

BAB I

PASAR

A. Pengertian Pasar

Pasar dalam artian sederhana yakni tempat untuk melaksanakan pertemuan antara para pembeli dan para penjual yang tujuannya untuk bertransaksi. Pada pengertian ini memiliki arti bahwa pasar mempunyai lokasi atau tempat tertentu yang mungkin bagi penjual dan juga pembeli untuk dapat bertemu. Didalam pasar terdapat transaksi jual dan beli produk, baik berupa barang atau jasa yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

Arti lain dari pasar yaitu kumpulan dari pembeli potensial dan pembeli nyata pada suatu produk. Atau bisa diartikan juga sebuah mekanisme diantara penjual dan pembeli dan juga sebuah lokasi untuk melakukan pertemuan antara kekuatan penawaran dan permintaan. Pasar potensial yakni suatu himpunan kelompok konsumen yang mempunyai minat, tetapi dari segi pendapatan dan akses tidak terlalu mendukung. Tetapi jika suatu saat sudah mempunyai akses dan pendapatan yang cukup, kelompok tersebut akan membeli. Sedangkan suatu himpunan pembeli atau konsumen yang memiliki akses, pendapatan, dan minat atas jasa atau produk tertentu itulah yang dinamakan pasar nyata. Pada pasar nyata konsumen selalu bertransaksi karena ada suatu hal yang mendukung yaitu keinginan atau minat untuk melakukan pembelian serta mempunyai akses dan pendapatan.¹

Inti dari perbedaan kedua pasar tersebut adalah jika pasar potensial konsumen hanya memiliki minat untuk melakukan pembelian, tetapi tidak didukung oleh akses ataupun kemampuan untuk melakukan pembelian, tapi juga mempunyai peluang dalam melakukan pembelian jika sudah mempunyai akses dan pendapatan di masa depan. Jika pasar nyata konsumen mempunyai semua faktor yang mendukung pembelian mulai dari akses, pendapatan, dan mempunyai minat.

Di dalam pasar antara penjual dan pembeli itu tidak mengharuskan adanya pertemuan pada tempat tertentu untuk

¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 156.

bertransaksi, tetapi cukup dapat dilakukan dengan sarana elektronik, misalnya *whatsapp, telephone, internet, faksimile, facebook, instagram*, bisa juga dengan *market place* meliputi Shoope, Tokopedia, Bukalapak, dll. Pada pengertian yang sudah dijelaskan diatas, pasar mempunyai lokasi tertentu yang mana ketika melaksanakan transaksi diantara para pembeli dan penjual bisa bertemu secara langsung. Namun, pada pengertian pasar yang ini transaksi bisa dilakukan di sembarang tempat dengan berbagai kemudahan prasarana dan sarana yang didapat di era modern saat ini.

Kita semua harus memiliki pengetahuan yang lengkap berkaitan tentang besarnya pasar di saat ini dan pada masa mendatang. Maksud dari bagian ini adalah jumlah calon pembeli dan pembeli atau konsumen dan kebutuhan serta keinginan dari calon pembeli. Kemudian, jumlah dari pesaing dengan ukuran pada kekuatannya mulai dari lemah, sedang, atau kuat. Yang terakhir yaitu langkah cara menyerap pasar yang sudah ada disertai dengan strategi pemasaran yang sesuai.²

Contoh sederhana, semisal ingin mendirikan sebuah restoran pada suatu lokasi tertentu, langkah awal yang perlu dilakukan adalah dengan menghitung perkiraan calon konsumen yang akan makan di restoran tersebut. Caranya dengan menghitung jumlah masyarakat dan jumlah karyawan yang berada pada radius 1 km dari lokasi. Selanjutnya, keramaian lalu lintas di sekitar lokasi tersebut. Perlu juga mengetahui selera makan masyarakat sekitar, apakah makanan yang tertentu atau yang umum (untuk mengetahuinya bisa dengan dilakukan kuisioner). Selanjutnya, lakukan survei jumlah warung makan, yang terutama mempunyai persamaan selera dengan yang sudah direncanakan. Langkah terakhir yaitu aturlah strategi kedepannya yang akan dijalankan.

B. Macam-macam Pasar

1. Pasar Berdasarkan Luas Jangkauan
 - a. Pasar Internasional

Pasar yang area pemasarannya di lakukan di seluruh wilayah yang ada di dunia, barangnya yang diperjualbelikan merupakan barang yang diperlukan seluruh masyarakat yang

² *Ibid.*, hlm. 156-157

ada di dunia. Pada pasar ini pembelian atau penjualan produk bisa dari beberapa negara.

b. Pasar Regional

Pasar yang area pemasarannya di laksanakan pada beberapa negara pada suatu wilayah yang tertentu dan ada suatu perjanjian kerja sama yang mendukung, contohnya AFTA di Asia Tenggara.

c. Pasar Nasional

Pasar yang kegiatannya yaitu membeli dan menjual produknya hanya lingkup satu negara saja atau hanya di dalam negeri. Barang yang tersedia untuk diperjual belikan hanya yang diperlukan oleh masyarakat yang ada di negara itu.

d. Pasar Lokal

Pasar yang wilayah pemasarannya hanya pada daerah yang tertentu saja. Barang yang tersedia untuk diperjual belikan adalah barang yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar saja.

2. Pasar Berdasarkan Jenis Barang Yang Diperjualbelikan

a. Pasar Barang Produksi

Pada pasar ini yang diperjualbelikan berupa barang dan faktor produksi yang mempunyai ciri yaitu barang yang dijualbelikan dapat berupa sumber daya yang digunakan agar proses produksi berjalan dengan lancar. Contoh pasar mesin pabrik, bibit ikan, bursa tenaga kerja

b. Pasar Barang Konsumsi

Ciri dari pasar ini adalah barang yang ada di pasar itu adalah barang jadi atau barang yang siap pakai. Misalnya pakaian, minuman, makanan, sepeda, dan barang kebutuhan yang lainnya. Pasar tersebut sangat penting bagi produsen guna menjual hasil dari produksinya. Contoh dari pasar konsumsi yaitu pasar swalayan dimana di pasar tersebut ada beberapa kebutuhan pokok yang dijual.

3. Pasar Berdasar waktu Terjadinya

a. Pasar Harian

Pada pasar ini aktivitas jual beli dilakukan pada setiap hari dan juga barangnya yang diperjual belikan yaitu barang yang dibutuhkan setiap hari. Seperti toserba, warung.

b. Pasar mingguan

Kegiatan jual beli pada pasar ini terjadi dalam seminggu sekali. Contohnya pasar legi, pasar wage, pasar senin, pasar pon.

c. Pasar Bulanan

Kegiatan pada pasar ini berlangsung satu bulan sekali dan biasanya hanya menjual barang tertentu saja. Contohnya yaitu pasar hewan.

d. Pasar Tahunan

Aktivitas pada pasar ini berlangsung setiap satu tahun hanya sekali. Pasar seperti ini terjadinya lebih dari satu hari, dan bias juga lebih dari satu bulan. Kegiatan di pasar ini biasanya tujuannya mengenalkan produk baru. Seperti , pameran pembangunan, dan pasar malam.

e. Pasar Temporer

Pasar ini terjadinya sewaktu-waktu dan waktunya juga tidak menentu. Dan hanya terjadi pada peristiwa-peristiwa tertentu. Contohnya bazar.

4. Pasar Berdasar Cara Transaksinya

a. Pasar Modern

Pada pasar ini barang yang diperjualbelikan dengan layanan sendiri artinya pembeli mengambil barang sesuai keinginannya sendiri dan dengan harga yang pas, pembeli dalam melakukan transaksi tidak secara langsung namun dengan melihat label harga yang dipasang pada barang-barang. Cara pembayarannya mulai dengan sistem non tunai. Pasar ini sifatnya modern. Contohnya plaza, mal.

b. Pasar Tradisional

Pada pasar tersebut masih dapat melakukan tawar menawar barang secara langsung. Biasanya barang yang di perjualbelikan di pasar ini ialah berupa barang kebutuhan yangv pokok. Bangunan pada pasar ini terdiri dari gerai, los, kios. Pasar ini sangat umum ditemukan di Indonesia dan letaknyapun berdekatan dengan area perumahan warga alasannya memudahkan pembeli menjangkau pasar.

5. Pasar Berdasar Wujud

a. Pasar Konkret

Pada pasar ini transaksi jual beli dilakukan secara langsung, produk juga terlihat secara kasatmata, antara

produsen dengan konsumen bisa dibedakan dengan mudah. Contohnya pasar tradisional, pasar sayuran.

b. Pasar Abstrak

Pada pasar ini para pedagang tidak membeli barang dagangnya secara langsung tapi dengan media perantara yaitu surat dagang. Contohnya pasar saham, pasar valas, pasar online.³

C. Fungsi Pasar

Pasar memiliki lima fungsi yang utama. Lima fungsi tersebut yaitu:

1. Pasar menetapkan nilai, pada sistem ekonomi pasar, harga ialah ukuran dari sebuah nilai. Fungsi tersebut memecahkan masalah tentang apa penentuan yang seharusnya di produksi oleh perekonomian. Barang yang lebih diminati masyarakat umumnya memiliki tingkatan harga yang lebih tinggi jika dibandingkan barang yang sedikit peminatnya. Bagi produsen yang menghasilkan barang yang lebih banyak diminati masyarakat maka akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi, karena produsen akan memperbanyak volume produksinya, dan tentunya juga dapat mendorong bagi produsen baru untuk menghasilkan suatu barang. Jadi pergerakan pada penawaran dan permintaan yang ada di pasar yang menentukan tingkatan harga suatu barang. Sedangkan pergerakan harga kemudian akan menentukan apa dan berapa jumlah dari macam-macam barang yang di produksi pada suatu perekonomian.
2. Pasar berfungsi mendistribusikan barang, hal tersebut menyangkut tentang pertanyaan kepada siapa barang atau komoditas dihasilkan. Kemampuan setiap orang dalam membeli barang tergantung pada tinggi rendahnya pendapatan. Pendapatan seorang individu disamping tergantung pada jumlah faktor produksi yang dimiliki juga tergantung tingkatan harga faktor produksi tersebut di pasar. Pola distribusi dari pendapatan bersama dengan tingkatan harga di pasar juga akan menentukan pola dari distribusi-distribusi barang di masyarakat. Dengan menganggap juga pola kepemilikan dari faktor produksi dari masyarakat pada saat tertentu, maka Gerakan dari faktor produksi

³ Lina Meilawati, *Pasar*, (Jakarta Barat: Multi Kreasi Satudelapan, 2009), hlm. 30-32.

dan harga barang akan menentukan distribusi suatu barang yang diproduksi kepada masyarakat.

3. Pasar berfungsi mengorganisasikan produksi. Di pasar terdapat harga dari faktor produksi, maka dengan itu akan mendorong bagi produsen untuk bebas memilih metode-metode produksi yang lebih efisien. Ilmu ekonomi menanggapi jika diantara faktor produksi selalu memiliki suatu kemungkinan untuk melakukan substitusi. Jika harga faktor produksi naik, maka dari pihak produsen juga akan berusaha untuk melakukan penghematan dalam menggunakan faktor produksi dan mencoba untuk menggunakan faktor produksi yang lainnya dan dijadikan sebagai pengganti jika harganya lebih murah. Jadi fungsi pasar dalam hal ini ialah memecahkan permasalahan tentang cara untuk menghasilkan barang.
4. Pasar fungsinya melakukan penjatahan. Penjatahan merupakan inti dari adanya harga. Dikarenakan jumlah produksi yang siap tersedia di masyarakat dalam jangka waktu yang tertentu itu jumlahnya juga terbatas, maka jumlah yang tersedia harus diadakan pembagian sehingga bisa tercukupi untuk jangka waktu tertentu. Apabila tersedianya barang dalam jumlah yang sedikit dalam perekonomian, maka tingkatan harga barang itu di pasar akan relatif tinggi. Tingkat harga yang tinggi pada barang tersebut juga akan membatasi tingkat konsumsi pada barang tersebut.
5. Pasar berfungsi dalam menyediakan jasa dan barang di masa yang akan datang. Pasar memiliki peran yaitu sebagai fasilitator dalam pengelolaan investasi dan tabungan. Investasi gunanya untuk menyediakan jasa dan barang pada masa kedepannya. Investasi dan tabungan juga akan berinteraksi di pasar. Pasar modal merupakan pasar yang memfasilitasi tabungan dan investasi. Pihak investor akan mencari pihak-pihak yang memiliki tabungan yang digunakan sebagai tujuan investasinya, dan bagi pihak yang menabung akan mencari pihak-pihak yang membutuhkan modal. Kedua belah pihak itu yang selanjutnya akan bertemu.⁴

⁴ Soeratno, *Ekonomi Mikro Pengantar*, (Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ykpn, 2003), hlm. 12.

D. Sejarah Pasar

Sejarah terbentuknya pasar sudah di mulai dari zaman pra sejarah, dimana apabila manusia menginginkan kebutuhan hidupnya terpenuhi maka harus melakukan barter. Barter ialah sebuah sistem yang dilakukan antara individu satu dengan yang lain yang kegiatannya yaitu tukar menukar pada barang antara barang yang satu dengan barang-barang yang lainnya, sehingga kebutuhan dari masing-masing individu tersebut dapat saling terpenuhi. Barter ialah proses pertukaran yang tidak memakai uang sebagai media transaksi tetapi menggunakan barang yang sudah disepakati antara dua orang yang melakukan transaksi tersebut.

Pertukaran dalam sistem barter itu mensyaratkan adanya sebuah kebutuhan dan sebuah keinginan sama dan di masa yang bersamaan pula dari seseorang yang melakukan transaksi. Tetapi, seiring dengan kebutuhan dari manusia yang semakin banyak dan rumit, sehingga penggunaan sistem barter banyak menimbulkan kendala ketika melakukan pertukaran, yakni sulitnya mendapatkan jasa dan barang yang menjadi keinginan dengan jenis jasa dan barang yang dibutuhkan oleh orang lain atau bisa dikatakan sulit dalam mencari permintaan yang sama. Timbul juga masalah yang lain yaitu sulitnya menentukan nilai yang tepat dari jasa atau barang yang ditukarkan.

Dalam menggunakan barter kemudian dipilih sebuah tempat yang disepakati secara bersama-sama dan lama-kelamaan tempat tersebut disebut dengan pasar. Pada awal mulanya istilah pasar yang muncul dikaitkan dengan arti yaitu tempat penjual dan pembeli yang sama-sama sedang melakukan pertukaran. Lalu, pasar dikaitkan dengan definisi dari ekonomi yakni pertemuan antar penjual dan pembeli. Kemudian pengertian tersebut berkembang yang ada hubungannya dengan penawaran dan permintaan. Pada intinya secara teoritis dalam ilmu ekonomi, di dalam pasar menggambarkan pembeli dan penjual yang sedang bertransaksi terhadap jasa atau barang yang ditawarkan.⁵

⁵ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 98.