

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terdiri atas 34 provinsi dan 97 kota maka dari itu disebut dengan negara kepulauan. Kementerian Dalam Negeri mendata pada bulan Desember 2020 tercatat jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 271.349.889 jiwa. Diantara 271 juta jiwa tersebut 56% merupakan penduduk perkotaan.¹ Kota merupakan suatu tempat pemukiman yang relatif besar dan padat serta di dalamnya terbentuk jaringan kehidupan ditandai dengan strata sosial, ekonomi dan penduduk yang heterogen. Kota memiliki fungsi yang kompleks diantaranya sebagai pusat perdagangan, populasi, pemerintah, industri, dan pusat budaya. Fungsi tersebut jalan apabila terdapat sarana dan prasarana yang memadai sehingga kegiatan ekonomi penduduk dan pemenuhan kebutuhan sosial terpenuhi di sebuah kota.²

Salah satu bentuk wadah kegiatan ekonomi yaitu dengan adanya pasar. Pasar merupakan sebuah sistem, prosedur, serta institusi yang didalamnya terdapat proses sosial dilengkapi dengan infrastruktur sebagai tempat menjual barang dan jasa untuk mendapatkan pendapatan berupa uang. Bahasa *latin* pasar yaitu "*mercato*" yang berarti berdagang atau tempat berdagang. Tiga makna arti pasar yaitu, pertama pasar dalam artian fisik, kedua pasar sebagai tempat mengumpul, dan ketiga pasar hak atau ketentuan yang legal tentang suatu pertemuan pada suatu *marketplace*.³

¹ Muhammad Iddris, *Jumlah Penduduk Indonesia Terkini Mencapai 271,34 Juta*, <https://money.kompas.com/read/2021/01/22/090554926/jumlah-penduduk-indonesia-terkini-mencapai-27134-juta?page=all>, Diakses 14 Agustus 2021, Pukul 20.00 WIB.

² Nasrullah Jamaluddin, *Sosiologi Perkotaan*, Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2017, hal 49.

³ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2009, hal 253.

Pasar memiliki arti yang lebih luas di dalam ilmu Ekonomi, tidak hanya sekedar tempat mengadakan transaksi jual beli barang dan jasa antara penjual dan pembeli namun pasar melibatkan keseluruhan permintaan dan penawaran serta interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa. Artinya pasar di dalam ilmu ekonomi sebagai sarana dan tempat berdagang yang dikontrol oleh *demand* dan *supply*. Pasar di dalam ilmu sosiologi dipandang sebagai suatu fenomena yang kompleks. Pasar menjadi sebuah struktur yang penuh dengan konflik persaingan serta jaringan sosial yang padat,⁴ jadi pasar bukan sekedar sebuah tempat jual beli barang melainkan terdapat proses dan pola yang saling memengaruhi terkait oleh ruang dan waktu.

Pasar saat ini terbagi menjadi dua antara lain pasar *online* dan juga pasar *offline*. Pasar *online* atau biasa disebut dengan istilah *e-marketplace* adalah tempat para pedagang menjual belikan dagangannya pada di dalam sebuah aplikasi yang diakses oleh siapapun, dari belahan dunia manapun. Kehadiran *e-marketplace* membuat jarak suatu produk dengan pembeli menjadi terasa dekat. Sedangkan Pasar *offline* merupakan *marketplace* yang memiliki tempat sehingga di dalamnya pengunjung/konsumen bisa berinteraksi langsung dengan pedagang. Pasar *offline* terdiri atas banyak bentuk yaitu, pasar tradisional, pasar *modern/mall*, pertokoan, grosir dan lain sebagainya.

Terdapatnya sebuah pasar berasal dari keberadaan wilayah beserta sejarah. Umumnya semua kota di Indonesia pasti memiliki pasar sebagai wadah atau tempat pemenuhan kebutuhan masyarakatnya. Secara fisik pasar *modern* dan pasar

⁴ Ibid, hal 254.

tradisional menjadi pusat perdagangan di wilayah perkotaan. Pasar *modern* merupakan sebuah pasar yang dikelola menggunakan manajemen *modern*. Pada pasar *modern* tersedia produk dan pelayanan dengan kualitas yang baik kepada konsumen. Bentuk pasar *modern* diantaranya *mall*, supermarket, *departemen store*, *shopping center*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Produk yang dijual bervariasi mulai dari produk lokal juga terdapat produk impor. Produk yang masuk kedalam pasar tersebut harus dilakukan penyaringan secara ketat agar sesuai dengan klasifikasi yang sudah ditetapkan. Selain itu harga produk di pasar *modern* telah diberikan label harga yang menyebabkan produk tersebut tidak bisa ditawar.⁵

Kehadiran pasar *modern* tidak terlepas dari munculnya pasar tradisional. Pasar tradisional menjadi wadah utama bagi para pelaku ekonomi berskala menengah dan kecil untuk menjual produk-produk kebutuhan pokok. Para pelaku ekonomi di pasar tradisional salah satunya yaitu petani, nelayan, pengrajin dan industri rakyat.

Pasar tradisional dalam penataan dan pembinaannya ada yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintahan Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD, di dalamnya terdapat tempat usaha berupa toko, los, kios, tenda, yang dimiliki oleh pedagang, swadaya masyarakat dengan usaha skala kecil dan modal yang kecil serta dalam proses jual beli barang terdapat aksi tawar menawar.⁶ Pasar tradisional hadir menjadi solusi yang menyediakan dan memberikan berbagai fasilitas dan berfungsi

⁵ Sinaga, *Pasar Modern VS Pasar Tradisional*. Kementerian Koperasi dan UKM, 2006.

⁶ Peraturan Presiden Republik Indonesia No.112 Tahun 2007, Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern.

sebagai penakan dan pengaturan para pelaku terlibat. Tujuan utama para pedagang ke pasar adalah untuk berdagang di samping itu fasilitas pembelanjaan yang berperan menjadi wahana kegiatan sosial dan rekreasi menjadi misi dari pasar tradisional.

Pada abad ke-10 tercatat secara formal dalam prasasti di masa kerajaan Mpu Sindok tentang hadirnya pasar tradisional di Indonesia dengan istilah Pkan. Berdasarkan keterangan di atas artinya pasar tradisional telah ada pada zaman terbentuknya kerajaan di Indonesia.⁷ Hasil kajian ditemukan bahwa pada masa mataram kuno sistem ekonomi sudah cukup maju dibuktikan dengan adanya pembagian kerja, sehingga telah terdapat komponen-komponen dalam sistem pasar seperti produksi, distribusi, transportasi, transaksi, dan rotasi. Hal ini mengacu kepada aktivitas pasaran yang berpindah tempat disesuaikan dengan hari baik. Seiring perkembangan waktu pemakaian pasar mengalami varian disesuaikan dengan kepentingan dan tujuannya, seperti pasar malam, pasar pagi, pasar senin, pasar minggu, pasar rebo, pasar apung, pasar amal, pasar bebas, pasar gelap, pasar kaget, pasar induk dan lain sebagainya.⁸ Sebagai contoh pasar tradisional tertua yang ada di Pulau Jawa seperti, Pasar Senen di Kota Jakarta, Pasar Baru di Kota Bandung, Pasar Johar di Kota Semarang, Pasar Beringharjo di Kota Yogyakarta dan Pasar Klewer di Kota Solo.

Selain di Pulau Jawa pasar tradisional juga hadir di Pulau Sumatera salah satunya Sumatera Barat. Awalnya diperkirakan di daerah Tanah Datar terdapat 29

⁷ Suci Fitriani, *Perempuan: Pasar Tradisional Vs Pasar Modern*, 2019, <https://grain.org/en/article/6168-perempuan-pasar-tradisional-vs-pasar-modern>, Diakses 14 Agustus 2021, Pukul 21.00 WIB

⁸ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Mengungkap Pasar Tradisional Indonesia*, Jakarta: Mediatama Cipta Citra, 2012, hal 13.

pasar tradisional, 15 pasar tradisional di daerah Agam, 14 pasar tradisional di daerah Lima Puluh Kota di tahun 1825.⁹ Pasar tradisional di Sumatera Barat disebut juga dengan pasar nagari, jadi pasar tersebut muncul setelah hadirnya sebuah nagari. Pasar nagari merupakan sebuah tempat jual beli yang dikelola secara otonom oleh perangkat nagari dan niniak mamak yang didirikan di atas tanah ulayat nagari. Pasar nagari di Sumatera Barat ikut andil dalam perekonomian dan infrastrukturnya.¹⁰ Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019, jumlah pasar rakyat di Indonesia mencapai 16.235 pasar dari 34 provinsi diantaranya terdapat 491 pasar tradisional yang ada di Sumatera Barat.¹¹ Data tersebut menunjukkan pasar tradisional terus berkembang karena mampu mewadahi hasil produksi baik pertanian, perkebunan, dan perikanan untuk memenuhi segala kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Kota Padang khususnya, menjadi kota yang memiliki perkembangan pasar yang cukup pesat. Saat ini terdapat 17 lokasi pasar tradisional yang tersebar di 11 kecamatan dan satu pasar menjadi pusat perdagangan yaitu Pasar Raya Padang yang terletak di Kecamatan Padang Barat. Berikut data sebaran pasar tradisional di Kota Padang berdasarkan lokasi dan pengelolanya terdiri dari:

⁹ Christine Dobbin, *Gejolak Ekonomi, Kebangkitan Islam, dan Gerakan Padri Minangkabau 1784-1847* (Depok: Komunitas Bambu, 2008), hal. 79.

¹⁰ Ardi Abbas, "Kerjasama Pengelolaan Pasar Nagari Yang Saling Menguntungkan (win-win solution) di Kabupaten Padang Pariaman". *Jurnal Sosiologi* (Padang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas, 2006), hal. 3.

¹¹ BPS, *Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Klasifikasi 2019*, <https://www.bps.go.id/indicator/173/1875/1/sebaran-pasar-dan-pusatperdagangan--klasifikasi.html>. Diakses 15 Agustus 2021, Pukul 17.00 WIB.

Tabel 1.1 Sebaran Pasar Tradisional di Kota Padang Berdasarkan Lokasi dan Pengelola di Tahun 2021

No	Nama Pasar	Lokasi Kecamatan	Lokasi Kelurahan	Pengelola
1.	Bandar Buat	Lubuk Kilangan	Bandar Buat	Pemerintah
2.	Simpang Haru	Padang Timur	Simpang Haru	Pemerintah
3.	Tanah Kongsi	Padang Barat	Belakang Pondok	Pemerintah
4.	Ulak Karang	Padang Utara	Ulak Karang Utara	Pemerintah
5.	Alai	Padang Utara	Alai Parak Kopi	Pemerintah
6.	Siteba	Nanggalo	Surau Gadang	Pemerintah
7.	Belimbing	Kuranji	Kuranji	Pemerintah
8.	Lubuk Buaya	Koto Tengah	Lubuk Buaya	Pemerintah
9.	Raya Padang	Padang Barat	Kampung Jao	Pemerintah
10.	Indarung	Lubuk Kilangan	Indarung	Masyarakat
11.	Gaung	Padang Selatan	Teluk Bayur	Masyarakat
12.	Terandam	Padang Timur	Ganting Parak Gadang	Masyarakat
13.	Pagi Purus	Padang Barat	Purus	Masyarakat
14.	Simpang Tabing	Koto Tengah	Parupuk Tabing	Masyarakat
15.	Balai Gadang	Koto Tengah	Balai Gadang	Masyarakat
16.	Parak Laweh	Lubuk Begalung	Parak Laweh Pulau Aia Nan XX	Masyarakat
17.	Kampung Kelawi	Kuranji	Lubuk Lintah	Masyarakat

Sumber: BPS Kota Padang Dalam Angka Tahun 2021

Pada Tabel 1.1 bisa di lihat 17 sebaran pasar tradisional yang berada di Kota Padang dari 17 pasar terdapat 9 pasar yang pemerintah menjadi pengelola dan 8 pasar yang dikelola oleh masyarakat. Pasar Parak Laweh menjadi salah satu pasar

yang ada di Kecamatan Lubuk Begalung. Pasar Parak Laweh terbentuk pada pertengahan tahun 2006 yang terletak di jalan Parak Laweh. Namun, pada pasar tersebut baru menjual ikan, sayuran dan bumbu dapur sehingga belum bisa disebut pasar rakyat. Awal mula Pasar Parak Laweh terbentuk dari pedagang keliling yang berjualan di dalam komplek atau perumahan parak laweh. Setelah itu semakin banyak konsumen yang didapat oleh pedagang keliling akhirnya mencoba berjualan di persimpangan komplek yang menyebabkan konsumen bisa berbelanja pada satu lokasi. Keramaian yang diciptakan oleh konsumen pada saat berbelanja menyadarkan para pedagang untuk berjualan di pinggir jalan parak laweh.¹² Hal ini bertujuan agar para konsumen bisa membeli barang dengan akses yang lebih mudah tanpa harus masuk ke dalam gang. Sehingga para pedagang lain juga melakukan hal yang sama dan Pasar Parak Laweh terdiri dari 3 lapisan namun saat ini hanya terdiri atas satu lapisan saja yang terdapat di pinggir kiri kanan jalan. Kehadirannya memudahkan para konsumen yang berada di wilayah Kecamatan Lubuk Begalung untuk berbelanja khususnya yang berada di Kelurahan Parak Laweh Pulau Aia Nan XX tidak perlu ke pasar yang lokasinya jauh dari Parak Laweh itu sendiri.

Dalam melariskan dagangan setiap pasar memiliki fasilitas pembelanjaan dan bentuk layanan masing-masing yang diberikan kepada pelanggannya, seperti layanan berbelanja secara langsung antara pedagang dan pembeli selain itu pembeli bisa memilih barang yang menurutnya bagus dan sesuai dengan kebutuhan. Sistem layanan tersebut merupakan hal yang pasti dijumpai pada pasar tradisional. Namun tanpa disadari kini hadir salah satunya yaitu layanan *drive thru*. *Drive thru* biasanya

¹² Amrul Akbar, *Proses Sosial Terbentuknya Pasar Tradisional (Studi Komparatif Pasar Pagi Parak Laweh dan Pasar Pagi Pulau Aia Nan XX kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang)*, hal 8.

digunakan pada pasar *modern* kini dilakukan oleh pasar tradisional yaitu Pasar Parak Laweh.

Drive thru atau konsep lantatur (akronim untuk layanan tanpa turun; bahasa Inggris: *drive-through* atau *drive-thru*) adalah jenis layanan yang disediakan suatu bisnis pada pesan bawa pulang agar pelanggan dapat membeli produk dan menggunakan jasa tanpa harus turun dari kendaraan. *Drive thru* diperkenalkan pada dekade 1930-an oleh Jordan Martin di Amerika Serikat hal tersebut menyebar ke negara lain. *Drive thru* pertama yang pernah tercatat adalah layanan teller bank oleh Grand National Bank di *St. Louis, Missouri* pada 1930.¹³

Drive thru bertujuan mempermudah dan mendapatkan produk secara cepat dan efektif, dengan begitu kehadirannya pada Pasar Parak Laweh meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam berbelanja sehingga pembeli tidak perlu melakukan kontak dengan pembeli lainnya. Berdasarkan hasil pengamatan *drive thru* yang ada di Pasar Parak Laweh belum seperti layanan *drive thru* yang dilakukan pada pasar *modern*. Pasar *modern* yang dimaksud yaitu seperti *franchise* terkenal layaknya KFC, Mc Donald's, Starbucks dan lain sebagainya. Pada Pasar Parak Laweh belum terlihat jelas terdapat standar produk yang diberikan kepada pelanggan layaknya yang dilakukan oleh pasar *modern*. Ketika pembeli berbelanja dengan layanan *drive thru*, produk tersebut secara visual memang terlihat akan tetapi visual bukan menjadi penentu barang tersebut dalam keadaan yang berkualitas, ditambah jika produk yang dibeli langsung dipilih oleh pedagang, sehingga belum bisa dipastikan

¹³ Robert J. Sickles(ed), The 1940s, Greenwood Press, 2004, Hal 107, <https://www.wikiwand.com/id/Lantatur>, Diakses 15 Agustus 2021, Pukul 13.56 WIB.

pembeli menerima produk yang berkualitas. Meskipun begitu berdasarkan observasi layanan ini digemari oleh para pembeli di pasar dan berdampak kepada efektifitas penggunaan jalan di wilayah pasar parak laweh.

Terdapat hal-hal yang memikat bagi peneliti perihal rencana penelitian ini. Pertama karena penelitian ini belum ada dilakukan sebelumnya. Kedua peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait *drive thru* yang telah ada dan dijalankan pada pasar tradisional yaitu Pasar Parak Laweh yang biasanya hanya dilakukan oleh pasar *modern*. Ketiga mengetahui proses transaksi *drive thru* yang ada di Pasar Parak Laweh serta dampak yang muncul akibat transaksi *drive thru*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan atau menggambarkan berbagai situasi hal seperti apa adanya. Peneliti juga akan menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian yang hasil temuannya tidak diperoleh melalui proses hasil uji statistik. Metode penelitian kualitatif dapat mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia melalui fenomena yang digunakan pada penelitian sosial.¹⁴

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena *drive thru* merupakan suatu layanan yang biasanya tersedia pada pasar *modern* seperti MNC (*Multi Nasional Corporation*) yang memiliki cabang dimana-mana, atau saat sekarang disebut dengan *franchise*. *Franchise* yang menyediakan layanan tersebut seperti Mc Donald's, KFC, Starbucks, dan lain sebagainya. Pada saat memesan suatu produk secara *drive thru* di suatu *franchise*

¹⁴ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014, hal 13.

pembeli telah disodorkan papan menu dengan pilihan produk, paket tertentu beserta deskripsi bahan yang jelas, sehingga jelas pula kualitas dan standar produk yang diterima terlebih lagi perusahaan yang menjamin kualitas produk.

Drive thru secara alamiah muncul pada pasar tradisional di Kota Padang yaitu di Pasar Parak Laweh. Setelah diamati *drive thru* yang ada di Pasar Parak Laweh belum ditentukan standar produk secara jelas serta proses pemilihan produk layaknya di pasar *modern* yaitu *franchise*. Ketika konsumen memilih untuk berbelanja secara *drive thru* di Pasar Parak Laweh maka produk tersebut secara visual terlihat namun kualitas produk tidak dapat ditentukan dari visual saja. Umumnya barang yang ingin dibelanjakan konsumen ketika *drive thru* dipilih oleh pedagang sehingga para konsumen bersedia jika barang yang dibeli kualitasnya ditentukan oleh pedagang. Konsumen yang berbelanja secara *drive thru* belum dapat dipastikan mendapatkan produk yang sama kualitasnya dengan konsumen yang berbelanja secara langsung.

Barang yang dijual di Pasar Parak Laweh adalah barang pangan dan siap saji yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Barang pangan tersebut diperuntukkan manusia sebagai makanan atau minuman termasuk tambahan pangan, bahan baku, pengolahan atau pembuatan makanan yang berasal dari sumber hayati yaitu pertanian, perkebunan, perikanan, perairan dan peternakan. Setelah dilakukannya observasi peneliti telah mengelompokkan pedagang Pasar Parak Laweh dari klasifikasi yang dibuat oleh BPOM mengenai barang pangan yang umumnya diperjual belikan sebagai berikut:¹⁵

¹⁵ Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No.5 Tahun 2015, Tentang Pedoman Cara Ritel Pangan yang Baik di Pasar Tradisional, hal 3-6.

Tabel 1.2 Sebaran Pedagang Berdasarkan Barang Kebutuhan Pokok Pangan yang Dijual pada Pasar Parak Laweh, Kecamatan Lubuk Begalung

No	Jenis Kebutuhan Pokok Pangan	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1.	Segar	Ikan (termasuk ikan hidup)	16
		Daging Sapi	4
		Daging Unggas (termasuk unggas hidup)	7
		Sayuran	20
		Umbi-Umbian	6
		Buah	4
		Telur	3
2.	Disiapkan untuk diproses lebih lanjut	Kelapa Parut	5
		Cincau	2
		Tahu dan Tempe	3
		Bumbu Giling	14
3.	Mentah Kering	Grosir (Tepung, gula, kacang-kacangan dsb)	15
4.	Olah Terkemas	Keripik	1
5.	Siap Saji	Kue	2
Total			101

Sumber: Data Primer, Tahun 2021

Melalui data pada Tabel 1.2 peneliti menemukan umumnya barang yang dijual adalah bahan pangan mudah rusak, sehingga diperlukan penanganan yang baik agar kualitas produk terjaga. Selain bahan pangan di Pasar Parak Laweh juga terdapat yang berjualan kebutuhan pokok sandang, akan tetapi tidak sebanyak yang menjual kebutuhan pangan, jumlah pedagang yang berjualan kebutuhan sandang kurang lebih 4 orang pedagang.

Jika seperti ini diasumsikan umumnya pembeli yang berbelanja secara *drive thru* membeli produk berupa bahan pangan. Seperti yang sudah dijelaskan bahan pangan umumnya merupakan bahan yang tidak tahan lama. Selain itu pasar

tradisional tidak menyediakan fasilitas berteknologi tinggi layaknya di pasar *modern* melainkan menggunakan sebakul es batu untuk menjaga ikan tetap segar dan layak untuk dijual, bentuk perawatan lainnya pedagang menyediakan kandang sebagai tempat unggas dan rak sebagai tempat sayuran dan buah buahan. Selain itu kualitas barang juga ditentukan oleh lamanya waktu produk tersebut dijual tidak seperti pasar *modern* yang sudah memfasilitasi produknya agar tetap tahan lama meskipun dalam kurun waktu lebih dari 1 hari.

Berdasarkan asumsi diatas, oleh maka rumusan masalah yang tepat yaitu:
“Bagaimana proses transaksi *drive thru* antara pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Parak Lawah Lubuk Begalung Kota Padang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah dijabarkan latar belakang dan rumusan masalah maka didapat tujuan penelitian:

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yaitu mendeskripsikan proses transaksi *drive thru* antara pedagang dan pembeli di Pasar Parak Laweh.

1.3.2 Tujuan Khusus

Agar tujuan umum diatas tercapai maka disusun sebuah tujuan khusus dari penelitian:

- a. Mendeskripsikan latar belakang keberadaan Pasar Parak Laweh.
- b. Mendeskripsikan proses transaksi *drive thru* di Pasar Parak Laweh.
- c. Mendeskripsikan dampak proses transaksi *drive thru* di Pasar Parak Laweh.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan di capai dalam penelitian antara lain:

1.4.1 Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi ilmu terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan mata kuliah Sosiologi Pasar, Sosiologi Ekonomi dan Sosiologi Perkotaan secara akademis.

1.4.2 Manfaat Praktik

Memberikan informasi kepada pembaca dan bagi lembaga-lembaga terkait baik pemerintah maupun non pemerintah dalam memahami persoalan proses transaksi *drive thru* antara pedagang dan pembeli di Pasar Parak Laweh.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep *Drive Thru*

Jenis layanan suatu bisnis yang memperbolehkan para pelanggannya membeli produk tanpa harus meninggalkan kendaraan mereka ketika pesan bawa pulang disebut dengan *drive thru*. *Drive thru* merupakan akronim dari lantatur (layanan tanpa turun) yang dalam bahasa Inggris yaitu *drive-through*. Pada dekade 1930 di Amerika Serikat *drive thru* pertama kali diperkenalkan oleh Jordan Martin.

Layanan teller bank oleh Grand National Bank di St. Louis Missouri merupakan layanan *drive thru* pertama kali yang pernah ada pada tahun 1930.¹⁶ Menurut Soekresno *drive thru* adalah suatu bisnis restoran yang melayani konsumen yang masih berada di dalam kendaraan mereka. Pesanan dipesan dan layanan diberikan melalui jendela khusus, sementara konsumen tetap berada di

¹⁶ Robert J. Sickles(ed), op.cit, hal 107.

dalam kendaraan mereka. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) lantatur merupakan layanan tanpa turun dalam pengoperasian bisnis seperti bank atau rumah makan yang dirancang agar pelanggan dapat dilayani tanpa harus turun dari mobil.

Lantatur mulai dipopulerkan di Indonesia oleh bisnis restoran cepat saji dan kedai kopi, khususnya yang di waralaba langsung dari Amerika Serikat. Beberapa bisnis makanan dan minuman waralaba yang menyediakan lantatur di Indonesia yaitu Mc Donald's, KFC, dan Starbucks, setelah itu merambah ke bidang lainnya.¹⁷

Berikut beberapa bisnis dibidang lainnya yang menggunakan lantatur yaitu dibidang produk, jasa konsumen, layanan pemerintah, dan layanan kesehatan yang menyediakan lantatur dengan versi masing-masing:

1. PT Kereta Api Indonesia menyediakan loket lantatur untuk pembelian tiket kereta api di beberapa stasiun.
2. Bank seperti bank Mandiri dan BNI yang juga menyediakan layanan ATM lantatur di beberapa tempat termasuk di Kota Padang.
3. Layanan ekspedisi barang TIKI menyediakan beberapa loket lantatur untuk pengiriman paket.
4. Minimarket Indomaret menjual produk dengan menggunakan lantatur yang tersedia di cabang Kebon Jeruk, Jakarta Barat.
5. SAMSAT Polda Metro Jaya menyediakan lantatur untuk pembayaran pajak kendaraan bermotor. Rumah Sakit Semen Padang menyediakan lantatur untuk melakukan tes swab PCR dan antigen.

¹⁷ <https://id.wikipedia.org/wiki/Lantatur>, Diakses 15 Agustus, Pukul 13.40.

Drive thru bertujuan untuk memudahkan konsumen yang ingin mendapatkan produk secara cepat tanpa harus turun dari kendaraannya. Keuntungan dari penggunaan *drive thru* bagi konsumen ialah, konsumen akan mendapatkan produk yang sesuai standar dengan cepat. Selain itu bagi pemilik usaha perusahaan dapat menjual lebih banyak produk kepada konsumen dengan waktu yang lebih sedikit.¹⁸

1.5.2 Konsep Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran atau waktu sementara dengan tingkat pelayanan terbatas dan didalamnya terjadi proses tawar menawar.¹⁹ Pasar tradisional sendiri dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD, termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil.²⁰ Pasar tradisional memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Dimiliki, dibangun atau dikelola oleh pemerintah daerah atau Lembaga.
2. Adanya sistem tawar menawar antara pedagang dan pembeli.
3. Memiliki produk dagangan yang beragam dan bergabung dalam sebuah lokasi yang sama.
4. Umumnya produk atau jasa yang ditawarkan yaitu produk lokal.

Berdasarkan ciri-ciri diatas Pasar Parak Laweh memenuhi ciri-ciri pasar tradisional. Pasar Parak Laweh dikelola oleh masyarakat dan di dalamnya terdapat

¹⁸ Nurtopo, *Analisis Efektifitas Layanan "Drive Thru" Persepsi Konsumen: Studi Kasus Pada Konsumen Mc Donald's di Wilayah Kodya Sleman*, Yogyakarta, hal 20

¹⁹Peraturan Bupati Kabupaten Grobongan, No 25 Tahun 2011

²⁰ Peraturan Presiden, op.cit

sistem tawar menawar antara pedagang dan pembeli yang membentuk sebuah hubungan sosial. Produk yang dijual di Pasar Parak Laweh beragam khususnya banyak terdapat ragam pangan. Selain itu barang yang dijual umumnya merupakan hasil dari produk lokal meskipun ada daerah lain akan tetapi tidak jauh sampai berbeda pulau atau negara sehingga kualitas barang masih terjaga dengan baik.

Pasar tradisional banyak jenisnya maka dari itu digolongkan dalam beberapa hal diantaranya:

a. Berdasarkan jenis kegiatannya digolongkan menjadi tiga jenis:

1. Pasar eceran merupakan pasar yang kegiatan jual belinya secara eceran atau dalam skala kecil.
2. Pasar grosir merupakan pasar yang kegiatan jual belinya dalam skala yang besar.
3. Pasar induk merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir dan pusat pembelian.

Berdasarkan hasil pengamatan Pasar Parak Laweh merupakan jenis pasar eceran karena umumnya pembeli membeli barang atau jasa dalam skala kecil. Barang tersebut dikonsumsi dalam jangka waktu pendek sehingga ketika persediaan telah habis pembeli bisa kembali membeli barang.

b. Berdasarkan lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar tergolong menjadi lima jenis:

1. Pasar regional yang terletak di lokasi strategis dan luas serta memiliki kemampuan layanan sampai ke luar daerah, produk yang dijual juga lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

2. Pasar kota yang terletak di tempat strategis dan luas serta bangunan permanen yang mana mampu melayani seluruh wilayah kota dengan jumlah 200.000-220.000 penduduk.
3. Pasar wilayah yaitu pasar dengan lokasi strategis dengan bangunan permanen dan luas yang mampu melayani seluruh wilayah kota dengan melayani 10.000-15.000 penduduk.
4. Pasar lingkungan yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis dengan bangunan permanen/semi permanen yang pelayanannya meliputi pemukiman saja serta barang yang dijual kurang lengkap.
5. Pasar khusus yaitu pasar yang menjual produknya secara khusus sehingga yang dijual hanya satu jenis barang.

Pasar Parak Laweh melalui hasil pengamatan merupakan pasar lingkungan. Karna umumnya pasar ini melayani pembeli yang berasal dari kecamatan itu saja. Meskipun begitu tidak menutup kemungkinan penduduk dari wilayah lain juga bertransaksi di pasar tersebut, walaupun ada tidak sebanyak yang dari Kecamatan Lubuk Begalung. Selain itu barang yang dijual di Pasar Parak Laweh masih kurang lengkap, umumnya banyak menjual bahan pangan.

- c. Berdasarkan waktu kegiatannya digolongkan menjadi empat jenis:
 1. Pasar siang hari, beroperasi dari pukul 06.00-18.00 WIB.
 2. Pasar malam hari, beroperasi dari pukul 18.00-06.00 WIB.
 3. Pasar siang malam yang beroperasi 24 jam nonstop.
 4. Pasar darurat yang beroperasi pada peringatan hari-hari tertentu.

Hasil observasi didapat bahwa Pasar Parak Laweh digolongkan ke pasar siang malam, dikarenakan beberapa dari pedagang di pasar mendagangkan barangnya selama 24 jam. Selain itu para pedagang mendagangkan barangnya sampai habis terjual sehingga mereka bisa pulang ke rumah.

d. Berdasarkan kepemilikannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis yaitu:

1. Pasar pemerintah adalah pasar yang dimiliki dan kelola oleh pemerintahan pusat atau pemerintahan daerah.
2. Pasar swasta adalah pasar yang dikuasai oleh badan tertentu dalam masyarakat yang di izinkan oleh pemerintah daerah.
3. Pasar liar adalah pasar yang dikuasai atau dikelola di luar pemerintah daerah.²¹

Pasar Parak Laweh digolongkan ke pasar swasta karena masih dikelola oleh masyarakat akan tetapi kehadiran Pasar Parak Laweh dan pengelolaannya telah di izinkan oleh Pemerintah Kota Padang. Selain itu pasar tradisional juga diklasifikasi melalui kriteria:²²

a. Berdasarkan jenis kelas nya terbagi menjadi lima yaitu:

1. Kelas I dengan ciri-ciri luas lahan 2000 m² memiliki fasilitas seperti lahan parkir, lahan bongkar muat, pelayanan kesehatan, tempat ibadah, tempat promosi, sarana pengamanan, kantor pengelolaan, toilet, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, penerangan umum dan instalasi listrik.

²¹ Oktavia Galuh, *Redesain Pasar Jongke Surakarta*, Skripsi S1 Fakultas Teknik Jurusan Arsitektur, Universitas Atma Jaya. 2007.

²² Perbup, Kabupaten Grobongan, No, 25 Tahun 2011.

2. Kelas II dengan ciri-ciri luas lahan minimal 1500 m² memiliki fasilitas seperti lahan parkir, pelayanan kesehatan, tempat ibadah, tempat promosi, sarana pengamanan, kantor pengelolaan, toilet, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, penerangan umum dan instalasi listrik.
3. Kelas III dengan ciri-ciri luas lahan minimal 1000 m² memiliki fasilitas tempat ibadah, tempat promosi, sarana pengamanan, kantor pengelolaan, toilet, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, penerangan umum dan instalasi listrik.
4. Kelas IV dengan ciri-ciri luas lahan 500 m² dan fasilitas yang memiliki antara lain tempat promosi, sarana pengamanan, kantor pengelolaan, toilet, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, penerangan umum dan instalasi listrik.
5. Kelas V dengan ciri-ciri luas lahan 50 m² dengan fasilitas yang dimiliki yaitu sarana pengolahan kebersihan dan keamanan.

Berdasarkan hasil pengamatan Parak Parak Laweh tergolong pada pasar kelas IV dengan luas lahan 500 m² dan memiliki fasilitas sarana pengamanan, kantor pengelolaan, penerangan umum, tempat promosi, sarana air bersih, dan instalasi listrik.

- b. Berdasarkan jenis dagangannya tergolong menjadi empat antara lain:
 1. Golongan A merupakan pasar yang menjual barang dagangan logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan pokok pangan dan sandang sehari-hari yang dipersamakan. Untuk jasa yang ada pertukaran uang, perbankan dan dipersamakan.

2. Golongan B merupakan pasar yang menjual barang dagangan kebutuhan pokok sandang dan kebutuhan pokok pangan. Bentuk jasa yang hadir yaitu watel, titip kilat, salon, agen tiket, koperasi, penitipan barang dan lain sebagainya.
3. Golongan C merupakan pasar yang menjual barang kebutuhan pokok pangan dan peralatan-peralatan untuk melakukan proses produksi. Bentuk jasa yang ada di pasar tersebut yaitu penjahit, tukang cukur, tukang sablon, tukang giling bumbu dan lain sebagainya.
4. Golongan D merupakan pasar yang menjual barang bekas. Bentuk jasa yang dihadirkan yaitu sol sepatu, jas patri dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil pengamatan Pasar Parak Laweh masuk kepada golongan B, dikarenakan barang yang dijual umumnya kebutuhan pokok pangan, juga terdapat kebutuhan pokok sandang seperti pakaian, peralatan produksi seperti alat pertanian dan alat memasak. Akan tetapi jasa yang hadir umumnya berada di luar pasar atau bisa dibilang tidak terdapat ditengah-tengah pasar.

1.5.3 Tinjauan Sosiologis

Permasalahan dalam penelitian dianalisis menggunakan teori pertukaran dari George Homans. Munculnya teori pertukaran sosial dimulai dari kritikan terhadap fungsionalisme struktural Durkheimian. Bentuk kritikan dari George Homans pertama, pada teori fungsional proposisi yang tergambar hidup matinya masyarakat tidak bersangkutan paut dengan eksistensinya jenis pranata sehingga tidak menerangkan persoalan praktis. Kedua tanpa adanya keseimbangan pranata masyarakat tidak dapat bertahan hidup secara psikologis.

Teori ini dipengaruhi oleh sosiologi behaviorial yaitu menerapkan prinsip psikologis dalam sosiologi. Tingkah laku aktor pada lingkungannya menjadi sebuah fokus memperlihatkan terdapat hubungan antara akibat dari tingkah laku tersebut. Selain itu juga mempersoalkan akibat dari tingkah laku hubungan di masa lampau dengan tingkah laku yang terjadi saat ini. Ganjaran atau *reward* menjadi hal yang dapat mempengaruhi tingkah laku. Salah satu akibatnya yaitu sebuah pengulangan perilaku manusia yang dirumuskan dari efeknya terhadap perilaku itu sendiri. Sebaliknya, suatu ganjaran yang tak membawa pengaruh terhadap aktor tidak kan terulang.²³

Selain itu teori ini juga dipengaruhi oleh behaviorisme B.F Skinner dan teori pilihan rasional, yang menjelaskan pada dasarnya manusia senantiasa ingin mendapatkan keuntungan bukan dengan mencarinya dan manusia juga senantiasa memikirkan untung dan rugi dalam berhubungan dengan manusia lainnya, hal ini menyebabkan manusia tersebut tidak sepenuhnya bertindak secara rasional.

Teori pertukaran Homans menjelaskan hubungan-hubungan sosial, antara dua individu dan antar kelompok. Pertukaran yang dimaksud yaitu pertukaran sosial, memperlihatkan hal-hal selain dari pada materi yang terjadi dalam hubungan sosial. George Homans menjelaskan teori pertukaran sosial berpijak pada orang yang terlibat dalam perilaku dapat memperoleh ganjaran atau sanksi.²⁴ Asumsi teori pertukaran ini dilihat pada:

1. Manusia adalah makhluk yang rasional, maka dia memperhitungkan untung dan rugi. Melalui asumsi ini yang dilihat dari teori pertukaran yaitu terdapat pilihan

²³ Ibid, hal 73.

²⁴ Poloma, Margaret M, *Sosiologi Kotemporer*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010, hal 59.

cost dan reward yang menyebabkan manusia terus menerus terlibat dalam memilih perilaku sehingga diharapkan nantinya perilaku tersebut saling berhubungan dengan garis-garis perilaku alternatif. Sehingga tindakan sosial tersebut seimbang dengan tindakan sosial lainnya.

2. Perilaku pertukaran sosial terjadi apabila, (i) Perilaku tersebut harus menitikberatkan pada tujuan yang bisa dicapai melalui interaksi dengan orang lain (ii) Perilaku bertujuan untuk mendapatkan sarana bagi pencapaian tujuan-tujuan tersebut. Berdasarkan asumsi ini perilaku sosial yang terjadi melalui interaksi sosial yang mana berorientasi pada suatu tujuan.
3. Transaksi pertukaran terjadi jika pihak yang terlibat memperoleh keuntungan dari pertukaran tersebut. Berdasarkan asumsi tersebut tindakan pertukaran tidak akan terjadi jika pihak-pihak terlibat ada yang tidak mendapatkan keuntungan dari suatu transaksi.²⁵

Pada penelitian ini bertransaksi secara *drive thru* memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak yang terlibat. Dengan adanya hadirnya *drive thru* dapat meningkatkan efektifitas dalam berbelanja. Dengan begitu relevan apabila dianalisis menggunakan teori pertukaran George Homans, sebab dibuktikan terjadi pengulangan transaksi *drive thru* di Pasar Parak laweh ketika berbelanja.

1.5.4 Penelitian Relevan

Penelitian relevan yaitu penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penulisan penelitian. Penelitian relevan dapat menginformasikan kepada diri sendiri dan pembaca mengenai hasil studi yang berkaitan erat dengan topik

²⁵ Damsar dan Indriyani, *Pengantar Sosiologi Pasar*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018, hal 75-77.

penelitian. Berdasarkan hasil pencarian di *google scholar* terdapat beberapa penelitian relevan sebanyak 2.680 artikel yang diterbitkan dengan kata kunci (*drive thru* di Indonesia) sedangkan jika di telusuri dengan kata kunci *drive thru* terdapat 63.000 artikel yang ditemukan. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menghubungkan dengan beberapa penelitian yang terkait dengan *drive thru*.

Pertama penelitian oleh Henricus Bambang Nurtopo (2007) dengan judul “Analisis Efektifitas Layanan “*Drive Thru*” Menurut Persepsi Konsumen: Studi Kasus pada Konsumen Mc. Donald’s di Wilayah Kodya dan Sleman”. Tujuan dari penelitian ini mengetahui efektifitas dijalankannya layanan *drive thru* pada restoran cepat saji Mc Donal’s melalui persepsi konsumen. Melalui penelitian ini mendapatkan hasil penelitian bahwa dengan adanya *drive thru* memudahkan konsumen mendapatkan produknya secara cepat tanpa harus keluar dari kendaraan. Persamaan penelitian ini dengan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu meneliti mengenai *drive thru* yang menjadi pilihan layanan bagi pembeli untuk berbelanja.²⁶

Kedua penelitian oleh Bagus Putro Waluyo (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Program SAMSAT *Drive Thru* Jakarta Selatan Terhadap Citra Polda Metro Jaya”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan melalui sistem *Drive Thru* SAMSAT Jakarta Selatan. Hasil penelitiannya yaitu layanan *drive thru* memberikan pengaruh yang baik pada citra SAMSAT Jakarta Selatan dengan kualitas pelayanan yang bagus. Persamaan yang

²⁶ Henricus Bambang Nurtopo, *Analisis Efektifitas Layanan “Drive Thru” Menurut Persepsi Konsumen: Studi Kasus pada Konsumen Mc. Donald’s di Wilayah Kodya dan Sleman*, Universitas Yogyakarta, 2007.

diambil dari penelitian ini yaitu pada penelitian tersebut meneliti mengenai *drive thru* yang memberikan pengaruh terhadap penggunanya.²⁷

Ketiga penelitian oleh Sally Nurmalasari (2015) dengan judul “Implementasi Layanan *Drive Thru* Pembayaran PBB P2 Pendapatan Kabupaten Banyuwangi”. Tujuan dari penelitian ini mendeskripsikan implementasi layanan *drive thru* pembayaran PBB P2 di Dinas Pendapatan Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian yaitu implementasi layanan *drive thru* pembayaran PBB P2 berjalan cukup baik, beberapa pengguna layanan *drive thru* yang dilakukan secara individu maupun kolektif merasa bahwa pembayaran PBB yang dilakukan melalui layanan *drive thru* lebih cepat dan praktis. Persamaan yang diambil dari penelitian ini adalah pada penelitian tersebut meneliti mengenai *drive thru*, selain itu pada penelitian ini juga menggunakan paradigma kualitatif dalam menjelaskan fenomena.²⁸

Keempat penelitian oleh Wisnu Wardana (2021) dengan judul “Implementasi *Marketing Public Relation* Pada Indomaret Gunungsari Surabaya Dalam Program *Drive Thru* dan *Klik Food* di tengah Pandemi Covid-19”. Tujuan dari penelitian ini mengetahui implementasi *marketing public relation* dalam program *drive thru* dan *klik food* Indomaret Gunungsari Surabaya di tengah pandemic Covid-19. Hasil penelitiannya yaitu implementasi *marketing public relation* Gunungsari Surabaya menggunakan sembilan saluran komunikasi untuk mendukung keberhasilan dan perencanaan program *drive thru* dan *klik food* pada saat pandemi Covid-19 berhasil akan tetapi dari kesembilan saluran komunikasi ada tiga elemen yang tidak

²⁷ Bagus Putro Waluyo, Pengaruh Kualitas Pelayanan Program SAMSAT Drive Thru Jakarta Selatan Terhadap Citra Polda Metro Jaya, Jakarta, 2019.

²⁸ Sally Nurmalasari, *Implementasi Layanan Drive Thru Pembayaran PBB P2 Pendapatan Kabupaten Banyuwangi*, Universitas Jember, 2015.

digunakan karena langsung bersinggungan dengan masyarakat yang tidak sesuai digunakan saat pandemi. Adapun kesamaan yang ditemukan pada skripsi ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas mengenai *drive thru*.²⁹

Berdasarkan penelitian relevan yang telah dipaparkan terdapat beberapa perbedaan pembahasan yang ditemukan oleh peneliti. Perbedaan penelitian tersebut akan dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 1.3 Penelitian Relevan

No	Penelitian	Judul Penelitian	Perbedaan
1.	Henricus Bambang Nurtopo. 2007. Skripsi. Universitas Sanata Yogyakarta.	Analisis Efektifitas Layanan “ <i>Drive Thru</i> ” Menurut Persepsi Konsumen: Studi Kasus pada Konsumen Mc. Donald’s di Wilayah Kodya dan Sleman.	- Fokus Penelitian - Metode Penelitian - Lokasi Penelitian
2.	Bagus Putro Waluyo. 2019. Skripsi. Universitas Prof. Dr. Moestopo.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Program SAMSAT <i>Drive Thru</i> Jakarta Selatan Terhadap Citra Polda Metro Jaya.	- Fokus Penelitian - Metode Penelitian - Lokasi Penelitian
3.	Sally Nurmalasari. 2015. Skripsi. Universitas Jember	Implementasi Layanan <i>Drive Thru</i> Pembayaran PBB P2 Pendapatan Kabupaten Banyuwangi	- Objek Penelitian - Lokasi Penelitian
4.	Wisnu Wardana. 2021. Skripsi. Universitas Bhayangkara Surabaya.	Implementasi <i>Marketing Public Relation</i> Pada Indomaret Gunungsari Surabaya Dalam Program <i>Drive Thru</i> dan <i>Klik Food</i> di tengah Pandemi Covid-19	- Lokasi Penelitian

Sumber: Analisis Peneliti, Melalui penelusuran Internet dan Buku

²⁹ Wisnu Wardana, *Implement's Marketing Public Relation Pada Indomaret Gunungsari Surabaya Dalam Program Drive Thru dan Klik Food Ditengah Pandemi Covid-19*, Universitas Bhayangkara 2021.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.³⁰ Artinya penelitian kualitatif merupakan metode penelitian ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengantisipasi data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.³¹ Namun bukan berarti dalam penelitian kualitatif peneliti tidak menggunakan angka-angka hanya saja angka tersebut bukan menjadi data utama dalam penelitian.

Pada penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif atau saling berhubungan. Selain itu juga menemukan teori dan menggambarkan realitas yang kompleks agar memperoleh pemahaman dan makna pada suatu fenomena.³² Dengan peneliti dapat mendeskripsikan dan menjelaskan secara mendalam mengenai proses transaksi *drive thru* antara pedagang dan pembeli di Pasar Parak Laweh Kecamatan Lubuk Begalung.

1.6.2 Informan Penelitian

Penelitian kualitatif menggunakan informan sebagai sampel untuk memperoleh data dan informasi. Teknik yang digunakan untuk mendapatkan informan penelitian yaitu teknik *purposive sampling* dengan cara

³⁰ Afrizal, op.cit, hal 12.

³¹ Ibid, hal 13.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016, hal 14.

mempertimbangkan hal tertentu.³³ Sehingga peneliti memberikan kriteria dalam memilih informan untuk diwawancarai dan memperoleh informasi atau data. Informan penelitian merupakan orang yang memberikan informasi mengenai dirinya ataupun orang lain dan suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam.³⁴ Informan dikategorikan menjadi:

1.6.2.1 Informan Pelaku

Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Pada penelitian ini yang menjadi informan pelaku yaitu pedagang dan pembeli di Pasar Parak Laweh untuk kriterianya sebagai berikut:

Tabel 1.4 Kriteria Informan Pelaku Penelitian (Pedagang)

No	Kriteria
1.	Berjualan di pinggi kiri kana jalan Parak Laweh
2.	Tidak membedakan jenis kelamin
3.	Telah berjualan di Pasar Parak Laweh selama 1 tahun
4.	Pedagang pasar yang berjualan kebutuhan pokok pangan
5.	Tempat berdagang sudah menetap dalam artian tidak menggunakan becak atau motor ketika berdagang melainkan menyediakan tempat menggunakan meja dan tenda.
6.	Berusia 17-70 tahun

Sumber: Data primer 2021

Berdasarkan kriteria diatas berikut didapat informan pelaku dari pedagang sebagai berikut:

³³ Ibid, hal 85.

³⁴ Afrizal, op.cit, hal 134

Tabel 1.5 Identitas Informan Pelaku (Pedagang)

No	Nama	Dagangan	Jenis Kelamin	Lama Berdagang
1.	Diki	Tahu	Laki-laki	10 Tahun
2.	Andes Fernando	Jengkol	Laki-laki	5 Tahun
3.	M. Danil	Ayam Potong	Laki-laki	2 Tahun
4.	Nini	Umbi-Umbian	Perempuan	15 Tahun
5.	Afidah	Buah-Buahan	Perempuan	5 Tahun
6.	Ernawilis	Sayuran	Perempuan	11 Tahun
7.	Marsimiz	Daging Sapi	Laki-laki	8 Tahun
8.	Ari Fadli	Ikan	Laki-laki	5 Tahun
9.	Salmidas	Sayuran	Perempuan	12 Tahun

Sumber: Data Primer 2021

Selain pedagang, pembeli juga menjadi informan pelaku kriteria yang ditentukan sebagai berikut:

Tabel 1.6 Kriteria Informan Pelaku Penelitian (Pembeli)

No	Kriteria
1.	Pernah berbelanja secara <i>drive thru</i> lebih dari 5 kali dalam sebulan
2.	Tidak membedakan jenis kelamin
3.	Masyarakat yang berbelanja menggunakan kendaraan roda dua atau roda empat.
4.	Barang yang dibeli berupa kebutuhan pangan pokok
5.	Berusia 17-70 tahun
6.	Memiliki titik koordinat jarak rumah ke pasar Parak Laweh sejauh 10 km

Sumber: Data Primer 2021

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan didapat informan pelaku penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.7 Identitas Informan Penelitian (Pembeli)

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan/ Profesi	Alamat
1.	Miske Agustin S. Pd	27 Tahun	Perempuan	Guru	Komplek. Jala Utama II, Gang Sabar IV Blok D2/1, RT 04/RW 11, Parak Laweh
2.	Rizki Dera Lashinta	22 Tahun	Perempuan	<i>Freelance (Nail Artist)</i>	Komplek Filano Jaya 3, blok B nomor 13
3.	Diah Maharini	23 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Jalan Gang Sabar 2, Parak Laweh
4.	Ridhola Alfathira	22 Tahun	Perempuan	Mahasiswa	Jalan Pampangan No. 4

Sumber: Data Primer, Tahun 2021

1.6.2.2 Informan Pengamat

Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Pada penelitian ini informan pengamat nya yaitu masyarakat yang ada di sekitar Pasar Parak Laweh dan yang pernah berbelanja di Pasar Parak Laweh. Untuk kriteria yang menjadi informan pengamat sebagai berikut:

Tabel 1.8 Kriteria Informan Pengamat Penelitian

No	Pengamat
1.	Tokoh masyarakat seperti, RT/RW dan lurah.
2.	Warga yang rutin melewati jalan di pasar parak laweh menggunakan kendaraan roda dua dan empat.
3.	Warga yang pernah melihat pedagang dan pembeli melakukan transaksi secara <i>drive thru</i>
5.	Tidak membedakan jenis kelamin
6.	Berusia 17-70 tahun

Sumber: Data Primer, Tahun 2021

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan didapat informan pengamat penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.9 Identitas Informan Pengamat

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Profesi	Alamat
1.	Vebrinanda, S. Pd, MM	47 Tahun	Laki-laki	Lurah	The Large Garden City, Parak Laweh
2.	Shalsabila Syaqila	22 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Jalan Parak Laweh No. 31

Sumber: Data Primer, Tahun 2021

1.6.3 Data yang Diambil

Pada penelitian kualitatif data di dapat dalam bentuk deskriptif atau kata-kata. Selain itu data didapat dari dokumen pribadi, catatan lapangan, ucapan dan tindakan

responden, dokumen dan lain sebagainya.³⁵ Sumber data pada penelitian kualitatif dapat diperoleh dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian di lapangan. Data primer didapatkan dengan menggunakan teknik observasi dan metode wawancara mendalam.³⁶ Dengan menggunakan teknik wawancara, peneliti mendapatkan data dan informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, data primer terkait dengan kegiatan serta proses transaksi *drive thru* di Pasar Parak Laweh.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data tambahan yang diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu dengan pengumpulan data yang bersifat teori yang berupa pembahasan tentang bahan tertulis, literatur, hasil penelitian, dan website.³⁷ Data sekunder tersebut digunakan dalam penelitian ini yaitu berasal dari media cetak dan elektronik serta juga dilengkapi dengan data-data yang diperoleh dari artikel-artikel maupun jurnal serta hasil penelitian-penelitian yang sebelumnya yang tentu mempunyai kaitan dengan penelitian ini.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu bentuk yang dilakukan dalam suatu penelitian untuk memperoleh data sesuai dengan tata cara penelitian. Maka dari itu teknik pengumpulan data perlu untuk dilakukan. Tujuan utama dari teknik

³⁵ Sugiyono, op.cit, hal 15.

³⁶ Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT, Remaja Rosdakary, 2004, hal 155.

³⁷ Ibid, hal 155.

pengumpulan data itu sendiri yaitu mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam dan observasi.

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian.³⁸ Observasi merupakan suatu proses yang kompleks tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.³⁹ Observasi bertujuan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengamati fenomena yang diteliti. Saat melakukan pengamatan, salah satu cara yang digunakan adalah pergi ke lokasi kejadian agar terlihat oleh alat indra suasana dari fenomena tersebut. Pada penelitian ini peneliti mengobservasi proses transaksi layanan *drive thru* yang ada di Pasar Parak Laweh. Observasi dilakukan pada pukul 06.30-17.30 WIB.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan seorang peneliti yang dilakukan tidak dengan mewawancarai berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail dengan alternatif jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan yang umum kemudian di jelaskan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya. Bisa saja sejumlah pertanyaan telah disiapkan oleh peneliti sebelum melakukan

³⁸ Widoyoko, Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014, hal 46.

³⁹ Sugiyono, op.cit hal 145.

wawancara, tetapi pertanyaan tersebut tidak terperinci hal ini digunakan sebagai pedoman dan berbentuk pertanyaan terbuka (tidak ada alternatif jawaban). Berarti wawancara dalam penelitian kualitatif dilakukan seperti dua orang yang sedang bercakap cakap tentang sesuatu.⁴⁰ Wawancara mendalam bersifat terbuka sehingga pelaksanaan wawancara dilakukan berulang-ulang dengan intensitas yang tinggi.⁴¹ Sebagai peneliti tidak boleh cepat puas dengan informasi yang diberikan informan, penting dilakukannya pengecekan ulang dan mengklasifikasi informasi yang diberikan informan. Maka dari itu peneliti memberikan kesempatan kepada informan bercerita dan bercengkerama mengenai proses transaksi *drive thru* di Pasar Parak Laweh. Wawancara dilakukan pada jam istirahat makan siang atau bisa langsung ke rumah informan.

1.6.5 Proses Penelitian

Observasi penelitian telah dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan seminar proposal. Setelah dilakukannya seminar proposal dan mendapatkan izin untuk turun ke lapangan peneliti mulai mencari tahu informan yang sesuai dengan kriteria yang telah dilakukan pada bulan Desember 2021. Dalam proses mencari informan peneliti menemukan sembilan informan pelaku pedagang yang sesuai dengan kriteria. Informan tersebut ditemukan di Pasar Parak Laweh dan proses pengumpulan data dilakukan langsung ditempat dengan teknik wawancara mendalam. Selain dari informan pelaku pedagang peneliti juga mengumpulkan empat informan pelaku pembeli dan dua informan pengamat yang pernah

⁴⁰ Afrizal, op.cit, hal 20-21.

⁴¹ Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, hal 100.

menyaksikan ataupun bertransaksi secara *drive thru* di Pasar Parak Laweh. Proses pengumpulan data dilakukan di kediaman informan dengan teknik yang sama seperti sebelumnya. Adapun jumlah informan penelitian secara keseluruhan sebanyak 15 orang. Proses pengumpulan data dilakukan pada bulan Desember 2021 hingga Februari 2022 lalu di bulan yang sama peneliti mulai menganalisis data yang telah didapat dan menulis hasil temuan. Dalam proses penulisan laporan peneliti dibimbing dengan baik oleh pembimbing hingga penulisan selesai pada akhir Juli 2022.

1.6.6 Unit Analisis

Dalam melakukan penelitian sosial perlu mengetahui apa dan siapa yang diteliti untuk memahami permasalahan yang menjadi tujuan penelitian. Hal ini disebut dengan unit analisis yang berguna agar peneliti fokus dalam melakukan penelitian. Maka dari itu objek penelitian nantinya ditentukan oleh peneliti. Unit analisis dapat berupa individu, kelompok, masyarakat atau lembaga. Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah individu yaitu pedagang, pembeli di Pasar Parak Laweh serta tokoh masyarakat yang tinggal di Kelurahan Parak Laweh Pulau Aia Nan XX.

1.6.7 Analisis Data

Analisis data adalah proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian yang saling berkaitan dan keseluruhan data yang dikumpulkan demi menghasilkan klasifikasi data. Dalam sebuah penelitian analisis data berfungsi sebagai bahan evaluasi dan memecahkan masalah sehingga menghasilkan keputusan. Analisis data pada penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus menerus

selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan.⁴² Miles dan Huberman terdapat tahap-tahap dalam menganalisis data pada penelitian kualitatif sebagai berikut:

a. Tahap Kodifikasi Data

Tahap kodifikasi data adalah tahap pekodean terhadap data. Hal yang dimaksud dengan pengkodean data yaitu peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil kegiatan tahap pertama yaitu diperoleh tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema atau klasifikasi itu sudah mengalami penamaan oleh peneliti.

b. Tahap Penyajian Data

Tahap ini merupakan sebuah tahap lanjutan analisis pada saat peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian, yang merupakan temuan penelitian. Tidak dianjurkan untuk menggunakan cara naratif untuk menyajikan tema, karna dalam pandangan mereka penyajian dengan diagram dan matriks lebih efektif

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Tahap verifikasi adalah suatu tahap lanjutan peneliti untuk menarik kesimpulan dari temuan data. Tahap ini merupakan interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan.⁴³

⁴² Afrizal, op.cit, hal 176.

⁴³ ibid, hal 178-180.

Analisis data dilakukan setelah data didapat dari hasil pengumpulan data yang berasal dari hasil observasi ataupun wawancara mendalam. Kemudian hasil tersebut diolah melalui tahap-tahap yang telah ditentukan.

1.6.8 Definisi Operasional

Terdapat beberapa konsep yang digunakan dalam penelitian ini, agar memudahkan peneliti dan para pembaca untuk memahaminya. Definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁴ Pada penelitian ini terdapat definisi operasional konsep sebagai berikut

1. Transaksi

Transaksi adalah bentuk persetujuan jual-beli dalam kegiatan perdagangan antara pihak pembeli dan penjual.

2. Drive Thru

Drive Thru adalah jenis layanan yang mana pembeli tidak perlu turun dari kendaraan mereka ketika berbelanja pesan bawa pulang.

3. Pasar

Pasar adalah area tempat jual-beli dengan sekumpulan pedagang dan pembeli yang menjual barang atau jasa untuk menghasilkan uang serta keinginan untuk puas, berbelanja dan membelanjakan uang tersebut.

4. Pasar Tradisional

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2015, hal 38.

Pasar tradisional adalah area tempat jual beli barang dan jasa dengan cara tawar menawar.

5. Pedagang

Pedagang adalah orang yang memperjualbelikan barang atau jasa baik produksi sendiri maupun dari distributor lain untuk memperoleh laba.

6. Pembeli

Pembeli adalah seseorang yang membeli barang atau jasa, atau seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, juga seseorang yang menggunakan suatu barang atau jasa.

1.6.9 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian. Lokasi penelitian diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu kepada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya. Organisasi itu sendiri bukan teritorial melainkan tempat organisasi itu berada.⁴⁵ Maka dari itu peneliti memilih Kecamatan Lubuk Begalung sebagai lokasi penelitian karena Pasar Parak Laweh terletak di kecamatan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi Pasar Parak Laweh satu-satunya yang menggunakan layanan berbelanja secara *drive thru* di antara pasar tradisional lainnya yang ada di Kota Padang dengan alasan, jika dilihat dari GSB (Garis Sempadan Bangunan) hasil pengukuran dari peneliti jarak antara kios/los pasar dengan jalan kurang lebih 1 meter. Jalan raya yang ada di Pasar Parak Laweh jika diklasifikasikan berdasarkan kelasnya termasuk kepada jenis jalan raya kelas III

⁴⁵ Afrizal, op.cit, hal 128.

yaitu jalan arteri, kolektor, lokal, dan lingkungan yang dapat dilalui kendaraan bermotor dengan ukuran lebar tidak melebihi jalan 2.100 milimeter, ukuran panjang tidak melebihi 9.000 mili meter, dan ukuran tinggi 3500 mili meter serta muatan sumbu terberat 8 ton.⁴⁶

Berdasarkan kelas tersebut digolongkan kepada golongan C yang merupakan jalan lokasi yang dapat dilalui oleh kendaraan bermotor, termasuk kendaraan yang bermuatan dengan ukuran lebar tidak lebih dari 2.100 milimeter, ukuran panjang tidak lebih dari 9.000 mili meter, serta bermuatan sumbu terberat diizinkan adalah 8 ton.⁴⁷

1.6.10 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian dirancang sebagai bentuk pedoman pelaksanaan dalam menulis karya ilmiah proposal sesuai dengan tabel yang ada dibawah ini:

Tabel 1.10 Rancangan Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	Tahun 2021/2022									
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Juli	Ags
1.	Seminar Proposal										
2.	Penelitian Lapangan										
3.	Penulisan Skripsi										
4.	Ujian Skripsi										

⁴⁶ DPU, *Klasifikasi Jalan Berdasarkan Status dan Kelas Jalan*, <https://dpu.kulonprogokab.go.id/detil/49/klasifikasi-jalan-berdasarkan-status-dan-kelas-jalan>.

⁴⁷ NISSAN, Sudah Paham Tentang Status Jalan di Indonesia ?, <https://nissan.co.id/artikel/artikel-product-centric/sudah-paham-dengan-status-jalan-di-indonesia.html>.

