

KARAKTERISTIK PEDAGANG PASAR LEGI DI KECAMATAN BANJARSARI KOTA SURAKARTA

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Derajat Sarjana S-1

Program Studi Geografi



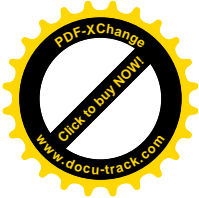
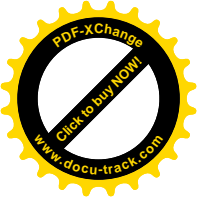
Oleh :

FARRAH IKHA R

NIM E 100 050 109

**FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010



BAB I

PENDAHULUAN

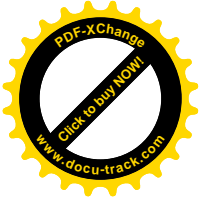
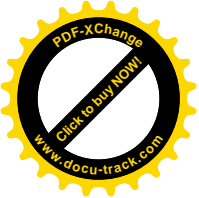
1.1. Latar Belakang

Hakekat Geografi adalah mempelajari gejala-gejala di permukaan bumi secara keseluruhan dengan memperhatikan tiap-tiap gejala secara teliti (yang merupakan bagian dari keseluruhan tadi) dalam hubungan interaksi-interaksi integrasi keruangan (Nursid Sumaatmadja, 1982). Salah satu bentuk konkrit dari kajian geografi adalah mempelajari tentang fenomena keberadaan dan kegiatan pasar.

Sejak zaman dulu manusia hidup saling membutuhkan dan berinteraksi, tidak mungkin manusia hidup tanpa berhubungan dengan sekitarnya, karena kelangsungan hidup manusia memerlukan usaha untuk memenuhi kebutuhannya, antara lain adalah hubungan manusia dengan alam. Manusia mempergunakan hasil alam untuk berusaha memenuhi keperluan hidupnya yaitu kebutuhan pangan, papan, dan sandang. Zaman dulu terdapat kegiatan manusia untuk memperoleh barang yang dibutuhkan dengan menukar barang miliknya, kegiatan tersebut disebut barter. Dengan adanya kemajuan zaman dan dengan munculnya nilai mata uang kegiatan tersebut sudah hampir tidak ada lagi, berkenaan dengan tempat kegiatan barter tersebut, sekarang sudah terdapat pasar untuk tempat perdagangan.

Pasar merupakan salah satu wujud dari konsep aglomerasi wilayah. Aglomerasi itu sendiri berarti pengelompokan. Dalam hubungannya dengan kajian kewilayahan (aglomerasi) merupakan faktor lokasi yang amat penting baik yang berwujud mengelompoknya perumahan penduduk maupun berkumpulnya pertokoan di suatu tempat merupakan sarana utama untuk meningkatkan efisiensi ekonomis maupun kepuasan sosial karena di lokasi tersebut terjadi timbunan kegiatan manusia.

Distribusi pelayanan dari pasar dapat menyangkut aspek sosial dan aspek keruangan. Aspek sosial berkaitan dengan tingkat kemudahan untuk dicapai oleh berbagai kelompok sosial dalam masyarakat. Aspek keruangan berkaitan dengan

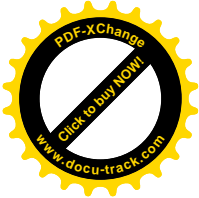
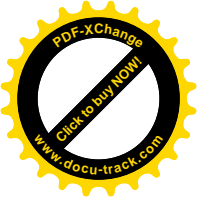


tingkat kemudahan untuk mencapai dalam jangkauan antar wilayah (Suyanto, 2000). Faktor lain yang memegang peranan penting dalam kelancaran aktifitas pasar adalah transportasi. Henk Huisman (1987) menjelaskan bahwa dengan adanya jaringan transportasi yang setara dengan kebutuhan kuantitatif maupun kualitatif suatu wilayah yang merupakan prasyarat bagi pengembangan wilayah.

Dalam setiap sistem perekonomian dapat ditemukan tiga kegiatan pokok yaitu produksi, distribusi dan konsumsi (barang dan jasa). Kegiatan pokok distribusi ialah memindahkan barang dari produksi ke tangan konsumen, yang melakukan kegiatan distribusi disebut pedagang. Pedagang adalah orang yang secara langsung dan tidak langsung berhadapan dengan konsumen. Dalam praktek masih terdapat pedagang antara yang dilalui sebelum barang itu sampai ke tangan konsumen. Konsumen adalah orang atau masyarakat yang langsung menggunakan hasil dari produksi tersebut. Masing-masing kegiatan produksi, distribusi dan konsumen tidak dapat berdiri sendiri karena adanya saling ketergantungan antara satu sama lain, selain dipengaruhi oleh “ruang” (sebagai tempat lokasi usaha) dan faktor “waktu” (berkaitan dengan pola belanja konsumen). Oleh sebab itu, kegiatan perdagangan sangat erat kaitanya dengan kegiatan angkutan (barang dan jasa) dan permukiman (Hidayat, 1987).

Mengamati adanya perubahan produksi subsistem ke produksi permintaan pasar memberikan pemahaman bahwa banyak resiko dalam usaha mengalihkan keadaan mandiri menjadi bentuk ekonomi pasar sebagai penyalur produksi yang dihasilkan dan sarana sumber produksi yang dihasilkan dan sarana sumber produksi. Lebih lanjut dikatakan bahwa nampak adanya keuntungan-keuntungan berkat adanya pasarisasi dalam perekonomian, yaitu:

1. Para produsen sekarang telah memiliki tempat (pasar) untuk tempat penjualan barang produksinya.
2. Mulai sekarang telah terdapat pasar sebagai tempat pemasaran yang telah melebihi keperluan untuk kebutuhan sandang, maka produsen merasa perlu meningkatkan lagi produksi demi kepentingan pasar.
3. Para pedagang yang datang langsung ke produsen juga menawarkan barang-barang dagangan atau memberikan ide atau gagasan tentang



model-model dan corak warna terbaru yang mungkin diperlukan oleh para produsen bagi konsumen maupun produksinya, dengan demikian akan merupakan suatu perangsang bagi produsen untuk meningkatkan produksinya.

Sistem ekonomi ini menganggap bahwa pasar sebagai tempat penyediaan barang (termasuk jasa) dengan harga yang diperoleh dari hasil tawar-menawar antara penjual dan pembeli yang memenuhi permintaan. Produksi dikontrol oleh harga. Distribusi barang akan tergantung pada harga, karena pembentuk pendapatan dan dengan bantuan pendapatan, barang diproduksi, didistribusikan kepada konsumen melalui pasar dan para pedagang.

Sehubungan dengan titik berat kebijaksanaan dibidang perdagangan yaitu menciptakan iklim yang mendukung penyediaan tempat usaha tersebut, maka pemerintah Kota Surakarta, telah mengupayakan berbagai pengembangan penyediaan tempat-tempat usaha, termasuk pengembangan tempat usaha di Pasar Legi Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.

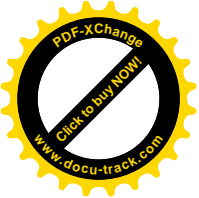
Pasar Legi yang dibuat pada tahun 1936 yang kemudian dibangun secara permanen pada jaman Kanjeng Gusti Mangkunegoro VII pada tahun 1944. Pada saat ini pasar Legi mempunyai luas 16.640 m², dan berdiri dengan dua lantai. Pasar ini mempunyai jumlah los 1.353 petak dengan luas los 7.746,5 m². Jumlah kios sebanyak 207 dengan luas 4.146,25 m² (jumlah pedagang tetap 1.353 + 189 = 1.542 pedagang) dan pedagang yang tidak tetap yang biasa disebut pedagang “oprokan”, sebanyak ± 635 orang. Berikut disajikan tabel perkembangan jumlah pedagang di Pasar Legi antara tahun 2005 - 2007.

Tabel 1.1. Jumlah Pedagang di Pasar Legi antara Tahun 2005 – 2007

No	Jenis	2005	2006	2007
1	Pedagang Los	1.353	1.353	1.353
2	Pedagang Kios	189	189	189
3	Pedagang Oprokan	374	461	635

Sumber Dinas Pasar Legi, 2008

Tabel 1.1. tersebut memperlihatkan bahwa jumlah pedagang di pasar Legi mengalami peningkatan (naiknnya jumlah pedagang oprokan) yaitu sebesar 261



pedagang (12,3 %). Konsekuensi dari peningkatan jumlah pedagang tersebut adalah peningkatan pendapatan Pasar. Berikut disajikan tabel perkembangan pendapatan Pasar Legi antara tahun 2005 – 2007

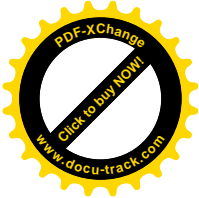
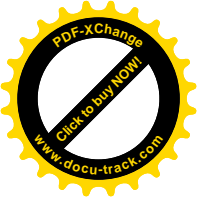
Tabel 1.2. Pendapatan Pasar Legi antara Tahun 2005 – 2007 (rupiah)

No	Bulan	2005	2006	2007	Pertumbuhan 2005 - 2006	Pertumbuhan 2006 - 2007
1	Januari	Rp.100.756.835	Rp.123.304.865	Rp.121.907.910	1,58	-1,13
2	Pebruari	Rp.946.15.150	Rp.114.480.740	Rp.111.409.210	22,377	-2,7
3	Maret	Rp.99.451.720	Rp.118.498.620	Rp.137.300.380	20,99	15,85
4	April	Rp.98.929.400	Rp.106.673.280	Rp.123.930.330	19,15	16,17
5	Mei	Rp.994.78.140	Rp.115.310.120	Rp.96.512.565	7,82	-16,3
6	Juni	Rp.97.559.150	Rp.106.755.625	Rp.114.070.110	15,9	6,3
7	Juli	Rp.99.588.880	Rp.111.584.495	Rp.120.930.325	9,42	8,37
8	Agustus	Rp.100.402.760	Rp.113.616.635	Rp.129.875.125	12,04	14,3
9	September	Rp.97.129.710	Rp.104.531.910	Rp.107.797.155	13,2	3,12
10	Oktober	Rp.105.866.155	Rp.108.001.050	Rp.98.449.560	7,6	-8,84
11	Nopember	Rp.96.558.065	Rp.105.314.490	Rp.95.367.880	2	-9,43
12	Desember	Rp.75.579.105	Rp.77.575.160	Rp.90.396.635	9,07	16,5
	Jumlah	Rp.1.165.915.070	Rp.1.305.646.990	Rp.1.347.947.185	2,63	3,24

Sumber : Dinas Pasar Legi, 2008

Berdasarkan tabel tersebut di atas terlihat bahwa dalam kurun waktu 3 tahun terakhir pasar Legi mengalami peningkatan pendapatan yaitu sebesar $\pm 18,2$ juta (15,6%). Pasar Legi merupakan salah satu pasar kelas 1A di Kota Surakarta setelah Pasar Singosaren dan Pasar Klewer. Pendapatan ke-3 pasar kelas 1A tersebut ± 75 % dari total pendapatan pasar seluruh Kota Surakarta (Hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pembukuan Realisasi Dinas Pasar Kota Surakarta, Agustus 2008). Dinas Pasar Legi memiliki target rata-rata sebesar 1,14 milyar pertahun yang dibebankan oleh Dippenda Kota Surakarta melalui retribusi yang dikenakan kepada pedagang kios.

Berdasarkan tabel 1.1. dan tabel 1.2. dapat memperlihatkan bahwa selama kurun waktu 3 tahun terakhir Pasar Legi selalu dapat memenuhi target yang dibebankan dari Dippenda Kota Surakarta. Kota Surakarta mempunyai jumlah



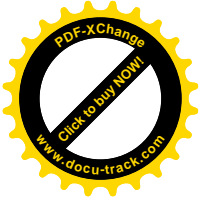
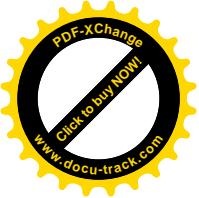
pasar total sebanyak 38 pasar. Keberadaan Pasar Legi di kota Surakarta merupakan Pasar Induk (tempat kulak-an bagi pedagang) untuk pasar-pasar di Kota Surakarta maupun di luar kota Surakarta, misalnya Boyolali, Sukoharjo, Sragen (Hasil wawancara sementara dengan pembeli di Pasar Legi).

Untuk mengetahui omzet jual beli di Pasar Legi Kota Surakarta adalah dengan melakukan observasi jumlah kendaraan yang masuk ke pasar Legi. Observasi yang dilakukan selama 5 hari, diperoleh data rerata harian sebagai berikut :

Tabel 1.3. Data Asal Barang di Pasar Legi per Hari Berdasar Jumlah Kendaraan Yang Masuk

No	Asal		Frekuensi Kendaraan yang masuk	Jenis Barang	%
1	Boyolali	Eks Karesidenan Surakarta	16	Sayuran, buah,daging sapi	20,51
2	Karanganyar		13	Sayuran, buah	16,67
3	Klaten		2	Beras	2,56
4	Sragen		2	Beras	2,56
5	Sukoharjo		2	Beras	2,56
6	Grobogan	Luar Eks Karesidenan Surakarta I Propinsi	2	Padi, bawang merah	2,56
7	Semarang		5	Ikan asin,daging sapi	6,41
8	Bojonegoro	Luar Propinsi	2	Bawang Merah	2,56
9	Cirebon		1	Ikan	1,28
10	Madura		4	Kelapa	5,13
11	Sumedang		4	Kelapa	5,13
12	Surabaya		7	Beras, bawang putih,mie	8,97
13	Yogya		9	Kelapa, rambak	11,54
14	Surakarta	Surakarta	9	Gandum, beras,mie	11,54
	Jumlah		78		100,00

Sumber : Survei, September 2008



Berdasarkan data tersebut di atas maka dapat dikelompokkan menjadi 4 kelompok, yaitu dari Surakarta, eks Karesidenan Surakarta, luar Eks Karesidenan Surakarta, dan Luar Propinsi Jateng, disajikan pada tabel 1.4.

Tabel 1.4. Data Asal Barang di Pasar Legi per Hari Berdasarkan Pengelompokkan

No	Asal Barang	Frekuensi	%
1	Eks Karesidenan Surakarta	35	44,87
2	Luar Eks Karesidenan Surakarta 1 Propinsi	7	8,97
3	Luar Propinsi Jateng	27	34,62
4	Surakarta	9	11,54
	Total	78	100,00

Sumber : Survei, September 2008

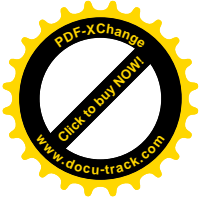
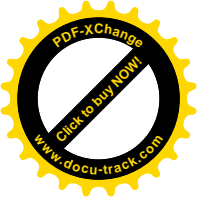
Berdasarkan data tersebut maka dapat dilihat bahwa frekuensi terbesar asal barang, dari daerah Eks Karesidenan Surakarta, yaitu sebesar 44,87 %. Angka ini sebagian besar berasal dari daerah Boyolali dan Karanganyar, yang memasok sayur dan buah-buahan. Urutan ke-2 yaitu berasal dari luar propinsi, sebesar 34,62 %. Angka ini berasal sebagian besar dari Yogyakarta (kelapa, rambak), Surabaya (bawang putih), Sumedang dan Madura (Kelapa). Urutan berikutnya dalah barang yang berasal dari Eks Karesidenan Surakarta, sebesar 11,54 %. Berdasarkan data rerata harian tersebut maka dapat diperkirakan seberapa besar total omzet per bulan di Pasar Legi.

Perkembangan Pasar Legi yang cukup pesat mengakibatkan terjadi penumpukan barang, penjual, dan pembeli di Pasar Legi, yang kemudian menyebabkan pasar-pasar yang lain menjadi kurang berkembang (terbukti dengan pendapatan 3 pasar kelas 1A dengan pendapatan 75 % dari total pendapatan).

Meskipun demikian, melihat pentingnya fungsi pasar Legi di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta menyebabkan peneliti ingin untuk mengadakan penelitian dengan judul **“KARAKTERISTIK PEDAGANG PASAR LEGI DI KECAMATAN BANJARSARI KOTA SURAKARTA”**

1.2. Perumusan masalah

Pasar merupakan salah satu sumber pendapatan dari sektor pajak (retribusi) di Kota Surakarta. Menurunnya pendapatan pasar berakibat menurunnya pula



pendapatan Kota Surakarta. Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pedagang di Pasar Legi Kecamatan Banjarsari dan pengaruhnya terhadap pendapatan.
2. Bagaimana persebaran/distribusi barang dagangan di Pasar Legi Kecamatan Banjarsari.

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui karakteristik dan pengaruhnya terhadap pendapatan pedagang di Pasar Legi Kecamatan Banjarsari
2. Mengetahui persebaran/distribusi barang dagangan Pasar Legi.

1.4. Manfaat Penelitian

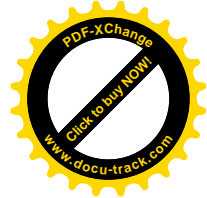
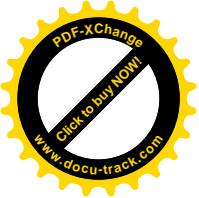
Kegunaan penelitian ini diharapkan:

1. Sebagai bahan penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk melengkapi studi tingkat sarjana S-I di Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dari hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan pertimbangan untuk usaha pengembangan pasar di daerah penelitian.
3. Sebagai tambahan bahan referensi di Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

1.5. Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

5.1 Telaah Pustaka

Banyak definisi Geografi yang dikemukakan oleh para ahli, Daljoeni (1982), menyatakan bahwa Geografi adalah suatu ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antara bumi dan manusia. Bumi dan manusia di sini dapat dikatakan sebagai alam dan manusia/lingkungan alam dan penduduk, sedangkan yang dimaksud hubungan antara lingkungan alam dengan manusia terkandung pengertian bahwa hidup manusia dipengaruhi oleh keadaan alam seperti ; iklim, tanah, air, sumber daya flora dan fauna dan lain-lain.



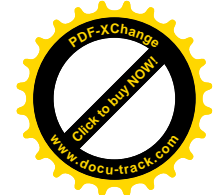
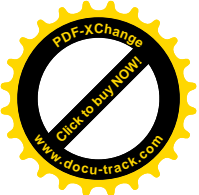
Rumusan Geografi sebagai berikut : “Geografi adalah ilmu pengetahuan yang menceritakan, menerangkan, sifat-sifat bumi, menganalisa gejala-gejala alam, penduduk serta mempelajari corak yang khas spesifik mengenai kehidupan, mencari fungsi unsur-unsur bumi dalam ruang dan waktu (Bintarto dan Surastopo Hadisumarno, 1977 : 23)”.

Berdasarkan definisi tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa Geografi tidak hanya mempelajari bumi tetapi juga mempelajari hubungan antara bumi dan manusia dalam lingkup penyebaran interaksi dan interaksinya dalam ruang dan waktu. Manusia memegang peranan yang penting yang merupakan subyek serta obyek dalam interaksi antara unsur fisik maupun non fisik yang terjadi di permukaan bumi. Permukaan bumi disini ditinjau dari sudut pandang kewilayahan menampakkan adanya persamaan dan perbedaan yang tidak terlepas dari adanya relasi keruangan dari unsur-unsur pembentuknya.

Bintarto dan Surastopo Hadisumarno (1983) memberikan beberapa ciri terhadap studi Geografi sebagai berikut :

1. Geografi memperhatikan penyebaran manusia dalam ruang dan waktu dan kaitannya dengan lingkungan serta bagaimana ruang dan sumber daya dapat dimanfaatkan melalui pengelolaan wilayah yang tepat.
2. Dalam ilmu Geografi terdapat unsur jarak, unsur interaksi, unsur gerakan dan unsur penyebaran
3. Geografi berorientasi pada masalah dalam rangka interaksi antara manusia, desa, dan kota dengan lingkungan

Dalam Geografi aspek tempat merupakan hal yang penting. Tempat mempunyai berbagai istilah, misalnya letak, posisi, dan situs, kemudian tersebarnya sesuatu berkaitan dengan tempat disebut sebaran (distribusi). Dengan demikian yang dimaksud dengan letak geografis adalah letak suatu daerah dilihat dari keberadaannya di muka/ posisi dan situasi dari wilayah tersebut ditinjau dari kondisi-kondisi wilayah lain di sekitarnya.



Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang pada umumnya dimulai dari munculnya suatu permukiman masyarakat yang tidak bisa memenuhi kebutuhannya sendiri sehingga memerlukan bantuan orang lain, dan menimbulkan suatu tempat pertemuan antara satu orang dengan orang yang lain. Disinilah mulai dirasakan arti pentingnya sebuah pasar karena di tempat ini masyarakat dapat membeli berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Masyarakat pengguna barang tersebut dengan istilah konsumen/pembeli.

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Nanik Suprapti, 2003) pasar adalah pertemuan antara penjual dan pembeli, barang dan jasa yang ditawarkan untuk dijual dan tersediannya perpindahan kepemilikan. Menurut ahli ekonomi, pasar adalah semua pembelian dan penjualan yang mempunyai perhatian baik secara riil maupun potensial terhadap suatu produk/goongan produk. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, dimana penjual berusaha menawarkan barang dagangannya dan pembeli menginginkan serta membutuhkan barang yang terdapat di pasar melalui proses pertukaran.

Menurut Irwan Abdullah (1989), dasar penetapan suatu tempat untuk jual beli umumnya harus mencakup unsur-unsur sebagai berikut :

1. Unsur pertemuan penjual dan pembeli baik golongan masyarakat ekonomi lemah/masyarakat golongan masyarakat menengah dan umum.
2. Unsur penyediaan barang-barang keperluan sehari-hari.
3. Unsur pasar sebagai tempat kegunaan umum

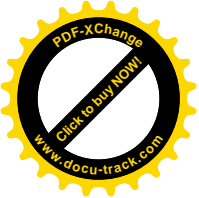
Sedangkan peranan fungsi pasar di dalam kehidupan sehari-hari dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pasar berfungsi sebagai tempat interaksi antar masyarakat
2. Pasar sebagai area pembauran
3. Pasar sebagaipusat informasi

Secara herarki, pasar dapat diklasifikasikan menjadi 4 tingkatan dengan berdasarkan fasilitas bangunan dan waktu kegiatan pasar (Irwan Abdullah, 1989).

Adapun tingkatan tersebut adalah :

- a) Pasar Adang-adang



Merupakan pasar yang tidak mempunyai bangunan fisik yang permanen sebagai tempat jual beli antara penjual dan pembeli. Lokasi pasar ini biasanya terdapat di rimpangan jalan atau tempat strategis lainnya yang banyak dilalui oleh orang atau berkumpulnya orang.

b) Pasar Periodik non Permanen

Mempunyai ciri-ciri yang mirip dengan pasar adang-adang, tetapi kegiatan pasar ini berlangsung tidak setiap hari, melainkan berdasarkan periode tertentu. Pada umumnya, setiap periode berlangsung selama lima hari (sepasar) menurut penanggalan Jawa, yaitu Pon, Wage, Legi, Kliwon, dan Pahing. Pasar jenis ini belum mempunyai bangunan fisik yang permanen.

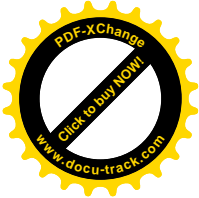
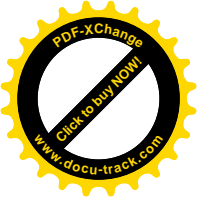
c) Pasar Periodik Permanen

Merupakan pasar yang sudah lebih berkembang dibandingkan pasar periodik nonpermanen. Meskipun mempunyai hari pasaran, tetapi kegiatan perdagangan dapat berlangsung setiap hari meskipun dalam skala yang relatif kecil. Pasar jenis ini sudah mempunyai bangunan fisik yang permanen.

d) Pasar Non Periodik Permanen

Merupakan pasar yang mempunyai skala kegiatan yang cukup tinggi dan berlangsung tiap hari. Jenis pasar ini tidak mengenal hari-hari pasaran. Bangunan fisik pasar sudah permanen dan biasanya di sekitar pasar muncul pula warung-warung kecil. Barang yang diperdagangkan juga bervariasi.

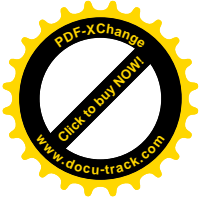
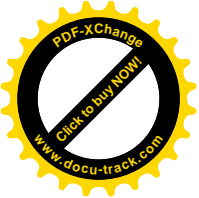
Pemusatan kegiatan biasanya terjadi pada lokasi sentral yang umumnya memiliki jumlah penduduk yang besar. Hal ini sesuai dengan pernyataan teori Christaller (dalam Nursid Sumaatmaja, 1982) mengenai tempat sentral (central Place Theory) yaitu tempat yang lokasinya sentral dimana tempat tersebut memungkinkan partisipasi 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.



Sehubungan dengan teori tersebut maka pasar sebagai salah satu pusat pelayanan ekonomi rakyat umumnya terletak pada lokasi sentral, strategis serta mudah dijangkau oleh masyarakat. Bintarto dan Surastopo Hadisumarno (1977) mengemukakan bahwa pasar selalu merupakan titik pusat (focus Point) dari suatu kota. Dengan demikian kesimpulan Christaller menyebutkan bahwa pasar senantiasa tumbuh di pusat-pusat dari kumoulan 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.

Indriastuti Sari Wardani (2006) melakukan penelitian berjudul “*Analisa Jangkauan Pelayanan Pasar Gemolong Terhadap Masyarakat di Kecamatan Gemolong Kabupaten Sragen*” bertujuan untuk mengetahui jangkauan pelayanan Pasar Gemolong, mengetahui batas wilayah layanan Pasar Gemolong, dan mengetahui pengaruh jangkauan pelayanan pasar Gemolong terhadap frekuensi dan kepuasan berbelanja pembeli. Metode yang digunakan adalah survei dan analisis data sekunder. Sampel responden berupa pedagang dan pembeli diambil secara proporsional random sampling. Hasilnya adalah jangkauan pelayanan aktual Pasar Gemolong melebihi jangkauan teoritisnya, terdapat kaitan yang erat antara jangkauan layanan pasar dengan frekuensi berkunjung pembeli, adanya hubungan yang erat antara jangkauan layanan pasar Gemolong dengan kepuasan berbelanja pembeli. Adapun kaitan dengan penelitian ini adalah analisa jangkauan pasar Legi.

Edi Priyanto (2005) melakukan penelitian dengan judul : “*Analisis Perdagangan dan Pedagang Pasar Klewer di Kota Surakarta*”. Analisa data yang digunakan adalah tabel frekuensi dan tabel silang.. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Karakteristik umur pedagang sebagian besar antara 30-39 tahun, jenis kelamin pedagang sebagian besar adalah perempuan, pendidikan terakhir pedagang sebagian besar SLTA, daerah asal pedagang sebagian besar didominasi dari daerah luar kota seperti Sukoharjo, Karanganyar, Sragen, dan lainnya.



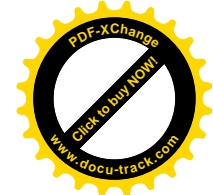
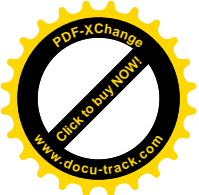
Karakteristik perdagangan: lama usaha berdagang di Pasar Klewer antara 9-16 tahun, modal awal rata-rata sebesar Rp.10.000.000, pendapatan pedagang rata-rata sebesar adalah Rp.3.000.000. per bulan. 2) Persebaran Pasar Klewer mencakup wilayah nasional karena terdapat persebaran ke luar Jawa seperti Bali, Lampung dan Balikpapan, 3) Daerah asal barang dagangan Pasar Klewer mayoritas dari luar kota seperti Pekalongan, Bandung, Jakarta, Tasikmalaya, Sragen, Pacitan, Kudus, dan Klaten, tetapi ada juga yang terdapat dari daerah dalam Surakarta. 4) Tidak terdapat hubungan antara pendidikan dengan pendapatan, tidak terdapat hubungan antara modal dengan pendapatan, sedangkan antara lama usaha dengan pendapatan terdapat hubungan yang lemah. Adapun kaitan dengan penelitian ini adalah karakteristik pedagang di Pasar Legi.

1.6. Kerangka Penelitian

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang pada umumnya dimulai munculnya suatu permukiman masyarakat, dimana anggota masyarakat tersebut tidak mampu memenuhi kebutuhannya sendiri sehingga memerlukan bantuan orang lain.

Manusia baik sebagai perorangan maupun kelompok hidup di dalam dengan lingkungannya. Hubungan manusia dengan manusia sangat erat dan bersifat timbal balik. Hubungan manusia dengan manusia maupun lingkungan menimbulkan suatu kegiatan, kegiatan ini menimbulkan aktivitas ekonomi pasar. Pasar adalah tempat dimana terjadi transaksi antara penjual dan pembeli.

Untuk memahami pasar dalam bentuk luas maka perlu dilihat 3 dari tiga sudut pandang pertama sebagai suatu pola aliran barang dagangan dan jasa. Kedua sebagai suatu kumpulan mekanisme ekonomi, yaitu dengan adanya harga dari hasil tawar-menawar yang merupakan kegiatan refleksi pasar. Ketiga pasar merupakan suatu system sosial dan budaya. Pasar bukanlah timbul dari lingkungan setempat, melainkan hubungan timbal balik antara daerah. Pembagian



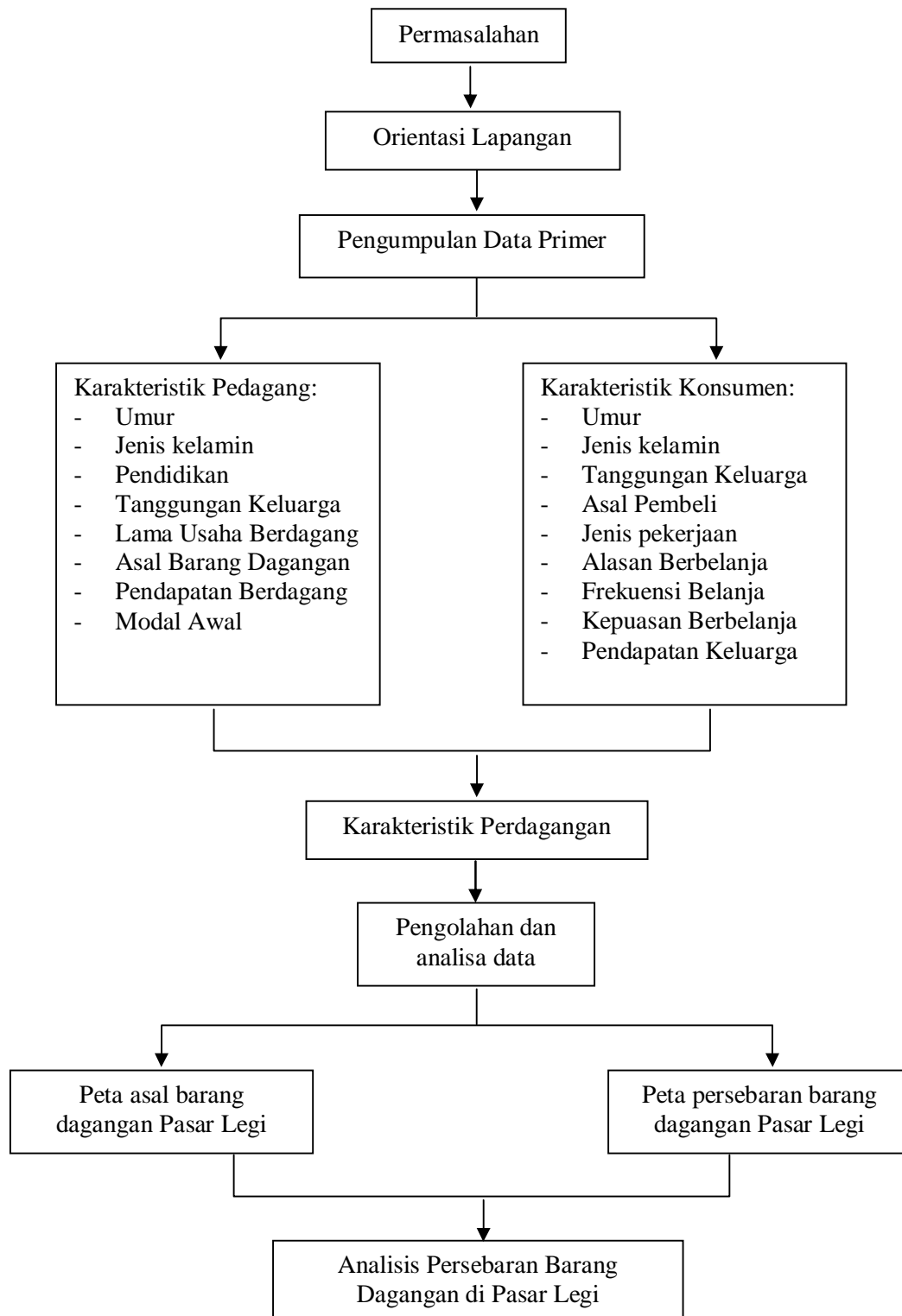
kerja yang sangat teratur, secara langsung merupakan landasan yang sangat penting bagi organisasi sosial pasar.

Pasar merupakan suatu bentuk proses jual beli yang terjadi dari tiga tipe pandangan. Pandangan tersebut antara lain penjual, pembeli dan barang yang diperjual belikan, dari ketiga tipe terjadi interaksi jual beli.

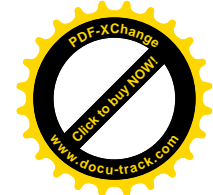
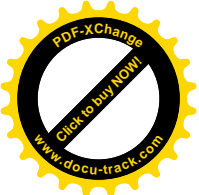
Dalam penelitian mengenai Analisis Pedagang dan Perdagangan di Pasar Legi sebagai salah satu usaha untuk mendekati masalah karakteristik pedagang dan perdagangan. Sedangkan untuk perdagangan ini dapat dilihat dari tahun mulai berdagang (lama berdagang), daerah asal barang dagangan, daerah asal pedagang, dan pendapatan.

Pasar Legi yang sebagian besar menjual atau menyediakan barang dagangan seperti kebutuhan sehari – hari (9 bahan pokok). Dengan meningkatkan jumlah penduduk maka kebutuhan akan pangan naik yang selanjutnya bertambah besar pula permintaan pasar. Untuk mengetahui karakteristik pedagang dan perdagangan, untuk mengetahui pola keruangan Pasar Legi tersebut dapat digambarkan dalam peta hubungan timbal balik yang terjadi di pasar tersebut.

Gambar 1.1 Digram Alir Penelitian



Sumber: Penulis 2009



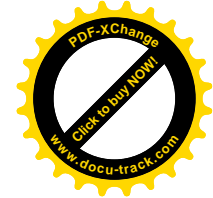
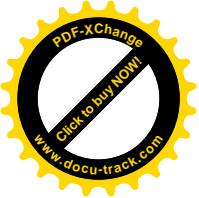
1.7. Hipotesis

1. Karakteristik Pedagang di Pasar Legi
 - a. Sebagian besar pedagang wanita
 - b. Sebagian besar usia pedagang terdapat pada usia produktif (15 – 65) th
 - c. Sebagian besar berpendidikan rendah
 - d. Sebagian besar pedagang mempunyai tanggungan keluarga sedang - tinggi
 - e. Sebagian besar pedagang mempunyai lama usaha > 20 tahun
 - f. Sebagian besar barang berasal dari Surakarta dan luar kota yang masih 1 karesidenan.
 - g. Sebagian besar bermodal kecil
2. Karakteristik pedagang mempengaruhi pendapatan
 - a. Semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar pula pendapatannya
 - b. Semakin lama, lama usaha semakin besar pendapatan
 - c. Semakin besar modal semakin tinggi pendapatan
3. Terjadi variasi distribusi barang dagangan di Pasar Legi (ke luar kota Surakarta)

1.8. Metode Penelitian

1. 8.1. Pemilihan Daerah Penelitian

Daerah yang dipilih sebagai tempat dilaksanakan penelitian adalah Pasar Legi Kecamatan Banjarsari Surakarta. Adapun pertimbangan dipilihnya pasar ini, karena Pasar Legi merupakan pasar induk Kota Surakarta yang mempunyai 2 fungsi yaitu sebagai tempat berjualan ke konsumen dan sekaligus menjadi distributor bagi pedagang pasar lain. Wawancara sementara dengan pembeli, ada yang berasal dari Sragen, Gemolong, Boyolali dan pasar-pasar di dalam kota Surakarta (Pasar Kembang, Harjodaksino dll).



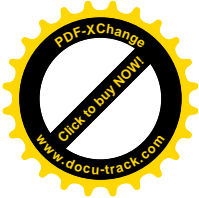
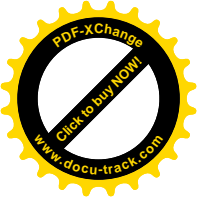
1. 8.2. Pengambilan sampel responden

Penelitian ini menggunakan metode survai untuk mendapatkan data melalui kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang kios yang menjual di Pasar Legi Kecamatan Banjarsari dan meliputi konsumennya. Pengambilan sampel sebagai responden dalam menggunakan teknik Proporsional Random Sampling, yaitu pengambilan sampel apabila populasi terdiri dari beberapa sub populasi yang tidak sama jumlahnya, dalam penarikan sampel perbandingan antar sub populasi itu diperhitungkan, maka dihasilkanlah sampel proporsional, karena tempat pedagang dibagi menjadi 207 kios dan 11 blok, berikut disajikan jenis blok dan macam dagangannya pada tabel 1.3. serta jumlah sampel yang akan diambil berdasarkan blok yang ada, Adapun sampel yang akan diambil pada penelitian ini sebesar 5%

Tabel 1.5. Blok dan Jenis Dagangan di Pasar Legi Kota Surakarta

No	Blok	Jenis Dagangan	Jumlah	Sampel 5 %
1	Blok I A	Lombok, brambang bawang	211	11
2	Blok I B	Grabah, gula jawa, daun	87	4
3	Blok II A	Grabadan (kacang, emping dll)	134	7
4	Blok II B	Ketela	114	6
5	Blok III A	Grabadan	206	10
6	Blok III B	Buah	66	3
7	Blok IV A	Empon-empon + pakaian, daging, ayam matang	58	3
8	Blok IV B	Sayuran	237	12
9	Blok V	Daging sapi	129	6
10	Blok T	Daging asin	111	6
11	Kios	Klontong	189	9
12	Oprokan	Campuran	635	32
	Jumlah		2.177	109

Sumber: Kantor Pengelola Pasar Legi, 2008



1. 8.3. Pengumpulan data

a. Data primer

Dalam tahap ini dikumpulkan data primer yang diperoleh dari hasil kuisioner dengan pedagang dan konsumen pasar Legi, yang meliputi:

Pedagang: a. Nama dan alamat
b. Jenis kelamin
c. Umur
d. Pendidikan
e. Mulai berdagang
f. Modal Lancar pertama berdagang
g. Rata-rata pendapatan perbulan
h. Asal barang
g. Motivasi/alasan berjualan di Pasar Legi

Konsumen: a. Nama dan alamat
b. Jenis kelamin
c. Umur
d. Pendidikan
e. Barang apa yang dibeli
f. Banyaknya barang
g. Barang dipakai atau dijual lagi
h. Alasan membeli di Pasar Legi
i. Biaya transposrtasi

b. Data sekunder

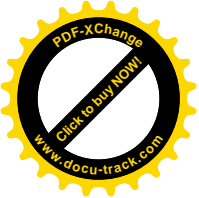
Data sekunder didapatkan dari studi pustaka, denah blok dan data jumlah pedagang yang telah dibukukan oleh Dinas Pengelola Pasar Legi.

1. 8.4. Analisa data

Metode analisa data yang digunakan adalah analisa tabel meliputi:

1. Analisa tabel silang.
2. Analisa tabel frekuensi.

Ad. I. Analisa Tabel Silang



Memiliki daya penerang cukup kuat untuk menjelaskan hubungan dua variabel yaitu variabel berpengaruh (biasanya disusun sebagai barisan vertikal dan variabel terpengaruh sebagai sumbu horisontal).

Ad. II. Analisa Tabel Frekuensi

Tabel frekuensi digunakan untuk mengetahui jumlah data pervariabel yang berhubungan dengan penelitian ini. (Sumber, Hadi, Sutrisno. 1988. Pengantar Statistik 2).

Ad. III. Analisa Geografi

Analisa geografi adalah analisa yang menitik beratkan pada keruangan, ekologi, serta komplek wilayah atau ketiga-tiganya dengan fokus pada jarak, distribusi, dan volume.

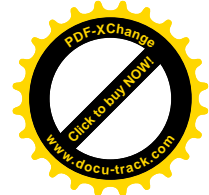
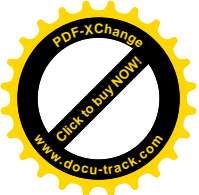
Berkaitan dengan jarak fungsi transportasi sangat berperan aktif dengan kelancaran perdagangan di Pasar Legi, meliputi daerah asal barang dagangan yang mayoritas berasal dari luar daerah, pemasaran barang dagangan Pasar Legi, dan daerah asal pedagang. Kesemuanya itu membutuhkan sarana dan prasarana transportasi yang baik, sehingga hubungan/interaksi antar daerah dapat terjangkau.

Mengenai distribusi daerah asal barang dagangan Pasar Legi, pemasaran dari Pasar Legi beserta volume barang dagangannya adalah daerah mana asal barang dagangan yang paling banyak berasal, beserta jenisnya. Selain itu daerah mana yang menjadi tempat pemasaran barang dagangan Pasar Legi yang paling besar volumenya.

1.9. Batasan Operasional

Beberapa batasan operasional yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pedagang kios adalah pedagang yang menjalankan usahanya dengan menggunakan kios dimana bangunan kios adalah bangunan permanen dilengkapi dengan pintu dimana pintu tersebut dapat dibuka dan dipasang kembali.



2. Pedagang adalah orang yang membeli barang dari pedagang lain atau hasil industri yang kemudian dijual langsung berhadapan dengan konsumen.
3. 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. (Karl Polanyi, dkk 1988).
Barang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah .
4. Pasar adalah tempat para pembeli dan penjual bertemu untuk mengadakan transaksi berjualan, yang terjadi antara orang-orang yang sudah dikenal maupun orang-orang yang belum dikenal dan dilakukan secara tunai maupun angsuran (Penny, 1990).
5. Pemasaran adalah tindakan yang diperlukan untuk menyampaikan barang dagangan ke konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. Barang dagangan adalah semua barang yang diperoleh dari hasil pertanian maupun industri dengan tujuan untuk dijual (Kutanegara. Dkk, 1989).
Dalam penelitian ini barang yang dimaksud adalah .
7. Pasarisasi adalah suatu proses sosial dimana kegiatan perekonomian secara garis besar diatur atas dasar prinsip pertukaran pasar (Penny, 1990)
8. Pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari berdagang dipasar.
9. Tenaga kerja adalah orang yang terlibat dalam perdagangan di pasar (Kutanegara, dkk, 1989).
10. Jam kerja adalah jam kerja atau waktu bekerja dalam kegiatan berdagang di pasar.(Biro Pusat Statistik, 1983).
11. Distribusi adalah pembagian, sebaran dalam ruang (N. Dadjoeni, 1997).