

BAB III

GAMBARAN UMUM

A. Profil Pasar Kepahiang

1. Sejarah Pasar Kepahiang

Pasar Kepahiang merupakan salah satu pasar tradisional yang berperan penting sebagai pusat transaksi ekonomi masyarakat lokal. Pasar ini menyediakan beragam kebutuhan pokok, mulai dari bahan makanan segar, hasil pertanian, daging, ikan, hingga barang kebutuhan rumah tangga. Sistem tawar-menawar yang masih digunakan menjadikan harga relatif lebih terjangkau bagi masyarakat. Selain itu, pemerintah daerah turut melakukan penataan infrastruktur serta pengelolaan pasar untuk meningkatkan ketertiban dan efisiensi aktivitas perdagangan.

Secara historis, Pasar Kepahiang berdiri sekitar tahun 1960 dan pada mulanya berfungsi sebagai pasar hewan yang berlokasi di Lapangan Santoso. Perkembangan signifikan terjadi pada tahun 1966 ketika pasar ini mulai dibangun menjadi pasar tradisional dengan pendirian beberapa *los* atau bangsal transaksi. Pada fase awal, fasilitas pasar terdiri atas dua los kain, satu los sepatu, satu rumah makan, dan satu los manisan yang mayoritas menggunakan bahan kayu. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya kebutuhan

masyarakat, bangunan tersebut diperbaiki menggunakan material permanen pada tahun 1995.

Pada tahun 2000, Pasar Kepahiang dipindahkan ke Jalan Syahril di Kelurahan Pensiunan karena lokasi sebelumnya digunakan untuk pembangunan kawasan baru. Perpindahan tersebut menandai awal terbentuknya pasar pagi yang kemudian dikenal sebagai Pasar Kaget, istilah yang merujuk pada jumlah pedagang yang pada masa awal masih sangat terbatas, hanya terdiri atas beberapa pedagang kecil seperti warung manisan. Pada tahun 2002, aktivitas perdagangan di pasar pagi tersebut mulai mengalami peningkatan dengan bertambahnya los kelontong, los sepatu, los sandal, los pakaian, dan berbagai jenis komoditas lainnya.¹

Perkembangan infrastruktur pasar terus berlanjut hingga tahun 2020 ketika dilakukan pembangunan di bagian depan kawasan pasar. Perbaikan ini diikuti dengan bertambahnya jumlah pedagang dan peningkatan fungsi pasar sebagai pusat ekonomi rakyat. Hingga kini, Pasar Kepahiang terus berkembang dan tetap berperan sebagai ruang perdagangan penting bagi masyarakat Kabupaten Kepahiang.

¹ Marini, Minat Pedagang Kepahiang Menggunakan Produk Pembiayaan Mikro pada Bank Syariah, (IAIN CURUP), h.44.

2. Letak Geografis Pasar Kepahiang

a. Lokasi

Kepahiang memiliki koordinat sebagai berikut: Bujur $101^{\circ} 55' 19'' - 103^{\circ} 01' 29''$; Lintang $020^{\circ} 43' 07'' - 030^{\circ} 46' 48''$. Kepahiang dicirikan oleh lingkungan alam yang tinggi, banyak pepohonan, dan subur. Titik tertinggi berada pada ketinggian 1.600 meter di atas permukaan laut, sedangkan titik terendah berada pada ketinggian 250 meter di atas permukaan laut. Lingkungan yang tinggi tercermin pada puncak Kepahiang.

b. Iklim

Iklimnya tropis. Suhu rata-rata $23,87^{\circ}\text{C}$, sedangkan kelembapan udara rata-rata 85,21%. Curah hujan rata-rata 233,5 mm/bulan.

c. Daerah

Kepahiang memiliki luas wilayah 710,11 km², yang terdiri dari 48.393,69 ha lahan pertanian dan 18.106,31 ha kawasan hutan. Kawasan hutan tersebut terdiri dari kawasan konservasi pegunungan seluas 320 ha, taman nasional seluas 8.515 ha, dan hutan lindung seluas 9.588,11 ha².

² BPS Kabupaten Kepahiang, *Kecamatan Kepahiang dalam Angka*,
<https://kepahiangkab.bps.go.id/id/publication/2021/09/24/8123bf1f8c9ed4505d639049/kecamatan-kepahiang-dalam-angka-2021.html>.
 Diakses tanggal 18 januari 2026

Secara administratif pasar kepahiang berlokasi di Kelurahan Pensiunan, Jalan Syahrial, Kecamatan Kepahiang, Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu, berikut ini adalah posisi pasar kepahiang Alamat Pasar: Terletak di Jl. Kolonel Santosa, Kecamatan Kepahiang, Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu, Indonesia.

3. Berbagai Usaha Dagang di Pasar Kepahiang

Pasar Kepahiang merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang menampung berbagai bentuk usaha dagang, baik dalam sektor kebutuhan pokok maupun kebutuhan non-pangan. Struktur ruang pasar yang terbagi ke dalam beberapa zona memungkinkan setiap jenis usaha menempati area yang sesuai dengan karakteristik barang yang dijual. Secara keseluruhan, keberagaman usaha ini mencerminkan dinamika perdagangan tradisional serta pola konsumsi masyarakat Kepahiang.

a. Area Depan (Los Pasar Bagian Depan) area Usaha Non-Pangan

Bagian depan Pasar Kepahiang didominasi oleh kegiatan perdagangan barang non-pangan. Area ini cenderung lebih ramai dilewati karena merupakan akses utama menuju bagian dalam pasar. Beberapa jenis usaha yang beroperasi pada zona ini antara lain:

1) Penjual Pakaian

Pedagang pakaian menyediakan berbagai jenis busana, mulai dari pakaian harian, busana muslim, pakaian anak-anak, hingga perlengkapan sekolah. Barang dagangan biasanya berasal dari distributor luar daerah, sehingga variasi model dan kualitas dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.³

2) Penjual aksesoris dan Perhiasan

Penjual aksesoris dan perhiasan emas maupun perak merupakan salah satu kelompok pedagang yang menempati area strategis di bagian depan Pasar Kepahiang. Keberadaan mereka mencerminkan diversifikasi jenis usaha non-pangan di pasar tradisional yang tidak hanya berfokus pada kebutuhan pokok, tetapi juga kebutuhan pelengkap penampilan dan investasi masyarakat.⁴

3) Penjahit

Di area depan juga terdapat jasa penjahit yang menyediakan layanan permak pakaian, penyesuaian ukuran, serta pembuatan pakaian

³ Mandalena (Pemilik Toko Busana) Wawancara 12 Desember 2025.

⁴ Sherly Marcelia (Pemilik Toko Mas) Wawancara 12 desember 2025.

sederhana. Keberadaan tukang jahit menjadi pelengkap sektor perdagangan pakaian karena membantu konsumen memperoleh kenyamanan yang lebih baik dalam mengenakan busana yang dibeli. Area depan pasar ini berfungsi sebagai pusat perdagangan non-kuliner yang relatif bersih, kering, dan mudah diakses, sehingga mendukung kenyamanan pengunjung.⁵

b. Area Tengah (Dalam Pasar)

Memasuki bagian dalam pasar, kegiatan perdagangan berfokus pada komoditas pangan segar, terutama ikan dan daging. Area ini ditata khusus untuk mempermudah aktivitas distribusi dan pembersihan, mengingat komoditas yang dijual bersifat mudah rusak. Zona tengah pasar ini menjadi pusat pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat dan menjadi area yang paling padat pada pagi hari.

1) Penjual Ikan Segar

Ikan yang dipasarkan meliputi ikan air tawar dan ikan laut, tergantung pasokan harian dari nelayan dan pengepul. Pedagang biasanya

⁵ Anggi Duwi (Pemilik Rumah Jahit) Wawancara 12 desember 2025

menggunakan meja khusus dan wadah berair untuk menjaga kesegaran ikan.⁶

2) Penjual Daging

Pedagang daging menjual daging sapi, ayam, atau kerbau. Mereka menempati los permanen yang dilengkapi meja pemotongan dan tempat penyimpanan sederhana. Pengaturan lokasi yang berada di bagian dalam bertujuan menjaga sanitasi dan memisahkan komoditas mudah rusak dari area luar pasar.⁷

c. Area Belakang (Pasar Pagi)

Bagian belakang Pasar Kepahiang, yang juga dikenal sebagai *pasar pagi*, merupakan area dinamis yang menampung pedagang kebutuhan pokok berbasis hasil bumi serta komoditas harian lainnya.

1) Penjual Hasil Bumi

Komoditas yang dijual antara lain sayuran segar, umbi-umbian, buah lokal, rempah-rempah, dan hasil pertanian lainnya. Sebagian besar pasokan berasal dari petani sekitar Kepahiang, sehingga harga relatif stabil dan terjangkau.⁸

⁶ Iwandi (Pedagang Ikan) Wawancara 12 desember 2025

⁷ Andianto (Penjual daging) Wawancara 12 desember 2025.

⁸ Irwanto (Penjual Sayuran) Wawancara 12 desember 2025

2) Penjual Daging dan Ikan

Selain di bagian dalam, beberapa pedagang daging dan ikan juga berjualan di area belakang, terutama pada jam-jam awal pasar pagi. Hal ini disebabkan tingginya permintaan harian yang membutuhkan lokasi penjualan tambahan.

3) Toko Sembako

Di bagian belakang juga terdapat toko-toko sembako yang menjual kebutuhan rumah tangga seperti beras, minyak goreng, gula, telur, tepung, bumbu dapur, serta produk kemasan. Toko sembako menjadi salah satu penopang utama aktivitas ekonomi masyarakat karena menyediakan barang kebutuhan dasar secara lengkap.⁹

4. Konsumen Pasar Kepahiang

Konsumen di pasar merupakan kelompok masyarakat yang melakukan pembelian barang atau jasa secara langsung melalui interaksi tatap muka dengan pedagang. Mereka memandang pasar tradisional sebagai ruang ekonomi sekaligus ruang sosial, karena proses transaksi tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga membangun hubungan sosial

⁹ Butet (Pemilik ToKo Sembako) Wawancara 12 desember 2025.

antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional dikenal dengan fleksibilitas harga, keberagaman komoditas, serta kedekatan hubungan interpersonal sehingga menarik bagi berbagai kategori konsumen dari beragam latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya.

Secara umum, perilaku konsumen di pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti harga yang dapat dinegosiasikan, kedekatan lokasi, ketersediaan barang segar, tradisi belanja keluarga, serta kepercayaan terhadap pedagang. Konsumen juga cenderung mempertimbangkan kualitas produk secara langsung, karena mereka dapat menyentuh, mencium, atau memeriksa barang sebelum membeli. Hal ini menjadikan pasar sebagai ruang yang memberikan pengalaman transaksi yang lebih personal dibandingkan pasar modern.

a. Macam-Macam Konsumen di Pasar

1) Konsumen Rumah Tangga

Kelompok konsumen terbesar, biasanya ibu rumah tangga atau anggota keluarga yang membeli bahan pangan seperti sayur, daging, ikan, rempah, dan kebutuhan harian lainnya. Mereka sangat sensitif terhadap harga dan kualitas kesegaran produk.¹⁰

¹⁰ Sri Haryati (Konsumen) Wawancara 12 desember 2025.

2) Konsumen Pedagang atau Pelaku UMKM

Konsumen yang membeli barang dalam jumlah lebih besar sebagai kebutuhan usaha, seperti pedagang makanan, pemilik warung, penjual jajanan, atau pelaku industri rumahan. Mereka mengutamakan harga grosir dan ketersediaan barang secara konsisten.¹¹

3) Konsumen Lansia

Kelompok usia lanjut yang sering memilih pasar karena telah terbiasa, mengenal pedagang setempat, dan merasa lebih nyaman berinteraksi langsung. Mereka sering mengutamakan hubungan kepercayaan dengan penjual.¹²

4) Konsumen Muslim.

Konsumen Muslim merupakan kelompok pembeli yang menjadikan prinsip-prinsip syariat Islam sebagai dasar dalam memilih dan mengonsumsi produk. Salah satu aspek yang sangat diperhatikan adalah kehalalan dan kebersihan produk. Dalam konteks pasar, konsumen Muslim biasanya memperhatikan

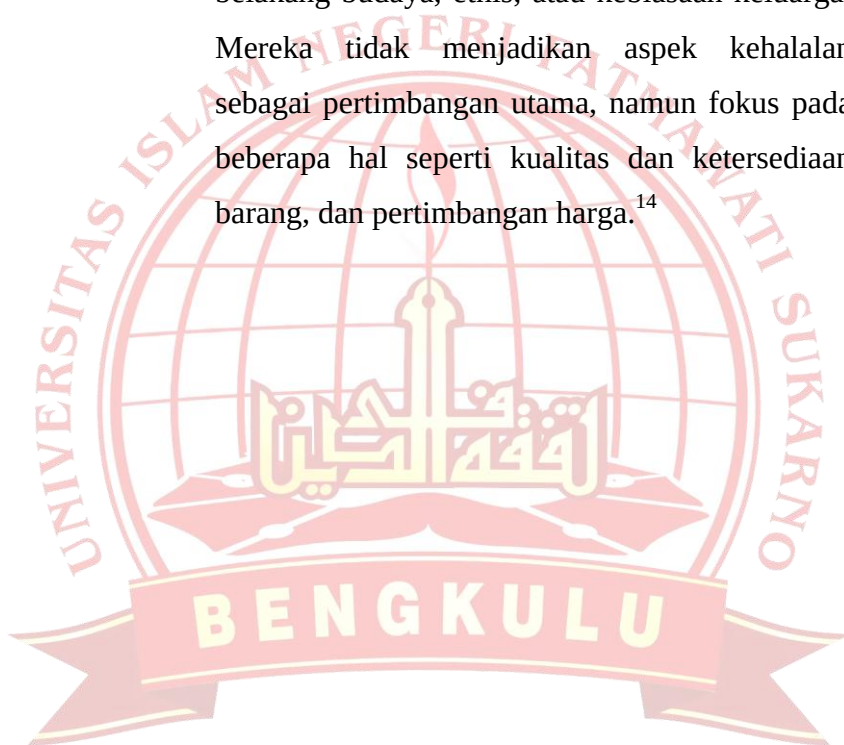
¹¹ Meli Herawati (Konsumen) Wawancara 12 desember 2025)

¹² Asmara (Konsumen) Wawancara 12 desember 2025

kehalalan produk, harga dan kualitas dan kepatuhan terhadap regulasi halal.¹³

5) Konsumen Non-Muslim

Konsumen non-Muslim di pasar memiliki preferensi yang lebih beragam sesuai latar belakang budaya, etnis, atau kebiasaan keluarga. Mereka tidak menjadikan aspek kehalalan sebagai pertimbangan utama, namun fokus pada beberapa hal seperti kualitas dan ketersediaan barang, dan pertimbangan harga.¹⁴



¹³ Kurnia Sari (Konsumen) Wawancara 12 desember 2025

¹⁴ Rina Manurung (Konsumen) Wawancara 12 desember 2025.