

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar adalah satu dari sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial, dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang, (Buku Pengantar Bisnis karya M.Fuad 2006). Pasar sudah menjadi bagian yang lekat dengan kehidupan kita sehari-hari. Kita mendapatkan barang-barang kebutuhan baik pangan maupun pakaian dari pasar. Bermulai dari pasarlah suatu kegiatan perdagangan berjalan. Sebagian dari kita juga menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari pasar, maka dari itu keberadaan pasar sangatlah vital bagi masyarakat serta bagi perekonomian. Dalam bidang ekonomi, pasar tidak diartikan sebagai tempat melainkan lebih mengutamakan pada kegiatan jual beli tersebut. Pasar juga berfungsi sebagai stabilitas harga, dimana harga pasar dijadikan tolak ukur pengukuran inflasi dan penentu kebijakan pemerintah. Sedangkan menurut (William J Stanton 1993) pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, dan memiliki kemauan untuk membelanjakan uang. Setiap barang ekonomi mempunyai pasarnya sendiri-sendiri

Geografi adalah ilmu yang menjelaskan mengenai persamaan dan perbedaan fenomena bumi yang dilihat dalam konteks keruangan. Sebagai contoh mengungkapkan bahwa geografi menjadi ilmu dalam menerangkan sifat-sifat bumi baik dalam analisa gejala alam atau makhluk hidup mengenai corak khas kehidupan dengan pendekatan keruangan (Ikatan Geografi Indonesia IGI 1988). Oleh karena itu penerkaan geografi jauh lebih dominan pada keruangan yang saling berkaitan dengan obyek di permukaan bumi dan analisa keruangan yang perlu diperhatikan adalah penyebaran ruang, dan penyediaan ruang yang akan digunakan untuk segala aktifitas didalamnya yang saling berkaitan, dikarenakan geografi mempelajari persamaan dan

perbedaan geosfir baik dari segi pandang wilayah serta lingkungan itu sendiri (Bintarto 1991)

Pendekatan keruangan yang dimaksud dalam penelitian ini dapat dilihat melalui fenomena yang mempelajari penggunaan ruang serta hubungan timbal balik manusia dengan lingkungan, serta penyediaan ruang yang digunakan, ruang yang di maksud adalah pasar Nguter yang digunakan sebagai suatu tempat kegiatan perdagangan, atau sebuah aktivitas yang dilakukan (*humans*) manusia ,pendekatan ini ditekankan pada sebuah aktivitas manusia dalam sebuah ruang untuk mengungkapkan aktivitas manusia di tinjau dari penyebaran, interelasi, dan deskripsinya dengan suatu gejala-gejala lain yang berkenaan dengan aktivitas tersebut, buku studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisis Keruangan (Nursid Sumaatmadja 1981)

Pasar Tradisional adalah dimana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas,di kelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah yang termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha seperti kios, toko, los, dan tenda-tenda kecil yang di kelola atau disewa oleh pedagang kecil, menengah, swadaya atau koperasi dengan usaha skala kecil (Permendag No. 53 Tahun 2008). Pasar modern memiliki perbedaan dengan pasar tradisional, pasar modern dimana produknya atau barang dan jasa dijual dengan harga pas, memiliki label (bercode), dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga (Permendag No. 53 Tahun 2008)

Kepuasan konsumen yang timbul baik senang maupun kecewa dari seseorang karena membandingkan ekspletasi dengan hasil kinerja dan kualitas. Kaum milenial yang mengikui perkembangan zaman akan memilih pusat pembelanjaan dengan mengutamakan kualitas suatu barang, dan pada dasarnya kepuasan terkait dengan apa yang melekat pada produk atau jasa yang dihasilkan. Minimarket, Hypermarket, dan Supermarket adalah sebuah

saingan berat bagi pasar tradisional, pusat perbelanjaan tersebut dikhawatirkan akan mematikan keberadaan pasar tradisional yang merupakan refleksi dari ekonomi kerakyatan (Saraswati, S.H 2007). Pasar modern sendiri memiliki berbagai keunggulan diantaranya; produk yang ditawarkan lebih murah, memiliki banyak pilihan suatu produk, kualitas produk terjamin, selalu mengutamakan kebersihan dari segi barang maupun tempat perbelanjaan, dan operasional kerja yang hampir 14jam/hari tentunya akan menambah daya tarik sendiri bagi konsumen.

Kabupaten Sukoharjo dalam skala Jawa Tengah memiliki peranan yang penting dalam proses pertumbuhan wilayah di Jawa Tengah. Melihat dari segi geografis Bengawan Solo membelah kabupaten ini menjadi dua bagian; Bagian utara pada umumnya merupakan dataran rendah dan bergelombang, dan bagian selatan dataran tinggi dan pegunungan. Daerah perbatasan utara merupakan daerah perkembangan Kota Surakarta, mencakup kawasan Grogol dan Kartasura. Kartasura sendiri merupakan persimpangan jalur Surabaya-Solo-Yogyakarta dengan Solo-Semarang. Kabupaten Sukoharjo dilintasi jalur kereta api Solo-Wonogiri, yang dioperasikan kembali pada tahun 2004 setelah puluhan tahun tidak difungsikan (SOLOPOS.com, 3 Juni 2014)

Pemerintahan Kabupaten Sukoharjo terus berupaya mempertahankan pasar tradisional dengan melakukan perombakan pada bangunan arsitektur dengan tujuan ciri khas dari suatu daerah itu akan timbul atau terbentuk, ini diharapkan menjadi salah satu ikon tersendiri bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara, tentunya hal ini akan membuat para pedagang di pasar tradisional dapat mengambil manfaat dari perubahan pembangunan itu (TEMPO.CO, 19 Maret 2019)

Sektor pembangunan pasar merupakan kepedulian pemerintah terhadap perekonomian masyarakat kecil dalam bidang usaha, salah satunya pasar Nguter yang berlokasi di jalan Raya Nguter, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo. Pasar Nguter juga memiliki julukan lain pasar jamu atau merupakan sentra jamu yang terkenal di Kabupaten Sukoharjo. Pasar tersebut mempunyai spesifikasi khusus tentang berbagai macam jamu dan tentu pada

umumnya suatu pasar juga menjual berbagai macam kebutuhan pokok masyarakat.

Sekitar tahun 1940-an, para pedagang memutuskan menetap disuatu tempat di suatu lokasi pasar tradisional dan tempatnya juga belum cukup besar yaitu yang sekarang lebih dikenal sebagai pasar Nguter. Dan sekitar tahun 1950, pemerintah mulai membangun pasar yang berada di dusun Nguter dan secara resmi dinamakan pasar Nguter dengan luas lokasi pasar setengah dari luas lahan pasar Nguter saat ini. Kemudian mengalami pembangunan pada tahun 2013 sampai 2014 ,di 2014 pasar Nguter mulai beroperasi. Pasar Nguter sampai saat ini masih mempertahankan ciri khasnya sebagai satu-satunya pasar yang menjual berbagai macam produk jamu dan secara turun temurun. Sentra ini telah ditetapkan sebagai daerah industri sesuai arahan RTRW Kabupaten Sukoharjo tahun 2011-2025 dan juga ditetapkan sebagai kampung jamu oleh Kementrian Kesehatan sekaligus terdapat pasar penjualan jamu. Pasar Nguter beroperasi setiap hari Senin sampai dengan Minggu dan jam operasi pukul 06.00 sampai dengan pukul 14.00 akan tetapi jam tersebut tidak menentu dimana terdapat para pedagang yang sudah datang pukul 05.00 pagi kebanyakan pedagang yang sudah beroperasi merupakan pedagang sayuran dan kebutuhan pokok rumah tangga (Intisariyuliana, 24 Juni 2017)

Tetapi puluhan kios di lantai 2 di Pasar Jamu Nguter Sukoharjo diketahui tak pernah buka sejak 2014 lalu, kios tersebut sudah lama ditinggal pemiliknya sejak pasar tersebut mulai ditempati lebih dari lima tahun lalu, Lurah Pasar Jamu Nguter, Tri Sukrisno, mengatakan sejak mulai ditempati hingga saat ini kios maupun los di lantai 2 pasar tersebut tak pernah buka. Dia mengatakan kios kosong sebagian besar berada di lantai 2 “Ada yang ditinggal pemiliknya ada juga yang belum ada peminatnya” katanya saat berbincang dengan wartawan pada kamis (SOLOPOS.com 2020). Menurut Tri Sukrisno, masyarakat enggan menyewa kios di lantai 2 Pasar Nguter Sukoharjo karena takut sepi pembeli dan berbagai alasan pengunjung tidak mau naik sehingga pedagang enggan menempati los dan kios di sana. Salah satu pedagang bahan

jamu di Pasar Nguter mengatakan kondisi pasar ramai hanya di lantai 1, pembeli enggan naik ke lantai 2 sehingga banyak kios dan los di lantai itu yang kosong atau tutup.

Tabel 1.1 Jenis Bangunan Di Pasar Nguter

No	Jenis Bangunan	Jumlah	Tarif retribusi/hari	Ukuran(m)
1	Kios	110	Rp. 2000	4 x 3
2	Los	165	Rp. 1000	2 x 2
3	Kantor pasar	1	-	5 x 4
4	Mck	6	-	2 x 3
5	Mushola	1	-	4 x 6
6	Pos keamanan	1	-	2 x 2
7	Parkiran	1	Rp. 2000	7 x 4

Sumber : Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Sukoharjo Tahun 2020

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa Pasar Nguter memiliki 7 macam bangunan yaitu terdiri dari kios berjumlah 110 dengan tarif retribusi Rp.2000/hari, dengan luas 4 x 3 m untuk satu kios, los 165 dengan luas 2 x 2 m untuk satu los dengan tarif retribusi Rp.1000/hari, memiliki kantor pasar 1, mck 6, Mushola 1, Pos keamanan 1 dan 1 parkiran dengan tarif Rp.2000

Pasar tradisional merupakan aset pemasukan bagi suatu daerah dan tentunya sebagai sumber mata pencaharian, dimana masyarakat dari semua kalangan mencari suatu kebutuhan sandang,pangan. Tentunya masyarakat sekitar juga memanfaatkan pasar sebagai sumber penghasilan didalamnya dengan berjualan bermacam-macam barang, hasil tani maupun diambil dari berbagai tempat jauh ataupun dekat, pasar tradisional juga menjadi sarana penyerap tenaga yang kurang terdidik baik berasal dari Kabupaten Sukoharjo

maupun luar kota seperti Wonogiri, Karanganyar, dan konsumen yang berdatangan dari dalam ataupun luar daerah untuk membeli barang dagangan perlu adanya identifikasi dan membenahi tingkat pelayanan pasar untuk meningkatkan suatu daya saing pasar tradisional yang semakin tertinggal dari pasar modern, pemberdayaan pedagang di pasar tradisional dapat dilakukan antara lain dengan membantu akses kepada informasi, pemodaln usaha, hubungan dengan produsen atau supplier (pemasok), serta mengetahui ancaman dan peluang usaha, semua itu dilakukan agar pasar tradisional terhindar dari kepunahan keberadaanya di Indonesia, serta sudah sejauh mana pasar memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen pada saat kegiatan jual beli berlangsung untuk itu perlu dilakukan perbaikan antara lain, dengan pembenahan fisik yang mencakup perbaikan area penjualan (fasilitas), sirkulasi udara, tingkat kebersihan pasar, air bersih dan pencahayaan, tentunya hal ini akan membuat konsumen merasa betah dan berlama-lama di dalam pasar (Meidia Rizki Yolanda 2016)

Dalam kasus ini adalah pasar tradisional Nguter Kabupaten Sukoharjo, berdasarkan uraian yang telah diuraikan dengan pertumbuhan penduduk yang semakin bertambah dan sulitnya perekonomian yang dialami oleh masyarakat serta lokasi pasar sebagai sumber mata pencarian, maka penulis mengambil judul penelitian: **“KETERJANGKAUAN PELAYANAN PASAR NGUTER KECAMATAN NGUTER KABUPATEN SUKOHARJO”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas, maka terdapat rumusan masalah, diantaranya :

1. Bagaimana karakteristik Pedagang dan Pembeli Pasar Nguter, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo?
2. Bagaimana persebaran (asal pedagang, asal barang dagangan, asal pembeli) di pasar Nguter, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui karakteristik Pedagang dan Pembeli Pasar Nguter, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo
2. Mengetahui persebaran (asal pedagang, asal barang dagangan, asal pembeli) di pasar Nguter, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Memberikan informasi kepada pihak-pihak yang terkait mengenai karakteristik serta pelayanan pasar tradisional Nguter, Kabupaten sukoharjo
2. Sebagai informasi dan bahan referensi bagi penelitian berikutnya

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan salah satu dari bagian kehidupan sosial ekonomi yang berkembang dalam masyarakat terutama bagi kalangan yang berpenghasilan menengah kebawah, dimana terdapat berbagai penjual, pembeli, dan pegawai pasar, dimana masyarakat mencari kebutuhan dan penghasilan didalam pasar, dengan berjualan dari hasil kebun atau tani maupun diambil dari berbagai tempat masyarakat mampu memutarakan roda perekonomian mereka, kegiatan tukar menukar barang oleh pembeli tentunya masih melekat pada pasar tradisional untuk melengkapi kebutuhan rumah tangga, serta pegawai yang melakukan aktivitas yang menunjang keamanan, kebersihan dan pelayanan terhadap penjual atau pembeli yang membutuhkan pelayanannya.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan 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 sayur, ikan, buah, telur, daging, pakaian dan elektronik.

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 th 2012, bab II, pasal 4 pasar tradisional memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli
3. Tempat usaha yang beragam pada satu lokasi yang sama.
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berasal dari lokal daerah

Kriteria diatas menunjukkan karakter pasar tradisional, akan tetapi terdapat pelaku lain dalam pasar tradisional, seperti buruh panggul, petugas kebersihan, petugas parkir dan preman pasar yang menunjukkan ciri khas pasar tradisional, karena berlokasi di ruang terbuka dengan berbagai macam aktifitas manusia didalamnya.

Menurut Irwan Abdulah (1989), Peranan pasar dalam kehidupan sehari-hari dapat disimpulkan sebagai berikut:

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

Menurut Ananta Heri, S.E. M.M. dkk, Menahan Serbuan Pasar Modern: 94-96, komponen pasar tradisional memiliki pelaku kegiatan yaitu:

1. Pedagang

Pedagang pasar adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang dan atau jasa yang

menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya

2. Pembeli

Pembeli atau konsumen pasar adalah semua golongan yang datang dengan tujuan untuk mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya dengan harga murah dan dengan pelayanan langsung.

3. Penunjang pasar

- a. Pemerintah sebagai pemberi izin berdiri serta beroperasinya pasar
- b. Swasta pedagang penyewa tempat, pelaksana pembangunan pasar
- c. Pengelola melaksanakan pembangunan, pengelola pemasaran tempat, pengelola distribusi barang dan stabilitas harga
- d. Bank memperlancar kegiatan ekonomi

Penelitian ini adalah pendekatan keruangan yang dilakukan dengan menyangkut perbedaan antar lokasi mengenai aspek-aspek yang terkait yang berhubungan antara manusia dengan manusia, serta manusia dengan ruang yang ada, maka terdapat analisis yang akan di kaji mengenai faktor yang terkait dalam pola penyebaran untuk menjadikan pola tersebut lebih efektif, oleh sebab itu yang harus diperhatikan adalah penyebaran penggunaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai kegunaan yang di rencanakan.

1.5.2 Tingkat pelayanan

Tingkat Pelayanan pasar yaitu sejauh mana pasar dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan untuk melakukan kegiatan jual beli baik dari segi fasilitas, kebersihan, akses menuju pasar, serta sejauh mana pasar dapat melayani pembeli dan sejauh mana barang yang didapatkan untuk dijual di pasar dalam kasus ini adalah pasar tradisional Nguter. Kualitas Tingkat pelayanan (Service Quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan maupun penyedia jasa. Perspektif pengukuran kualitas jasa dapat

dikelompokan menjadi dua: internal dan eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal diartikan sebagai *zero defect*, sedangkan perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan konsumen, sikap pelanggan dan *customer delight* (Tjiptono, 2016)

1.5.3 Keterjangkauan

Keterjangkauan adalah kemudahan akses jarak tempuh menuju suatu titik. Dalam kata lain keterjangkauan adalah jarak yang mampu dicapai dengan maksimum dari satu wilayah ke wilayah lain. Keterjangkauan tidak hanya tergantung pada jarak tetapi juga tergantung pada sarana dan prasarana penunjang (*Rosydahnira, 2013*). Sedangkan menurut *Suharyono dan Moch. Amien (1994)* terdapat 10 konsep geografi diantaranya konsep lokasi, jarak, keterjangkauan, pola, morfologi, aglomerasi ketergunaan, difererensi are, interaksi dan keterkaitan keruangan.

1.5.4 Pedagang

Pedagang pembeli, serta barang dagangan yang diperjual belikan di pasar, yang didapatkan dari berbagai daerah bahkan sampai keluar kota, yang kemudian dijual ke pasar Nguter, terkait barang dagangan, sejauh mana pedagang mensuplai barang dagangan, sehingga dapat diketahui sejauh mana barang tersebut didapatkan dengan cara melakukan observasi, serta kuesioner yang diberikan ke pedagang tersebut, maka dapat dipetakan asal barang dagangan yang dijual belikan di pasar Nguter. Pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa dipasar (Pemkot Yogyakarta, 2009)

1.5.5 Pembeli

Pembeli adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang di dapatkan dengan melakukan transaksi jula beli dalam hal ini barang yang ada di pasar, untuk melengkapi kebutuhan pangan, papan,

serta sandang. Pembeli juga berasal dari berbagai daerah meski kebanyakan berasal dari daerah sekitar pasar tradisional Nguter, oleh karenanya pembeli juga dijadikan populasi dalam penelitian ini, dengan mengetahui daerah asal pembeli dengan cara observasi serta memberikan kuesioner pembeli, dengan begitu dapat dipetakan daerah asal pembeli yang melakukan kegiatan berbelanja dipasar Nguter, Pembeli atau Konsumen, yakni orang mengetahui semua fakta dan secara logis membandingkan pilihan yang ada berdasarkan biaya dan nilai manfaat yang diterima untuk memperoleh kepuasan terbesar dari uang dan waktu yang mereka korbankan (McCarthy & Perreault, 1995:198).

Menurut Winardi (1989), Distribusi merupakan sekumpulan perantara yang terhubung erat antara satu dengan yang lainnya dengan kegiatan penyaluran produk-produk kepada konsumen (pembeli).

Geografi Ekonomi adalah aspek keruangan struktur ekonomi manusia antara lain termasuk di dalamnya bidang pertanian dalam arti luas seperti pertambangan, industri, perdagangan, pelayanan, transportasi, dan komunikasi. Menurut Miller dan Renner (1957) mengemukakan geografi ekonomi adalah studi tentang aktivitas-aktivitas ekonomi dan hubungannya dengan lingkungan fisik

1.5.6 Wilayah dan Pengembangan Wilayah

Geografi merupakan studi yang mempelajari fenomena geosfer yang berupa alam dan manusia dan keterkaitan keduanya baik fisik maupun lingkungan hidup lainnya serta seluruh aspek-aspek yang terkait di permukaan bumi dengan menggunakan pendekatan keruangan, kelingkungan, dan kompleks wilayah, (Bintarno dan Surastopo, 1979)

Menurut Bintarno dan Surastopo (1979) ada tiga pendekatan geografi yaitu:

1. Pendekatan Keruangan

Pendekatan ini mempelajari perbedaan lokasi mengenai sifat-sifat

penting. Dalam analisis keruangan ini yang harus diperhatikan adalah penyebaran penggunaan ruang yang ada, dan penyediaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai kegunaan yang direncanakan. Dalam analisis keruangan ini dapat dikumpulkan data lokasi yang terdiri dari data titik (point data) dan data bidang (areal data). Data titik digolongkan ketinggian tempat, sempel batuan, dan sempel tanah. Data bidang digolongkan menjadi luas hutan, luas daerah pertanian, luas padang alang-alang dan sebagainya.

2. Pendekatan Kelingkungan

Studi mengenai interaksi antara organisme hidup dengan lingkungan disebut ekologi. Oleh karena itu untuk mempelajari ekologi seseorang harus mempelajari organisme hidup, seperti manusia, hewan dan tumbuhan serta lingkungannya seperti hidrosfer, litosfer, dan atmosfer. Selain itu organisme hidup dapat pula mengadakan interaksi dengan organisme hidup yang lain. Pendekatan ekologi ini manusia tidak hanya tertarik kepada tanggapan dan penyesuaian terhadap lingkungan fisikalnya tetapi juga tertarik kepada interaksinya dengan manusia lain yaitu ruang sosialnya tidak hanya fisikalnya tapi juga tertarik kepada interaksinya dengan manusia yaitu ruang sosialnya.

3. Pendekatan Komplek Wilayah

Kombinasi antara analisa keruangan dan analisa ekologi disebut komplek wilayah. Pada analisa sedemikian ini, wilayah-wilayah tentu didekati atau dihampiri dengan pengertian areal differentiation, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar wilayah akan berkembang karena pada hakekatnya suatu wilayah berbeda dengan wilayah lain, oleh karena terdapat permintaan dan penawaran antar wilayah tersebut. Pada analisa sedemikian diperhatikan pula mengenai penyebaran fenomena tertentu (analisa keruangan) dan interaksi antar variabel manusia dan lingkungannya untuk kemudian dipelajari kaitannya (analisa ekologi).

Pendekatan keruangan yang di maksud adalah lokasi pasar Nguter yang digunakan sebagai tempat perdagangan, serta aktivitas yang dilakukan manusia, karena pendekatan ini di tekankan pada aktivitas manusia (human activities) dalam sebuah ruang lingkup untuk mengungkapkan aktivitas manusia ditinjau dari penyebarannya, interelasinya, dan deskripsinya dengan gejala-gejala lain yang berkenaan dengan aktivitas tersebut.

Interaksi keruangan merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam geografi karena menyangkut berbagai keterkaitan antara gejala soisial (manusia) dengan lingkungan yang ada di dalamnya. Hal menunjukan bahwa interaksi keruangan sangat berhubungan dengan manusia yang menjadikan interaksi itu bersinggungan dengan keputusan dan kegiatan manusia, mengenai interelasinya, dan deskripsinya dengan gejala-gejala lain yang berkenaan dengan aktivitas tersebut.

Interaksi keruangan merupakan keadaan saling mempengaruhi dan ketergantungan antara komponen ruang muka bumi, baik antara faktor alami, faktor alam dengan manusia, alam dengan kondisi sosial budaya, yaitu dengan mengolah ruang itu sendiri dengan potensi dan permasalahan yang terkait dengan kerungan di sekitarnya

Konsep

Menurut Edward Ullman 1980, ada tiga faktor yang mendasari atau mempengaruhi timbulnya interaksi antar wilayah, sebagai berikut:

1. *Regional Complementary*

Terdapatnya wilayah-wilayah yang berbeda dalam ketersediaan atau kemampuan sumber daya. Di satu pihak ada wilayah yang kelebihan (surplus) sumber daya, seperti produksi pertanian dan bahan galian, dan di lain pihak ada daerah yang kekurangan (minus) jenis sumber daya alam tersebut. Secara sederhana yaitu wilayah-wilayah yang saling melengkapi.

2. *Intervening Opportunity*

Adanya faktor yang menghambat interaksi antar wilayah, sehingga harus diisi wilayah lain untuk memenuhi kebutuhannya.

3. *Spatial Transfer Ability*

Yaitu adanya kemudahan transfer atau pemindahan dalam ruang. Fungsi jarak yang diukur dalam biaya dan waktu dan waktu yang nyata, juga termasuk karakteristik yang khusus barang yang ditransfer atau pemindahan yang dilakukan dalam ruang

Pendekatan keruangan menyangkut pada data lokasi yang terdiri data titik(point data) dan data bidang(areal data) dan yang termasuk dalam data titik adalah data ketinggian tempat dan data sampel batuan, data sampel tanah, dan sebagainya sedangkan yang termasuk data bidang adalah data luas hutan, dan padang ilalang dan lainnya(Bintarto dan Hadisumarmo, 1979).

Menurut Rahardjo Adisasmita 2008, Teori simpul jasa distribusi menggunakan pendapatan arus barang berpijak pada hasil pengenalan atas faktor penentu lokasi kemudahan dalam pengertian ini kemudahan menepati kedudukan yang sentral karena merupakan sumber dorongan bagi pengembangan kegiatan usaha yang bersifat mukti sektoral serta memberikan arti dari pendapatan dianggap pula sebagai sumber rangsangan bagi tumbuhnya dinamika masyarakat yang memungkinkan terwujudnya daya pengembangan wilayah yang universal sifatnya.

Ilmu geografi dikaji masalah peta yang secara sederhana merupakan kenampakan bumi dalam bidang datar yang diskalakan. Menurut ICA dalam Sinaga, 1995 peta adalah suatu representasi atau gambaran unsur-unsur atau kenampakan-kenampakan abstrak, yang dipilih dari permukaan bumi, atau yang ada kaitanya dengan permukaan bumi atau benda-benda angkasa, dan umumnya digambarkan pada bidang datar dan diperkecil atau diskalakan. Dengan demikian secara umum peta memiliki berbagai macam

manfaat salah satunya perencanaan serta menegemen suatu wilayah yang kemudian dianalisis serta diolah sehingga mendapatkan hasil terhadap peta tersebut. Seperti contohnya dalam penelitian ini akan dipetakan wilayah kecamatan Nguter kabupaten sukoharjo yang menunjukkan lokasi penelitian yaitu pasar Nguter, serta asal barang yang diperjual belikan oleh pedagang, dan asal pembeli yang membeli barang dagangan di pasar tersebut, sehingga kemudian dilakukan analisis secara kualitatif mengenai ingkat pelayanan pasar tersebut .

1.5.7 Lokasi

Lokasi yang saling berhubungan didalam pola keruangan antara pasar Nguter dengan daerah yang berada disekitarnya maka dapat dikaji seberapa besar pengaruh faktor persebaran antara kegiatan manusia, dengan lokasi pasar yang menjadi unit analisis penelitian untuk menjadikan pola tersebut lebih efektif. Peta persebaran daerah asal barang dagangan serta sebaran daerah asal pembeli yang kemudian dijadikan sebagai analisis untuk mengetahui karakteristik pasar Nguter dan juga analisis guna mengetahui sejauh mana pasar tersebut dapat melayani pembeli sehingga diketahui keruangan yang terkait anatar pasar tersebut dengan pelaku pasar menjadikan hal ini sebagai penekanan dari hasil penelitian yang dilakukan.

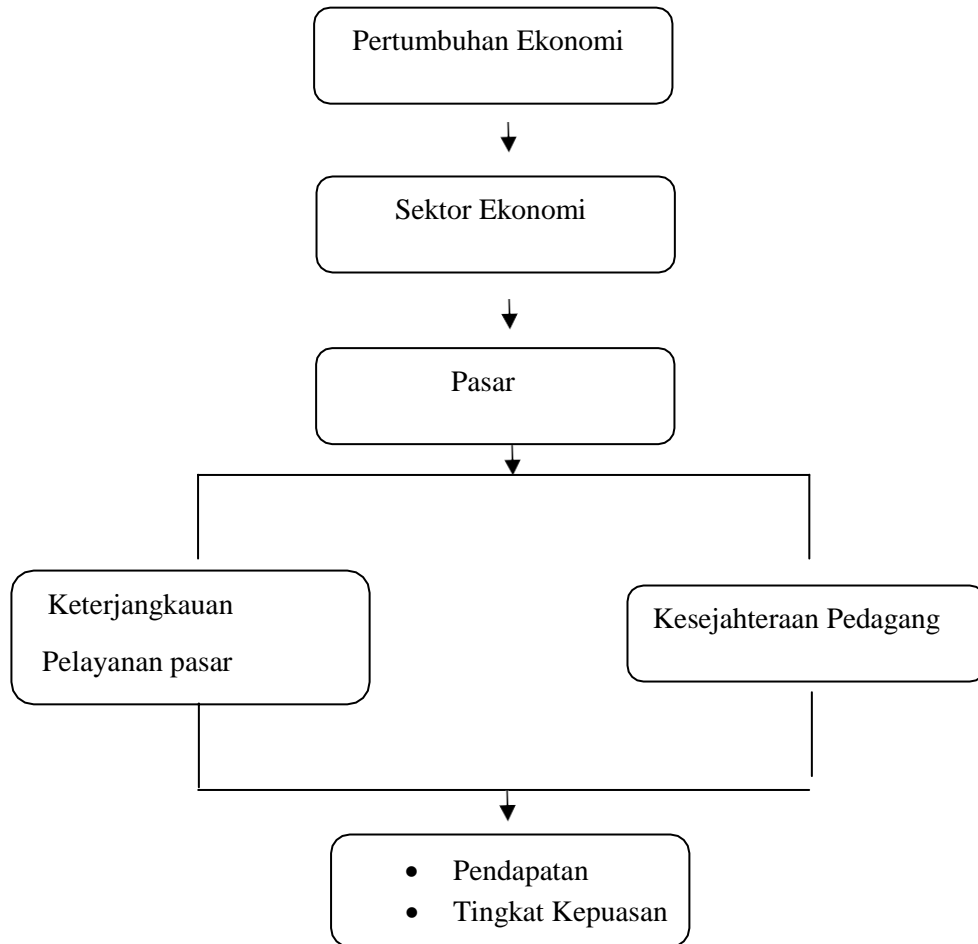
Tabel 1.2
Ringkasan Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
1	Tri Yulianto, 2008	Analisis Keruangan Pasar Burung Di Pasar Ngasem Daerah Istimewa Yogyakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik Pasar Burung Ngasem hubungannya dengan kompleksitas ruang di sekitarnya 2. Mengetahui sumbangan pendapatan dari berdagang burung terhadap pendapatan keluarga. 3. Mengetahui persebaran daerah asal pembeli dan hubungan antara jenis burung yang dibeli dengan pendapatan pembeli. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada para pedagang yang dikerjakan secara sistematis. 2. Angket (kuesioner) instrument pengumpulan data atau informasi yang dituangkan kedalam bentuk pertanyaan 3. Survei dengan mendatangi langsung lokasi penelitian 	Pasar berada di lokasi yang strategis, burung dagangan berasal dari luar daerah, umur pedagang berusia 43-51 tahun, pendidikan smp, daerah asal sebagian besar dari daerah Kraton, pendapatan Rp.1000.000/bulan.

			4. Mengetahui persebaran daerah asal pedagang burung di pasar Ngasem		
2	Novan Andri dk, 2013	Analisis keruangan Pasar Tradisional Prambanan Di Kecamatan Pramabanan Kabupaten Sleman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui potensi kesesuaian ruang lokasi pasar tradisional Prambanan, Sleman 2. Mengetahui daerah asal pasokan barang, asal pedagang, dan daerah asal pembeli di pasar tradisional Prambanan 3. Mengetahui hubungan antara jenis barang dagangan dengan pendapatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuesioner (memperoleh informasi dengan memajukan pertanyaan langsung terhadap responden) 2. Wawancara dengan menggunakan pertanyaan langsung kepada responden. 3. Analisis peta dengan metode komperasi. 	<p>Dari aspek lokasi pasar menempati tempat yang strategis, dekat dengan fasilitas umum, sebagian besar barang dagangan berasal dari Jawa Tengah (75%) dari DIY (25%) dari Klaten boyolali (5,6%) dan Sleman (31,9%), dan jenis barang dagangan berpengaruh terhadap pendapatan, untuk pembeli dari kabupaten Sleman (63,9%) dan Klaten (36,1%)</p>

3	Agung Adi Purnomo, 2020	Tingkat Pelayanan Pasar Nguter Kecamatan Nguter Kabupaten Sukoharjo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik Pasar Nguter, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo 2. Mengetahui tingkat pelayanan(asal pedagang, asal barang dagangan, asal pembeli) di pasar Nguter, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengumpulkan data dengan kuesioner mengajukan pertanyaan kepada responden 2. Survei mendatangi lokasi penelitian 	
---	-------------------------	---	---	--	--

Sumber: Peneliti.2020



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber : Peneliti.2020

1.6 Kerangka Penelitian

Pedagang merupakan Aktivitas atau kegiatan jual beli yang dilakukan oleh manusia guna untuk mendapatkan keuntungan, didalamnya terdapat penjual, pembeli serta barang yang didagangkan. Dalam penelitian yang akan di teliti ini membahas mengenai pedagang dan pembeli di Pasar Nguter Kecamatan Nguter Kabupaten Sukoharjo, dimana penelitian ini menyinggung keterjangkauan pelayanan yang dilakukan oleh para pedagang dan pembeli yang ada di lokasi tersebut.

Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu indikasi suatu kesejahteraan semakin tinggi pertumbuhan ekonomi menandakan semakin tinggi pula kesejahteraan masyarakat, dilihat dari sektor ekonom, salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi berada pada sektor perdagangan salah satunya di pasar, suatu tingkat pelayanan yang baik juga akan mendorong kesejahteraan pedagang dan akan menambah minat pembeli untuk terus berdatangan, tentunya hal tersebut akan menambah pendapatan pedagang sekaligus membuat nama pasar Nguter menjadi baik.

1.7 Batasan Operasional

- **Pasar adalah** tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang mempunyai uang untuk membeli barang dengan harga tertentu(Peraturan Republik Indonesia Nomer 112 Tahun 2007).
- **Pasar Tradisional** adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar(Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomer 112 Tahun 2007).

- **Pedagang** adalah orang yang melakukan usaha melakukan usaha berjualan barang/usaha yang diproduksi sendiri maupun kelompok.
- **Analisa keruangan** adalah mempelajari perbedaan lokasi mengenai sifat penting atau sifat penting (Hagget, 1972 dalam Bintarto, 1979)
- **Interaksi** adalah kontak hubungan antara dua wilayah atau lebih yang dapat menimbulkan gejala atau masalah baru (Bintarto, 1979)
- **Peta** adalah suatu representasi atau gambaran unsur-unsur kenampakan abstrak yaitu, dipilih permukaan bumi atau yang ada kaitannya dengan permukaan bumi atau benda-benda angkasa dan pada umumnya digambarkan pada suatu bidang datar dan diperkecilkan atau diskalakan (Agus Dwi Martono, 1998)
- **Barang dagangan** adalah semua barang yang diperoleh dari hasil pertanian maupun industri dengan tujuan untuk dijual (Kutanegara.Dkk, 1989)