

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang tidak dapat lepas dari saling ketergantungan antar makhluk hidup untuk selalu berkembang dan bertahan hidup. Ada banyak hal yang berubah atas keadaan tersebut diantaranya cara berpikir seseorang, cara berpakaian, cara berucap dan cara bersosialisasi dengan sekitarnya. Manusia memiliki kebutuhan yang harus selalu dipenuhi guna melanjutkan hidup. Kebutuhan ini secara alami dipenuhi dalam interaksinya dengan alam. Alam menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia dan sebaliknya manusia memungut apa yang dibutuhkannya. Tetapi kebutuhan manusia sangat beraneka ragam sehingga alam pun seolah tak mampu untuk memenuhinya.

Atas dasar ini maka diciptakan alat oleh manusia untuk membantunya berinteraksi dengan alam, maka muncullah ide dasar untuk memproduksi. Sebagai manusia yang hidup dimasa sekarang, relasi dengan barang-barang konsumsi tidak dapat dipungkiri. Selama ini masyarakat memenuhi berbagai kebutuhan hidup, baik itu produk pangan dan non pangan, biasanya berbelanja ke tempat perbelanjaan seperti pasar tradisional. Pasar tradisional dapat diartikan sebagai tempat atau wilayah yang mengelompokkan pedagang kecil yang menjual semua makanan segar (daging, ikan, sayur, atau buah) ataupun khusus menjual satu makanan segar.

Kebutuhan manusia terbagi dalam tiga jenis. Pertama yaitu kebutuhan pokok atau sering disebut dengan istilah kebutuhan primer yang di dalamnya adalah kebutuhan manusia akan sandang dan pangan. Kedua yaitu kebutuhan tambahan atau sering disebut dengan istilah kebutuhan sekunder yang di dalamnya adalah pelengkap atau peralatan yang menunjang keperluan dalam rumah tangga seperti peralatan dapur, elektronik dan lainnya. Ketiga yaitu kebutuhan akan barang mewah atau sering disebut dengan kebutuhan tersier, contohnya : mobil, perhiasan dan lainnya. Semua kebutuhan manusia ini bisa dipenuhi sesuai dengan penghasilan dari setiap masyarakat yang berbeda-beda. Namun, seiring dengan perjalanan waktu hadir lah pasar modern sebagai pengembangan dari pasar tradisional dan sudah menjamur dimana-dimana.

Pasar modern berbeda dengan pasar tradisional, dalam pasar modern penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung. Pasar modern merupakan tempat penjualan beberapa komoditas kebutuhan rumah tangga walaupun tidak semua tersedia di pasar modern, dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan. *Indomaret*, *Alfamart*, juga merupakan contoh perkembangan dari pasar modern. Pada masa sekarang ini *indomaret* sudah banyak ditemukan, tidak hanya di kota besar namun sudah merambah di kota-kota kecil. Setiap individu pasti memiliki alasan tertentu dalam memilih tempat berbelanja.

Pasar modern dianggap sebagai alternatif tempat membeli selain pasar tradisional bagi konsumen yang menginginkan pelayanan yang lebih baik dan yang mampu memberi kenyamanan. Fenomena yang membuat konsumen

berpindah dari pasar tradisional ke pasar modern yaitu pelayanan dan tempat yang mereka sajikan kepada konsumen sangat jauh berbeda.

Perbedaan ini dapat dilihat dari segi suasana yang ditawarkan antara pasar tradisional dan pasar modern yaitu pada pasar tradisional, konsumen banyak sekali disugahi dengan suasana kotor, becek, dan sering kali tidak ada jaminan terhadap barang yang dibeli, sedangkan pada pasar modern yang luas dan ber-AC, sehingga nyaman berbelanja. Dengan adanya kemudahan yang disediakan tersebut dan didukung segala fasilitas yang ada dapat mempermudah seseorang untuk melakukan aktivitas dengan baik. Keadaan ini merupakan peluang bagi mereka yang mampu memanfaatkan situasi tersebut. Keanekaragaman konsumen dalam memilih tempat belanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen.

Masyarakat Karo pada umumnya yang tinggal di daerah Berastagi menggantungkan pemenuhan kebutuhan hidup mereka dengan cara berbelanja ke pasar tradisional. Bahkan hanya sekedar berbelanja keperluan kecil saja bagi beberapa orang memilih ke *Indomaret*, *Alfamart*, contohnya sabun, gula, pepsodent dan keperluan kecil lainnya yang sebenarnya juga tersedia di warung atau toko kelontong yang ada di dekat rumah mereka. Sedangkan dari segi harga masih ada perbedaan dengan yang berbelanja di luar dengan yang di *Indomaret*, *Alfamart*. Masyarakat dibebaskan memilih barang atau kebutuhan yang akan mereka beli dan langsung disertakan dengan label harga (*barcode*) yang tertera di kemasan tersebut. Pada saat pembayaran pun tidak akan lagi ditemukan yang disebut dengan tawar-menawar antara penjual dengan pembeli, namun masyarakat

langsung disuguhkan untuk membayar di kasir dan dilayani dengan keramahan para pramuniaga yang menyambut dengan salam dan senyuman ketika melayani konsumen.

Masyarakat mengenal suatu tempat transaksi jual-beli itu sebagai pasar sejak dahulunya, tempat dimana terdapat kebutuhan hidup baik untuk pangan maupun sandang. Pasar juga berfungsi menjadi tempat pertemuan yang menimbulkan sebuah interaksi. Interaksi ini terjadi antara penjual dan pembeli pada saat proses tawar menawar sedang berlangsung. *Take and give* merupakan satu proses dalam kegiatan ekonomi, ini tampak ketika pembeli dan penjual saling bertatap muka untuk melangsungkan proses jual-beli. Konsumen akan lebih memilih berbelanja ditempat langganannya, karena harga yang ditawarkan pasti lebih murah dan sudah terjalin dengan baik. Pembeli memilih komoditas apa yang akan dibeli lalu menanyakan harga kepada pedagang dan masih bisa dilakukan proses tawar menawar sambil berinteraksi. Berbeda dengan berbelanja dipasar modern, pembeli langsung membayarkan sesuai dengan harga yang tertera tanpa tawar-menawar dan tidak terjadi interaksi yang lama.

Gaya yang seperti inilah yang sedang diminati oleh masyarakat dan menjadi daya tarik bagi penulis untuk meneliti lebih dalam tentang *Trend Berbelanja (Study Antropologi Terhadap Kecenderungan Berbelanja di Indomaret dan Alfamart pada Etnis Karo di Berastagi)*.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, adapun masalah yang ditemukan antara lain :

1. Latar belakang masyarakat memilih berbelanja di *Indomaret* dan *Alfamart*.
2. Alasan masyarakat Karo berbelanja di *Indomaret* dan *Alfamart*.
3. Perbedaan berbelanja di pasar modern dan pasar tradisional.
4. Kenyamanan yang disediakan *Indomaret* dan *Alfamart* terhadap konsumen.
5. *Trend* berbelanja pada masyarakat Karo dengan hadirnya pasar modern.
6. Pandangan masyarakat terhadap keberadaan *minimarket* seperti *Indomaret* atau *Alfamart*.
7. Eksistensi pasar tradisional.
8. Intensitas masyarakat berbelanja ke *minimarket*.

1.3. Pembatasan Masalah

Dengan adanya latar belakang dan identifikasi masalah, maka perlu adanya pembatasan masalah. Untuk mempermudah penelitian dan memungkinkan tercapainya hasil sebaik mungkin, maka penulis membatasi permasalahan yang dikaji pada *Trend Berbelanja Etnis Karo di Berastagi ke Indomaret dan Alfamart*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja faktor yang melatarbelakangi etnis Karo berbelanja ke *Indomaret* dan *Alfamart*?
2. Bagaimana *trend* berbelanja di *Indomaret* dan *Alfamart* pada etnis Karo?
3. Bagaimanakah pandangan etnis Karo terhadap menjamurnya pasar modern seperti *Indomaret* dan *Alfamart*?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui latar belakang etnis Karo berbelanja di *Indomaret* dan *Alfamart*.
2. Untuk mengetahui bagaimana *trend* berbelanja pada etnis Karo dengan adanya *Indomaret* dan *Alfamart*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan etnis Karo terhadap menjamurnya *Indomaret* dan *Alfamart*.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yakni teoritis dan praksis.

Secara praktis kajian ini akan membeikan manfaat yaitu: i) memperluas wawasan mengenai *trend* belanja dan terutama dalam lingkup mata kuliah atau kajian

Antropologi Ekonomi dan ii) memberikan pemahaman mengenai perilaku dan budaya konsumen di pasar modern. Secara praktis kajian ini akan memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi mahasiswa untuk menambah informasi dan bahan referensi ilmiah atau sejenisnya bagi penulis lain.
2. Bermanfaat dalam pengetahuan *trend* atau kecenderungan berbelanja bagi masyarakat setelah berdirinya *Indomaret* dan *Alfamart*.
3. Menambah pengetahuan penulis mengenai perilaku dan budaya konsumen pada masyarakat Karo di Berastagi dalam berbelanja.