kecil, tapi selama persaingan yg dilakukan itu secara sehat/baik dalam segi apapun mungkin tidak apa.

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa hadirnya minimarket di daerah pallangga kabupaten gowa sangat berdampak pada omset dan pendapatan pada toko toko kecil atau warung kecil apalagi mengingat kelengkapan pada minimarket yang membuat Masyarakat lebih memilih untuk berbelanja pada minimarket dibandingkan berbelanja pada toko kecil, yang kemudian berdampak pada omset atau pendapatan toko dan warung kecil. Apalagi pada era modern sekarang semakin banyaknya kebutuhan pada Masyarakat terus bertambah setiap hari dan keterbatasan ketersediaan barang kebutuhan pada Masyarakat juga berdampak pada peralihan Masyarakat untuk berbelanja pada minimarket dibandingkan dengan berbelanja pada toko kecil dan warung kecil.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: Abd. Rahman Rahim Riski mengatakan bahwa.

“Minimarket mempermudah masyarakat untuk berbelanja ketika pasar tradisional sudah tutup dan warung-warung kecil. pada umumnya masyarakat berpendapat lebih nyaman berbelanja di minimarket karena adanya promo yang di sediakan. Dan juga warga lebih pilih belanja di minimarket karena lebih murah di bandingkan di warung-warung kecil karena harga di warung-warung kecil lebih mahal karena ingin mendapatkan keuntungan warga juga lebih memilih belanja di minimarket karena bahan makanan yang tersedia di minimarket sudah cukup lengkap baik bahan makanan lokal dan impor dan juga karena masih banyak pasar yang tidak ada fasilitas

dan pelayanan yang baik.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang menjadi pilihan alternatif masyarakat untuk berbelanja pada minimarket dibandingkan dengan toko kecil dan warung kecil disebabkan antara lain kenyamanan Masyarakat dengan pelayanan yang diberikan pihak minimarket yang tidak didapatkan pada warung dan toko kecil dan minimarket juga menawarkan potongan harga atau promo yang menarik minat Masyarakat untuk berbelanja pada minimarket dan pada toko kecil dan warung tidak memberikan promo yang menyebabkan Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket dan kelengkapan bahan kebutuhan pada minimarket juga menjadi alasan utama yang tentunya berdampak negative pada warung kecil dan toko kecil yang dapat mengakibatkan penurunan omset dan minat berbelanja Masyarakat pada warung dan toko kecil.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: Muhammad Asrul mengatakan bahwa.

“Adanya pengaruh ekonomi yg menjadi penyebab persaingan warung kecil dan minimarket, perekonomian pasti ada efek positif dan negative apalagi untuk warung kecil banyak yang tutup karna adanya minimarket. minimarket memberikan promo agar menarik pembeli sedangkan warung kecil hanya menjual harga barang sesuai dengan harga. persaingan antara toko-toko dan minimarket mempermudah masyarakat setempat dalam memilih akan tetapi tidak cukup efektif dalam persaingan pasar karna masih ada beberapa pasar yg belum lengkap fasilitasnya sedangkan minimarket punya fasilitas dan pelayanan yang baik.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh ekonomi sedikit banyak mempengaruhi persaingan antara

minimarket dan warung kecil, kehadiran minimarket juga berdampak negative pada banyaknya warung kecil yang gulung tikar akibat Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket yang mengakibatkan penurunan pendapatan dan omset pada warung dan toko kecil sehingga persaingan antara toko kecil dan minimarket kurang efektif karena perbedaan fasilitas dan pelayanan serta ketersediaan barang yang terbatas pada warung dan toko kecil sedangkan minimarket memiliki pelayanan dan fasilitas yang baik serta ketersediaan barang untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat yang menjadi faktor Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket dibanding berbelanja pada warung dan toko kecil dan berdampak negative pada toko kecil dan warung kecil.

b. Dampak persaingan pasar tradisional dan minimarket

Pasar modern (minimarket) merupakan pesaing dan akan mengancam keberadaan pedagang di pasar tradisional. Beberapa penyebabnya antara lain perubahan gaya hidup Masyarakat, harga, kondisi pasar tradisional. Melihat perkembangan pasar modern saat ini tentunya akan memberikan dampak pada pedagang di pasar tradisional, maka perlu dipikirkan model pengembangan pasar tradisional. Pesatnya perkembangan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak dan tentunya berdampak pada keberadaan pasar tradisional yang berefek pada penurunan pendapatan atau omset pada pedagang di pasar tradisional.

Persaingan antara pasar tradisional dan minimarket tentunya berdampak negative pada omset penjualan pada pasar tradisional atau pasar swalayan mengingat banyaknya aspek yang menjadi faktor persaingan pasar swalayan dan minimarket mulai dari aspek pelayanan, aspek fasilitas dan ketersediaan barang yang dominan lebih lengkap pada minimarket di bandikan dengan pasar swalayan

atau pasar tradisional yang tentunya berpengaruh pada konsumtif Masyarakat yang lebih memilih untuk berbelanja pada minimarket yang memiliki ketersediaan kebutuhan lengkap dibanding berbelanja pada pasar swalayan atau pasar tradisional.

Sesuai dengan penuturan dari narasumber yakni: Muhammad Asrul Mengatakan bahwa.

“karna masyarakat sudah lebih banyak yg berbelanja di minimarket dari pada pasar tradisional yang merupakan tempt berbelanja dari dulu dan juga adanya minimarket mempermudah masyarakat untuk berbelanja ketika pasar tradisional sudah tutup warga terpengaruh karna jarak yang dekat dari pada pasar apalagi masih ada beberapa pasar yg belum lengkap fasilitasnya jadi Masyarakat lebih pilih belanja di minimarket.”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narumber maka dapat disimpulkan bahwa Masyarakat lebih memilih dan dominan berbelanja pada minimarket disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan jam operasional dari pasar tradisional yang menjadi salah satu faktor dan jarak pula menjadi salah satu alasan warga untuk memilih alternatif berbelanja pada minimarket yang memiliki jarak yang lebih dekat dan juga kelengkapan fasilitas menjadi salah satu faktor pendorong Masyarakat memilih berbelanja pada minimarket yang tentunya sangat berdampak negative akibat konsumtif Masyarakat terhadap minimarket yang sangat dominan dibanding konsumtif pada pasar tradisional.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yakni: Aan Saghara mengatakan bahwa.

“Membantu masyarakat unuk menemukan bahan pangan yg kadang sulit ditemukan di pasar pasar pada umumnya dan juga Masyarakat berubah minat belanjanya contoh perubahan yang ditimbulkan yaitu

mayarakat cenderung lebih mengandalkan minimarket yang banyak menyediakan makanan cepat saji dibanding berbelanja di pasar pasar umum. berpengaruh karna sekarang masyarakat lebih memilih makanan cepat saji dan juga Mungkin saja akan merusak omset atau pendapatan di era modern saat ini. Karena kelengkapan yang terbilang lebih lengkap di banding dengan pasar jadi warga lebih pilih belanja d minimarket”

Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber maka dapat disimpulkan bahwa Masyarakat di era modern memiliki kecenderungan untuk berbelanja pada minimarket untuk memenuhi kebutuhan dibandingkan berbelanja pada pasar tradisional, kecenderungan Masyarakat sedikit banyak dipengaruhi dengan ketersediaan bahan makanan cepat saji pada minimarket sehingga konsumtif Masyarakat lebih dominan pada pasar modern sehingga bisa saja merusak omset penjualan pada pasar tradisional karena minimarket terbilang lebih lengkap dibanding pada pasar tradisional sehingga Masyarakat lebih memilih berbelanja di minimarket memenuhi kebutuhan.

B. Pembahasan

1. Dampak Positif Minimarket Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Di Kabupaten Gowa

Minimarket merupakan bentuk model pasar modern yang berkembang dan menjamur dengan cepat di Indonesia pada daerah perkotaan maupun daerah pedesaan yang tentunya memiliki dampak positif untuk Masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Dampak positif hadirnya minimarket pada pola konsumsi Masyarakat serta pola tingkah laku sehari-hari Masyarakat yang cenderung membeli atau berbelanja pada minimarket yang memudahkan Masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan merupakan salah satu alasan suka

berbelanja pada minimarket dan dianggap sebagai tempat yang lebih baik untuk berbelanja dengan penawaran promo serta fasilitas dan pelayanan yang baik yang mengakibatkan Masyarakat sedikit banyak beralir berbelanja pada minimarket dari pada di pasar tradisional.

a) Dampak Sosial

Hadirnya minimarket tentunya berdampak pada sosial Masyarakat yang dilihat dari segi pemenuhan kebutuhan dan minimarket dapat memberikan sedikit banyak kebutuhan pada Masyarakat sehingga dampak sosial tersebut dirasa memiliki aspek positif dan kelengkapan kebutuhan Masyarakat secara tidak langsung berdampak pada aspek kebutuhan sosial Masyarakat

Kehadiran minimarket memberikan hal positif bagi Masyarakat dalam hal memudahkan Masyarakat berbelanja memenuhi kebutuhan ketika pasar tradisional atau warung kecil telah tutup sehingga kehadiran minimarket berefek positif bagi Masyarakat ketika ingin memenuhi kebutuhan karena jarak pun yang mudah di jangkau.

Keberadaan minimarket sangat membantu Masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan yakni menemukan bahan pangan yang terbilang sulit didapatkan di pasar tradisional namun pada minimarket adanya ketersediaan pangan yang dibutuhkan Masyarakat sehingga dianggap memudahkan Masyarakat memenuhi kebutuhan pangan sehari hari dan minimarket juga tergolong memiliki lokasi yang mudah di jangkau oleh Masyarakat dan di anggap lebih lengkap dibanding dengan toko kelontong kecil maupun pasar tradisional.

minimarket sedikit banyak mempermudah Masyarakat dalam berbelanja ketika pasar tradisional dan warung kecil sudah tutup sehingga adanya minimarket

dianggap oleh narasumber dapat membantu Masyarakat berbelanja lebih efektif apalagi dengan adanya promo yang diberikan oleh pihak minimarket dan di minimarket juga memberikan pelayanan dari segi memperhatikan tanggal expiry atau kadaluarsa dari barang yang di sediakan di minimarket sehingga kualitas tetap terjaga dan kelengkapan kebutuhan di minimarket lebih baik dari pada di pasar tradisional dan warung kecil karena minimarket sudah menyediakan barang pangan lokal serta barang impor dari luar yang sedikit banyak membawa efek pada dampak sosial bagi Masyarakat di kecamatan pallangga kabupaten gowa.

b) Dampak Konsumsi Masyarakat

Berkembangnya pasar modern dalam hal ini minimarket (indomaret) merupakan bentuk perkembangan zaman yang memberikan dampak positif bagi efek konsumtif Masyarakat, dengan adanya minimarket yang memberikan tawaran fasilitas yang baik, pelayanan yang baik pula serta ketersediaan barang yang dibutuhkan Masyarakat menimbulkan dampak konsumtif pada minimarket, mengingat kebutuhan setiap harinya terus bertambah dan dengan adanya minimarket serta yang sudah kita ketahui bahwa minimarket mampu memenuhi kebutuhan Masyarakat serta penawaran harga yang baik sehingga berefek pada dampak konsumsi Masyarakat yang lebih memilih berbelanja di minimarket dengan penawaran fasilitas yang baik, pelayanan yang baik di banding pasar tradisional yang kurang lengkap dibanding pasar modern dan kelengkapan pada minimarket tentunya menjadi pertimbangan pada Masyarakat untuk berbelanja pada minimarket.

Dampak pada pola konsumsi yang terjadi pada Masyarakat bertumbuh dengan hadirnya minimarket karena pada minimarket memberikan potongan

harga atau promo sehingga berpengaruh pada aspek konsumtif Masyarakat yang tertarik dengan potongan harga dan juga Masyarakat cenderung berbelanja pada minimarket karena jumlah barang dan ketersediaan barang kebutuhan juga menjadi daya Tarik tersendiri untuk pola konsumtif Masyarakat kepada minimarket dan juga fasilitas serta pelayanan yang di berikan berbanding dengan pasar tradisional pada umumnya yang mempengaruhi pola konsumsi pada Masyarakat.

Kualitas serta kuantitas yang ditawarkan oleh minimarket memberikan pertumbuhan pola konsumsi pada Masyarakat apalagi pada saat pasar tradisional dan warung kecil tutup maka minimarket menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari Masyarakat. Adanya promo atau potongan harga juga menjadi daya Tarik pada Masyarakat untuk lebih memilih berbelanja di minimarket yang berefek pada pola konsumsi Masyarakat serta Sebagian besar Masyarakat memberikan dukungan positif dengan kehadiran minimarket yang memberikan kemudahan Masyarakat berbelanja kebutuhan.

Kecenderungan Masyarakat berbelanja pada minimarket menunjukkan pola konsumsi yang di timbulkan oleh hadirnya minimarket. Pola konsumsi pada Masyarakat sedikit banyak pula di pengaruhi oleh ketersediaan kebutuhan yang diperoleh dari minimarket dan produk yang ditawarkan oleh pihak minimarket memiliki kualitas yang baik serta potongan harga juga menjadi daya Tarik sehingga Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket yang sedikit banyak meberikan pola konsumsi dan ketersediaan makanan instan yang cenderung tidak tersedia pada pasar tradisional dan warung kecil pun menjadi alasan Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket.

c) Peran Pemerintah

Pemerintah menjadi peran sentral dalam menangani permasalahan persaingan dagang antara pasar tradisional dan pasar modern (minimarket) yang dilihat dari bentuk Upaya pemerintah dalam memberikan Batasan izin kepada pihak-pihak yang ingin membuat minimarket di wilayah tertentu sehingga dapat meminimalisir kerugian pada pasar tradisional akibat Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket.

Berkembangnya minimarket tentunya berdampak pada perekonomian dan menimbulkan aspek positif dan negative sehingga pemerintah menjadi actor sentral dalam permasalahan persaingan antara minimarket dan warung-warung kecil yang mana pemerintah memberikan aturan Batasan Pembangunan minimarket pada tiap daerah sehingga berdampak baik untuk warung-kecil agar tidak tersisihkan akibat berkembang pesatnya pasar modern atau minimarket di setiap daerah.

Upaya pemerintah dalam menyikapi persaingan akibat berkembangnya pasar modern itu dengan memberikan Batasan pembuatan atau Pembangunan pasar modern sehingga eksistensi warung-kecil, toko-kecil, serta pasar swalayan tetap terjaga mengingat persaingan yang kurang efektif melihat situasi dan kondisi yang terjadi dengan hadirnya minimarket tentunya memberikan penawaran dari segi pelayanan, kelengkapan kebutuhan Masyarakat dan fasilitas yang lebih lengkap di bandingkan dengan pasar tradisional dan warung-kecil sehingga pemerintah dianggap sebagai actor penting dalam persoalan pembatasan minimarket untuk eksistensi warung dan pasar tradisional tetap terjaga.

2. Dampak Negative Minimarket Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Di Kabupaten Gowa

Minimarket merupakan salah satu bentuk pasar modern yang menjamur serta berkembang pada daerah perkotaan maupun daerah pedesaan, berkembangnya minimarket tentu membawa dampak positif maupun dampak negative dari berbagai aspek. Dampak negative yang terjadi dengan berkembangnya minimarket diantaranya persaingan terhadap toko kecil dan pasar tradisional yang tentunya berefek pada omset dan pendapatan yang ada pada toko kecil dan warung kecil yang tentunya diakibatkan oleh adanya minimarket yang menawarkan fasilitas yang baik serta pelayanan dan ketersediaan barang yang ada pada minimarket yang berdampak pada pola konsumsi Masyarakat yang lebih memilih untuk berbelanja pada minimarket dibandingkan dengan berbelanja pada toko kecil maupun warung kecil yang berbeda fasilitas serta pelayanan dan warung kecil juga terbilang kurang ketersediaan barang kebutuhan Masyarakat sehingga Masyarakat lebih memilih alternatif berbelanja pada minimarket.

a. Dampak persaingan warung kecil dan minimarket

Hadirnya minimarket di daerah pallangga kabupaten gowa sangat berdampak pada omset dan pendapatan pada toko toko kecil atau warung kecil apalagi mengingat kelengkapan pada minimarket yang membuat Masyarakat lebih memilih untuk berbelanja pada minimarket dibandingkan berbelanja pada toko kecil, yang kemudian berdampak pada omset atau pendapatan toko dan warung kecil. Apalagi pada era modern sekarang semakin banyaknya kebutuhan pada Masyarakat terus bertambah setiap hari dan keterbatasan ketersediaan barang kebutuhan pada Masyarakat juga berdampak pada peralihan Masyarakat untuk

berbelanja pada minimarket dibandingkan dengan berbelanja pada toko kecil dan warung kecil.

Faktor yang menjadi pilihan alternatif masyarakat untuk berbelanja pada minimarket dibandingkan dengan toko kecil dan warung kecil disebabkan antara lain kenyamanan Masyarakat dengan pelayanan yang diberikan pihak minimarket yang tidak didapatkan pada warung dan toko kecil dan minimarket juga menawarkan potongan harga atau promo yang menarik minat Masyarakat untuk berbelanja pada minimarket dan pada toko kecil dan warung tidak memberikan promo yang menyebabkan Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket dan kelengkapan bahan kebutuhan pada minimarket juga menjadi alasan utama yang tentunya berdampak negative pada warung kecil dan toko kecil yang dapat mengakibatkan penurunan omset dan minat berbelanja Masyarakat pada warung dan toko kecil.

Pengaruh ekonomi sedikit banyak mempengaruhi persaingan antara minimarket dan warung kecil, kehadiran minimarket juga berdampak negative pada banyaknya warung kecil yang gulung tikar akibat Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket yang mengakibatkan penurunan pendapatan dan omset pada warung dan toko kecil sehingga persaingan antara toko kecil dan mini market kurang efektif karena perbedaan fasilitas dan pelayanan serta ketersediaan barang yang terbatas pada warung dan toko kecil sedangkan minimarket memiliki pelayanan dan fasilitas yang baik serta ketersediaan barang untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat yang menjadi faktor Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket dibanding berbelanja pada warung dan toko kecil dan berdampak negative pada toko kecil dan warung kecil.

b. Dampak persaingan pasar tradisional dan minimarket

Persaingan antara pasar tradisional dan minimarket tentunya berdampak negative pada omset penjualan pada pasar tradisional atau pasar swalayan mengingat banyaknya aspek yang menjadi faktor persaingan pasar swalayan dan minimarket mulai dari aspek pelayanan, aspek fasilitas dan ketersediaan barang yang dominan lebih lengkap pada minimarket di bandikan dengan pasar swalayan atau pasar tradisional yang tentunya berpengaruh pada konsumtif Masyarakat yang lebih memilih untuk berbelanja pada minimarket yang memiliki ketersediaan kebutuhan lengkap dibanding berbelanja pada pasar swalayan atau pasar tradisional.

Masyarakat lebih memilih dan dominan berbelanja pada minimarket disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan jam operasional dari pasar tradisional yang menjadi salah satu faktor dan jarak pula menjadi salah satu alasan warga untuk memilih alternatif berbelanja pada minimarket yang memiliki jarak yang lebih dekat dan juga kelengkapan fasilitas menjadi salah satu faktor pendorong Masyarakat memilih berbelanja pada minimarket yang tentunya sangat berdampak negative akibat konsumtif Masyarakat terhadap minimarket yang sangat dominan dibanding konsumtif pada pasar tradisional.

Masyarakat di era modern memiliki kecenderungan untuk berbelanja pada minimarket untuk memenuhi kebutuhan dibandingkan berbelanja pada pasar tradisional, kecenderungan Masyarakat sedikit banyak dipengaruhi dengan ketersediaan bahan makanan cepat saji pada minimarket sehingga konsumtif Masyarakat lebih dominan pada pasar modern sehingga bisa saja merusak omset

penjualan pada pasar tradisional karena minimarket terbilang lebih lengkap dibanding pada pasar tradisional sehingga Masyarakat lebih memilih berbelanja di minimarket memenuhi kebutuhan.



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Pola konsumsi Masyarakat pallangga kabupaten gowa dengan hadirnya minimarket. Memiliki beberapa dampak yang ditimpulkan (1) Dampak sosial, dampak sosial yang terjadi dengan hadirnya minimarket atau pasar tradisional yaitu memberikan kemudahan Masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan yang mana minimarket menyediakan barang yang sesuai kebutuhan masyarakat serta minimarket yang terbilang mudah di jangkau. (2) Dampak Konsumsi Masyarakat, pola konsumsi masyarakat dengan hadirnya minimarket atau pasar modern menjadi alternatif untuk pemenuhan kebutuhan mengingat minimarket memiliki jam operasional yang dominan lama beroperasi dibandingkan dengan pasar tradisional dan minimarket juga menawarkan promo yang memberikan ketertarikan kepada masyarakat untuk berbelanja pada minimarket dengan ketersediaan bahan kebutuhan yang lengkap serta fasilitas dan pelayanan yang baik dibandingkan pasar tradisional. (3) Peran pemerintah menjadi actor sentral dalam persoalan persaingan yang terjadi pada persaingan minimarket dan pasar tradisional serta warung kecil sehingga eksistensi dari warung dan pasar tradisional tetap bisa terjaga dengan baik.
2. Dampak Negative Minimarket Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Lokal Di Kabupaten Gowa memiliki beberapa dampak negative yang ditimbulkan (1)

Dampak persaingan warung kecil dan minimarket yang berdampak negative pada warung kecil akibat adanya minimarket di buktikan dengan banyaknya warung kecil yang menurun omset dan sampai gulung tikar(bangkrut). (2) dampak persaingan pasar tradisional dan minimarket dari segi fasilitas dan pelayanan pada pasar tradisional yang dianggap kurang sehingga Masyarakat lebih memilih berbelanja pada minimarket dan berdampak negative pada omset penjual pada pasar tradisional.

B. Saran Penelitian

Setelah melakukan pembahasan dan pengambilan beberapa kesimpulan maka peneliti perlu memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi Masyarakat

Bagi Masyarakat agar hendaknya lebih memperhatikan dan mencari tahu dampak yang bisa terjadi apabila pola konsumsi hanya berfokus pada pasar modern saja sehingga pasar tradisional tetap dapat bertahan dengan keseimbangan pola konsumsi Masyarakat terhadap pasar modern dan pasar tradisional.

2. Saran bagi aparat pemerintah

Pemerintah kiranya dapat membuat program yang dapat memperkecil dan meminimalisir terjadinya persaingan antara minimarket pasar modern dan pasar tradisional dan warung kecil, kepada perangkat pemerintah kecamatan pallangga untuk memperhatikan persaingan yang terjadi antara minimarket dan pasar tradisional di wilayah administrasi kecamatan pallangga secara berkesinambungan kepada Masyarakat agar pola konsumsi Masyarakat tidak hanya berfokus pada pasar modern saja.

3. Saran bagi peneliti selanjutnya

Kajian ini merupakan penelitian kualitatif yang hanya fokus pada aspek bagaimana dampak positif dan negative pada losa konsumsi yang terjadi pada Masyarakat pallangga kabupaten gowa dengan hadirnya minimarket (Indomaret) yang menggunakan metode kualitatif deskriptif. Selain itu, data dalam penelitian ini hanya sebatas mengkaji pola konsumsi pada Masyarakat pallangga kabupaten gowa dengan hadirnya minimarket anak di pallangg kabupaten gowa. Namun peneliti yang akan datang dapat diperluas keseluruhan aspek pola konsumsi Masyarakat dengan menggunakan teori pembandingan antara pola konsumsi secara holistik di kabupaten gowa atau indonesia secara umum. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode gabungan antara kualitatif dengan kuantitatif agar penelitian tentang pola konsumsi Masyarakat terhadap hadirnya minimarket dapat dijabarkan secara detail dan rill.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010, h.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian (Suatu pendekatan praktek)*. Jakarta PTRineka Cipta
- Asep ST Sujana, *Manajemen Minimarket*, (Jakarta : Raih Asa Sukses, 2013), hal. 40-43
- Budiono, *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Ekonomi Mikro (Yogyakarta: BPFE, 2002),h.43.*
- Baudrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Endi Sarwoko, *Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang*, *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, Volume 4, Nomor 2, Juni 2008.
- Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2011), hal.77
- Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2011), hal.76
- <http://www.pengertianku.net/2015/04/pengertian-pasar-modern-dan-ciri-cirinya.html> diakses pada tanggal 27 Februari 2016
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: GrahaIlmu
- M.Chatib Basri, DKK, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya (Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia)* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.14.
- Mankiw, N. Gregory, *Principles of Economics, Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*,

- Edisi 3, terjemahan Chriswan Sungkono (Jakarta: Salemba Empat, 2006),*
- Moleong, Lexy. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mowen, Jhon. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta.
- Natalia, Lia 2010. *Analisis factor persepsi yang mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja pada giant hypermarket bekasi, Jurnal Skripsi Manajemen Perbelanjaan dan Toko Modern di Kabupaten Gowa*". Makassar Bilas.
- Ottis Widiandra, Hadi Sasana, Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kecamatan Banyumanik Kota Semarang), *Journal Of Economic* Volume 2, Nomor 1, Tahun 2013, Halaman 1- 6.
- Peta Persaingan Bisnis Ritel di Indonesia, (Jakarta : Media Data, 2009), hal. 91-92*
- Satria, *Pasar Modern dan Pasar Traditional, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010. h 78*
- Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.*
- Slamet Santosa. 2006. *Dampak Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Supriyadi Wahyudi Utomo, *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun, Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol. 6 No. 1 Hlmn, 59- 792 Madiun, April 2017*
- Waluyo Hadi & Dini Hastuti. . *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis. (Surabaya: Reality Publisher, 2011)*
- Winardi. 2016. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

PERATURAN :

Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008

Perpres No. 112 Tahun 2007 dan Permendagri No. 53 Tahun 2008.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008



L

A

M

P

I

R

A

N





1. INSTRUMEN
2. DOKUMENTASI
3. PERSURATAN





LAMPIRAN 1

1.1 PEDOMAN OBSERVASI

1.2 PEDOMAN WAWANCARA



PEDOMAN OBSERVASI

Rumun Masalah	Pendekatan	Indikator	Item Pertanyaan
Bagaimana dampak positif minimarket di kec. Pallangga kab. Gowa	individu	perilaku	4. Keberadaan minimarket merubah perilaku belanja
			5. Keberadaan minimarket sangat membantu
			6. Perkembangan minimarket baik
		Tindakan	3. Perkembangan minimarket sangat pesat
			4. Pihak minimarket membuat promosi saat awal dibuk
	kultur	Perubahan nilai budaya	4. Perubahan nilai budaya karena adanya minimarket
			5. Adanya perubahan nilai berpengaruh terhadap pola komumsi
			6. Berkembangnya minimarket bisa merubah pandangan masyarakat

		kebiasaan	<p>3. Harga di minimarket tergolong murah</p> <p>4. Terdapat dukungan sosial dari masyarakat terkait adanya minimarket</p>
	struktur	Peraturan keberadaan minimarket	<p>3. Terdapat regulasi tentang keberadaan minimarket</p> <p>4. Adanya implementasi undang-undang tentang minimarket</p>
		Pemerintah	<p>3. Adanya kaitan antara minimarket (pasar modern)terhadap pasar tradisional</p> <p>4. Adanya penanggulangan dari pemerintah tentang perilaku komsumtif masyarakat yang berlebihan</p>
Bagaimana dampak negatif keberadaan minimarket di kecamatan pallangga kabupaten gowa	individu	perilaku	<p>4. Mengetahui maraknya minimarket akan berpengaruh pada warung kecil</p> <p>5. terdapat sikap strategi akan peningkatan kesadaran masyarakat dalam berbelanja</p> <p>6. Suka berbelanja di minimarket</p>

		tindakan	4. Adanya tindakan mengenai persaingan antara minimarket dan toko-toko kecil
			5. Perlu adanya kesadaran
			6. Pola konsumsi berubah
	kultur	pandangan	3. Adanya bentuk persaingan antara minimarket dan toko-toko kecil
			4. Adanya pengaruh dari minimarket ke masyarakat lokal
		kebiasaan	3. Barang-barang di minimarket berkualitas
			4. Barang di minimarket tergolong lengkap
	struktur	pemerintah	4. Mengetahui perekonomian minimarket
			5. Adanya upaya dari pemerintah mensinergikan usaha
			6. Adanya perlindungan usaha dari pemerintah
		fasilitas	3. Pemerataan fasilitas pasar modern dan pasar tradisional

			4. Efektifnya fasilitas yang di berikan
--	--	--	---



PEDOMAN WAWANCARA

Rumun Masalah	Pendekatan	Indikator	Item Pertanyaan
Bagaimana dampak positif minimarket di kec. Pallangga kab. Gowa ?	individu	perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah keberadaan minimarket merubah perilaku belanja anda? 2. Menurut anda apakah keberadaan minimarket sangat membantu ? 3. Apakah minimarket berkembang baik menurut anda
		Tindakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda seperti apa tindakan yang dilakukan sehingga perkembangan minimarket semakin pesat? 2. Apakah minimarket saat pertama kali di buka pihak minimarket membuat suatu promosi penjualan kepada masyarakat?
	Kultur	Perubahan Nilai budaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada perubahan nilai budaya yang terjadi di lingkungan sekitar mengenai adanya minimarket? 2. Apakah Perubahan nilai sangat berpengaruh terhadap pola komsumsi? 3. Bagaimana menurut anda perkembangan minimarket merubah pandangan masyarakat?
		kebiasaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah harga di minimarket terjangkau menurut anda, karena anda terbiasa berbelanja di minimarket? 2. Apakah ada perbedaan dalam tingkat dukungan sosial dari masyarakat terkait adanya minimarket?

	Struktur	Peraturan keberadaan minimarket	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa regulasi yang di gunakan dalam mendukung peraturan keberadaan minimarket? 2. Bagaimana tanggapan anda terkait undang-undang yang mengatur keberadaan minimarket?
		Pemerintah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut bapak bagaimana kaitan minimarket sebagai pasar modern terhadap pasar tradisional? 2. Apa peran pemerintah dalam menanggulangi perilaku komsumtif masyarakat di era modern yang membuat jatuhnya perekonomian pasar tradisional?
Bagaimana dampak negatif minimarket di kecamatan pallangga	Individu	Perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda bagaimana masa depan pasar tradisional dan warung-warung kecil akan maraknya minimarket? 2. Menurut anda Apa saja sikap atau tindakan yang perlu dilakukan sebagai strategi peningkatan kesadaran terhadap masyarakat tentang pentingnya membatasi dalam berbelanja yang berlebihan? 3. Mengapa anda lebih suka berbelanja di minimarket padahal harga yang di tawarkan di minimarket tergolong mahal dari pasar tradisional?

		Tindakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana menurut anda bentuk tindakan yang dapat dilakukan mengatasi persaingan antara minimarket dengan toko-toko kecil? 2. Mengapa perlu adanya kesadaran dalam berbelanja 3. Apakah pola konsumsi anda saat ini berubah karena adanya indomaret yang banyak menyediakan makanan cepat saji
	Kultur	Pandangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pandangan masyarakat melihat adanya persaingan minimarket dan toko-toko kecil? 2. Menurut anda seberapa jauh pengaruh minimarket bagi masyarakat local?
		Kebiasaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda apakah berbelanja anda termasuk orang yang higienis? 2. Menurut anda apakah minimarket lebih lengkap dari pasar tradisional?

	Struktur	Pemerintah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana tingkat perekonomian sebelum dan sesudah ada minimarket (indomare) 2. Bagaimana upaya pemerintah mensinergikan usaha kecil mikro dengan keberadaan pasar modern? 3. Apa saja tindakan pemerintah dalam usaha perlindungan terhadap maraknya pasar modern berupa indomaret terhadap pasar tradisional
		Fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah pemerintah sudah rata memfasilitasi pasar tradisional dan modern? 2. Apakah fasilitas yang di berikan cukup efektif di dalam persaingan pasar?



LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI







LAMPIRAN 3
PERSURATAN





RIWAYAT HIDUP



Nur Azizah Putri, lahir di Takalar, 11 juli 2002.

Merupakan anak pertama dari 2 bersaudara., buah hati dari pasangan ayahanda Abdul Gafur dan Ibunda Herlina. Penulis pertama kali menempuh Pendidikan Formal pada tahun 2007 di SDN 43 Manongkoki I lulus pada tahun 2013, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan di MTS Manongkoki lulus pada tahun 2016 kemudian melanjutkan Pendidikan di MA Muhammadiyah Palekko dan lulus pada tahun 2019. Kemudian pada tahun 2019 penulis mendaftar diperguruan tinggi swasta Universitas Muhammadiyah Makassar di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan mengambil jurusan Pendidikan Sosiologi, program studi strata 1 (S1) dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 105381100419. Pengalaman organisasi 2020-2021 sebagai Anggota bidang keperempuanan HIMA Prodi Pendidikan Sosiologi. Pada tahun 2021-2022 sebagai Sekertaris Bidang Minat & Bakat HIMA Prodi Pendidikan Sosiologi.