

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan merupakan salah satu sektor yang menjadi indikator kemajuan di bidang ekonomi dilihat dari kegiatan serta penyerapan tenaga kerja. Perdagangan menjadi suatu media untuk terjadinya interaksi antar masyarakat dengan berbagai latar belakang yang berbeda. Salah satu pusat perdagangan adalah pasar. Pasar merupakan suatu tempat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung. Pasar terbentuk dari proses pertemuan sampai terjadinya kesepakatan. Pasar tersebut tidak memperdulikan tempat dan jenis barang. Jadi pasar tidak terbatas pada suatu lokasi saja (Rasyaf, 1996). Salah satu jenis pasar adalah pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi atau tawar menawar antara penjual dan pembeli secara langsung (Fuad, 2000). Menurut Polanyi Kotler (2001) pasar tradisional memiliki potensi yang tidak bisa diabaikan baik secara ekonomis maupun memhidupi ribuan orang ataupun tempat untuk memenuhi kebutuhan. Secara alamiah pasar akan terbangun sebuah komunitas dari berbagai kelompok sosial, mulai dari pedagang besar, pedagang kecil, pedagang lesehan, pedagang kaki lima, buruh angkut dan pembeli.

Manusia adalah makhluk sosial, hal ini menjadikan manusia hidup bersama dengan manusia atau orang lain. Seorang manusia akan terus berinteraksi dengan manusia lain selama hidupnya. Interaksi ini akan memunculkan sebuah hubungan social yang kemudian menghasilkan jaringan social diantara mereka. Dalam pendekatan jaringan social, pasar merupakan suatu struktur hubungan antara beberapa actor pasar seperti pemasok (rekanan), distributor, pelanggan, pembeli dan lain-lain (Damsar, 2005).

Jaringan sosial ini terbangun berdasarkan hubungan social yang telah dijalin para pedagang sejak lama. Jaringan yang terbentuk di pasar adalah jaringan perdagangan karena adanya saling keterkaitan antara aktor di pasar dalam hal perdagangan. Jaringan perdagangan yang terbentuk yaitu

petani yang kemudian dijual kepada pedagang perantara (pengepul) kemudian dijual kepada pedagang pasar dari berbagai wilayah hingga kemudian konsumen membeli di pedagang pasar (Kemendag, 2014)

Pertumbuhan ekonomi juga telah banyak memberikan dampak di kehidupan manusia, salah satunya mengenai kebutuhan manusia akan bahan pangan. Selain bahan pangan pokok, sayuran menjadi salah satu pendamping bahan pangan pokok yang digemari oleh penduduk Indonesia. Peranan penting sayuran dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dikarenakan sayuran memiliki banyak manfaat yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Sayuran mengandung banyak mineral, vitamin, kalori hingga protein yang sangat dibutuhkan oleh tubuh.

Minat yang tinggi masyarakat Indonesia akan kebutuhan sayuran menjadikan sayuran sebagai komoditi yang selalu dicari. Hal ini berpengaruh kepada produksi sayuran menjadi semakin berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Produsen sayur berbondong-bondong memproduksi sayuran dengan kualitas yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Magetan merupakan sebuah kabupaten yang berada di kaki Gunung Lawu yang terkenal dengan produksi sayurannya. Karakteristik daerah magetan yang berada di dataran tinggi memudahkan sayuran untuk tumbuh dengan subur. Pendistribusian sayuran di Kabupaten Magetan melalui Pasar Plaosan. Pasar Plaosan terletak di kecamatan Plaosan yang mempunyai luas daerah 66,09 km². Pasar plaosan mempunyai luas 11.789 m² yang berada di Jalan Raya Sarangan, Magetan.

Tabel 1. 1 Jumlah Pedagang Los di Pasar Plaosan

Nama Blok	Jumlah Pedagang
Sayur	35
Daging Ayam	14
Daging Sapi	13
Tempe, Tahu	17
Kelontong	20
Buah	18

Roti/ snack	12
Kerupuk	6
Grabatan	16
Grabah	14
Perabotan	10
Beras	20
Total Pedagang	195

Sumber : Dinas Pasar Plaosan 2019

Berdasarkan tabel diatas jumlah pedagang yang paling banyak di Pasar Plaosan adalah pedagang sayur yaitu berjumlah 35 pedagang. Hal ini sesuai dengan keadaan geografis Pasar Plaosan yang berada di kaki gunung lawu sehingga komoditi yang sering dijual belikan adalah sayuran.

Tabel 1.2. Jenis Pedagang Sayuran Pasar Plaosan

Jenis Pedagang	Komoditi	Skala usaha	Transaksi Pembelian	Lokasi
Pedagang Lesehan	Sayur	Besar	Kontan	Dalam dan Luar Pasar
Pedagang eceran	Sayur	Sedang	Kontan	Luar Pasar

Sumber : Dinas Pasar Plaosan 2018

Terdapat 2 jenis pedagang yang ada di Pasar Plaosan, yakni pedagang pengepul, dan pedagang eceran. Masing-masing jenis pedagang tersebut memiliki skala usaha tersendiri, mulai dari skala usaha besar, dan skala usaha sedang. 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, yakni dalam satu komoditas sayur memiliki lebih dari 10 macam, dan memiliki relasi pedagang sampai luar kabupaten bahkan samapi luar Provinsi. Pedagang sayur yang dikategorikan sebagai skala usaha menengah jika menggunakan tenaga upahan kurang dari dua orang, dan kuantitas barang yang di perjualkan cukup banyak, yakni dalam satu komoditas sayur memiliki 5-10 macam, memiliki relasi berdagang

hanya dilingkup sampai Kabupaten dalam satu Provinsi (Irwan Abdullah, 1989).

Aktivitas perdagangan di Pasar Plaosan dimulai dari pukul 03.00 hingga pukul 16.00. Pasar plaosan merupakan pasar tempat transaksi pedagang perantara (pengepul) kepada pedagang sayur di berbagai wilayah di Magetan dan sekitarnya. Selain pengepul tidak jarang pedagang sayur kecil atau pengecer juga sering membeli sayur di Pasar Plaosan. Di dalam kegiatan berdagang, pedagang pasar Plaosan memerlukan hubungan sosial dengan lainnya, karena pedagang ini memperoleh sayuran dari berbagai produsen, seperti memperoleh sayur langsung dari petani, dari pedagang satu ke pedagang yang lain, bahkan sayur yang di peroleh berasal dari luar daerah Magetan itu sendiri.

Pendistribusian ini yang kemudian memunculkan sebuah jaringan perdagangan dalam hal ini jaringan perdagangan sayur di Pasar Plaosan. Jaringan perdagangan dapat diketahui dari cara memperoleh sayuran, yang biasanya lebih sering dipasok para petani, supplier ataupun pedagang besar di Pasar Plaosan hingga sampai di pembeli di pasar-pasar yang ada di Magetan. Jarak yang relatif dekat dengan lahan pertanian menjadikan Pasar Plaosan pilihan yang banyak didatangi oleh pedagang, selain itu letaknya yang berada di pinggir jalan juga memudahkan akses untuk mengambil sayuran. Hal inilah yang menjadikan pemasok sayuran lebih senang untuk memasok kepada pedagang sayur yang ada di Pasar Plaosan. Dengan mengetahui jaringan pedagang sayur di Pasar Plaosan ini akan memudahkan pendistribusian ke daerah-daerah sekitarnya terutama Magetan.

Selain untuk mengetahui jaringan perdagangan sayur di Pasar Plaosan penelitian ini juga akan meneliti mengenai dampak Covid-19 terhadap penjualan sayur di Pasar Plaosan. Covid-19 yang awalnya berasal dari Wuhan Tiongkok sekarang telah menyebar ke seluruh dunia. Pertama kali di laporkan penyakit ini dinamakan sebagai 2019 *novel coronavirus* (2019-nCov), kemudian WHO mengumumkan nama baru yaitu *Coronavirus Disease*

(Covid-19) yang disebabkan oleh virus *Severe Acute Respiratory Syndrome coronavirus-2* (SARS-Cov-2) (Susilo et al., 2020).

Penyebaran SARS-CoV-2, adalah dengan transmisi kontak, droplet (percikan), melalui udara (airborne), fomit, fekal-oral, melalui darah, ibu ke anak, dan binatang ke manusia. Infeksi SARSCoV-2 umumnya menyebabkan penyakit pernapasan ringan hingga berat dan kematian, sedangkan sebagian orang yang terinfeksi virus ini tidak pernah menunjukkan gejala (WHO, 2020)

Untuk mengurangi penyebarannya dilakukan berbagai upaya, salah satunya adalah himbauan untuk berkerumun dan menjaga jarak. Hal inilah yang kemudian berdampak terhadap perdagangan sayur di Pasar Plaosan, karena dibatasinya kerumunan sedangkan pasar merupakan tempat berkerumun sehingga membuat dampak yang cukup besar ke pedagang sayur Pasar Plaosan.

Melihat latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai jaringan perdagangan sayur di Pasar Sayur Plaosan Kabupaten Magetan, terlebih lagi saat pandemi Covid-19 saat ini. Adapun penulis mengambil judul “ **ANALISIS JARINGAN PERDAGANGAN SAYUR DI PASAR SAYUR PLAOSAN KABUPATEN MAGETAN**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diperoleh diatas maka perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pelaku perdagangan sayur di Pasar Plaosan Magetan ?
2. Bagaimana jaringan perdagangan yang ada di Pasar Plaosan Magetan ?
3. Bagaimana dampak wabah Covid-19 terhadap perdagangan sayuran di Pasar Plaosan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk :

1. Mengkaji karakteristik pelaku perdagangan di Pasar Plaosan Magetan.
2. Mengkaji jaringan perdagangan yang ada di Pasar Plaosan Magetan.
3. Menganalisis dampak wabah Covid-19 terhadap perdagangan sayuran di Pasar Plaosan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah Kecamatan Plaosan dalam pengembangan jaringan perdagangan sayur di Pasar Plaosan.
2. Hasil penelitian diharapkan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang kajian geografi khususnya mengenai jaringan perdagangan.
3. Sebagai bahan pertimbangan untuk pihak terkait dalam menangani dampak Covid-19 terhadap perdagangan sayur di Pasar Plaosan.

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

1.5.1.1 Teori Lokasi

Menurut Bintarto geografi adalah ilmu yang mempelajari atau mengkaji bumi dan segala sesuatu yang ada di atasnya, seperti penduduk, flora, fauna, iklim, udara dan segala interaksinya (Hendro, 2008). Hakekat geografi adalah pengkajian secara *holistic* (menyeluruh) melalui pendekatan keruangan, kewilayahan, ekologi dan kesisteman, serta *histories* terhadap serangkaian gejala dan perihal kehidupan manusia di suatu wilayah tertentu (di permukaan bumi) dan penyajian pengkajian tersebut disampaikan melalui alat peraga peta, grafik, model atau sistem informasi geografi (Widyo Alfandi, 2001).

Secara garis besar geografi diklasifikasikan menjadi 2 yaitu geografi fisik dan geografi manusia.

- a. Geografi fisik yaitu cabang geografi yang mempelajari gejala fisik dari permukaan bumi yang meliputi tanah, air, udara dengan segala prosesnya. Kerangka geografi fisik ditunjang oleh geologi, geomorfologi, ilmu tanah, meteorologi, klimatologi dan oceanografi atau oceanology (Nursid Sumaatmadja, 1988)
- b. Geografi manusia adalah cabang geografi yang bidang studinya yaitu aspek keruangan gejala di permukaan bumi, yang mengambil manusia sebagai obyek pokok ke dalam gejala manusia sebagai obyek studi pokok, yang termasuk didalamnya aspek kependudukan, aspek aktivitas yang meliputi aktivitas ekonomi, aktivitas politik, aktivitas social dan aktivitas budayanya (Nursid Sumaatmadja, 1988).

Penelitian tentang keberadaan jaringan perdagangan di Pasar Plaosan Magetan merupakan salah satu kajian geografi manusia dalam hal ini kajian ekonomi. Geografi ekonomi merupakan salah satu cabang geografi manusia yang bidang studinya struktur keruangan aktivitas ekonomi. Titik beratnya adalah aspek keruangan struktur ekonomi manusia yang termasuk didalamnya bidang industry, perdagangan, transportasi, komunikasi dan lain sebagainya. Dalam analisa geografi ekonomi, faktor lingkungan alam ditinjau sebagai faktor pendukung (sumber daya) Geografi Ekonomi dapat diuraikan lagi menjadi : Geografi Pertanian, Geografi Industri, Geografi Perdagangan, Geografi Transportasi dan Komunikasi (Nursid Sumaatmadja, 1988).

Salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari geografi adalah lokasi atau tempat. Secara pokok dapat dibedakan antara pengertian lokasi absolut dan lokasi relatif. Lokasi absolut menunjukkan letak yang tetap terhadap sistem grid atau koordinat. Untuk penentuan lokasi absolut di muka bumi dipakai sistem koordinat garis lintang dan garis bujur yang telah disepakati bersama dan derajatnya dihitung dari garis ekuator (untuk garis lintang) dan garis meridian yang melalui kota Greenwich (meridian nol) untuk garis bujur. Sedangkan lokasi relatif adalah lokasi suatu obyek

yang nilainya ditentukan berdasarkan obyek atau obyek lain diluarnya (Suharyono dan Moch.Amien, 2013).

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 (*Central Place Theory*) 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.

1.5.1.2 Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang melakukan uang untuk membeli barang dengan harga tertentu. Syarat-syarat terjadinya pasar yaitu : 1) Ada tempat untuk berniaga, 2) Ada barang dan jasa untuk diperdagangkan, 3) Terdapat penjual barang tertentu, 4) Adanya pembeli barang, dan 5) Adanya hubungan dalam transaksi jual beli (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007)

Salah satu jenis pasar adalah pasar tradisional. Menurut Sinungan dan Alexander (1987) salah satu karakteristik yang menonjol dari pasar tradisional adalah banyaknya pedagang yang menjual jenis barang dan jasa yang sama. Selain itu, penentuan harga dilakukan melalui proses tawar-menawar. Kebanyakan pedagang pasar tradisional tidak mempunyai catatan penjualan. Biaya produksi maupun ongkos-ongkos lainnya jarang sekali dihitung dengan seksama.

Pasar juga mengalami perkembangan menjadi pusat tukar menukar informasi, pusat kerumunan penaja 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).

Secara hirarki, pasar dapat diklasifikasikan menjadi 4 tingkatan dengan berdasarkan adanya fasilitas bangunannya dan waktu kegiatan pasar itu dimulai (Irwan Abdullah, 1989). Adapun tingkatan-tingkatan tersebut adalah:

1. Pasar Adang-adang

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

2. Pasar Periodik non Permanen

Mempunyai 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 (pasaran) menurut penanggalan Jawa Pon, Wage, Kliwon, Legi, Pahing. Pasar ini belum memiliki bangunan umum yang permanen.

3. Pasar Periodik Permanen

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

4. Pasar non periodik Permanen

Merupakan pasar yang mempunyai skala kegiatan yang cukup tinggi dan berlangsung setiap hari. Jenis pasar ini tidak mengenal hari-hari pasaran. Bangunan fisik pasar sudah permanen dan sekitarnya muncul warung-warung kecil, barang yang diperdagangkan juga bervariasi.

Pengguna Pasar Pengguna pasar secara umum dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu pembeli dan pedagang. Menurut Damsar (1997) pembeli dapat digolongkan menjadi:

1. Pengunjung, mereka yang datang ke pasar tanpa mempunyai tujuan untuk membeli suatu barang dan jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya dipasar.
2. Pembeli, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang dan jasa tetapi tidak mempunyai tujuan kemana akan membeli.
3. Pelanggan, yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli sesuatu barang dan jasa dan mempunyai tujuan yang pasti kemana akan membeli.

Dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Damsar (1997) dalam Viktor (2006) dalam aktivitas ekonomi pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan, yaitu:

1. Pedagang distributor (tunggal) yaitu pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.
2. Pedagang (partai) besar yaitu pedagang yang membeli suatu produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk dijual kepada pedagang lain.
3. Pedagang eceran yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen.

1.5.1.3 Jaringan Perdagangan

Perdagangan merupakan suatu kegiatan jual beli atau jasa dalam jumlah atau ukuran atau nilai tertentu yang dilakukan oleh orang-orang atau badan atau perusahaan baik di dalam maupun di luar negeri yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan (Nayono, 1996). Perdagangan

merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh minimal 2 pihak yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang biasanya dalam bentuk jual beli.

Dalam sebuah perdagangan terdapat pihak-pihak yang antara satu dengan lainnya memiliki suatu hubungan yang disebut sebagai hubungan perdagangan. Hubungan ini bertujuan untuk membangun ikatan jangka panjang yang memungkinkan untuk saling mengambil keuntungan antara para pihak yang mempunyai kepentingan. Hubungan perdagangan bermaksud untuk membangun ikatan ekonomi, teknik dan social yang kuat diantara para pihak yang terlibat. Di dalam kebanyakan sebuah hubungan yang berhasil, transaksi awal yang berada di dalamnya kemudian akan beralih menjadi sebuah aktivitas yang rutin diantara masing-masing pihak (Kotler, 2000).

Hubungan perdagangan ini kemudian membentuk jaringan perdagangan. Jaringan merupakan sesuatu yang mempunyai keterkaitan yang saling membutuhkan antar orang dalam profesi tertentu baik terorganisasi maupun tidak terorganisasi. Jaringan perdagangan merupakan sejumlah kegiatan mengenai perdagangan yang saling bertautan. Pihak-pihak yang terlibat dalam jaringan perdagangan terdiri dari produsen, pemercaya (*stakeholder*) dan pendukung lainnya seperti pelanggan, karyawan, pemasok, distributor, pengecer, agen iklan, tenaga ahli dan sebagainya, yang dengannya perusahaan produsen membangun hubungan timbal balik yang menguntungkan (Kotler, 2000).

Dalam hal ini definisi Jaringan Perdagangan adalah adanya keterkaitan antara produsen, pedagang, distributor, reseller, konsumen yang saling mengkaitkan dengan perdagangan. Perdagangan merupakan kegiatan menjual dan membeli suatu barang dengan maksud untuk mencari keuntungan (Hidayat, 1978).

Jaringan perdagangan dapat pula dikaitkan dengan teori linkage. Menurut Tracik teori linkage adalah teori yang menekankan pada hubungan pergerakan yang terjadi di beberapa bagian kawasan kota seperti

hubungan sebuah tempat dengan tempat lain dalam sebuah kota (Trancik, 1986).

Backward Linkage dan Forward Linkage Backward dan forward linkage adalah ukuran deskriptif *economic interdependence* dari industri berdasarkan tingkat transaksi nya. Linkage menunjukkan perkiraan peningkatan langsung maupun tidak langsung dari output yang disebabkan kenaikan demand. Backward linkage menggambarkan tingkat penyerapan sektor tertentu terhadap output sektor lainnya. Sedangkan *Forward linkage* menggambarkan tingkat penyerapan sektor lain terhadap output dari suatu sektor tertentu (Gunawan Pribadi dan Syarif Ibrahim Busono Adi, 2013).

Backward linkage merupakan sebuah keterkaitan yang terjadi ketika suatu industri menyebabkan pertumbuhan industri-industri lainnya yang menyediakan input (bahan baku) bagi industri tersebut sedangkan *Forward Linkage* merupakan sebuah keterkaitan yang terjadi ketika barang produksi dari suatu industri digunakan sebagai input (bahan baku) bagi industri yang lain (Veravega, 2013).

Dalam keterkaitannya ke belakang, dibutuhkan industri benih bibit sayur yang bagus, industri alat tani untuk memanen sayur dan industri obat untuk pupuk sayur. Industri obat memerlukan industri bahan kimia dalam membuat obatnya. Industri alat tani membutuhkan industri kayu dan besi. Dalam keterkaitannya ke depan sifatnya sangat meluas dan terkait dengan begitu banyak industri lainnya. Perdagangan sayur terkait dengan industri sayur segar, industri restoran . Dari masing-masing industri tersebut kemudian akan terkait lagi dengan industri lainnya hingga menjadi produk barang jadi baik berupa makanan atau benda. Dari *linkage industry* ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada industri yang dapat berdiri sendiri karena setiap industri pasti akan terkait dengan industri yang lainnya.

1.5.1.4 Corona Virus (Covid-19)

Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan

penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Covid-19 yang awalnya berasal dari Wuhan Tiongkok sekarang telah menyebar ke seluruh dunia, sekarang dunia sedang dalam masa genting terkait dengan virus ini. Para petinggi negara melakukan segala upaya untuk meminimalisir korban jiwa atau korban yang terserang covid-19 ini. Pertama kali di laporkan penyakit ini dinamakan sebagai 2019 novel coronavirus (2019-nCov), kemudian WHO mengumumkan nama baru pada tanggal 11 Februari 2020 dengan Coronavirus Disease (Covid-19) yang disebabkan oleh virus Severe Acute Respiratory Syndrome coronavirus-2 (SARS-Cov-2) (Susilo et al., 2020).

Secara umum, ada 3 gejala umum yang bisa menandakan seseorang terinfeksi virus Corona, yaitu: Demam, Batuk dan sesak napas. Gejala-gejala COVID-19 ini umumnya muncul dalam waktu 2 hari sampai 2 minggu setelah penderita terpapar virus Corona.

1.5.2 Penelitian Sebelumnya

1. Faris Ardiansyah (2017) melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Variasi Jaringan Pedagang Sayur di Pasar Karangpandan Kabupaten Karanganyar”. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan :
 - a. Karakteristik pedagang sayur di Pasar Karangpandan :
 - Variasi Jaringan pedagang Pasar Karangpandan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu dari petani dan dari pedagang pengepul.
 - Pedagang sayur Pasar Karangpandan mayoritas perempuan 23,68%.
 - Daerah asal pedagang berasal dari Kecamatan Karangpandan 42,1%.
 - Umur pedagang rata-rata berumur 45-54 28,95%
 - Pendidikan terakhir rata-rata lulusan SMP 44,76%

- Lama usaha pedagang antara 11-20 tahun 44,73%
 - Pendapatan pedagang Pasar Karangpandan rata-rata perhari 200.000-400.000 55.26%
 - b. Sayur yang berasal dari luar daerah Kabupaten Karanganyar diperoleh pedagang sayur Pasar Karangpandan melalui pedagang pengepul. Sedangkan sayur yang berasal dari dalam Kabupaten Karanganyar diperoleh langsung dari petani.
2. Ananda Firman Azizi (2019) melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Variasi Jaringan pedagang sayur Pasar Matesih Di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar”. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan :
- a. Karakteristik pedagang sayur di Pasar Karangpandan :
 - Pedagang sayur Pasar Matesih mayoritas perempuan 86,36 %.
 - Umur pedagang mayoritas berumur 35-44 berjumlah 36,36%
 - Pendidikan terakhir rata-rata lulusan SD dan SMP 29,5 %
 - Pedagang Pasar Matesih jumlah tanggungan keluarga paling banyak yaitu berjumlah 4 orang tanggungan, persentase 47,7%
 - Daerah asal pedagang mayoritas berasal dari sekitar matesih, 65,9 %.
 - Lama usaha pedagang antara 1-10 tahun 43,38%
 - Pendapatan pedagang rata-rata perhari 100.000-200.000 56,82%
 - b. Variasi jaringan perdagangan
 - Variasi perdagangan 1 yaitu pedagang yang mengambil langsung ke pengepul dari pasar matesih ke pasar karanganyar.
 - Variasi perdagangan 2 yaitu pedagang yang mengambil dari luar daerah karanganyar seperti Kediri dan Malang.
3. Dita Ulviani (2020) penelitian dengan judul: “Analisis Jaringan Perdagangan Sayur Di Pasar Sayur Plaosan Kabupaten Magetan”. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu :

- a. Penelitian ini meneliti jaringan perdagangan di Pasar Plaosan Kabupaten Magetan, pelaku perdagangan sayur di Pasar Plaosan Magetan serta dampak Covid-19 terhadap perdagangan sayur di Pasar Plaosan.
- b. Penelitian ini meneliti pelaku perdagangan sayur di Pasar Plaosan Magetan.
- c. Sayur dari Pasar Plaosan berasal dari Magetan, Tawangmangu, Blitar dan Wonogiri.
- d. Jaringan perdagangan yang terbentuk yaitu petani kemudian dijual ke pengepul kemudian ke pengecer hingga sampai di konsume

Tabel 1.3. Perbandingan penelitian sebelumnya :

Nama	Judul	Tujuan	Data	Metode	Hasil
Faris Ardiansyah (2016)	Analisis Variasi Jaringan Pedagang Sayur di Pasar Karangpandan Kabupaten Karanganyar	- Mengetahui variasi jaringan pedagang sayur yang berada di Pasar Karangpandan. - Mengetahui karakteristik pedagang sayur Pasar Karangpandan	1. Primer 2. Sekunder	Sensus	1. Variasi Jaringan pedagang Pasar Karangpandan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu dari petani dan dari pedagang pengepul. Sayur yang berasal dari luar daerah Kabupaten Karanganyar diperoleh pedagang sayur Pasar Karangpandan melalui pedagang pengepul. Sedangkan sayur yang berasal dari dalam Kabupaten Karanganyar diperoleh langsung dari petani. 2. Karakteristik pedagang sayur Pasar Karangpandan mayoritas perempuan 23,68%, Daerah asal pedagang berasal dari Kecamatan Karangpandan 42,1%, Umur pedagang rata-rata berumur 45-54 28,95%, Pendidikan terakhir rata-rata lulusan SMP 44,76%, Lama usaha pedagang antara 1120tahun 44,73%, Pendapatan pedagang Pasar

					Karangpandan rata-rata perhari 200.000-400.000 55.26%
Ananda Firman Azizi (2019)	Analisis Variasi Jaringan pedagang sayur Pasar Matesih Di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar	- Mengetahui variasi jaringan pedagang sayur yang berada di Pasar Matesih - Mengetahui karakteristik pedagang sayur Pasar Matesih	1. Primer 2. Sekunder	Sensus	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
Dita Ulvia (2020)	Analisis Jaringan Perdagangan Sayur di Pasar Plaosan Magetan	- Mengidentifikasi karakteristik pedagang di Pasar Plaosan Magetan. - Mengidentifikasikan jaringan perdagangan yang ada di Pasar Plaosan Magetan.	1. Primer 2. Sekunder	Sensus	1. Jaringan perdagangan di Pasar Plaosan di dominasi oleh pengepul dan pengecer. 2. Sayuran berasal dari daerah Magetan, Tawangmangu, Blitar dan Wonogiri. 3. Pemasaran sayur ke daerah Magetan, Madiun, Pacitan, Ponorogi dan Ngawi.

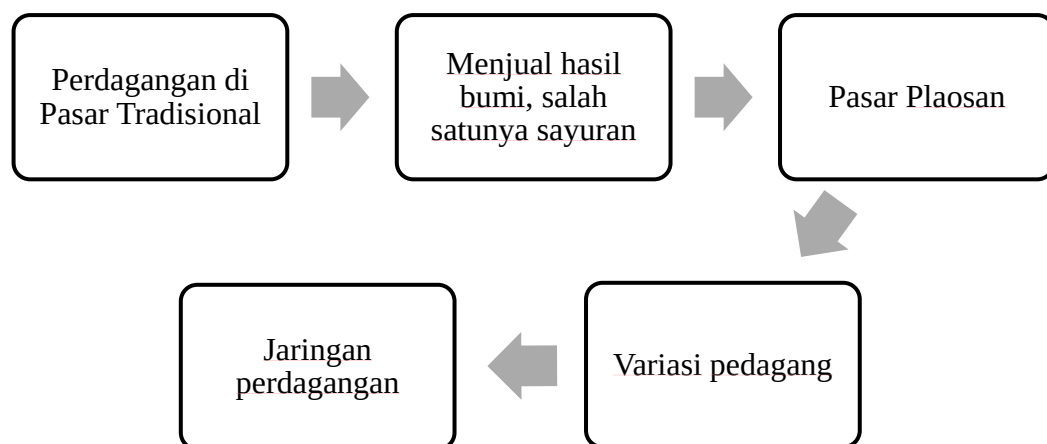
Sumber : Peneliti, 2020

1.6 Kerangka Pemikiran

Perdagangan merupakan sebuah aktivitas yang melibatkan interaksi antara manusia sebagai penjual dan pembeli. Tempat yang biasanya digunakan sebagai tempat perdagangan adalah pasar. Pasar yang cukup terkenal di Indonesia adalah pasar tradisional. Hal yang menjadikan pasar tradisional terkenal adalah adanya system tawar menawar, sehingga harga bisa sesuai dengan kemauan pembeli.

Barang yang biasanya dijual di pasar tradisional adalah hasil bumi, salah satunya sayuran. Pasar Plaosan merupakan sebuah pasar di Kabupaten Magetan yang terkenal dengan penjualan sayur yang berkualitas. Hal ini yang membuat pasar plaosan menjadi tujuan masyarakat untuk membeli sayuran. Pedagang sayur yang di Pasar Plaosan didominasi oleh pengepul yaitu pedagang yang mengumpulkan hasil pertanian untuk dijual kepada para pedagang eceran yang kemudian di jual kembali di pasar tradisional lain.

Sayuran yang dijual di Pasar Plaosan sebagian besar didapat dari lahan pertanian yang berad di sekitar pasar plaosan. Letak pasar plaosan yang berada di jalan raya Sarangan memudahkan para pedagang maupun pembeli untuk melakukan transaksi perdagangan baik dalam jumlah kecil maupun besar.



Gambar 1.1 Diagram Kerangka Penelitian

Sumber : Penulis, 2020

1.7 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 Perdagangan adalah adanya keterkaitan antara produsen,pedagang,distributor,resseler,konsumen yang saling mengkaitkan dengan perdagangan. Perdagangan merupakan kegiatan menjual dan membeli suatu barang dengan maksud untuk mencari keuntungan (Hidayat,1978).
- 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
- 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 di jual langsung berhadapan dengan konsumen atau pembeli dimana tempat usahanyan di pasar
- f. Pembeli adalah orang yang membeli/ menukarkan uang dengan barang di tempat perdagangan, seperti pasar, toko maupun warung
- g. Penawaran merupakan kebiasaan di pasar walaupun belum tentu sebanding dengan mutunya
- 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

- 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).