

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Hakekat Geografi adalah mempelajari gejala-gejala di permukaan bumi secara keseluruhan, hubungan manusia dengan manusia, hubungan manusia dengan lingkungannya baik fisik maupun menyangkut makhluk hidup lainnya dengan memperhatikan tiap-tiap gejala secara teliti dalam hubungan interaksi-interaksi keruangan (Bintarto 1981). Ilmu geografi mempunyai unsur-unsur dalam pembahasannya antara lain tentang letak, batas, dan pola persebarannya (Nursid Sumaatmadja, 1982). Salah satu bentuk konkret dari kajian geografi adalah mempelajari tentang aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi yaitu keberadaan dan kegiatan Pasar.

Christaller dalam Daldjoeni (1997), pemusatan kegiatan terjadi pada lokasi sentral yang umumnya memiliki jumlah penduduk yang besar. Berdasarkan teori (Lokasi Sentral) tempat yang lokasinya memiliki suatu hierarki pusat-pusat urban, dimana kota-kotanya yang kecil menyajikan kebutuhan dan pelayanan yang terbatas saja untuk kehidupan sehari-hari, sedangkan kota-kotanya yang besar di samping menjamin fasilitas bagi penghuninya sendiri juga menyediakan kebutuhan bagi penduduk di wilayah pedalamannya. Sehingga memungkinkan partisipasi manusia dalam kuantitas yang maksimum, baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen barang-barang yang dihasilkannya. Sehubungan dengan teori tersebut maka pasar sebagai salah satu pusat pelayanan ekonomi rakyat umumnya terletak pada lokasi sentral, strategis serta mudah di jangkau oleh masyarakat. Dengan demikian menyebutkan bahwa pasar senantiasa tumbuh di pusat-pusat dari kumpulan penduduk dimana penduduk tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhan sendiri sehingga memerlukan bantuan dari pihak luar sehingga terjadilah tukar menukar barang di tempat-tempat yang relatif strategis yang

umumnya berada di tengah-tengah permukiman penduduk.

Perdagangan merupakan suatu kegiatan interaksi, baik interaksi antara manusia dengan manusia, interaksi antar kelompok manusia dengan latar belakang sosial budaya yang berbeda, maupun interaksi antara manusia dengan lingkungannya. Perdagangan merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Tempat yang sering terjadi transaksi perdagangan salah satunya adalah pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang di buka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Pasar tradisional memiliki potensi yang tidak bisa diabaikan baik secara ekonomis mampu menghidupi ribuan orang ataupun merupakan tempat untuk memenuhi kebutuhan. Secara alami di pasar akan terbangun sebuah komunitas dari berbagai kelompok sosial, mulai dari pedagang besar, pedagang kecil, pedagang lesehan, pedagang kaki lima, buruh angkut atau gendong dan pembeli (Polanyi Kotler, 2001).

Jaringan-jaringan pemasaran untuk komoditas pertanian merupakan salah satu perkembangan sistem pemasaran dan memberikan pilihan pasar bagi komoditas pertanian yang dihasilkan oleh petani. Perdagangan di pasar tradisional mempunyai jaringan perdagangan yang melibatkan banyak pedagang dalam arus barang yang keluar masuk. Arus barang yang keluar masuk dapat dibedakan antara barang-barang produksi non-pertanian yang mengalir dari desa ke kota. Para petani tersebut memerlukan beberapa pedagang dalam penyaluran peredaran barang dagangan sebelum sampai ke konsumen. Peredaran yang tersingkat adalah dari tangan seorang petani langsung kepada konsumen, hal tersebut tidak adanya pedagang perantara di antara produsen dan konsumen (PPK UGM,1989).

Salah satu pusat perekonomian bagi suatu daerah adalah pasar. Aktivitas penduduk dan masyarakat dalam hubungannya dengan pemanfaatan lingkungan atau pemanfaatan ruang adalah aktivitas perdagangan, sehingga keberadaannya sangat penting tidak hanya bagi pendorong roda perekonomian tapi juga ketersediaan bahan pokok bagi masyarakat sekitar dan salah satu tempat transaksi jual-beli tersebut adalah Pasar Tradisional Matesih yang berada di wilayah Kabupaten Karanganyar.

Pasar Matesih terdapat banyak aktivitas perdagangan terutama perdagangan sayur dikarenakan jumlah pedagang sayur yang banyak, serta aktivitas bongkar muat sayur seperti sayur kubis, kol, wortel, kacang kacangan, kangkung. Melalui pengamatan peneliti aktivitas tersebut ditandani dengan transportasi seperti mobil dan truck pengangkut sayur dalam sehari lima sampai enam truck dan mobil. Alasan Pasar Matesih diteliti jaringan perdagangan sayur karena letak pasar Matesih sendiri yang tidak jauh dari bahan baku yaitu sayur, menjadikan banyak arus perdagangan sayur di pasar tersebut. Setiap pagi banyak kendaraan yang menyetor dan mendistribusikan sayur dari daerah-daerah sekitarnya dan ke daerah tujuan yang membutuhkan sayur. Aktivitas terlihat saat dini hari pukul 01:00 pagi dimana aktivitas perdagangan sayur sangat ramai di Pasar Matesih.

Pasar Matesih letaknya yang berada di daerah dataran tinggi yang terletak di dekat sumber ladang sayuran. Pasar Matesih yang terdiri dari satu lantai mempunyai luas 7008 m² dengan jumlah pedagang secara keseluruhan 569 orang. Pasar Matesih menjadi sandaran hidup bagi banyak orang dan interaksi sosial yang menjadi sangat kental di dalam pasar, mulai dari tata cara penjualan (sistem tawar-menawar). Pasar tradisional merupakan kumpulan para wirausaha yang memiliki modal usaha sendiri, salah satunya adalah Pasar Matesih. Pasar Matesih merupakan pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi yang cukup besar dalam jaringan perdagangan sayur di wilayah Karanganyar.

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Los di Pasar Matesih

Nama Blok	Jumlah Pedagang
Perabotan	33 orang
Daging	15 orang
Tempe, tahu	18 orang
Roti / snack	22 orang
Grabatan	17 orang
Grabah	14 orang
Sayur	44 orang
Buah	17 orang
Beras	27 orang
Kerupuk	17 orang
Kelontong	75 orang
Asesoris	3 orang
Pakaian	96 Orang
Sepatu / sandal	27 orang

Sumber: Dinas Pasar Matesih 2018

Pasar Matesih mempunyai aktivitas yang tinggi dikarenakan lokasinya yang sangat strategis dan mudah dijangkau bagi Kecamatan Matesih ataupun dari kecamatan lain dekat Kecamatan matesih, Pasar Matesih mampu menyediakan segala macam kebutuhan rumah tangga, sehingga betul-betul pasar ini menunjukkan adanya interaksi sosial.

Pasar Matesih terdapat adanya berbagai macam yang menjual kebutuhan pokok rumah tangga seperti pedagang sayur. Pedagang sayur yang berada di pasar Matesih ini hanya mempunyai peranan kecil dalam kegiatan pasar Matesih,

dikarenakan pedagang sayur dalam urutan jumlahnya berada di nomer tiga, setelah pedagang pakaian dan pedagang kelontong.

Tabel 1.2 Jumlah Pedagang Sayur Berdasarkan Skala Usaha

Pedagang Sayur		Jumlah
Los		14
Lesehan	Kecil	26
	Sedang	3
	Besar	1
Jumlah		44

Sumber : Dinas Pasar Matesih tahun 2018

Tabel 1.3 Jenis Pedagang sayur Pasar Matesih

Jenis Pedagang	Komoditi	Skala Usaha	Transaksi Pembelian	Lokasi
Pedagang Eceran	Sayur	Kecil	Kontan	Luar pasar atau Pinggir pasar
Pedagang Lesehan	Sayur	Besar	Kontan	Dalam pasar (di dalam kios)

Sumber : Dinas Pasar Matesih tahun 2018

Pasar Matesih masih merupakan tempat strategis bagi usaha kecil menengah dalam mencari akses pemasaran dan pasar sebagai unit kegiatan ekonomi. Pasar Matesih mempunyai peranan yang penting bagi masyarakat Kecamatan Matesih dan sekitarnya. Peranan tersebut selain menempatkan pasar sebagai tempat transaksi jual-beli antar pedagang dan pembeli, juga petani yang ingin menjual hasil bumi dan hasil pertaniannya guna meningkatkan perkembangan usahanya. Pedagang Pasar Matesih berasal dari wilayah setempat atau dari luar daerah. Di Pasar Matesih terdapat dua jenis pedagang yaitu pedagang eceran dan lesehan kedua pedagang tersebut mempunyai skala usaha tersendiri, mulai dari skala usaha sedang sampai skala usaha besar.

Pedagang sayur yang di kategorikan sebagai skala usaha kecil jika menggunakan tenaga upahan kurang dari dua orang, dan kuantitas barang yang di perjual belikan cukup banyak, yaitu dalam satu komoditas sayur memiliki 5-10 macam dan memiliki relasi berdagang hanya dilingkup sampai Kabupaten dalam satu provinsi. Pedagang sayur yang dikategorikan sebagai usaha skala besar jika menggunakan tenaga upah lebih dari dua orang, dan kuantitas barang yang di perjual belikan dalam jumlah banyak, yaitu dalam satu komoditas sayur memiliki lebih dari 10 macam, dan memiliki relasi pedagang sampai luar Kabupaten bahkan sampai luar provinsi (PPK UGM,1989)

Pedagang sayuran memulai aktivitasnya pada siang hari yaitu pada pukul 02.00 sampai pagi hari yaitu pukul 12.00 WIB. Berbagai jenis sayuran yang terjual di Pasar Matesih. Pedagang sayuran di Pasar Matesih menjual berbagai jenis sayuran dalam jumlah besar maupun kecil atau bisa disebut dengan eceran. Pedagang yang menjual jenis sayuran dalam jumlah besar dan memiliki tenaga upah bisa disebut dengan bakul. Pedagang bakul memiliki tiga kategori yaitu Sedang, Kecil, dan Besar. Di dalam aktivitas perdagangan berlangsung, pedagang Pasar Matesih memerlukan hubungan sosial dengan aktor-aktor lainnya, dimana pedagang ini memperoleh dagangannya sayuran dari berbagai produsen, seperti memperoleh sayuran dari petani langsung, dan dari pedagang pengepul yang diperoleh berasal dari beragam daerah seperti luar daerah Kabupaten Karanganyar dan luar provinsi.

Namun demikian untuk mengetahui cara memperoleh barang dagangan ini dapat membentuk suatu jaringan perdagangan, bentuk jaringan pedagang yang terjadi di Pasar Matesih dikarenakan lokasi pasar yang dekat dengan ladang pertanian sayur, dengan demikian sumber sayur mudah didapat dan diakses yang baik dari sumber pertanian sayur menuju Pasar Matesih dan menuju tempat pendistribusian berikutnya menjadi sangat mudah.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS VARIASI JARINGAN PEDAGANG SAYUR PASAR MATESIH**

DI KECAMATAN MATESIH KABUPATEN KARANGANYAR”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik pedagang sayur di Pasar Matesih?
2. Bagaimana variasi jaringan pedagang sayur terhadap distribusi di Pasar Matesih?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis karakteristik pedagang sayur yang ada di Pasar Matesih.
2. Menganalisis variasi jaringan pedagang sayur terhadap distribusi yang ada di Pasar Matesih.

1.4 Kegunaan penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran terhadap pemerintah Kecamatan Matesih terutama dinas pengelola Pasar.

1.5 Telaah pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah pustaka

a) Teori Lokasi

Walter Christaller (dalam Nurmala Dewi, 1997), ahli geografi berkebangsaan Jerman, mengatakan bahwa sebagai kawasan yang berpengaruh luas terhadap wilayah-wilayah di sekitarnya, pusat pertumbuhan dapat dicitrakan dengan titik-titik simpul yang berbentuk geometris heksagonal (segi enam). Wilayah segi enam itu merupakan wilayah-wilayah yang penduduknya terlayani oleh tempat sentral yang bersangkutan. Tempat-tempat sentral yang dimaksud dapat berupa pusat-pusat perbelanjaan, Kota, atau pun pusat-pusat kegiatan lainnya. Oleh tempat-tempat sentral itu, wilayah atau tempat-tempat lain di sekitarnya akan tertarik. Misalnya, Ibukota Provinsi dapat menarik beberapa Kota atau Ibukota Kabupaten, Ibukota Kabupaten menarik beberapa Kecamatan, dan seterusnya secara hierarkis. Ditinjau dari luas kawasan pengaruhnya, hierarki sentral dibedakan atas: (1) tempat sentral berhierarki tiga ($k = 3$), (2) tempat sentral berhierarki empat ($k = 4$), dan (3) tempat sentral berhierarki tujuh ($k = 7$).

Pemusatan kegiatan biasanya terjadi pada lokasi sentral yang umumnya memiliki jumlah penduduk yang besar. Hal ini sesuai dengan pernyataan teori Christaller (dalam Daldjoeni, 1997) mengenai tempat sentral (Lokasi Sentral) yaitu tempat yang lokasinya sentral dimana tempat tersebut memungkinkan manusia dalam kuantitas yang maksimum, baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen barang-barang dan pelayanan yang dihasilkannya. Tempat-tempat semacam itu memiliki kawasan pengaruh terhadap daerah sekitarnya.

b) Pengertian Pasar

Pasar tradisional adalah pasar yang di bangun dan di kelola oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak swasta yang di tempat usahaynya berupa kios, toko, tenda dan los yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi atau swadaya masyarakat yang proses jual belinya dilakukan lewat proses tawar menawar. (Peraturan Presiden no.112 tahun 2007). Definisi pasar tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses transaksi jual beli dengan proses tawar menawar. Di pasasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual. Pasar tradisional bisa digolongkan ke dalam 3 bentuk yakni pasar khusus, pasar berkala dan pasar harian. (sadirah dkk:2011). Pengertian pasar tradisional adalah bentuk paling awal dari pasar yang terdiri dari deretan stan atau kios yang berbeda di ruang terbuka dan pada umumnya terletak di sepanjang jalan utama dekat pemukiman penduduk. Sejak dahulu para pedagang dan petani sudah banyak melakukan pertukaran hasil pertanian mereka di tempat ini. (Gallion :1986)

c) Fungsi Pasar

Pasar tradisonal sebagai salah satu sarana umum yang menjadi lahan pertemuan antara penjual dan pembeli. Pasar sebagai sarana umum transaksi antara penjual dan pembeli barang serta jasa. Bagi produsen pasar sebagai tempat untuk memperoleh barang-barang yang akan digunakan dalam satu proses produksi. Bagi konsumen pasar memberikan kemudahan untuk memperoleh barang dan jasa yang di butuhkan, dengan demikian konsumen dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga. Pasar juga mengalami perkembangan menjadi pusat tukar menukar informasi, pusat kerumunan penjaja barang dan jasa serta tempat pengurangan pengangguran. Tak jarang lokasi pasar yang mentradisi ini, lama-kelamaan menjadi sarana pendatang untuk memperoleh pendapatan dalam kegiatan di dalam pasar tersebut. Selain itu pasar juga berperan sebagai tempat memasarkan dan mempromosikan hasil produksi (Wahyu Dwi Sutami, 2005)

Miller dan Meiners (2000), mengatakan bahwa pasar memiliki dua fungsi yang sangat penting yaitu :

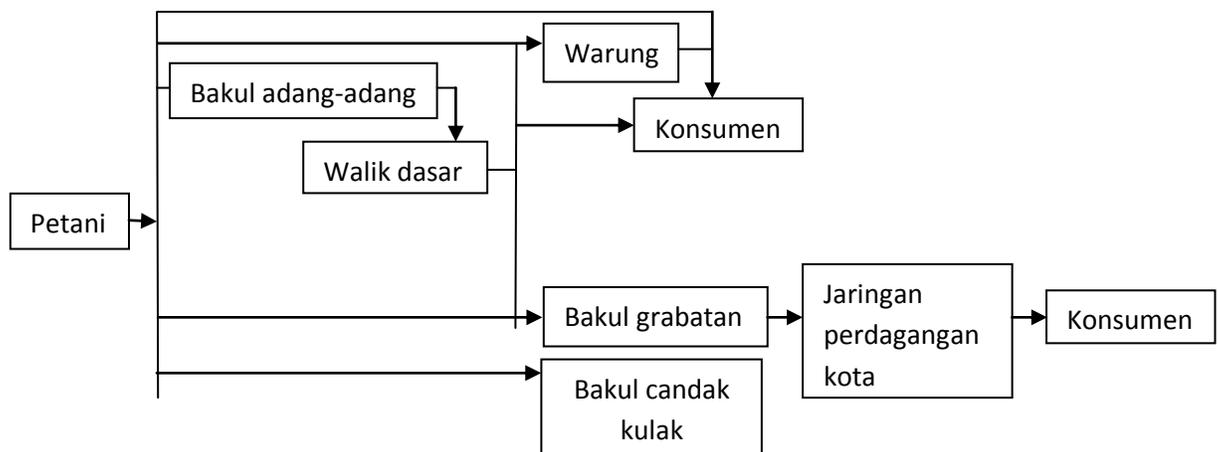
1. Pasar kompetitif menyediakan informasi atau pengetahuan yang harus dimiliki oleh konsumen dan produsen dalam rangka memperhitungkan peningkatan penurunan barang-barang langka atau sumber daya produktif melalui penyesuaian harga relatif yang mudah di pahami.
2. Pasar berfungsi memotivasi konsumen dan produsen untuk bereaksi atau memberi tanggapan secara layak informasi. Dengan memberi imbalan yang lebih tinggi baik itu berupa upah, laba, atau utilitas kepada produsen dan konsumen, dan juga produsen yang lebih baik reaksinya.

d) Jaringan Perdagangan

Perdagangan Pasar Tradisional memiliki variasi jaringan. Jaringan tersebut adalah jaringan antara pedagang pengepul dengan pedagang, pedagang dengan konsumen, antara sesama pedagang, pedagang dengan petugas pasar. Hal tersebut merupakan relasi yang kompleks meliputi banyak pihak dalam arus perputaran keluar masuknya barang dagangan dari pasar maupun ke pasar, dan pelaku dalam perdagangan tidaknya hanya pedagang saja dalam arti orang yang membeli dan membayar suatu barang lalu menjualnya kembali pada kesempatan lain dengan mengambil untung dari kegiatan tersebut. Barang juga bisa melalui seorang pedagang perantara, yaitu dari seorang petani berpindah ke tangan seseorang pemilik warung kemudian akan di beli ke konsumen terakhir. Kedua kasus di atas biasanya melibatkan petani, pedagang, perantara dan konsumen yang berasal dari desa yang sama (PPK UGM, 1989).

Pedagang perantara yang akan membawa barang keluar dari desa ke desa terdekat adalah bakul adang-adang. Dari seorang petani, bakul adang-adang akan membawa barang ke bakul pasar, melalui bakul pasar, barang akan sampai ke konsumen. Selain itu, dari seorang bakul pasar barang akan berpindah ke tangan seorang pedagang warung terlebih dahulu, kemudian akan sampai ke tangan

konsumen. Jalur yang lebih panjang akan terjadi bilamana dari seorang bakul pasar barang berpindah tangan ke seorang pedagang candak-kulak dan kemudian membawa barang tersebut ke kota.



Gambar 1.1 Jaringan Perdagangan Pasar Tradisional

Sumber: (PPK UGM 1989)

e) Karakteristik Pedagang Tradisional

Perdagangan adalah cara yang relatif bersifat damai untuk memperoleh barang dagangan yang tidak tersedia di tempat, dengan tujuan dijual dan membawa barang dagangan dari tempat lain. Dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang yang membeli barang dagangan dari pedagang lain atau dibuat sendiri, kemudian dijual langsung berhadapan dengan konsumen atau pembeli dimana tempat usahanya di pasar (Wahyu Dwi Sutami, 2005)

Team peneliti (PPK-UGM, 1988) menyepakati bahwa dalam dunia perdagangan di Jatinom terdapat istilah-istilah setempat yang menunjuk pada pengkategorian pedagang tradisonal, pengertian yang tercakup dalam istilah-istilah tersebut di jelaskan ke dalam beberapa sub-kelompok pedagang (menurut buku PPK-UGM,1988) meliputi :

Bakul Adang-adang merupakan individu pedagang untuk mendapatkan barang daganganya dengan cara menghadang. Petani dan bakul adang-adang biasanya bertemu dan melakukan transaksi di daerah yang dianggap strategis seperti persimpangan-persimpangan, perempatan jalan, pohon besar maupun batu besar. Di lokasi tersebut Seorang bakul adang-adang akan mencegat atau menghadang para petani yang hendak menjual hasil buminya. Dengan demikian bakul adang-adang bertindak selaku penghubung jalur perdagangan antara petani dengan pasar.

Bakul Grabatan merupakan pedagang yang menjual berbagai jenis hasil pertanian sayur-sayuran maupun buah-buahan di pasar. Untuk memperoleh brang daganganya seorang bakul grabatan yaitu dengan cara membeli dari petani secara langsung atau dengan cara yang sama dengan bakul adang-adang. Seorang bakul grabatan dapat dikenali dari alat yang digunakan untuk memasarkan barang daganganya. Mereka mengangkut barang daganganya dengan mengendarai sepeda yang dilengkapi keranjang anyaman dari bambu atau sering disebut bronjong yang di letakan di bagian sepeda belakang. Bakul grabatan memasarkan beraneka macam hasil bumi, terutama sayuran dan berbagai buah-buahan.

Bakul Walik dasar yaitu pedagang yang memperoleh serta menjual barang di tempat yang sama atau berlangsung dalam pasar yang sama dalam istilah setempat disebut kulak pinggir dol tengah, yang artinya pedagang tersebut membeli barang daganganya di pinggir pasar, kemudian menjualnya di dalam pasar atau bisa di artikan memindahtangankan barang dagangan seorang bakul ke bakul yang lain di dalam pasar yang sama.

Bakul pinggir mergi merupakan pedagang atau bakul yang menjajakan barang dagangannya dengan cara menggelar di sepanjang trotoar. Pedagang tersebut

umumnya menempatkan barang-barang dagangannya di atas sehelai tikar atau plastik dan membuat semacam tenda yang mudah dibongkar dan dipasang kembali. Pedagang tersebut biasanya sudah mempunyai tempat mangkal yang tetap tidak berpindah-pindah.

Bakul ider merupakan pedagang yang menjalankan usaha dengan berkeliling menjajakan barang dagangannya, selalu berpindah-pindah dari satu tempat ketempat yang lain baik di dalam pasar maupun rumah kerumah. Jenis barang yang di perdagangkan berupa makanan pokok maupun kebutuhan sehari-hari. Seorang pedagang tersebut biasanya mempunyai pembeli tetap atau langganan.

Bakul pasar lesehan merupakan pedagang yang berjualan dengan cara menggelar barang dagangannya di tanah atau lesehan di dalam atau di pinggir pasar. Pedagang tersebut umumnya duduk di tanah atau lesehan sambil menunggu dan menjajakan barang dagangannya. Jenis komoditi yang di perjual-belikan yaitu barang produksi pertanian, kebutuhan sehari-hari seperti sayur-sayuran, bumbu palawija, beras dan sebagainya.

Bakul candak kulak merupakan pedagang yang secara langsung membeli dan mencari barang dagangannya langsung ke petani-petani produsen. Sesuai dengan namanya, jenis barang dagangan yang di beli oleh seorang pedagang tersebut tidak terbatas pada jenis barang tertentu. Pedagang tersebut biasanya membeli atau kulakan barang-barang sedapatnya (Sak kecandake) atau lebih tepatnya, barang-barang yang ada dan tersedia itulah yang akan di beli untuk dijual lagi.

Pedagang kios salah satu tipe pedagang yang mempunyai aktivitas menjual berbagai jenis keperluan dapur yang tahan lama, seperti bumbu-bumbu, garam, gula, dan beras serta makanan kecil. Pedagang kios tersebut biasanya mempunyai lokasi yang berada disekitar pasar, baik dalam pasar maupun di sepanjang jalan kepasar. Bangunan kios umumnya bangunan permanen yang pada bagian depannya dilengkapi dengan jendela besar terbuat dari beberapa bilah papan kayu. Papan-papan tersebut bisa dibuka dan dipasang kembali dan bagian itu berfungsi sebagai penghubung

antara penjual dan pembeli. Pedagang yang menjalankan usahanya dengan menggunakan bangunan kios biasanya skala usahanya besar dalam berdagang.

Pedagang warung yaitu pedagang yang bertempat pada bangunan permanen, seperti rumah tetapi sudah di modifikasi. Jenis barang yang dijual di warung umumnya kebutuhan pokok sehari-hari berupa barang untuk keperluan dapur yang tahan lama, seperti minyak goreng, bumbu-bumbu dan garam, makanan jadi, bahan untuk lauk-pauk dan sayuran.

Pedagang bango merupakan salah satu ciri pedagang yang biasanya menempati sebagian kecil dari ruangan rumah atau bahkan hanya menggunakan sebuah meja untuk meletakkan barang dagangannya. Pedagang bango yang berjualan di luar rumah biasanya menempati bangunan yang tidak permanen yang mudah di bongkar dan di pasang kembali dalam waktu yang relatif singkat. Jenis barang dagangan yang dijual oleh pedagang bango yaitu barang makanan jadi dan bahan masakan.

Pedagang toko merupakan pedagang yang bertempat tinggal secara permanen dan biasanya terletak di tepi jalan besar. Pedagang toko ini hampir sama dengan pedagang kios hanya saja yang membedakan pedagang toko lebih besar skala usahanya dibandingkan dengan pedagang kios. Jenis barang yang dijual oleh pedagang toko umumnya produk non pertanian seperti barang elektronik, sembako, pakaian yang disuplai dari kota melalui pedagang.

1.5.2. Penelitian Sebelumnya

Indriastuti Sari Wardani (2006) melakukan penelitian dengan judul : “Analisis jangkauan pelayanan Pasar Gemolong terhadap masyarakat di Kecamatan Gemolong Kabupaten Sragen”

Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Jangkauan pelayanan Pasar Gemolong apabila dilihat dari kelas barang sangat luas.

- b. Pasar Gemolong memiliki jangkauan pelayanan yang paling besar apabila di bandingkan dengan keempat pasar di sekitarnya (Pasar Kalioso, Pasar Kacangan, Pasar Sumberlawang dan Pasar Tanon)
- c. Terdapat keterkaitan yang erat antara jangkauan layanan Pasar Gemolong dengan frekuensi berkunjung para pembeli
- d. Terdapat keterkaitan yang erat antara jangkauan layanan Pasar Gemolong dengan kepuasan berbelanja para pembeli.

Berdasarkan penelitian tersebut, pada tujuan yang menunjukkan variasi jangkauan pelayanan Pasar Gemolong memiliki tema yang sama yaitu variasi jaringan tetapi tidak membahas karakteristik pedagang, hal ini beda dengan penelitian yang saya buat mengenai variasi jaringan sayur dan karakteristik pedagang. Sedangkan metode menggunakan survei dengan random sampling.

Farrah Ika R (2010) melakukan penelitian dengan judul : “ Karakteristik pedagang pasar legi di Kecamatan Banjarsari di Kota Surakarta”

Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Karakteristik pedagang Pasar Legi sebagai berikut :
 - Mayoritas pedagang Pasar Legi adalah wanita.
 - Pendidikan terakhir pedagang mayoritas tamatan SD
 - Lama usaha rata – rata 24,6 tahun
- b. Hubungan antara pendapatan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
 - Semakin besar modal semakin besar pendapatan
 - Semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar pendapatan
 - Semakin lama usaha, semakin besar pendapatan

Berdasarkan penelitian tersebut yang membedakan dengan penelitian penulis adalah pada analisis variasi jaringan yang tidak terdapat pada penelitian tersebut. Penelitian ini lebih bertuju kepada karakteristik pedagang. Metode pada penelitian ini adalah survei

Vinia Anasfisia (2015) melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Jaringan Perdagangan Padi dan Beras di Kecamatan Tiltang Kamang Kabupaten Agam Sumatera Barat

Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil Produktivitas padi di Kecamatan Tiltang Kamang bervariasi setiap desa, hal ini dipengaruhi oleh beberapa factor seperti factor luas lahan, pengairan, dan serangan hama penyakit yang dialami oleh lahan tersebut.
- Desa Kapau memiliki pola jaringan perdagangan pertama yaitu menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul, sedangkan Desa Gadut memiliki pola jaringan perdagangan yang ke 2 yaitu menjual hasil panen kepada pedagang grosir.
- Pedagang grosir akan mengolah padi menjadi beras di *rice milling unit* dan akan dijual kepada pedagang kecil, konsumen rumah tangga, dan konsumen rumah makan baik di dalam provinsi maupun di luar Provinsi Sumatera Barat.

Berdasarkan penelitian tersebut yang membedakan dengan penelitian penulis pada tujuan yang tidak terdapat karakteristik pedagang. Sehingga hanya membahas mengenai variasi jaringan

Tabel 1.4 Perbandingan penelitian sebelumnya :

Nama	Judul	Tujuan	Data	Metode	Hasil
Indriastuti Sari Wardani (2006)	Analisis jangkauan pelayanan pasar Gemolong terhadap masyarakat di Kecamatan Gemolong Kabupaten Sragen	<ul style="list-style-type: none"> -Mengetahui jangkauan pelayanan Pasar Gemolong berdasarkan variasi jangkauan kelas barang yang di beli - Mengetahui batas wilayah layanan Pasar Gemolong serta kaitanya dengan perbedaan kelas Pasar Gemolong dengan pasar – pasar di sekitarnya - Mengetahui pengaruh jangkauan pelayanan pasar Gemolong terhadap frekuensi dan kepuasan berbelanja pembeli. 	<ul style="list-style-type: none"> 1.Primier 2.Sekunder 	Survei	<p>1.Terdapat klasifikasi pasar dengan melihat skor total dari variabel Luas pasar, jumlah pedagang, jumlah kios, dan los serta jenis barang yang di perdagangkan adalah yang pertama dengan skor total 4 – 6,6 masuk klasifikasi pasar dengan kelas rendah. Yang berikutnya atau yang ke 2 dengan skor 6,7 – 9,3 masuk klasifikasi pasar dengan kelas sedang</p> <p>2.Terdapat keterkaitan yang erat antara jangkauan layanan Pasar Gemolong kepuasan berbelanja pembeli terletak pada analisis statistik nilai korelasi (r) adalah 1</p>
Farrah Ika R (2010)	karakteristik Pedagang Pasar Legi di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> -Mengetahui karakteristik dan pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang di Pasar Legi Kecamatan Banjarsari -Mengetahui persebaran/ distribusi barang dagangan di Pasar Legi 	<ul style="list-style-type: none"> 1.Primier 2.Sekunder 	Survei	<p>1.Karakteristik pedagang Pasar Legi mayoritas adalah pedagang wanita, pendidikan terakhir pedagang mayoritas tamatan SD, lama usaha rata-rata 24,6 tahun.</p> <p>2.Hubungan antara pendapatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi : semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar pendapatan, semakin lama usaha semakin besar pendapatan, semakin besar modal semakin besar pendapatan</p>

Lanjutan Tabel

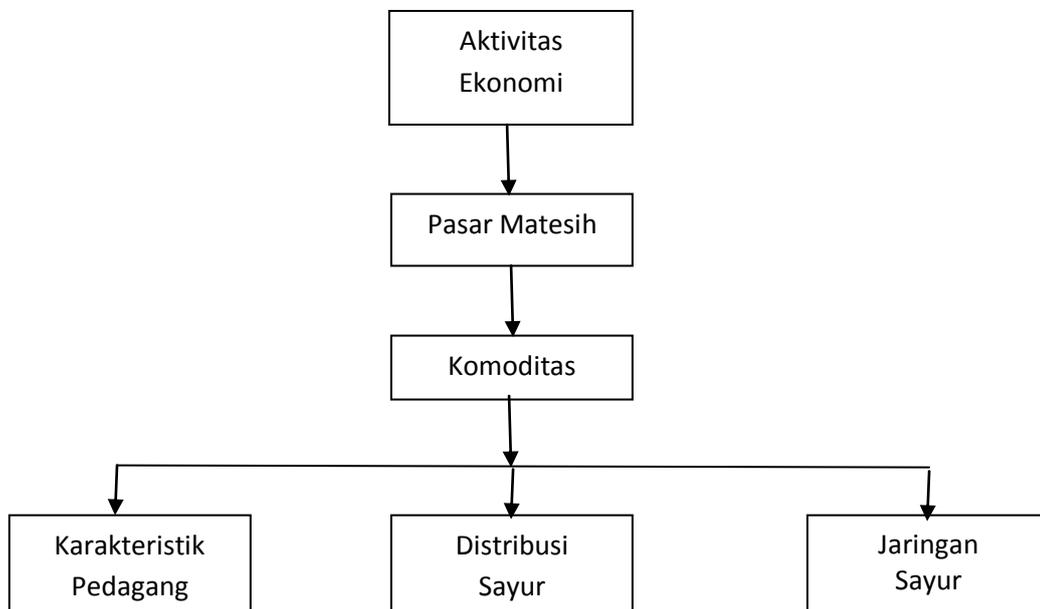
Nama	Judul	Tujuan	Data	Metode	Hasil
Vinia Anasfisia (2015)	Analisis Jaringan Perdagangan Padi dan Beras di Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam Sumatera Barat	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui Variasi Produktivitas padi di Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam Sumatera Barat - Mengetahui pola pola rantai nilai jaringan spasial perdagangan padi dan beras Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam Sumatera Barat 	<ul style="list-style-type: none"> 1.Primier 2.Sekunder 	Survei	<ul style="list-style-type: none"> 1. Hasil Produktivitas padi di Kecamatan Tilatang Kamang bervariasi setiap desa, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor luas lahan, pengairan, dan serangan hama penyakit yang di alami oleh lahan tersebut. 2. Desa kapau memiliki pola jaringan perdagangan pertama yaitu menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul, sedangkan Desa Gadut memiliki pola jaringan perdagangan yang ke 2 yaitu menjual hasil panen kepada pedagang grosir. 3. Pedagang grosir akan mengolah padi menjadi beras di <i>rice milling unit</i> dan akan dijual kepada pedagang kecil, konsumen rumah tangga, dan konsumen rumah makan baik di dalam provinsi maupun di luar Provinsi Sumatera Barat.
Ananda Firman Azizi (2019)	Analisis Variasi Jaringan pedagang sayur Pasar Matesih Di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui variasi jaringan pedagang sayur yang berada di Pasar Matesih - Mengetahui karakteristik pedagang sayur Pasar Matesih 	<ul style="list-style-type: none"> 1.Primier 2.Sekunder 	Sensus	<ul style="list-style-type: none"> 1.Karakteristik Pedagang sayur Pasar Matesih Mayoritas adalah Perempuan, Umur mayoritas 35-44 tahun. Pendidikan terakhir SD dan \SMP 2.Variasi Jaringan Pedagang Matesih dibedakan menjadi dua yaitu dari pengepul dan dari petani langsung

Sumber : Peneliti 2019

1.6 Kerangka Penelitian

Pasar merupakan tempat untuk penjual dalam melakukan transaksi jual-beli, di samping itu barang merupakan suatu alat yang utama untuk melakukan transaksi jual-beli, dalam melakukan transaksi jual beli pedagang sebagai perantara antara pembeli dan barang yang akan di beli oleh konsumen, barang yang dijual pedagang di pasar biasanya berasal baik dari hasil pertanian maupun non pertanian. Pedagang biasanya memiliki karakteristik tertentu dalam melakukan kegiatan berdagangnya karakteristik yang dimaksud baik mengenai umur pedagang, jenis kelamin pedagang, darimana pedagang itu berasal, pendidikan pedagang, pendapatan yang diperoleh pedagang.

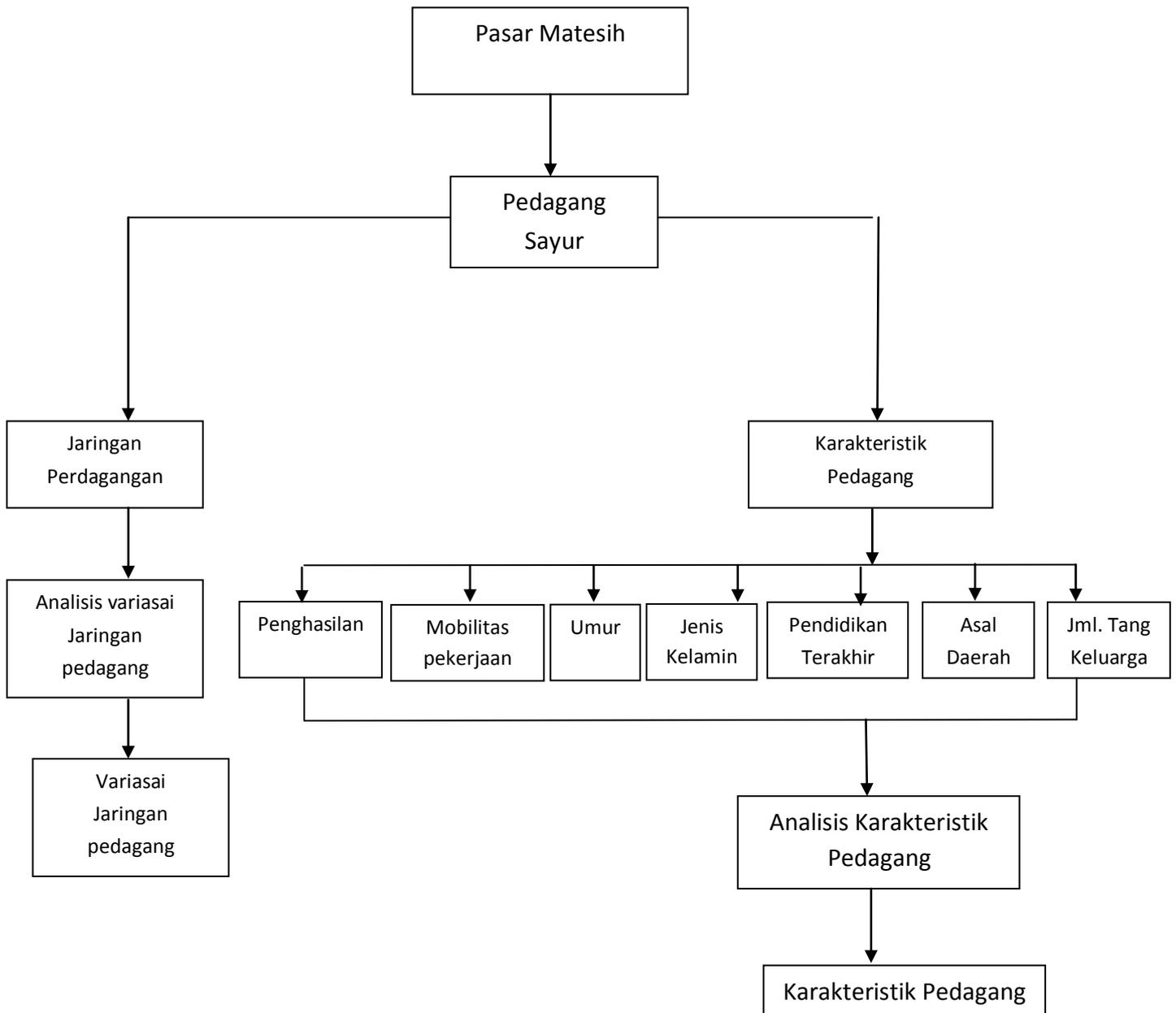
Barang atau dagangan berupa sayuran yang diperoleh pedagang akan menggambarkan variasi jaringan perdagangan yang ada di Pasar Matesih yang menjual atau menyediakan, seperti sayur-sayuran. Variasi jaringan perdagangan yang baik yaitu terjadi baik dari daerah Pasar Matesih ke daerah lain ataupun dari wilayah lain masuk ke Pasar Matesih.



Gambar 1.2 Bagan Kerangka Penelitian

Sumber: Peneliti 2019

1.7 Diagram Alir Penelitian



Gambar 1.2 Diagram Alir Penelitian

Sumber: Peneliti tahun 2019

1.8 Batasan Operasional

- a) Barang dagangan adalah semua barang yang di peroleh dari hasil pertanian maupun industri dengan tujuan untuk di jual (Kutanegara.DKK,1989).
- b) Jaringan adalah proses sosial dari pertukaran yang mana terjadi interaksi sosial antara pribadi – pribadi dengan tujuan utama pertukaran barang yang dikarenakan jarak geografis yang relatif jauh (Hans-Dieter Evers, 1988)
- c) Pasar tradisional merupakan tempat pelayanan sosial dan pelayanan ekonomi, dengan jumlah pedagang eceran yang besar, pelayanan secara manusiawi (tawar – menawar) walau dengan harga yang relatif rendah dan mutu yang kurang diperhatikan terutama kebersihan barang dagangan sebagai cirinya (Sinungan, 1987).
- d) Perdagangan adalah aktivitas jual beli untuk menukarkan uang dengan barang non pertanian maupun pertanian di tempat pelayanan perdagangan yaitu pasar, toko, warung.
- e) Pedagang adalah orang yang membeli barang dagangan dari pedagang lain atau di buat sendiri, kemudian dijual langsung berhadapan dengan konsumen atau pembeli dimana tempat usahayannya di pasar (Ahmadi, 1995 dalam Edi priyanto, 2005)
- f) Pembeli adalah orang yang membeli/ menukarkan uang dengan barang di tempat perdagangan, seperti pasar, toko maupun warung (Salim Agus, 1983 dalam Edi priyanto, 2005)
- g) Penawaran merupakan kebiasaan di pasar walaupun belum tentu sebanding dengan mutunya (Ibrahim Suliman,1988).
- h) Sistem pasar adalah suatu bentuk organisasi masyarakat yang rumit dimana keselarasan dan efisiensi timbul dengan sendirinya dari apa yang kalau dilihat sepintas lalu merupakan masyarakat yang tak terkendali (Robert,1982).
- i) Tujuan berdagang adalah mempertahankan jumlah barang dagangan (stok barang) pada tingkat yang sama, sambil menyisihkan uang belanja untuk keperluan rumah tangga sehari-hari (Alexander,1987)

