# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Virus Corona *(Corona Virus Disease)* adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit ringan sampai berat, seperti *common cold* atau pilek dan penyakit yang serius seperti MERS dan SARS (Kementerian Kesehatan, 2020). Virus ini berasal dari Wuhan, China dan telah menyebar ke berbagai Negara salah satunya adalah Negara Indonesia. Melansir tulisan dari Puti Yasmin, detiknews.com (2020), Pemerintah menghimbau agar masyarakat menerapkan *social distancing* seperti *work from home*, dan beribadah dari rumah guna memutus penyebaran virus ini.

Mewabahnya virus ini berdampak pada berbagai sektor seperti pariwisata, perekonomian, serta industri. Melansir tulisan dari Jawahir Gustav Rizal, kompas.com (2020), merebaknya Covid-19 yang terdampak salah satunya adalah Sektor ekonomi. Sektor ini mengalami dampak serius akibat pandemi virus corona. Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Agustus ini menyebut bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II 2020 minus 5,32 persen. Sebelumnya, pada kuartal I 2020, BPS melaporkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya tumbuh sebesar 2,97 persen, turun jauh dari pertumbuhan sebesar 5,02 persen pada periode yang sama 2019 lalu. Kinerja ekonomi yang melemah ini turut pula berdampak pada situasi ketenagakerjaan di Indonesia.

Menurut Honoatubun (2020), akibat mewabahnya virus corona pasar ditutup dan pedagang menjadi tidak bisa berjualan. Hal ini mengakibatkan pedagang tidak mempunyai penghasilan tetap dan sulit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Melansir tulisan dari Silvia Novri Zulmi, Kumparan.com (2020), dampak yang dirasakan pedagang akibat pandemi adalah penurunan pendapatan yang

diakibatkan sepinya pembeli. Karena pada saat pandemi covid-19 ini masyarakat dituntut untuk mengurangi aktivitas di luar rumah yang mempengaruhi ekonomi para pedagang. Ketika pedagang tidak mendapatkan jaminan sosial dari pekerjaan mereka sendiri, sakit menjadi tanggungan sendiri. Dikutip dari dpr.go.id Beberapa waktu lalu, Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (Ikappi) merilis fakta bahwa dalam sebulan terakhir omzet pedagang pasar tradisional terus mengalami penurunan hingga 60 persen selama Covid-19 mewabah.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dengan ditandai adanya jual beli secara langsung. Bangunan biasanya terdiri dari los, dasaran terbuka , dan kios – kios yang dibuka oleh pedagang maupun pengelola pasar. Pasar tradisonal memiliki potensi yang baik secara ekonomis dimana mampu menghidupi ribuan orang dan menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan. kegiatan interaksi antar pedagang di pasar akan membentuk sebuah komunitas dari berbagai kelompok sosial secara alami, mulai dari pedagang kecil, pedagang besar, pedagang lesehan, buruh angkut, pedagang kaki lima, dan pembeli ( Polanyi Kotler, 2001).

Ditengah wabah pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia, banyak dampak yang terjadi bagi perekonomian masyarakat Indonesia, salah satunya pedagang di pasar tradisional. Semenjak beberapa daerah memberlakukan pembatasan pergerakan sosial berskala besar, kerumunan sampai ada yang melakukan karantina parsial sehingga banyak pedagang yang mengalami kerugian karena pembeli sangat jarang. Beberapa pedagang masih mencari peruntungan berjualan meski dengan resiko ditertibkan. Hal itu, karena kehidupan mereka sangat bergantung kepada pendapatan harian. Alasan Pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar di teliti jaringan perdagangan sayur karena wilayah Kabupaten Karanganyar sendiri memiliki berbagai wilayah penghasil sayuran sehingga pasar – pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar tidak jauh dari bahan baku yaitu sayur, menjadikan banyak arus perdagangan sayur di pasar tersebut.

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Sayur Di Pasar Wilayah Kabupaten Karanganyar

| **Nama Pasar** | **Jumlah Pedagang Sayur** | **%** |
|---|---|---|
| Pasar Tawangmangu | 69 Orang | 8.529% |
| Pasar Matesih | 57 Orang | 7.046% |
| Pasar Karangpandan | 38 Orang | 4.697% |
| Pasar Mojogedang | 15 Orang | 1.854% |
| Pasar Jumantono | 20 Orang | 2.472% |
| Pasar Jumapolo | 88 Orang | 10.878% |
| Pasar Jatiyoso | 47 Orang | 5.81% |
| Pasar Jatipuro | 50 Orang | 6.18% |
| Pasar Ngargoyoso | 41 Orang | 5.068% |
| Pasar Balong Jenawi | 56 Orang | 6.922% |
| Pasar Kerjo | 41 Orang | 5.068% |
| Pasar Bejen Karanganyar | 66 Orang | 8.158% |
| Pasar Tasikmadu | 39 Orang | 4.821% |
| Pasar Kebakkramat | 40 Orang | 4.944% |
| Pasar Jaten | 54 Orang | 6.675% |
| Pasar Colomadu | 48 Orang | 5.933% |
| Pasar Gondangrejo | 40 Orang | 4.944% |
| **Jumlah** | **809 orang** | **100%** |

Sumber : Dinas Pasar Kabupaten Karanganyar 2020

Pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar mempunyai relasi sayur yang banyak dikarenakan lokasinya yang sangat strategis dan mudah di jangkau. Pasar Sayur di Kabupaten Karanganyar menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga, sehingga pasar ini dapat menunjukan adanya interaksi sosial bagi masyarakat.

Pasar yang di Kabupaten Karanganyar terdapat berbagai macam penjual yang menjual kebutuhan pokok rumah tangga seperti pedagang sayur. Pedagang sayur yang berada di Kabupaten Karanganyar mempunyai peranan

yang berbeda – beda di setiap pasar, karena setiap pasar mempunyai kategori jenis pasar yang berbeda – beda. Ada pasar sayur dengan penjual yang banyak maka, pasar tersebut dikategorikan sebagai pasar besar. Kemudian ada juga pasar sayur yang jumlah penjualnya sedang dan juga ada pasar sayur yang penjualnya sedikit.

Pasar di Kabupaten Karanganyar menjadi tempat yang strategis untuk usaha kecil menengah dalam kegiatan pemasaran dan pasar sebagai bidang kegiatan ekonomi. Pasar di Kabupaten Karanganyar mempunyai peranan yang penting bagi masyarakat Kabupaten Karanganyar. Peranan tersebut antara lain menempatkan pasar sebagai tempat transaksi jual-beli dan juga petani yang ingin menjual hasil pertaniannya agar dapat meningkatkan perkembangan usahanya. Pedagang Pasar di Kabupaten Karanganyar umumnya berasal dari wilayah setempat, tetapi ada juga yang dari luar daerah. Terdapat dua jenis pedagang yaitu ada pedagang eceran dan lesehan. Kedua pedagang tersebut mempunyai skala usaha yang berbeda, mulai dari skala usaha sedang sampai skala usaha besar.

Pedagang sayur yang di golongkan sebagai skala usaha kecil yaitu jika pedagang menggunakan tenaga upahan tidak lebih dari dua orang, dan kapasitas barang yang di perdagangkan cukup banyak, yaitu dalam satu produk dagangan sayur memiliki 5-10 jenis dan jaringan perdagangannya hanya mencakup wilayah kabupaten dalam satu provinsi. Pedagang sayur yang di golongkan sebagai skala usaha besar yaitu jika pedagang menggunakan tenaga upah lebih dari dua orang, dan kapasitas barang yang di perdagangkan dalam jumlah banyak, yaitu dalam satu produk dagangan sayur memiliki lebih dari 10 jenis, dan jaringan perdagangannya sampai luar kabupaten bahkan sampai luar provinsi (PPK UGM,1989).

Pedagang sayuran memulai kegiatannya dari pagi hingga siang hari yaitu pukul 02.00 WIB sampai pukul 12.00 WIB. Pedagang sayuran di Kabupaten Karanganyar di bedakan menjadi 2 macam yaitu pedagang yang menjual jenis sayuran dalam jumlah besar dan memiliki tenaga upah bisa disebut dengan bakul. Sedangkan pedagang yang menjual jenis sayuran dalam jumlah sedikit

disebut dengan eceran. Disaat kegiatan perdagangan berlangsung, pedagang Pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar membutuhkan interaksi sosial dengan orang lain atau aktor, dimana para pedagang bisa memperoleh bahan dagangannya yaitu sayuran dari berbagai produsen, yang mana Bahan dagangan dapat diperoleh dari petani sayuran.

Dalam hal ini untuk mengetahui cara memperoleh barang dagangan maka dapat terbentuk suatu jaringan perdagangan. Dikarenakan Kabupaten Karanganyar merupakan daerah penghasil sayuran maka distribusi sayuran dari petani ke semua pasar di Kabupaten Karanganyar termasuk mudah. Hal tersebut juga didukung dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka di lakukan penelitian dengan judul **"ANALISIS PENGHASILAN PEDAGANG DAN JARINGAN PERDAGANGAN SAYUR DI PASAR WILAYAH KABUPATEN KARANGANYAR SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID 19"**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik pedagang sayur pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar?
2. Bagaimana variasi jaringan perdagangan sayur terhadap distribusi di pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar?
3. Bagaimana penghasilan para pedagang sayur sebelum dan saat adanya pandemi Covid 19?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis karakteristik pedagang sayur pasar di Kabupaten Karanganyar.
2. Menganalisis variasi jaringan perdagangan sayur terhadap distribusi pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar.
3. Menganalisis penghasilan pedagang sayur sebelum dan saat pandemi Covid 19.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran terhadap pemerintah Kabupaten Karanganyar terutama dinas pengelola Pasar selama pandemi Covid 19.
2. Hasil penelitian ini diharapkan penulis dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang permasalahan pedagang sayur di pasar tradisional selama pandemi Covid 19.

## 1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

### 1.5.1 Telaah Pustaka

**a) Virus Corona**

Pandemi virus corona telah merenggut nyawa lebih dari 1 juta orang dan menginfeksi lebih dari 33 juta orang di seluruh dunia. Melansir tulisan dari Holy Kartika Nurwigati Sumartiningtyas, Kompas.com (2020) Infeksi virus jenis baru, SARS-CoV-2 ini telah memberi dampak yang luar biasa, terutama pada kesehatan masyarakat dunia. Virus ini menginfeksi beragam orang dengan berbagai kondisi kesehatan yang menyertai. Akan tetapi, ternyata mereka yang dapat terinfeksi tidak hanya berlatar usia yang lebih tua, atau memiliki kondisi penyakit penyerta saja. Orang muda yang tampak sehat, tak selalu mendapatkan gejala yang ringan, tetapi juga bisa saja terinfeksi dengan sakit yang parah. Virus corona baru melahirkan penyakit baru yang kini kita kenal sebagai Covid-19, dengan infeksi yang menyerang organ pernapasan serta organ-organ tubuh lainnya. Berbagai gejala yang tak biasa juga terus ditunjukkan infeksi virus yang pertama kali ditemukan di China itu. Lantas, bagaimana dampak jangka panjang infeksi virus corona ini terhadap kesehatan? Melansir ABC News, Rabu (30/9/2020) ahli virologi di Universitas Queensland, Kirsty Short mengatakan virus ini masih baru, sehingga sulit untuk menghitung berapa banyak orang yang tertular Covid-19 akan menghadapi dampak kesehatan jangka menengah atau

jangka panjang. "(Efek pada kesehatan) ini pasti terjadi, hanya saja kita tidak mengetahui seberapa umum itu terjadi, Kata Dr. Kirsty.

Covid-19 dapat merusak banyak organ dalam tubuh, di antaranya sebagai berikut. Paru-paru: Virus memasuki sel-sel pernapasan dan menyebabkan kerusakan pada organ paru. Rusaknya jaringan membuat paru-paru sulit melakukan tugasnya dalam mengoksidasi darah dan membuat orang kesulitan bernapas atau terengah-engah. Jantung: Infeksi virus corona dapat menyebabkan radang otot jantung atau gagal jantung. Jika organ ini tidak mampu memompa darah sebagaimana mestinya, maka jantung juga bisa berhenti karena kekurangan oksigen. Otak: Dampak virus ini juga dapat menyebabkan infeksi parah pada otak. Gejala neurologis juga disebabkan oleh peradangan di otak yang diakibatkan oleh pembekuan darah. Sejumlah pasien Covid-19 yang telah sembuh melaporkan merasakan kelelahan, kesulitan berolahraga, bahkan berbulan-bulan setelah pulih dari penyakit tersebut. Dr Kirsty mengatakan kelelahan pascaCovid sebenarnya terlihat pada infeksi virus lain, meski dampaknya berbeda. "Kita tahu virus Epstein-Barr yang menyebabkan demam kelenjar, juga dikaitkan dengan sindrom kelelahan kronis setelahnya," ungkap Dr Kirsty.

Virus corona tidak hanya memiliki dampak kesehatan. Dampak virus corona bagi perekonomian Indonesia juga tidak kecil. Dikutip dari CNN Indonesia, Menteri Keuangan Republik Indonesia mengatakan bahwa proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya akan mencapai 2,3%. Bahkan, dalam situasi terburuk, ekonomi bisa minus hingga 0,4%. Penyebab dari hal ini di antaranya adalah turunnya konsumsi dan investasi, baik dalam lingkup rumah tangga maupun lingkup pemerintah. Melansir tulisan dari Khairina F. Hidayani, glints.com (2020) ada beberapa dampak yang timbul akibat adanya virus corona yaitu sebagai berikut :

1) UMKM

Dampak virus corona bagi perekonomian UMKM (usaha mikro,

kecil, dan menengah) sangat nyata. Dilansir dari BBC Indonesia, hal ini disampaikan oleh Ketua Asosiasi UMKM Indonesia sendiri, yaitu Ikhsan Ingatubun. Anjuran *physical distancing* yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia membuat orang-orang tetap di rumah dan tidak pergi keluar untuk melakukan aktivitas biasanya. Salah satu kegiatan yang menghilang dari rutinitas adalah tidak berbelanja ke luar rumah melalui UMKM yang ada. Karena inilah, UMKM kesulitan membayar biaya-biaya yang ada. Hal itu seperti gaji dan honor pekerja, serta biaya-biaya operasional dan nonoperasional lainnya. Hal ini berdampak buruk, karena apabila pekerja tidak bisa menghasilkan uang, mereka terpaksa pulang kampung dan tidak punya pilihan lain. Pasalnya, mereka tidak memiliki penghasilan yang cukup untuk hidup di tempat perantauan. Mau tidak mau, pulang ke rumah adalah hal yang harus dilakukan untuk bertahan hidup.

2) Pariwisata

Agen perjalanan, hotel, transportasi, pemandu wisata, hingga restoran pun terkena dampak dari virus corona ini. Tidak hanya kamu sebagai turis lokal, anjloknya angka turis mancanegara juga merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Pekerja juga terkena dampak virus corona bagi perekonomian sektor pariwisata, dan akan membutuhkan cara menghasilkan uang dari rumah saat wabah. Hal ini terjadi karena pola yang mirip dengan lesunya industri UMKM, Dilansir dari Liputan6, World Travel & Tourism Concil memprediksi, akan ada 75 juta tenaga industri perjalanan dan pariwisata yang bisa kehilangan pekerjaan mereka.

3) Manufaktur

Dilansir dari Katadata, dampak virus corona bagi perekonomian ini memaksa perusahaan manufaktur untuk menurunkan produksinya. Ada karyawan harian yang diminta untuk libur bergantian, sehingga pendapatannya berkurang setengahnya. Apabila dirumahkan sepenuhnya, perusahaan juga harus melakukan perhitungan pesangon.

Karyawan harian juga terancam kehilangan pekerjaannya, dan berakhir "terpaksa" pulang kampung atau cari pekerjaan lain. Karena proses pengolahan berkurang, impor bahan baku juga mengalami penurunan. Selain itu, hasil akhir proses manufaktur juga akan mengalami penurunan ekspor karena penurunan permintaan dari luar negeri.

**b) Teori Lokasi**

Tarigan tahun 2006 menjelaskan, teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang *(spatial order)* kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Terkait dengan lokasi maka salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain dan sekitarnya.

Tjiptono 2008 menjelaskan, Lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Lokasi menurut Lupiyoadi (2009), berhubungan dengan di mana usaha harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (usaha): apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting.

Usaha sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2) Pemberi jasa mendatangi konsumen: dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak terlaksana dengan baik.

**c) Pengertian Pasar**

Pada mulanya istilah pasar diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk mempertukarkan barang-barang mereka, misal alun - alun desa. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu misal pasar perumahan, pasar besar dan seterusnya (Kotler, 1994).

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Di pasar tradisional pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun pengunjung bisa menjadi penjual, bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Masyarakat miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar tradisional tidak sedikit, menjadi pedagang di pasar tradisional merupakan alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di Indonesia (Masitoh, 2013).

**d) Fungsi Pasar**

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar (Herman Malono, 2011).

Adapun fungsi pasar ada tiga macam, yaitu (Sukirni, 2000 dalam Zayinul Fata, 2010):

1. Fungsi Distribusi

   Dalam kegiatan distribusi, pasar berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dengan produsen dalam melaksanakan transaksi. Pasar memiliki fungsi distribusi menyalurkan barang-barang hasil produksi kepada konsumen. Melalui transaksi jual beli, produsen dapat memasarkan barang hasil produksinya baik secara langsung maupun tidak langsung kepada konsumen atau kepada pedagang perantara lainnya. Melalui transaksi jual beli itu pula, konsumen dapat memperoleh barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya secara mudah dan cepat.

2. Fungsi Pembentukan Harga

   Sebelum terjadi transaksi jual beli terlebih dahulu dilakukan tawar menawar, sehingga diperoleh kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Dalam proses tawar menawar itulah keinginan kedua belah pihak (antara pembelidan penjual) digabungkan untuk menentukan kesepakatan harga, atau disebut harga pasar.

3. Fungsi Promosi

Pasar merupakan sarana paling tepat untuk ajang promosi, karena di pasar banyak dikunjungi para pembeli. Pelaksanaan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya memasang spanduk, membagikan brosur penawaran, membagikan sampel atau contoh produk kepada calon pembeli, dan sebaginya.

**e) Ciri – Ciri Pasar**

Menurut Kasdi (1995), ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut:

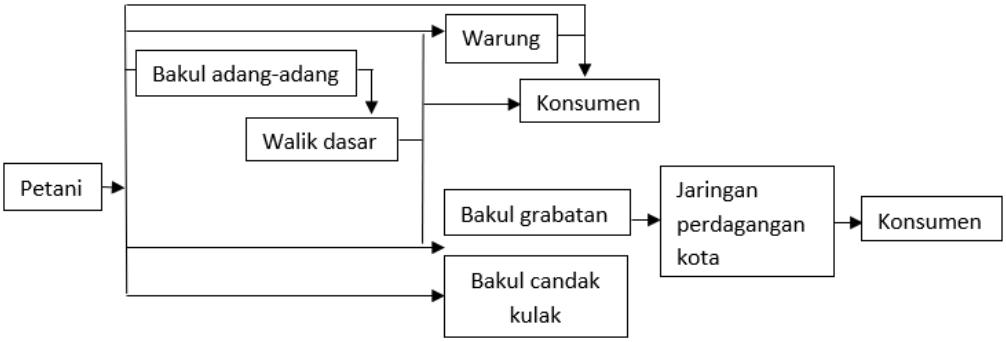
1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama.
3. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu dan daging.
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal.

**f) Jaringan Perdagangan**

Perdagangan Pasar Tradisonal 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 Tradisonal, PPK UGM 1989

**g) Karakteristik Pedagang Tradisional**

Perdagangan adalah cara yang relatif bersifat damai untuk mendapatkan 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 kepada konsumen atau pembeli dimana tempat usahanya di pasar (Wahyu Dwi Sutami, 2005)

Dalam konteks usaha mikro, pedagang Mikro adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang berskala kecil yang banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat lapisan bawah dengan sektor informal atau perekonomian subsisten, dengan cirri-ciri tidak memperoleh pendidikan formal yang tinggi, keterampilan rendah, pelanggannya banyak berasal dari kelas bawah, sebagian pekerja adalah keluarga dan dikerjakan secara padat karya serta penjualan eceran, dengan modal pinjaman dari bank formal kurang dari dua puluh lima juta rupiah guna modal pinjaman dari bank formal kurang dari dua puluh lima juta rupiah guna modal usahanya (Deperindag, dan Abdullah et, et. al: 1996).

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 :

a. *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.
b. *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 sepada belakang. Bakul grabatan memasarkan beraneka macam hasil bumi, terutama sayuran dan berbagai buah-buahan.

c. *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.

d. *Bakul pinggir mergi* merupakan pedagang atau bakul yang menjajakan barang dagangannya dengan cara menggelar di sepanjang trotoar. Pedagang tersebut umumnya menempatkan barang-barang daganganya di atas sehelai tikar atau plastik dan membuat semacam tenda yang mudah di bongkar dan di pasang kembali. Pedagang tersebut biasanya sudah mempunyai tempat mangkal yang tetap tidak berpindah-pindah.

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

langganan.

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

g. *Bakul candak kulak* merupakan pedagang yang secara langsung membeli dan mencari barang daganganya 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 di jual lagi.

h. *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 depanya dilengkapi dengan jendela besar terbuat dari beberapa bilah papan kayu. Papan –papan tersebut bisa di buka dan di pasang 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.

i. *Pedagang warung* yaitu pedagang yang bertempat pada bangunan permanen, seperti rumah tetapi sudah di modifikasi. Jenis barang

yang di jual 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.

j. *Pedagang bango* merupakan salah satu ciri pedagang yang biasanya menempati sebagian kecil dari ruangan rumah atau bahkan hanya menggunakan sebuah meja untuk meletakan barang daganganya. 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 di jual oleh pedagang bango yaitu barang makanan jadi dan bahan masakan.

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

### 1.5.2 Penelitian Sebelumnya

M. Faqih Fikri (2018) melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Jaringan Perdagangan Batik di Pasar Klewer”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik pedagang Batik di Pasar Klewer dan untuk menganalisis jaringan perdagangan Batik yang ada di Pasar Klewer. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan survey dimana data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini informasi yang didapatkan langsung dari pedagang batik.

Fitri Yulianti (2006) melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Perbandingan Potensi dan Pemanfaatan Pelayanan Pasar Wonogiri dan Pasar Ngadirojo di Kabupaten Wonogiri”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat potensi pelayanan yang disediakan Pasar Wonogiri dan Pasar Ngadirojo. Kemudian tujuan yang lain yaitu untuk mengetahui faktor apa yang berpengaruh terhadap pemanfaatan pelayanan pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Dalam metode survey informasi yang dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan kuisioner.

Eni Rosawati (2007) melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Perdagangan di Pasar Kadipolo Kecamatan Laweyan Kotamadya Surakarta”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik pedagang, pembeli dan barang dagangan di pasar Kadipolo Kecamatan Laweyan. Tujuan yang lain yaitu untuk mengetahui asal barang dagangan yang dijual di pasar Kadipolo Kecamatan Laweyan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. dalam metode ini informasi didapatkan dari responden dari sebagian populasi pedagang dengan menggunakan kuisioner.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang menganalisis tentang pedagang pasar, penelitian mempunyai beberapa persamaan dengan penelitian sebelumnya yang mana sama – sama menganalisis tentang pedagang pasar yang informasinya didapatkan dengan menggunakan kuisioner. Akan tetapi perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu kajiannya. Kajian dari penelitian ini yaitu tentang jaringan perdagangan pasar sayur sedangkan kajian penelitian sebelumnya hanya mengkaji tentang pasar secara umum.

Tabel 1.2 Penelitian Sebelumnya

| Nama | Judul | Tujuan | Data | Metode | Hasil |
|---|---|---|---|---|---|
| M. Faqih Fikri (2018) | Analisis Jaringan Perdagangan Batik di Pasar Klewer | -menganalisis karakteristik pedagang Batik di Pasar Klewer<br><br>-menganalisis jaringan perdagangan Batik yang ada di Pasar Klewer | Primer dan Sekunder | Survei | 1. Karakterisitik pedagang berdasarkan jenis kelamin yaitu 87,4%. Pedagang berdasarkan umur yang paling banyak yaitu 45-49 tahun sebanyak 16 orang. Pedagang berdarkan tingkat pendidikan yang paling banyak adalah SMA Sederajat. Pedagang dengan kategori lama berjualan yang paling banyak adalah lebih dari 10 tahun yang berjumlah 65 orang atau 68,4%.<br><br>2. Batik yang dijual di Pasar Klewer didapatkan dari beberapa pabrik dan industri rumahan yang kemudian di distribusikan kepada para pedagang lapak, PKL, kios, lalu dijual kembali kepada para konsumen yang datang ke Pasar Klewer. |
| Fitri Yulianti (2006) | Analisis Perbandingan Potensi dan Pemanfaatan Pelayanan Pasar Wonogiri dan Pasar Ngadirojo di Kabupaten Wonogiri | -mengetahui tingkat potensi pelayanan yang disediakan Pasar Wonogiri dan Pasar Ngadirojo<br><br>-mengetahui faktor apa yang berpengaruh terhadap pemanfaatan pelayanan pasar | 1.Primer<br><br>2.Sekunder | Survei | 1. Tingkat potensi Pasar Wonogiri dan tingkat potensi Pasar Ngadirojo rendah.<br><br>2. Faktor yang berpengaruh dalam pemanfaatan pelayanan pasar adalah kelengkapan barang dagangan untuk Pasar Wonogiri. Sedangkan Pasar Ngadirojo faktor yang berpengaruh adalah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh masyarakat baik primer, sekunder, maupun tersier. |

Lanjutan Tabel

| Nama | Judul | Tujuan | Data | Metode | Hasil |
|---|---|---|---|---|---|
| Eni Rosawati (2007) | Analisis Perdagangan di Pasar Kadipolo Kecamatan Laweyan Kotamadya Surakarta | - mengetahui karakteristik pedagang, pembeli dan barang dagangan di pasar Kadipolo Kecamatan Laweyan.<br><br>-mengetahui asal barang dagangan yang dijual di pasar Kadipolo Kecamatan Laweyan | Primer dan Sekunder | Survei | 1. Karaktersitik dari pedagang yaitu<br><br>-45% berumur 43-51 tahun<br><br>-46% tingkat pendidikan SMA<br><br>-60% jenis kelamin wanita<br><br>-Lama berdagang 46% lebih dari 15 tahun<br><br>2. Asal barang dagangan yaitu dari Panularan, Laweyan Klewer, Penumping, dan Sriwedari |
| Ahmad Mustafirullah (2020) | Analisis Penghasilan Pedagang dan Jaringan Perdagangan Sayur di Pasar Wilayah Kabupaten Karanganyar Sebelum dan Saat Pandemi Covid19 | -Menganalisis karakteristik pedagang sayur di Kabupaten Karanganyar<br><br>-Menganalisis variasi jaringan perdagangan sayur terhadap distribusi pasar yang ada di Kabupaten Karanganyar<br><br>-menganalisis penghasilan pedagang sebelum dan saat pandemic Covid 19 | Primer dan Sekunder | Survei | 1. Karakteristik pedagang sayur umur rata – rata pedagang yaitu 35-54 yang masih tergolong produktif.<br><br>2. Variasi jaringan pedagang sayur di pasar wilayah Kabupaten Karanganyar mempunyai tujuh variasi jaringan perdagangan supaya sayuran dari produsen dapat sampai kepada konsumen.<br><br>3. Omset pedagang sayur sebelum dan selama pandemi Covid 19 mengalami perbedaan, dimana pada saat pandemi Covid 19 omset pedagang sayur mengalami penurunan. |

**Sumber : Peneliti 2021**

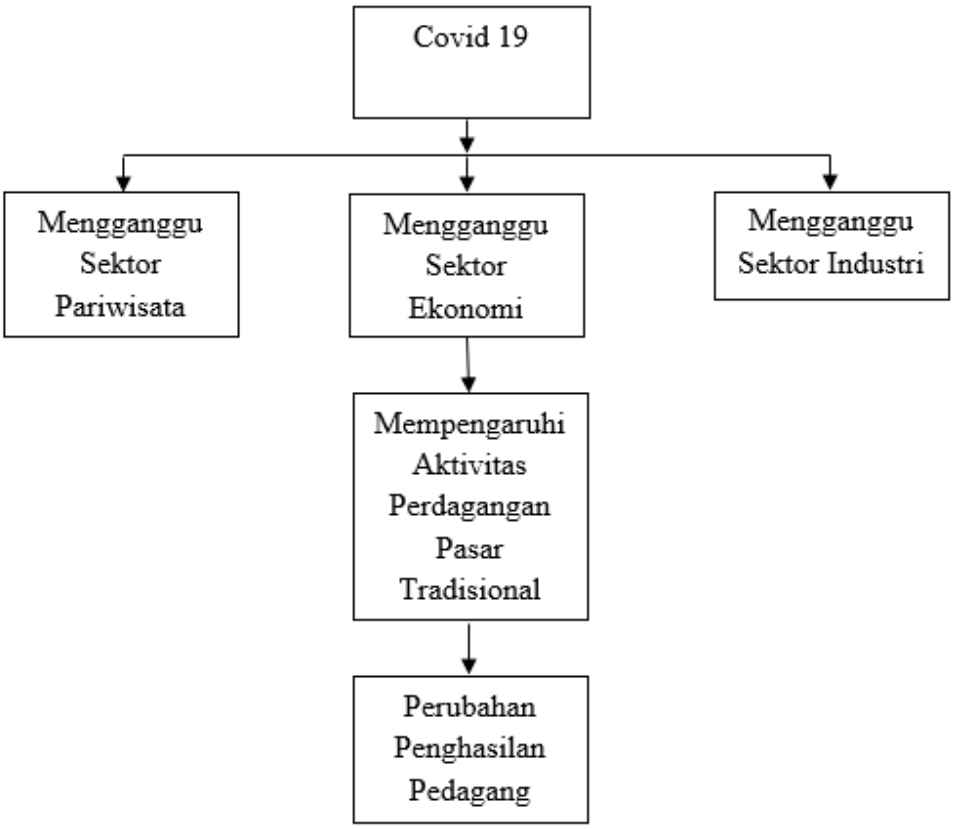
## 1.6 Kerangka Penelitian

Covid 19 merupakan virus yang membuat gempar seluruh dunia karena virus ini disebut membahayakan. Terdapat beberapa sektor yang terdampak yaitu sektor pariwisata, ekonomi, dan industri. sektor yang terdampak akibat pandemi ini salah satunya yaitu sektor ekonomi karena pada sektor ini mempengaruhi dalam kegiatan aktivitas perdagangan.

Aktivitas perdagangan merupakan kegiatan yang dapat menyebabkan kerumunan masa salah satunya yaitu aktivitas perdagangan di pasar tradisional. Akibat dari pandemi covid 19 ini maka menjadi dampak yang serius karena masyarakat yang ingin berbelanja menjadi takut untuk berbelanja di pasar tradisional yang mengakibatkan para pedagang mengalami penurunan omset dan penghasilan karena sepi dari pembeli.

Perubahan penghasilan pedagang saat adanya pandemi covid 19 menjadi hal yang serius bagi para pedagang pasar tradisional karena pedagang mengalami penurunan penghasilan. Masyarakat banyak yang takut untuk berbelanja di pasar sehingga mereka lebih memilih untuk berbelanja di toko atau warung yang dekat dengan rumahnya. Akibatnya hal ini menjadi masalah di sektor ekonomi karena para pedagang tradisional dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari mengandalakan hasil jualannya.

Pasar merupakan tempat untuk pedagang dalam melakukan transaksi terhadap pembeli. 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 di jual pedagang di pasar biasanya berasal baik dari hasil pertanian maupun non pertanian. Pedagang biasanya mempunyai karakteristik tertentu dalam melakukan kegiatan berdagangnya, baik dari segi umur pedagang, jenis kelamin pedagang, asal tempat tinggal pedagang, pendidikan terakhir pedagang, dan penghasilan pedagang.




**Gambar 1.2** Bagan Kerangka Penelitian

Sumber: Peneliti 2020

## 1.7 Batasan Operasional

1) Barang dagangan adalah semua barang yang di peroleh dari hasil pertanian maupun industri dengan tujuan untuk di jual (Kutanegara.DKK,1989).
2) 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).
3) 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).
4) 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 (Ahmadi, 1995 dalam Edi priyanto, 2005)Perdagangan adalah aktivitas jual beli untuk menukarkan uang dengan barang non pertanian maupun pertanian di tempat pelayanan perdagangan yaitu pasar, toko, warung.
5) Perdagangan adalah aktivitas jual beli untuk menukarkan uang dengan barang non pertanian maupun pertanian di tempat pelayanan perdagangan yaitu pasar, toko, warung.
6) Pembeli adalah orang yang membeli/ menukarkan uang dengan barang di tempat perdagangan, seperti pasar, toko maupun warung (Salim Agus, 1983 dalam Edi priyanto, 2005).
7) Penawaran merupakan kebiasaan di pasar walaupun belum tentu sebanding dengan mutunya (Ibrahim Suliman,1988).
8) 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).
9) 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).