



## **Fenomena Pasar Tradisiaonal Rao, Pasaman**

**Idra Septrian Rahim<sup>1</sup>, Deni<sup>2</sup>, Hendra A<sup>3</sup>**

Universitas Malikussaleh

### **Informasi Artikel**

*Histori Artikel:*

*Submit*           **10 November 2023**

*Accepted*       **15 November 2023**

*Published*      **20 November 2023**

**Email Author:**

[Idra.180160061@mhs.unimal.ac.id](mailto:Idra.180160061@mhs.unimal.ac.id)

[deni@unimal.ac.id](mailto:deni@unimal.ac.id)

[hendraaiyub@unimal.ac.id](mailto:hendraaiyub@unimal.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The market is a collection of traders and buyers who meet each other, interact, link each other and create nominal goods or prices in the market. This rao traditional market is also known by people outside of the rao sub-district and even people from the Penyabungan area (North Sumatra) also take the time to come to sell and buy in this market. This market is very crowded especially on Saturdays, because Saturday is a weekday at the market. The rao traditional market is not only known for that, it is also known for providing complete needs for the community. This market is open every day from 06:00 WIB to 18:00 WIB, various types of merchandise that the community needs are in this market, ranging from clothing to food needs available in this market, in a market that certainly has a variety of activities and of course must have a complex space so that activities in the market can run smoothly. This market still has a close bond with the community, the closeness can be seen by traders and buyers who look very familiar, like relatives and even like family. This research aims to find out the attachment of people and places based on experience and explore the phenomena that occur in traditional markets. The method used is a descriptive qualitative method by identifying with interviews, observations. The research uses David Seamon's theory of Phenomenological Perspectives on Place, Lifeworld, and Live Emplacement, the elements examined in the research are Place, Lifeworld and Home. The results of the analysis show that in Rao traditional markets that make them still very much needed by the community because they are able to understand and provide what is needed by customers or the community, the most important thing where in traditional markets prices can be negotiated and have family values. That way people become interested in coming back to the market.*

**Keyword-** *Fenomenology, Tradisional Market, attachment*

## ABSTRAK

Pasar ialah kumpulan pedagang dan pembeli yang saling berjumpa, berinteraksi, saling mengait dan menciptakan nominal barang atau harga di pasar. Pasar tradisional Rao ini juga dikenal oleh masyarakat diluar dari kecamatan Rao bahkan orang dari daerah penyabungan (Sumatera Utara) juga menyempatkan datang untuk berjualan dan membeli dipasar ini. Pasar ini sangat ramai dikunjungi terutama pada hari Sabtu, dikarenakan Sabtu merupakan hari pekan pada pasar tersebut. Pasar tradisional Rao bukan hanya dikenal dari itu saja, pasar ini juga dikenal karena menyediakan kebutuhan lengkap bagi masyarakat. Pasar ini buka setiap hari dari pukul 06:00 WIB hingga pukul 18:00 WIB, berbagai jenis dagangan yang di butuh kan masyarakat ada di pasar ini, mulai dari kebutuhan sandang hingga pangan tersedia di pasar ini, dalam sebuah pasar pastinya memiliki aktifitas yang beragam dan tentunya harus memiliki ruang yang kompleks agar aktifitas di pasar dapat berjalan lancar. Pasar ini masih memiliki ikatan yang erat terhadap masyarakat, keamatan itu dapat dilihat pedagang dan pembeli yang terlihat sangat akrab terlihat seperti kerabat bahkan seperti keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterikatan manusia dan tempat berdasarkan pengalaman serta mengeksplor fenomena yang terjadi pada pasar tradisional. Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif deskriptif dengan cara mengidentifikasi dengan wawancara, observasi. Penelitian menggunakan teori dari David Seamon yaitu *Phenomenological Perspectives On Place, Lifeworld, and Live Emplacement*, Elemen yang di teliti dalam penelitian berupa *Place, Lifeworld dan Home*. Hasil analisa menunjukkan bahwa pada pasar tradisional Rao yang menjadikan mereka masih sangat dibutuhkan masyarakat dikarenakan mereka mampu memahami dan menyediakan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan atau masyarakat, hal yang paling penting dimana di pasar tradisional harga dapat ditawar dan memiliki nilai kekeluargaan. Dengan begitu masyarakat menjadi tertarik untuk kembali datang ke pasar tersebut.

**Kata Kunci** – Fenomena, Pasar tradisional, keterikatan

---

## PENDAHULUAN

Menurut Damsar dan Indrayani (2018): "Pasar adalah pertemuan antara penjual dan pembeli yang diarahkan oleh permintaan dan penawaran dalam proses, ruang, dan waktu." 10). Karena aktivitas penjual dan pembeli tidak dapat dipisahkan dari aktivitas lembaga pasar, maka pasar merupakan salah satu pendorong dinamika kehidupan ekonomi dan berfungsinya lembaga pasar. Menurut ilmu sosiologi, pasar merupakan fenomena multifaset yang dapat dilihat dari

berbagai sudut pandang. Misalnya, pasar merupakan suatu struktur yang penuh dengan konflik dan persaingan serta jaringan sosial yang padat (Damsar dan Indriani, 2009: 254).

Fenomena adalah suatu tampilan objek, peristiwa, dalam persepsi. Sesuatu yang tampil dalam kesadaran. Bisa berupa hasil rekaan atau kenyataan. Menurut Moustakas (1994:26), fenomena adalah apa saja yang muncul dalam kesadaran. Fenomena, dalam konsepsi Huesserl, adalah realitas yang tampak, tanpa selubung atau tirai antara manusia dengan realitas itu. Fenomena adalah realitas yang menampakkan dirinya sendiri kepada manusia. Sementara itu, dalam menghadapi fenomena itu manusia melibatkan kesadarannya, dan kesadaran selalu berarti kesadaran akan sesuatu (realitas) (Bertens,1981:201)

Pasar tradisional adalah tempat terbuka di mana cara pertukaran perdagangan yang paling umum terjadi, di mana tawar-menawar dapat dilakukan. Di sektor bisnis konvensional, para tamu umumnya bukan pembeli, tetapi mereka juga bisa menjadi penjual. Faktanya, pasar tradisional terbuka untuk penjualan apa pun.

Kebertahanan pasar tradisional di pengaruhi oleh eksistensi pasar tersebut, sedangkan eksistensi pasar akan terbentuk dari kebiasaan para pedagang dan pembeli yang bertemu dalam suatu tempat, hal ini akan di dukung oleh dengan adanya nilai kekeluargaan yang ada di pasar. Dapat dilihat dari pedagang dan pembeli yang terlihat sangat akrab terlihat seperti kerabat bahkan seperti keluarga.

Berdasarkan pikiran peneliti yang mana peneliti merupakan masyarakat di daerah lokasi pasar, yang mana peneliti sering melihat keadaan pasar tumbuh dan berkembang sampai saat ini, peneliti menyatakan kebertahanan pasar juga di dasari oleh akses yang mudah di jangkau oleh masyarakat, selain itu pasar tradisional Rao merupakan pasar yang buka hingga sore hari. Hal ini juga di perkuat dengan adanya data dan analisa yang di dapat oleh peneliti. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui keterikatan manusia dan tempat berdasarkan pengalaman serta mengeksplor fenomena yang terjadi pada pasar tradisional Rao.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan untuk jenis penelitian menggunakan tipe deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, dengan menyajikan, menganalisis dan menginterpretasikannya Narbuko (2015, hlm. 44). Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan variabel dari teori David Seamon yaitu : *Place*, *Lifeworld*, dan *Home* dengan metode observasi dan wawancara. Setelah semua data terkumpul, maka data tersebut akan di analisis dengan metode deskriptif lalu data observasi dan wawancara di rangkum, kemudian di analisis untuk mengidentifikasi kebertahanan atau eksistensi objek penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Deskripsi Wilayah Kabupaten Pasaman**

Pasaman adalah sebuah kabupaten di Sumatra Barat, Indonesia. Lubuk Sikaping adalah ibu kota Pasaman. Jumlah penduduk kabupaten ini adalah 253.299 jiwa pada tahun 2010 dan 301.444 jiwa pada tahun 2021, dengan luas wilayah 3.947,63 km<sup>2</sup>. Terdapat 37 nagari dan 12 kecamatan di Kabupaten Pasaman. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 3.947,63 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk 315.470 jiwa pada tahun 2017 atau 80 jiwa per km<sup>2</sup>. Kata "gunung pasaman" adalah asal muasal





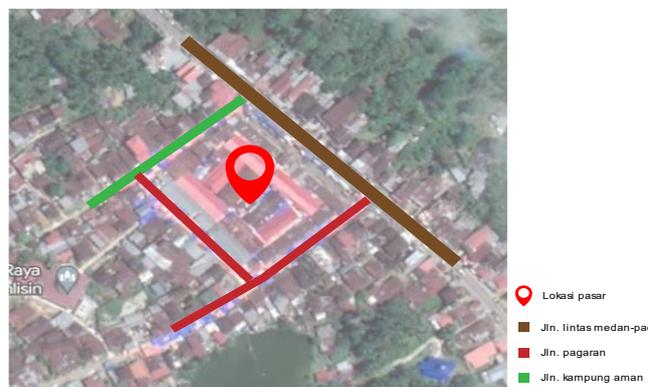
**Fig. 2. Kondisi pasar pagi hari**



**Fig. 3. Kondisi pasar siang hari**

Pada **Fig. 2** dan **Fig. 3** merupakan perbedaan suasana pagi dan siang pada pasar tradisional dimana puncak keramaian pasar pada siang hari dikarenakan pada waktu siang seperti pegawai kantor, pegawai sekolah mulai pulang dari aktivitas kerjanya, dan pada waktu itu kebiasaan masyarakat berbelanja kebutuhan pokok dirumah.

Aksesibilitas, pola tata ruang dan drainase juga merupakan komponen dan variabel *place* akses pada pasar tradisional sangat baik karena berdekatan dengan jalan lintas dan keramaian



**Fig. 4. Aksesibilitas pasar**

Pada grafik, akses untuk pergi ke pasar bisa ditempuh melalui beberapa jalan tapi jalan yang

biasanya di pakai oleh masyarakat dari jalan lintas medan-padang kecuali orang yang berada disekitar lokasi pasar. Masyarakat yang berada dilokasi pasar biasanya memakai jalan pagaran dan kampung aman. Selain itu pasar memiliki fasilitas penunjang seperti musholla dan lahan parkir.

#### b. *Lifeworld*

Dalam ide *lifeworld*, merujuk pada kejadian, peristiwa atau interaksi sosial antara pengunjung dan pedagang. Pada pembahasan sebelumnya membahas mengenai bagaimana kondisi dan suasana dipasar. Dalam hal bedagang, pedagang harus membentuk suatu hubungan baik terhadap pengunjung seperti melakukan komunikasi yang membuat pengunjung merasa nyaman.



**Fig. 5. Interaksi pedagang dan pengunjung**



**Fig. 6. Interaksi pedagang dan pengunjung**

Bentuk interaksi antara pedagang dan pengunjung bermacam ragam mulai dari tawar-menawar harga, mempromosikan jenis barang hingga pertukaran informasi. Dalam tawar-menawar dimana pengunjung eminta kepada pedagang apakah harganya bisa diturunkan atau tidak, pada hal ini pengunjung ingin mendapatkan harga yang lebih murah.

#### c. *Home*

Pada ide *home*, tempat dimana pedagang melakukan kegiatan setiap harinya itu adalah bagian dari *home*, bisa dikatakan pasar tradisional tersebut sudah menjadi rumah bagi mereka. Selain sebagai tempat para pedagang menempatkan produk mereka, jalan atau jalan setapak juga menyediakan pertemuan komunikasi sosial dengan tamu-tamu yang setia, membangun hubungan dengan orang-orang yang lewat dengan berjalan kaki dan berinteraksi dengan para pialang yang

berbeda, serta memberikan sebuah tempat yang memberikan makna dan hubungan yang mendalam dengan tempat tersebut. Jalan atau jalan setapak memberikan perasaan tenang dan para pialang dapat merasakan bantuan dari iklim umum dan memberikan kepuasan dalam mempertahankan bisnis mereka.



**Fig. 7. Interaksi pedagang dan pengunjung**

Berdasarkan Analisa melalui ide *Place* dan *Lifeworld* dapat diambil kesimpulan bahwa untuk menentukan tempat pedagang harus memiliki pengalaman, pandangan, dan sikap terhadap kegiatan berdagang, hal ini tentunya mempengaruhi pemilihan tempat mereka berdagang dan bagaimana mereka melakukan interaksi yang bagus terhadap pengunjung agar pengunjung mendapatkan rasa nyaman dan rasa nyaman dalam menjalankan usahanya di tempat tersebut sebagai *Home* bagi mereka.

### **3. Keterikatan Tempat Pedagang Pasar Tradisional Rao, Pasaman**

Keterikatan di pasar tradisional Rao terbentuk karena adanya Hubungan keterikatan muncul karena adanya hubungan kolaborasi sosial yang terjadi antara orang-orang atau pertemuan yang terjadi secara terus-menerus hingga menjadi sebuah contoh yang rutin. Bagian utama dari pengembangan keterikatan adalah kepercayaan. Demikian juga, korespondensi dan kerjasama juga membentuk hubungan koneksi dari individu atau kelompok. sama halnya dengan koneksi dan komunikasi yang terjadi pada para penghibur yang mengambil peran di pasar Rao. Sudut pandang yang ada dalam pasar Rao untuk melihat bagaimana keterikatan hubungan antarpedagang adalah hubungan kepercayaan, nilai dan norma dan relasi sosial.

Adapun beberapa hal yang membuat keterikatan pedagang di pasar tradisional ini adalah

- 1) Rasa persaudaraan yang sudah melekat erat di antara pedagang di Pasar Rao
- 2) Dengan kemiripan mengenai keduanya menghasilkan uang tunai untuk kelancaran kehidupan sehari-hari. Jadi, tidak sepatasnya jika mereka menutup diri satu sama lain. Dengan perasaan tidak nyaman terhadap orang lain jika mereka terlalu menutup diri dan tidak memiliki keinginan untuk berbaur.
- 3) Sebagian besar waktu para pedagang dihabiskan di pasar dari pagi hingga sore hari. Energi yang terfokus pada pertemuan menghasilkan hubungan persahabatan yang erat di pasar tradisional Rao.
- 4) Sensasi pelipur lara terhadap orang lain dan bahkan kolaborasi yang terjadi tidak hanya

dalam iklim pasar.

- 5) Misalnya, area tempat jual beli yang disepakati bersama. Tempat jualan di Pasar Rao sudah disepakati bersama. Kedekatan tempat jualan membuat mereka sangat mudah untuk mengunjungi tempat jualan berikutnya. Hal ini dilakukan jika mereka berada dalam kondisi kelelahan atau tidak adanya tamu. Selain itu, hal ini juga membuat para pedagang menjadi lebih dekat.

## SIMPULAN

Pasar tradisional Rao, Kabupaten Pasaman merupakan pasar yang paling dikenal oleh kalangan masyarakat karena pasar ini berada dipinggir jalan lintas sumatera. Selain itu, letak pasar ini juga dekat dengan daerah tempat tinggal sehingga lebih mudah untuk di jangkau. Dilihat dari kondisi pasar, rata-rata pasar tradisional itu kumuh, bau yang kurang sedap, bising menjadi hal yang tidak dapat dihilangkan bahkan hal itu juga termasuk ciri khas pasar tradisional. Jauh dari kata nyaman akan tetapi itu tidak menjadi suatu masalah untuk mengurangi minat masyarakat terhadap pasar tersebut.

Setelah melakukan analisa dan penelitian terhadap pasar, dapat dirangkum beberapa kesimpulan dari fenomena pasar tradisional, yang pertama bahwa pada pasar tradisional Rao yang menjadikan mereka masih sangat dibutuhkan masyarakat dikarenakan mereka mampu memahami dan menyediakan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan atau masyarakat, hal yang paling penting dimana di pasar tradisional harga dapat ditawarkan dan memiliki nilai kekeluargaan. Dengan begitu masyarakat menjadi tertarik untuk kembali datang ke pasar tersebut.

## BIBLIOGRAFI

- Angkasawati, & Devi Milasari. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Publiciana*, 14(1), 169–187. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v14i1.296>
- Hanifati, K., & Harjoko, T. Y. (2020). Arsitektur sebagai Fenomena Kehadiran Manusia. *Prosiding (SIAR) Seminar Ilmiah Arsitektur*, 8686, 130–138. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/12054>
- Polin, J. (2018). Developing Communicative Grammar Materials for Teaching Speaking in the Eleventh Grade at Alam Kudus Senior High School Bali. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris Indonesia*, 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.23887/jpbi.v6i1.2703>
- Razali, M. T. (2021). Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 Tentang Penataan Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Meral Kabupaten Karimun. *Jurnal Kemuting*, 2(2), 15.
- Seamon, D. (2013). Place attachment and phenomenology: The synergistic dynamism of place. *Place Attachment: Advances in Theory, Methods and Applications*, January 2014, 11–22. <https://doi.org/10.4324/9780203757765>
- Seamon, D. (2023). Phenomenological Perspectives on Place, Lifeworlds and Lived Emplacement. In *Phenomenological Perspectives on Place, Lifeworlds and Lived Emplacement*. <https://doi.org/10.4324/9781003328223>
- Undi, G. (2013). Fenomenologi arsitektur; konsep, sejarah dan gagasannya. *Nalars*, 12(1), 43–59.
- Aliyah, I., Setioko, B., & Wisnu, P. (2015). Eksistensi Pasar Tradisional dalam Kearifan Budaya Jawa (Obyek Studi: Pasar Gede Kota Surakarta).
- Seamon, D. (2013) “Place Attachment and Phenomenology: The Synergistic Dynamism of Place,” in Manzo, L. C. dan Wright, P. D. (ed.) *Place Attachment: Advances in Theory, Methods and Applications*. New York: Routledge, hal. 11–22.
- Damsar dan Indrayani. (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Prenadamedia.

Spiegelberg, H. (1978). The phenomenological movement: A historical introduction. The Hague: Matinus Nijhoff

**Copyright holder:**

Idra Septrian Rahim, Deni, Hendra A (2023)

**First publication right:**

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik