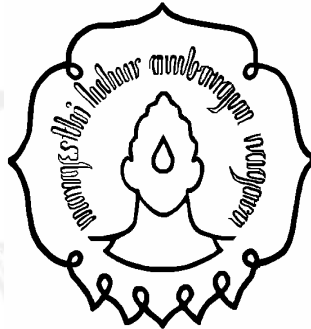


POLITIK EKSTISTENSI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL

(Studi Kasus Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Pasar Tradisional

di Pasar Palur Kabupaten Karanganyar)



Disusun Oleh :

DEWANGGA SAPUTRA

NIM D 0305022

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Sosiologi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2010

PERSETUJUAN

Telah Disetujui Untuk Dipertahankan Di Hadapan Panitia Penguji Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta



Dosen Pembimbing

Dra. L.V. Ratna Devi S, M.Si

NIP. 196004141986012002

PENGESAHAN

Skripsi Ini Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Pada Hari :
Tanggal :

Panitia Penguji

1. Drs. Supriyadi, SN. SU
NIP. 195301281981031001 (_____)
Ketua
2. Dra. Hj. Sri Hilmi P, M.Si
NIP. 196307301991032001 (_____)
Sekretaris
3. Dra. L.V. Ratna Devi, M.Si
NIP. 19600414198602002 (_____)
Penguji

Disahkan Oleh:

Fakultas Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dekan

Drs. Supriyadi SN, SU

NIP. 195301281981031001

MOTTO

Hai orang-orang yang beriman,
apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”,
maka lapangkanlah,
niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu.

Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”,
maka berdirilah,
niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu
dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.
Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

(Al-Mujadalah: 11)

Jangan takut untuk memulai apa yang kau kerjakan.
Sesungguhnya tak ada yang tak bisa, tak ada yang tak mampu.
Usaha tak ada yang terbuang sia.
Dukungan, semangat dan jalan tak kan terhenti disetiap langkah.
Dan hasil adalah sebuah awal.

(Dewangga Saputra)

PERSEMBAHAN

Kehidupan telah berjalan dan tak akan berhenti, jalani penuh makna dan harapan yang selalu tertanam di dada. Semangat tunjukan diri maju dan berprestasi, bertanggung jawab atas kepercayaan yang disematkan di diri kutuangkan dalam karya penuh makna ini, yang ingin penulis persembahkan kepada:

➤ **Bapak Sukamto dan Ibu Suprihatin
(Bapak dan Ibuku)**

Atas segala ikhtiar, doa dan harapan yang dipercayakan padaku.

Usaha yang tiada henti dan doa yang selalu menemani langkahku dan harapan yang mengiringi tanggung jawabku.

➤ **Eny Rochayah, S.Pd**

Terima kasih atas dukungan semangat dan harapan yang kau sematkan dalam senyummu. Senyummu tak lelah tuk kuatkanku.

Semoga dengan ini dapat menjadi jawabanku atas senyummu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan kenikmatan dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Politik Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Politik Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Palur Kabupaten Karanganyar) “.

Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Drs. Supriyadi SN, SU selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dra. Hj. Trisni Utami, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Dra. L.V. Ratna Devi, M.Si selaku pembimbing skripsi dan pembimbing akademik yang penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini serta telah membimbing dengan penuh perhatian dan nasehat selama menimba ilmu selama ini.
4. Bapak Sukirno Kepala Pasar Palur Karanganyar beserta Ibu Sri dan seluruh staf kantor Pasar Palur Karanganyar.

5. Semua informan pedagang kelontong di Pasar Palur yang dengan tulus memberikan informasi kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen jurusan Sosiologi yang telah banyak memberikan ilmu untuk bekal bermasyarakat dan berkarya.
7. Kawan-kawan Sosiologi 2005 (A.Yani, A. Zunita, Ida, Vita, Astri, Shoim, Andi, Isnaini, Doni, Galih, Hangga, Ayk, Fatwa, Grina, Nurul, Ina, Bram, Miko, Niken, Leny, Sugeng, Maulana, Arif, Dian, Betly, Dewi, Aji, Isti, Fajar, Rizky, Una, Lina, Rohmat dan semua anak 2005). Terima kasih atas segala bantuan, kerjasama, bersahabatan dan kenangan yang tidak akan terlupa.
8. Teman-teman Lab. UCYD (Fatwa, Mas Udin, Pek Deki, Mas Rudy, Mas Simbah, Rohmadi,dkk) yang senantiasa memberikan pelajaran berharga dalam berbagai penelitian.
9. Teman-teman Pemuda Kusuma (Topan, Eny Imoed, Johan, Tika,) terima kasih atas kerjasama selama ini, Kusuma pernah dan senantiasa hidup di hati kita.
10. Segala pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap

semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah keilmuan bagi penulis sendiri dan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Surakarta, Januari 2010

Dewangga Saputra



Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel dan Matrik.....	xiii
Daftar Bagan.....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Abstrak.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
E.1 Konsep yang digunakan	
a. Politik	9
b. Eksistensi	11
c. Pedagang	12
d. Pasar tradisional	16

E.2	Teori yang Digunakan	23
E.3	Penelitian Terdahulu	29
F.	Definisi Konseptual	
1.	Politik	32
2.	Eksistensi	33
3.	Pedagang	33
4.	Pasar Tradisional	33
G.	Metode Penelitian	
G.1	Jenis Penelitian.....	34
G.2	Lokasi Penelitian.....	35
G.3	Sumber Data.....	36
G.4	Teknik Pengumpulan Data.....	36
G.5	Teknik Pengambilan Sampel	37
G.6	Analisa Data.....	39
G.7	Validitas Data.....	41

BAB II DESKRIPSI LOKASI

A.	Kondisi Umum Pasar Palur	
A.1	Letak Geografis	45
A.2	Kondisi Fisik Pasar	49
B.	Sekilas Tentang Pasar Palur	
B.1	Sejarah Pasar Palur	52
B.2	Pedagang Pasar Palur	54
B.3	Himpunan Pedagang Pasar Palur	59

B.4 Struktur organisasi Kantor Pasar Palur	61
B.5 Retribusi di Pasar Palur	64

BAB III HASIL PENELITIAN

A. Profil Informan Pedagang Kelontong Pasar Palur Karanganyar	66
B. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Mempertahankan Kekuasaan Palur Kabupaten Karanganyar	
B.1. Pelayanan dalam Pemilihan Barang.....	80
B.2. Pelayanan dalam Penimbangan Barang.....	84
B.3. Proses Promosi dan Penawaran.....	87
B.4. Menjalin Hubungan Sosial dengan Pembeli.....	90
C. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Menjalankan Kekuasaan Palur Kabupaten Karanganyar	
C.1. Proses Kulakan.....	93
C.2 Kerjasama Antar Pedagang Pasar Palur.....	110
D. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Mempertahankan Kekuasaan Palur Kabupaten Karanganyar.....	112

BAB IV PEMBAHASAN

A. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur.....	119
1. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur untuk Memperoleh Kekuasaan.....	120
2. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur untuk Menjalankan Kekuasaan.....	122

3. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur untuk Mempertahankan Kekuasaan.....	123
B. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur	125
1. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur untuk Memperoleh Kekuasaan.....	126
2. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur untuk Menjalankan Kekuasaan.....	127
3. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur untuk Mempertahankan Kekuasaan.....	129
C. Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur	131
1. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur untuk Memperoleh Kekuasaan.....	132
2. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur untuk Menjalankan Kekuasaan.....	133
3. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur untuk Mempertahakan Kekuasaan.....	134

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

A.1 Kesimpulan Empiris.....	137
A.2 Kesimpulan Teoritis.....	140
A.3 Kesimpulan Metodologis.....	142

B. Implikasi	
B.1 Implikasi Empiris.....	143
B.2 Implikasi Teoritis.....	144
B.3 Implikasi Metodologis	145
C. Saran.....	145

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Daftar Tabel dan Matrik

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Penarikan Sampel.....	39
Tabel 2.1 Pembagian Pasar Palur Berdasarkan Luas Tempat Berjualan.....	50
Tabel 2.2 Jumlah Pedagang Berdasarkan Jenis Barang Dagangan.....	56
Tabel 2.3 Aktivitas Ekonomi berdasarkan waktu dan jenis dagangan di Pasar Palur.....	57
Table 2.4 Identitas Pedagang Di Pasar Palur Sesuai Urutan Dominasi Keragaman.....	58
Tabel 3.1 Pedagang Berdasarkan Skala Usaha, Jenis Kelamin, Usia,dan Lama Usaha Informan.....	66
Tabel 3.2 Pedagang berdasarkan Skala Usaha, Agama, Etnis, Asal Daerah Informan.....	69
Tabel 3.3 Latar belakang Pedagang menjadi Pedagang Kelontong.....	70
Tabel 3.4 Pedagang berdasarkan skala usaha, waktu berdagang	72
Tabel 3.5 Pedagang berdasarkan Skala Usaha, Pengelolaan Usaha, Jumlah Pegawai dan Tujuan Pemilihan Pegawai di Pasar Palur.....	74
Tabel 3.6 Pedagang berdasarkan Skala Usaha,Tempat Kulakan dan Jangka Waktu Kulakan Pedagang Kelontong Pasar Palur.....	94
Tabel 3.7 Pedagang berdasarkan Skala Usaha dan Tujuan Pemilihan Tempat Kulakan Pedagang Kelontong Pasar Palur.....	99
Tabel 3.8 Pedagang berdasarkan Skala Usaha,Tempat Kulakan dan Cara Pembayaran Kulakan Pedagang Kelontong Pasar Palur.....	105
Tabel 3.9 Pedagang berdasarkan Skala Usaha, jumlah pelanggan, jangka waktu belanja dan cara pembayaran.....	113

Daftar Matrik

Matrik 3.a Pedagang berdasarkan skala usaha dan asal pegawai	76
Matrik 3.b Pedagang berdasarkan skala usaha dan syarat perekrutan pegawai...77	
Matrik 3.c Pedagang berdasarkan skala usaha dan fasilitas yang diberikan kepada pegawai.....	78
Matrik 3.d Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan pelayanan pemilihan barang kepada konsumen di Pasar Palur.....	83
Matrik 3.e Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan pelayanan penimbangan barang kepada konsumen di Pasar Palur.....	87
Matrik 3.f Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan proses promosi kepada konsumen di Pasar Palur.....	89
Matrik 3.g Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan Jalinan hubungan sosial dengan konsumen di Pasar Palur.....	91
Matrik 3.h Pedagang berdasar skala usaha, Pelayanan pemilihan barang, Menjalin hubungan sosial dan Promosi.....	92
Matrik 3.i Pedagang berdasar skala usaha dan tujuan pemilihan tempat Kulakan.....	103
Matrik 3.j Pedagang berdasar skala usaha, Tempat <i>kulakan</i> , Tujuan Pemilihan tempat <i>kulakan</i> , Cara Pembayaran dan Jangka Waktu <i>kulakan</i>	108
Matrik 3.k Pedagang berdasar skala usaha dan bentuk kerjasama dengan sesama pedagang kelontong di Pasar Palur.....	112

Matrik 3.1 Pedagang berdasarkan Skala Usaha, jumlah pelanggan, jangka waktu belanja pelanggan dan cara pembayaran pelanggan.....	115
Matrik 3.m Pedagang berdasarkan Skala Usaha dan jenis pelayanan kepada pelanggan.....	118
Matrik 4.a. Politik eksistensi pedagang kelontong sekala grosir Pasar Palur.....	124
Matrik4.b. Politik eksistensi pedagang kelontong sekala grosir-eceran Pasar Palur.....	129
Matrik 4.c.Politik eksistensi pedagang kelontong sekala pengecer Pasar Palur.....	135

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Model Analisis Interaktif.....	41
Bagan 2.1	Struktur Organisasi Kantor Pasar Palur.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gb.2.1. Terminal Palur tepat berada di batas barat Pasar Palur.....	48
Gb.2.2. Palur Plaza berada di timur barat Pasar Palur.....	49
Gb.2.3. Beberapa Pedagang Kelontong menempadi kios Pemda.....	55
Gb.2.4. Kantor Pengelola Pasar Palur	62
Gb.2.5. Karcis Retribusi Harian di Pasar Palur.....	65
Gb.3.1. Mbah Ciptodiharjo Pedagang Kelontong berskala pengecer berusia 64 tahun.....	67
Gb.3.2 Koh Yusup Pedagang kelontong berasal dari etnis Tionghoa.....	69
Gb.3.3. Pedagang Kelontong Grosir buka sampai jam 18.00.....	74
Gb.3.4. Pembeli leluasa memilih barang karena bentuk kios yang terbuka...	82
Gb.3.5. Pengemasan barang belanjaan diperlihatkan kepada pembeli.....	83
Gb.3.6. Alat penimbang diletakan didepan kios.....	85
Gb.3.7. Sales pabrik mengirim order barang.....	95

ABSTRAK

Dewangga Saputra, D0305022. 2010. *Politik Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional. (Studi Kasus Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Di Pasar Palur Kabupaten Karanganyar)*. Skripsi : Program Sarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui politik eksistensi pedagang kelontong pasar tradisional di Pasar Palur Jaten Karanganyar. Manfaat penelitian ini adalah untuk menjadi salah satu bahan acuan dalam rangka memperbaiki manajemen Pasar Palur, menjadi salah satu tolak ukur pedagang pasar tradisional untuk mampu bertahan di tengah merebaknya pasar moderen di masyarakat luas dan menambah perbendaharaan ilmu pengetahuan, khususnya Sosiologi Ekonomi.

Jenis penelitian yang akan dilakukan termasuk dalam kategori penelitian kualitatif berdasarkan metode utamanya yang dipakai yaitu studi kasus. Dalam skripsi ini kasusnya adalah politik eksistensi pedagang kelontong pasar tradisional di Pasar Palur. Lokasi penelitian adalah di Pasar Palur, Ngringo, Jaten Karanganyar. Alasan dari pemilihan tempat penelitian yaitu Pasar Palur merupakan pasar transisi yaitu pasar yang berada di batas kota dengan letaknya yang bersebelahan dengan Terminal Palur. Pasar Palur ini merupakan pasar yang bersinggungan langsung dengan pembangunan Super market di Karanganyar yang saat ini dikenal dengan Palur Plaza. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui observasi dan wawancara dengan informan. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah Observasi tidak berpartisipasi dan Wawancara mendalam (*Indepth Interview*). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. (berdasarkan skala usaha dan lama usaha), selain itu informan juga ditetapkan dengan *maximum variation sampling*. Analisis data menggunakan analisis data model interaktif. Validitasnya adalah triangulasi data (sumber) dan triangulasi peneliti.

Setelah dilakukan analisis diperoleh kesimpulan bahwa berdasarkan teori tindakan sosial Talcott Parsons mengenai tindakan sosial yang voluntaristik yang didalamnya menjelaskan perlunya empat syarat yang perlu dipenuhi agar suatu sistem berjalan baik. Salah satu sistem itu adalah ekonomi, dengan sub sistem yang dimaksud adalah pasar tradisional. Empat hal tersebut adalah adaptasi (A); pencapaian tujuan (G); integrasi (I); dan pola pemeliharaan laten (L). Kesimpulan diperoleh tindakan pedagang kelontong Pasar Palur yang bertujuan untuk mempertahankan keberadaannya di pasar tradisional ditengah situasi kondisi ancaman persaingan pasar modern yang semakin nyata. Politik eksistensi pedagang kelontong Pasar Palur dilakukan berdasarkan skala usaha pedagang kelontong yaitu, grosir, grosir-eceran dan pengecer. Politik eksistensi dilakukan dalam memperoleh, menjalankan dan mempertahankan kekuasaan. Politik eksistensi dalam memperoleh kekuasaan dalam memperoleh pembeli ditunjukkan dengan pelayanan pemilihan dan penimbangan barang, promosi serta menjalin hubungan sosial. Politik eksistensi dalam menjalankan kekuasaan untuk menjalankan usahanya ditunjukkan dalam proses *kulakan* dan kerjasama antar

pedagang kelontong Pasar Palur. Politik eksistensi dalam mempertahankan kekuasaan dalam mempertahankan pelanggan ditunjukan dari pelayanan-pelayanan khusus yang diberikan kepada pelanggan.



ABSTRACT

Dewangga Saputra, D0305022. 2010. *The Existential Politic of Traditional Market Trader. (A Case Study on the Existential Politic of Sundry Trader in Palur Market Regency Karanganyar)*. Thesis: Postgraduate Program of Surakarta Sebelas Maret University.

This research aims to find out the existential politic of sundry trader in Palur Market Jaten Karanganyar. The benefit of research is to become one reference in the attempt of improving the management of Palur Market, become one parameter of traditional market trader to survive in the mid of modern market growing in the wide society and increase the knowledge, particularly the Economic Sociology.

The study belongs to a qualitative research based on the main method used, the case study. In this thesis, the case was the existential politic of sundry trader in Palur Market Jaten Karanganyar. The research location was Palur Market, Ngringo, Jaten Karanganyar. The reason of choosing location is that the Palur market is the transition market, that is, the one locating in the city boundary and its location adjacent to the Palur Terminal. Palur Market is the one contacting directly with the Supermarket construction in Karanganyar currently known as Palur Plaze. The primary data source was obtained directly from the field through the observation to and interview with the informant. Techniques of collecting data employed were non-participatory observation and in-depth interview. The sampling technique used was purposive sampling (based on the business scale and duration), in addition, the informant is also defined as the maximum variation sampling. The data analysis used was an interactive model data analysis. The data validation was done using data (source) and researcher triangulations.

From the result of analysis, it can be concluded that considering Talcott Parson's social action theory about the voluntaristic social action there are four conditions that should be met for a system to proceed well. The system is economy with the sub system of traditional market. The four conditions include: adaptation (A); goal achievement (G); integration (I); and latent maintenance pattern (L). The conclusion obtained is that the action of sundry traders of Palur market aims to defend their existence in the traditional market in amid the increasingly real threatening condition from the modern market competition. The existential politic of sundry traders in Palur market is done according to the business scale of traders: grocery, grocery-retailer and retailer. The existential politic is done in getting, undertaking and defending the domination. The existential politic in getting domination in obtaining the buyer is indicated by the service of goods selection and weighing, promotion as well as establishing the social relation. The existential politic in undertaking the domination for running the business is indicated by the wholesaling process and cooperation among the sundry traders in Palur Market. The existential politic in defending the domination in maintaining the customers is indicated by the special services given to the customers.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah Negara yang bisa dikatakan sebagai negara yang menganut ekonomi kerakyatan. Hal ini ditengarai dengan terdapatnya banyak pasar tradisional yang terdapat di berbagai daerah di Indonesia. Pasar tradisional dijadikan sebagai barometer ekonomi kerakyatan. Setiap daerah entah itu kabupaten ataukah kota pastilah memiliki pasar tradisional. Bahkan kabupaten atau kota besar bias memiliki jumlah pasar yang bisa menembus angka di atas 30 lokasi pasar tradisional. Hal ini tergantung pada tingkat pertumbuhan ekonomi dan seberapa tingginya kegiatan perekonomian serta tingkat kebutuhan masyarakat akan barang pemuas kebutuhan. Semakin tinggi kegiatan dan pertumbuhan ekonomi serta tingkat kebutuhan masyarakat, maka dengan sendirinya pasar pun akan semakin banyak bermunculan. Bahkan di Kota Surakarta sampai memiliki 38 pasar tradisional yang tersebar diberbagai lokasi.

Kota Surakarta terkenal mempunyai banyak pasar tradisional. Berdasarkan luas pasar, pasar tradisional di Kota Surakarta dibagi menjadi 3 kelas. *Pasar kelas I* (pasar besar) terdiri dari Pasar Gede, Pasar Legi, Pasar Klewer, Pasar Harjodaksino, Pasar Singosaren, Pasar Nusukan, dan Pasar Jongke. Beberapa pasar yang termasuk dalam *Pasar kelas II* (pasar sedang) antara lain Pasar Kadipolo, Pasar Jebres, Pasar Nongko, dan Pasar Kleco. Serta pasar yang berada dalam kategori *pasar kelas III* (pasar kecil) antara lain Pasar Sibela, Pasar Tanggul, Pasar Sangkrah, Pasar Ngemplak, dan Pasar Gading (Putri Usmawati;

2008; 1). Setiap daerah pun memiliki pasar tradisional yang menjadi ikon ekonomi daerah tersebut. Pasar tradisional tersebut antara lain, Pasar Tanah Abang di Jakarta, Pasar Brinjarjo di Yogyakarta, Pasar Tawangmangu di Karanganyar serta Pasar Klewer dan Pasar Gede di Surakarta. Pasar-pasar ini tergolong dalam klaster kelas satu.

Jumlah pasar yang begitu banyak membuat masyarakat Karisidenan Surakarta menjadi sangat mudah mengakses pasar baik dengan berjalan kaki, naik sepeda atau naik omprengan. Hal itu terjadi karena hampir setiap daerah di Solo dan kabupaten lain disekitarnya mempunyai pasar tradisional. Masyarakat cenderung mengakses pasar yang berada di sekitar daerahnya. Warga daerah Kadipiro akan cenderung datang ke Pasar Nusukan daripada ke Pasar Gede, karena jarak dari Kadipiro ke Pasar Gede lebih jauh daripada jarak antara Kadipiro ke Pasar Gede. Kemudahan masyarakat dalam mengakses pasar itulah yang kemudian membuat pasar menjadi ramai dikunjungi konsumen sekitar.

Pasar tradisional sebagai tempat jual beli memiliki berbagai kelebihan. Pasar tradisional cukup komplit dan variatif dalam menyediakan kebutuhan konsumen. Dari kebutuhan sandang seperti pakaian, kebutuhan pangan seperti sembako, sayur dan buah serta berbagai kebutuhan lain seperti mainan, alat rumah tangga dan lainnya. Bahan makanan yang dijualpun bisa dibilang sangat segar karena datang setiap hari dan selalu berganti di setiap harinya. Para konsumen pun dengan leluasa bisa memilih dan menyesuaikan harga dengan proses tawar menawar. Lokasi yang dekat dengan pemukiman warga pun menjadi kemudahan tersendiri bagi konsumen. Pasar tradisional yang sudah buka sejak dini hari dan

bahkan ada yang buka 24 jam seperti Pasar Legi memudahkan pembeli untuk berbelanja lebih awal dan kapan saja untuk mendapatkan barang diinginkan.

Sehubungan dengan era globalisasi dan modernisasi sekarang ini pasar yang ada dimasyarakat pun berkembang, tak hanya pasar tradisional yang melayani kebutuhan konsumen tetapi telah bermunculan berbagai pasar modern disetiap daerah. Tak hanya kota besar, kora sub urban dan kota kecil pun tak luput dari kehadiran pasar modern ini. Kehadiran pasar modern ini tidak dapat dibendung karena merupakan imbas perdagangan terbuka dan globalisasi yang dianut oleh barbagai negara dunia, termasuk Indonesia.

Pasar modern hadir dalam wajah yang beragam. Mulai dari yang barukuran besar, megah bertingkat dan menjual berbagai kebutuhan dari sandang, pangan dan papan, telekomunikasi serta hiburan, pasar modern seperti ini sering kita kenal dengan sebutan mall atau super market. Pasar modern yang dikenal dengan sebutan “Mall atau Super market” ini sangat mudah kita temui seperti di Eks Karisidenan Surakarta ada SGM, Solo Squer, Palur Plaza, Matahari, Alfa, Mall Luwes dan Mitra. Tiap Supermarket jumlahnya pun disetiap kota termasuk Solo tak hanya disatu lokasi saja, contohnya Matahari, Luwes dan Mitra. Pasar modern jenis lain pun juga hadir setelah jenis mall dan supermarket sukses meraih banyak keuntungan, jenis baru ini disebut dengan mini market. Mini market hadir dengan wajah baru yaitu dengan ukuran tempat berdagang yang lebih kecil. Mini market mencoba menggunakan sistem jemput bola. Mini merket seperti Indomart, Alfamart memilih lokasi dekat dengan pemukiman, perumahan dan sarana pendidikan maupun perkantoran.

Kehadiran berbagai wajah pasar modern ini tentunya tak hanya membawa efek positif tapi juga dampak negatif. Dampak negatif dari kehadiran pasar modern ini adalah pasar tradisional. Pasar modern dengan berbagai keunggulan modernitas mencoba mengambil alih pembeli pasar tradisional. Suasana nyaman, bersih, wangi, banyak hiburan serta berbagai kemudahan seperti eskalator, lift atau keranjang dorong membuat pembeli harus berpikir ulang ke pasar tradisional yang kurang terawat dan berjubel dengan segala macam bau yang ada. Pasar tradisional yang dulu sebagai penyedia kebutuhan masyarakat mulai terkikis, khususnya dalam kegiatan jual belinya. Kegiatan jual beli dirasakan banyak mengalami penurunan. Menurut temuan di lapangan yang dilakukan Jaringan Warung Rakyat di Cikarang, menunjukkan jika berdiri minimarket dalam radius 500 meter akan mengakibatkan satu warung di pasar tradisional bangkrut dalam satu bulan, dan lebih 4 toko lainnya mengalami penurunan omzet hingga 90% (Suara Merdeka, edisi Jumat, 19 Oktober 2007). Hal ini dikarenakan pemerintah tidak membatasi jarak antara lokasi pasar tradisional dan lokasi pembangunan berdirinya pasar modern baik supermarket, mall dan mini market. Lihat saja Ratu Luwes yang bertempat persis disamping Pasar Legi, Luwes Nusukan yang berada dekat dengan Pasar Nusukan, Luwes Mojosongo yang juga hadir bahkan persis berhadap-hadapan dengan Pasar Mojosongo dan berbagai ditempat lain. Hal ini dapat memicu peralihan pembeli dari pasar tradisional ke pasar modern yang lokasinya sangat dekat dan memiliki berbagai keunggulannya. Dampak terjadinya peralihan pembeli yang dirugikan tentu adalah pedagang pasar tradisional. Pedagang pasar tradisional akan mengalami penurunan omzet penjualan dan

kehilangan pembeli atau jarang dikunjungi pembeli untuk berbelanja (Kompas, edisi Rabu, 22 Juli 2009).

Fokus penelitian ini adalah melihat pasar tradisional dari sisi politik dagang atau kiat-kiat usaha yang dilakukan pedagang untuk menjaga eksistensinya di pasar tradisional ditengah ancaman dari adanya fenomena merebaknya pembangunan pasar modern diberbagai tempat. Penelitian ini ingin melihat cara atau usaha seperti apa yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional untuk mencapai tujuannya, yang tak lain adalah bagaimana barang dagangannya dapat terjual dan mendapatkan untung yang pantas dan mencoba untuk bertahan serta berusaha untuk mengembangkan usahanya. Ternyata fenomena merebaknya pasar moderen pun tidak menarik minat pedagang untuk beralih berdagang di pasar modern dan meninggalkan pasar tradisional. Mereka masih sangat menaruh harapan besar di pasar tradisional.

Pasar tradisional yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Pasar Palur. Pasar Palur menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti sayur mayur, bumbu dapur, buah-buahan, roti, pakaian hingga barang elektronik pun tersedia di sana. Pasar yang berada di kabupaten Karanganyar ini menjadi jantung perekonomian dan sangat dibutuhkan keberadaannya bagi masyarakat yang berada di Solo Timur seperti Karanganyar, Palur, Kebakkramat bahkan masyarakat Bekonang dan Karangpandan pun mencari berbagai barang di pasar ini untuk memenuhi kebutuhannya. Letak pasar yang dekat dengan Terminal Palur membuat Pasar palur ramai dikunjungi oleh pembeli dari berbagai daerah.

Pasar ini merupakan salah satu pasar yang menjadi korban dari pengalihan lahan, yang bahkan dipergunakan untuk pembangunan Super market di Karanganyar yang saat ini dikenal dengan Palur Plaza. Pasar Palur yang dulunya berada ditepi jalan Solo–Sragen saat ini beralih lebih masuk kedalam yaitu tepatnya dibelakang Palur Plaza. Pasar Palur ini juga sangat dekat dengan pasar modern yaitu Mitra Palur yang letaknya berada disebelah selatan. Pasar Palur yang berada di tempat yang strategis, lokasi pasar yang berada diantara tiga kabupaten yaitu Karanganyar, Sukoharjo dan Surakarta, sehingga pedagang daerah tersebut banyak yang membuka usahanya di Pasar Palur.

Berdasarkan latar belakang inilah menjadi sebuah kajian yang menarik bagi penulis untuk menggambarkan lebih jauh dan lebih rinci bagaimana politik eksistensi pedagang pasar tradisional yang dapat dilakukannya untuk mengantisipasi merebaknya pasar moderen saat ini.

B. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penulisan skripsi ini adalah:

Bagaimana politik eksistensi pedagang Kelontong di Pasar Palur Jaten Karanganyar?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui politik eksistensi pedagang Kelontong di Pasar Palur Jaten Karanganyar.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Untuk menjadi salah satu bahan acuan dalam rangka memperbaiki manajemen Pasar Palur.
2. Menjadi salah satu tolak ukur pedagang pasar tradisional untuk mampu bertahan di tengah merebaknya pasar moderen di masyarakat luas.
3. Menambah perbendaharaan ilmu pengetahuan, khususnya Sosiologi Ekonomi.
4. Sebagai syarat menyelesaikan Strata 1 (S1) jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

E. Tinjauan Pustaka

Kajian mengenai pasar merupakan bagian dari kajian disiplin ilmu Sosiologi, khususnya sosiologi ekonomi. Secara historis, perkembangan pemikiran Sosiologi Ekonomi tidak terlepas dari perkembangan teori-teori ekonomi yang mencoba melihat cara kerja sistem ekonomi dengan menekankan pula pada aspek-aspek non ekonomi. Bahkan aspek non ekonomi itu justru memegang peran yang sangat penting. (Manasse Malo; 2001; 1.2). Aspek-aspek non ekonomi itu antara lain jaringan sosial, budaya, bahkan praktek politik yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi. H sosiologi politikal ini menunjukkan hubungan yang erat antara sosiologi ekonomi dBesarnya pengaruh aspek non ekonomi, antara lain yaitu dimensi politik yang dalam praktik-praktik ekonomi terlihat jelas pada abad 19 yang mana para penganut paham Merkantilisme beranggapan bahwa kekayaan itu bekerja untuk melayani kekuasaan dan bahwa tujuan untuk meningkatkan kekuasaan adalah suatu yang selaras, tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Negara adalah

tempat kekuasaan. Oleh karena itu, untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kekayaan, negara harus menggunakan kekuasaannya untuk mengatur industri dan perdagangan (Manase Malo; 2001; 1.3).

Selanjutnya muncul kritikan terhadap pemikiran Merkantilisme tersebut, seperti konsep *Laissez Faire* yang diungkapkan oleh Adam Smith bahwa negara tidak berhak mengatur kegiatan-kegiatan ekonomi tetapi menyerahkan sepenuhnya kepada perusahaan dan agen-agen komersial untuk mengelolanya sendiri. Selain Smith, tokoh-tokoh lain yang mengkritik pemikiran paham merkantilisme adalah Keynes, Spencer, Durkheim hingga Max Weber. Tiga tokoh terakhir tersebut merupakan tokoh sosiologi klasik yang mulai melihat adanya keterkaitan sosiologi dalam tindakan ekonomi (Putri Usmawati; 2008; 6).

Keterkaitan antara sosiologi dengan tindakan ekonomi yang digambarkan nyata melalui aspek-aspek non ekonomi diatas memegang peranan penting di dalam sistem ekonomi memang tidak dapat dielakkan lagi. Baik itu aspek non ekonomi berupa aspek politik, budaya maupun sosial. Aspek politik merupakan aspek non ekonomi yang diteliti dalam penelitian ini. Aspek politik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah politik eksistensi yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional berkenaan dengan tingginya tingkat persaingan dengan pasar modern.

E.1 Konsep yang digunakan

Adapun konsep yang digunakan dalam skripsi ini adalah:

a. Politik

Politik berdasarkan pandangan klasik dikemukakan oleh Aristoteles. Menurut Aristoteles politik adalah suatu asosiasi warga negara yang berfungsi membicarakan dan menyelenggarakan hal ihwal yang menyangkut kebaikan bersama seluruh anggota masyarakat. Filosofis ini membedakan urusan-urusan yang menyangkut kebaikan bersama (kepentingan publik) dengan urusan-urusan yang menyangkut kepentingan individu atau kepentingan kelompok masyarakat (swasta). Dimana urusan-urusan yang menyangkut kebaikan bersama (kepentingan publik) dinilai memiliki nilai moral lebih tinggi urusan-urusan yang menyangkut kepentingan swasta. (Ramlan Subakti; 1992; 2)

B.N. Marbun menjelaskan bahwa politik merupakan segala hal yang mencakup beraneka macam kegiatan dalam suatu sistem masyarakat yang terorganisasikan, yang menyangkut kepentingan keputusan baik mengenai tujuan-tujuan system itu sendiri maupun mengenai pelaksanaan. (Marbun, B.N.; 1996; 444-445)

B.N. Marbun menjelaskan pula mengenai politik dagang. Politik dagang merupakan hal-hal yang berhubungan dengan pemerintahan, lembaga dan proses politik yang berlaku dalam perdagangan baik dalam negeri maupun luar negeri. (Marbun, B.N.; 1996; 446)

Pandangan mengenai konsep politik juga disampaikan William Robson. Menurut William Robson, politik merupakan kegiatan untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan, melaksanakan kekuasaan

dan mempengaruhi pihak lain ataupun menentang kekuasaan. Sebagai ilmuwan politik William Robson merumuskan bahwa ilmu politik adalah ilmu yang mempelajari sifat, hakikat, dasar, proses-proses, ruang lingkup dan hasil-hasil kekuasaan. Kekuasaan diterjemahkan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain untuk berpikir dan berperilaku sesuai dengan kehendak yang mempengaruhi. Kekuasaan dilihat pula sebagai interaksi antara pihak yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi atau yang satu mempengaruhi dan yang lain mematuhi. (William Robson; 1954; 17-18)

Max Weber mengemukakan politik memiliki hubungan sangat erat dengan penyelenggaraan negara dan pemerintahan. Max Weber merumuskan negara sebagai komunitas manusia yang secara sukses memonopoli penggunaan paksaan fisik yang sah dalam wilayah tertentu. Menurut Weber politik merupakan persaingan untuk membagi kekuasaan atau persaingan untuk mempengaruhi pembagian kekuasaan antar negara maupun antarkelompok di dalam suatu negara (Ramlan Subakti; 1992; 3). David Easton merumuskan bahwa politik sebagai *The authoritative allocation of values for a society* atau alokasi nilai-nilai secara otoritatif, berdasarkan kewenangan, dan karena itu mengikat untuk suatu masyarakat. (Ramlan Subakti; 1992; 6)

Berdasarkan beberapa pengertian tentang konsep politik diatas, penulis menggunakan konsep politik yang disampaikan oleh William Robson (1954). Menurut William Robson, politik merupakan kegiatan

untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan, melaksanakan kekuasaan dan mempengaruhi pihak lain ataupun menentang kekuasaan. Bila dihubungkan dengan konsep politik dagang yang disampaikan oleh B.N. Marbun, kekuasaan diterjemahkan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain untuk berpikir dan berperilaku sesuai dengan kehendak yang mempengaruhi khususnya dalam hal perdagangan. Kekuasaan dilihat pula sebagai interaksi antara pihak yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi atau yang satu mempengaruhi dan yang lain mematuhi. Dengan menguasai kemampuan berpolitik, pedagang pasar tradisional memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan mempertahankan keberadaannya ditengah gempuran pasar modern dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi serta mengambil hati konsumen atau pembeli untuk kembali atau tetap berbelanja di pasar tradisional dari pada di pasar modern.

b. Eksistensi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Eksistensi memiliki arti adanya; keberadaan; keberuntungan (Kamus Besar Bahasa Indonesia; 1989: 221). Menurut B.N. Marbun dalam Kamus Politik menjelaskan hakekat eksistensi adalah mempertahankan apa yang menjadi salah satu diantara pilihan yang jumlahnya tidak terbatas (B.N. Marbun; 1996: 151). Jadi politik eksistensi adalah kegiatan untuk memperoleh kekuasaan, mempertahankan kekuasaan dan melaksanakan kekuasaan untuk

mempengaruhi pihak lain dengan tujuan menjaga dan mempertahankan keberadaannya.

c. Pedagang

Menurut Damsar (1997) pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan yaitu :

- a) Pedagang distributor (tunggal) yaitu pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.
- b) Pedagang (partai) besar yaitu pedagang yang membeli suatu produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk dijual kepada pedagang lain.
- c) Pedagang eceran yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen. (Damsar, 2002: 95)

Di Pasar Palur terdapat bermacam-macam pedagang yang dibedakan menurut jalur distribusi, skala usaha maupun berdasarkan jenis dagangannya. Berdasarkan skala usahanya, pedagang di Pasar Palur terdiri dari pedagang grosir, pedagang eceran, dan pedagang grosir eceran.

- a) Pedagang grosir adalah pedagang yang membeli produk dalam jumlah yang besar yang dimaksudkan untuk dijual kembali kepada pedagang lain.
- b) Pedagang grosir-eceran adalah pedagang yang membeli produk dalam jumlah besar dengan maksud untuk dijual kembali

kepada pedagang lain maupun dijual langsung kepada pembeli terakhir.

- c) Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual produk langsung hanya kepada konsumen terakhir.

Menurut Geertz (1963), Mai dan Buchholt (dalam Damsar, 1997)

disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas :

- a) Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga. Pedagang professional mungkin saja ia adalah pedagang distributor, pedagang partai besar, atau pedagang eceran.
- b) Pedagang semi professional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
- c) Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atau subsistensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga. Hasil dari penjualan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan subsistensi.

- d) Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang.

Geertz (1973) juga menyatakan bahwa peranan pedagang dalam suatu pekerjaan bersifat non amatir, memerlukan kecakapan teknis dan membutuhkan segenap waktu. Adapun hubungan antara pedagang itu bersifat spesifik : ikatan-ikatan komersial itu sama sekali dipisahkan dari ikatan-ikatan sosial persahabatan, ketetanggaan, bahkan kekerabatan. Menurut Jennifer Alexander dalam pasar tradisional dikenal dengan juragan dan bakul. Juragan adalah pedagang besar dan bakul adalah pedagang kecil (Hefner, 2000 : 292).

Menurut Lala, Ryvia (2005) di pasar tradisional juga terjadi stratifikasi sosial antar pedagang. Di pasar terbentuk semacam kasta yang tak kentara diantara para pedagang. Pedagang pakaian memiliki kedudukan tertinggi, diikuti pedagang penjual alat-alat rumah tangga. Selanjutnya adalah pedagang yang memiliki kios atau toko didalam pasar. Kedudukan terbawah ditempati oleh pedagang yang tidak memiliki kios di dalam pasar, yang menggelar dagangannya dilantai pasar. Selain itu menurut Dien Majid (1988) pedagang yang ada dipasar terdiri dari berbagai etnis yang memiliki sifat dan adat yang berbeda sehingga bisa terjadi perilaku dalam jual beli mempunyai cara yang berbeda. (Ratna Devi; 2008; 24)

Menurut Chris dan Tajuddin, pedagang mempunyai struktur, dimana didalamnya menggolongkan pedagang dalam tiga kategori, yaitu :

1. Punggawa

Punggawa adalah pihak yang mempunyai cadangan atau penguasaan modal yang lebih besar dalam perekonomian. Diantara pedagang eceran, punggawa menggambarkan para wirausaha yang memodali dan juga mengorganisir distribusi barang-barang dagangan.

2. Pengecer Besar

Pengecer besar dibedakan 2 kelompok. Pertama, pedagang besar, termasuk pengusaha warung atau toko. Tempat berdagangnya permanen, dalam artian tidak berpindah-pindah, tetapi penggunaan lahan tersebut bergantung pada persetujuan pemilik lahan yang ditempati, maupun tata tertib pemerintah setempat. Kedua, adalah pedagang pasar, yakni mereka yang memiliki hak atas tempat yang tetap dalam jaringan pasar resmi yang dikelola oleh dinas yang terkait di pemerintahan setempat.

3. Pengecer kecil

Pengecer kecil adalah pedagang kecil yang bergerak disektor informal. Pengecer kecil mencakup pedagang pasar yang berjualan diluar pasar, di tepi jalan, maupun mereka yang menempati kios-kios pinggir pasar yang besar. Pengecer kecil membayar biaya penggunaan lahan dagang lebih sedikit dibanding pedagang pengecer besar yang memiliki kios tetap. (Chris Tajuddin Noor; 1988: 26)

Berdasarkan dari pandangan diatas, dalam peneliatian ini konsep pedagang yang digunakan adalah pedagang merupakan orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini pedagang memiliki beberapa tipe, baik menurut struktur, jalur distribusi, strtifikasi, aktivitas perdagangan, etnis maupun pemilikan lahan berdagang.

d. Pasar Tradisional

Pasar menurut Koentjoroningrat adalah pranata yang mengatur komunikasi dan interaksi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengadakan transaksi-transaksi pertukaran benda dan jasa, dan tempat hasil transaksi dapat disampaikan pada waktu yang akan datang berdasarkan harga yang telah ditentukan.

Pasar adalah pusat tukar-menukar, perdagangan sebagai kegiatan tukar-menukar yang sebenarnya, dan uang sebagai alat menukar. Pasar adalah pranata pembangkit sedangkan perdagangan dan uang adalah fungsi-fungsinya. Tukar-menukar, perdagangan, uang dan pasar sebagai suatu sistem yang membentuk suatu keseluruhan yang tidak terpisahkan. Kerangka konsepnya adalah pasar (Mahendra Wijaya; 2007; 95).

Menurut Clifford Geertz (1973: 30-31), pasar adalah suatu pranata ekonomi dan sekaligus cara hidup, maka perdagangan bagi seorang pedagang merupakan latar belakang yang permanen, dimana hampir segala kegiatannya dilakukannya. Pasar adalah lingkungannya; yang merupakan gejala alami dan gejala kebudayaan dan keseluruhan pola dari kegiatan

pengelolaan dan penjajaan secara kecil-kecilan yang menjadi ciri masyarakat pada umumnya. Gejala perdagangan pasar ini meresap keseluruh kawasan.

Untuk memahami pasar dalam arti yang luas, maka harus dilihat dari tiga sudut pandangan:

- ❖ Sebagai arus barang dan jasa menurut pola tertentu.
- ❖ Sebagai rangkaian mekanisme ekonomi untuk memelihara dan mengatur arus barang dan jasa.
- ❖ Sebagai sistem sosial dan kebudayaan dimana mekanisme itu tertanam.

Dalam buku Ekonomi Mikro, pasar dijelaskan sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, saling tarik-menarik kemudian menciptakan harga barang di pasar (Agus Prianto; 2008; 10).

Menurut Jeniffer Alexander memahami pasar secara analitis didasarkan pada konseptualisasi masyarakat pasar sebagai “dagang”, “pedagang”, dan “perdagangan”. Konseptualisasi dagang memperlakukan pasar sebagaimana suatu sistem tukar menukar barang, memeriksa secara geografis penyebaran pasar serta produksi dan sirkulasi barang-barang dagangan. Dalam perspektif pedagang, pasar adalah suatu sistem sosial dan penekanannya pada penggambaran tipe-tipe pedagang, karier mereka dan lembaga-lembaga sosial yang menyalurkan mereka ke jaringan rumit hubungan-hubungan yang melembaga yang secara simultan bersifat ekonomi dan sosial. Bersifat ekonomi karena mereka menghubungkan

pasokan-pasokan barang dan uang. Bersifat sosial karena mereka menghubungkan anggota keluarga pelanggan dan klien atau para anggota kelompok yang sama. (Alexander 1987, di Robert W Hefner, 2000: 291)

Menurut Karl Polanyi, sebuah pasar adalah suatu tempat pertemuan untuk tujuan barter antar pembelian serta penjualan. Pola pasar ini sangat dibutuhkan guna menciptakan harga. Pola pasar yang mempunyai hubungan dengan barter tersebut bersifat khusus dan bukannya bersifat setara seperti pada perilaku timbal balik yang dibantu oleh pola organisasi secara sentralistik seperti pada perilaku berbagi yang diatur / dipermudah oleh aturan sentralistis, maupun bersifat autarki seperti pada rumah tangga swasembada yang didasarkan atas swasembada (autarki). Sifat khususnya adalah bahwa prinsip barter tersebut hanya merupakan “ciri” pranata yang dirancang untuk menjalankan fungsi tunggal, yaitu fungsi tukar-menukar. Sehingga pranata ini disebut pasar. Pasar inilah yang merupakan kontrol sistem ekonomi yang mempunyai konsekwensi bagi seluruh organisasi masyarakat.

Menurut Marion Fourcode, pasar dalam pandangan pentingnya sosiologi dalam pasar ada empat hal, yaitu jaringan sosial, system posisi sosial yang mengatur pelaku pasar, proses melembagakan yang menyetabilkan dan teknik performatif atau kemampuan yang dimiliki untuk menjaga keberadaannya dalam pasar.

Starting from the objectively dominant position of the sociology of markets in economic sociology, this article suggests that markets have served as a privileged terrain for the development and application of general theoretical arguments about the shape of the social order. I offer a

critical overview of the sociology of markets as it relates to our concepts of society, focusing on four main representations of what is sociologically important about markets: the social networks that sustain them, the systems of social positions that organize them, the institutionalization processes that stabilize them, and the performative techniques that bring them into existence. I then speculate about the possible future directions that such theorizing might take, calling in particular for a stronger contribution of the sociology of markets to the analysis of societies as moral orders. (Marion Fourcade: Theories of Markets and Theories of Society, American Behavioral Scientist: 2007)

Specifically, I find that the intensification of cost-cutting labor practices under processes of globalization has exacerbated the consequences of deep divides in national labor markets, revealing the limits of labor exclusion as a viable strategy for building worker power in the 21st century. While my resuscitation of split labor market theory might appear unusual and unexpected to explain this phenomenon, my findings suggest that updating and revising split labor market theory to the contemporary historical context provides a powerful framework for identifying new ways of overcoming the exclusionary labor politics of the past. By locating the contested politics and strategies of revitalizing labor movements in the context of downward pressures on wages and working conditions, split labor market theory moves us beyond a strategy-centered approach to labor revitalization that seeks to identify best practices models (Bronfenbrenner et al., 1998) and towards a more comprehensive understanding of the shifting balance of power among labor, capital and the state in today's global economy. In particular, it offers crucial insight regarding the decline of conventional strategies with which to organize workers in the upper tier and the rise of social movement-inspired efforts to organize workers in the lower tier. (Jennifer Jihye Chun, The Limits of Labor Exclusion: Redefining the Politics of Split Labor Markets under Globalization, Critical Sociology: 2008)

Damsar (1997) meletakkan unsur-unsur pasar dengan melihat pembagian kerja yang membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Oleh karena pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi maka pasar merupakan salah satu yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang

menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang.

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pasar adalah tempat orang berjual-beli. Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki aktivitas jual beli yang sederhana, terjadi tawar

menawar dengan alat pembayaran berupa uang tunai. Kedua adalah pasar modern yaitu pasar yang aktivitas jual belinya sudah lebih maju dengan alat pembayaran tidak hanya uang tunai tetapi bisa berupa kartu kredit atau alat pembayaran pasca bayar yang lain dan tidak terjadi proses tawar-menawar harga barang.

Menurut Clifford Geertz (1992) ekonomi pasar adalah tradisional dalam arti bahwa fungsinya diatur oleh adat kebiasaan dagang yang dianggap keramat karena terus-menerus dipergunakan selama berabad-abad, tetapi tidak dalam pengertian bahwa ekonomi pasar ini menggambarkan suatu sistem dimana tingkah laku ekonomis tidak dibedakan secukupnya dari macam-macam tingkah laku sosial lain.

Selain pendapat Geertz diatas, pasar tradisional juga menunjukkan suatu tempat yang diperuntukkan bagi kegiatan yang bersifat indigenous market trade sebagaimana telah dipraktekkan sejak lama (mentradisi). Pasar tradisional berbeda dari yang modern dalam banyak hal. Lokasinya lebih tersebar diberbagai ragam wilayah, dari kota-kota besar sampai desa-desa pelosok. Menurut Geertz pasar tradisional lebih bercirikan *bazaar*

economic type skala kecil. Karenanya pasar tradisional secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain ditempat tersebut. Juga pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah. Tak kalah pentingnya adalah pasar tradisional terbukti cukup memberikan kesempatan yang luas bagi sektor informal untuk terlibat di dalamnya (Greetz,1963).

Menurut Mahendra Wijaya dalam bukunya yang berjudul *Perspektif Sosiologi Ekonomi* mengungkapkan bahwa pasar lokal (dalam artian tradisional) pada dasarnya adalah pasar yang di daerah yang bertetangga, dan walaupun penting bagi kehidupan komunitas, sama sekali tidak menunjukkan adanya pengurangan sistem ekonomi yang sudah merupakan pola dasar komunitas tersebut. Pasar lokal mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Ada kelompok yang menyediakan dan kelompok yang membutuhkan. Kalau salah satu kelompok diatas tidak ada, maka disebut pranata jenis pasar dan bila kedua-duanya ada maka disebut pasar.
2. Unsur setara yaitu nilai tukar menurut kesetaraan itu pasar merupakan pasar harga tetap atau pasar pencipta harga.
3. Persaingan adalah ciri lain pranata seperti pasar pencipta harga dan lelang. Dia tidak terdapat di pasar harga tetap tetapi hanya terbatas pada pasar.

4. Unsur-unsur fungsional: lokasi fisik dan barang, adat istiadat, hukum.
5. Harga pada mulanya adalah jumlah yang telah ditetapkan dengan tegas terlebih dahulu dan bahwa tanpa ini kegiatan dagang tidak dapat dimulai. Harga berubah-ubah/ berfluktuasi karena persaingan harga adalah perbandingan kuantitatif antara barang berbagai jenis yang lahir melalui barter atau tawar-menawar harga adalah bentuk ekuivalensi yang khas dijumpai pada ekonomi yang terintegrasi melalui perilaku tukar-menukar. (Mahendra Wijaya; 2007; 95)

Dari berbagai pandangan diatas, maka peneliti menggunakan konsep pasar tradisional sebagai yang disampaikan oleh Clifford Geertz (1992), bahwa pasar tradisional merupakan suatu tempat yang diperuntukkan bagi kegiatan yang bersifat indigenous market trade sebagaimana telah dipraktekkan sejak lama serta bercirikan *bazaar economic type* skala kecil. Konsep lain yang digunakan adalah pasar tradisional menurut Mahendra Wijaya yang memiliki lima karakteristik, yaitu; kelompok yang menyediakan dan kelompok yang membutuhkan, unsur setara, persaingan, unsur-unsur fungsional, dan harga.

Pasar yang diteliti dalam skripsi ini adalah Pasar Palur yang merupakan pasar tradisional yaitu sebagai tempat bertemunya para pelaku pasar dari berbagai wilayah sekitar Solo, Sukoharjo dan Karanganyar sehingga terdapat kompleksitas dari para pelaku pasar. Disamping itu,

Pasar Palur memberikan lahan yang dapat digunakan sebagai kesempatan untuk berdagang bagi orang-orang disekitar pasar maupun dari daerah lain. Pasar tradisional ini bercirikan *bazaar type economic* yang secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain ditempat tersebut. Dalam Pasar Palur juga terdapat kebiasaan dagang, yang ada dalam mekanisme ekonomi yang memelihara dan mengatur arus barang dan jasa. Terdapat unsur-unsur pasar yaitu ; a. kelompok yang menyediakan dan kelompok yang membutuhkan, b. unsur setara, c. persaingan, d. unsur-unsur fungsional, e. harga.

E.2. Teori Yang Digunakan

DR. Damsar, M.A dalam *Sosiologi Ekonomi, 2002* menjelaskan bahwa, Sosiologi memiliki cara yang khas dalam memahami pasar. Melalui cabang ilmunya, yaitu Sosiologi Ekonomi, untuk dapat memahami dan mendalami pasar dapat dilakukan melalui empat tipe pendekatan. Yang mana diantara beberapa pendekatan tersebut sifatnya komplementer. Damsar menjelaskan empat pendekatan itu adalah :

1) Pendekatan Jaringan Sosial

Berjalannya pasar dipandang bukan hanya sekedar adanya permintaan dan penawaran, namun lebih dari itu dikarenakan adanya kompleksitas jaringan aktor pasar yang menggunakan berbagai macam energi sosial budaya seperti trust (kepercayaan) clientozation, berbagai bentuk hubungan seperti kekerabatan, suku, daerah, asal, almamater, dan sebagainya. Hal-hal diatas masuk dalam modal

budaya (cultural capital) dan modal sosial (social kapital). Sehingga pendekatan ini melihat pasar sebagai suatu hubungan antar aktor pasar itu sendiri yang meliputi perusahaan, pesaing, distributor, pembeli dan berbagai pelaku pasar lain yang ada..

2) Pendekatan Sistem Sosial

Pasar merupakan subsistem ekonomi, dan sistem ekonomi merupakan bagian dari sistem sosial karena adanya keterkaitan masyarakat dengan ekonomi dan pasar. Dalam hal ini pasar sebagai subsistem ekonomi yang nantinya akan berimbas pada permasalahan sistem sosial memiliki beberapa fungsi yang diantaranya adalah fungsi adaptasi dalam hal kapitalisasi dan investasi. Kemudian fungsi pencapaian tujuan yang berkaitan dengan produksi dan distribusi. Selanjutnya fungsi integrasi yang berhubungan dengan pengorganisasian yang terakhir adalah fungsi pola pemeliharaan laten yang besentuhan dengan konsumsi.

3) Pendekatan Permainan

Pendekatan ini menekankan kita untuk bagaimana harus bertindak rasional dan sesuai dengan strategi permainan, atau dengan kata lain bahwasanya harus adanya formulasi atau kombinasi antara logika dengan realita pasar yang terjadi (trust masyarakat konsumen). Pada dasarnya pendekatan ini dibagi menjadi dua yakni Zero-sum game yang ditandai oleh pemenang memperoleh semua, yang mana disini terjadi ketidak transparansian antara kedua belah

pihak sehingga terjadi sebetulnya kompetisi untuk menjadi pemenang. Berbeda halnya dengan pendekatan permainan yang kedua yakni Non-zero-sum game yang memberikan ruang untuk terjadinya ketransparansian sehingga akan menimbulkan sebetulnya kerjasama atas dasar trust yang mana antara kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan.

4) Pendekatan Konflik

Pendekatan ini lebih melihat pasar sebagai arena konflik, sehingga setiap aktifitas dalam pasar mengandung konflik dikarenakan kelangkaan barang dan jasa sehingga aktifitas produksi, distribusi, dan konsumsi menjadi fenomena yang diselubungi konflik. (Damsar dalam Sosiologi Ekonomi, 2002)

Berdasarkan pada empat tipe pendekatan yang disampaikan Damsar di atas, maka sesuai penelitian ini, penulis memilih pendekatan sistem sosial. Dengan Pendekatan sistem sosial ini Pasar dilihat sebagai sub-sistem ekonomi yang memiliki fungsi adaptasi (A); pencapaian tujuan (G); integrasi (I); dan pola pemeliharaan laten (L). Konsepsi “AGIL” yang lekat dengan pandangan Talcott Parsons mengenai Teori Tindakan Sosial ini dianggap mampu untuk menjelaskan gambaran yang terjadi dikalangan pedagang pasar tradisional dalam usaha menjaga eksistensinya.

Teori Tindakan Sosial dari Talcott Parsons. Dalam pandangannya, Talcott Parsons banyak menggunakan kerangka alat

dan tujuan. Inti pandangan Talcott Parsons mengenai tindakan sosial ada 3 hal, yaitu :

1. Tindakan itu memiliki dan diarahkan pada tujuannya
2. Tindakan terjadi dalam suatu situasi. Dimana elemennya sudah pasti, sedangkan elemen – elemen lainnya digunakan oleh yang bertindak itu sebagai alat menuju suatu tujuan yang dimaksudkan.
3. Tindakan secara normatif diatur berkaitan dengan penentuan alat dan tujuan. Tindakan itu dilihat sebagai suatu kenyataan sosial yang paling kecil dan paling fundamental.

Komponen dasar dari satuan tindakan adalah tujuan, alat, kondisi dan norma. Alat dan kondisi berbeda dalam hal dimana orang yang bertindak itu mampu menggunakan alat dalam tujuannya mencapai tujuan, dan kondisi merupakan aspek situasi yang tidak dapat dikontrol oleh orang yang akan bertindak itu. (Doyle Paul Johnson; 1986; 106)

Menurut Talcott Parsons suatu tindakan memiliki struktur bertindak dalam sistem sosial. Tindakan sosial yang voluntaristik Talcott Parsons dipengaruhi empat prasarat fungsional, yang menurut Parsons terbentuk dalam sebuah kerangka aronim yang disebut “AGIL”. Pada dasarnya kerangka “AGIL” merupakan empat prasyarat

fungsional yang harus dipenuhi sistem sosial, termasuk pasar tradisional. Empat prasyarat fungsional tersebut adalah :

A (Adaptation)

Menunjukkan pada keharusan bagi system-sistem social untuk menghadapi lingkungannya. Ada dua dimensi permasalahan yang dapat kita bedakan. Pertama harus ada suatu penyesuaian dari system itu teradap tuntutan kenyataan yang keras dan tak dapat dirubah. (infleksibel) yang datang dari lingkungan. Dan yang kedua adalah ada proses transformasi aktif dari situasi itu.

➤ G (Goal Attainment)

Suatu prasyarat fungsional yang muncul dari pandangan bawa tindakan itu diarahkan pada tujuan-tujuannya. Dalam hal ini lebih dikedepankan pada tujuan bersama para anggota dalam sistem sosial daripada tujuan pribadi.

➤ I (Integration)

Merupakan prasyarat fungsional yang berhubungan dengan interelasi antara para dalam sebuah system sosial. Masalah integrasi menunjuk pada kebutuhan untuk menjamin bahwa ikatan emosional yang cukup yang menghasilkan solidaritas dan kerelaan untuk bekerjasama dikembangkan dan dipertahankan.

➤ L (Laen Pattren Maintenane)

Konsep latensi menunjukkan pola pemeliharaan laten yang telah terbentuk baik dalam suatu sistem. (Doyle Paul Johnson; 1986: 130)

Berdasarkan teori ini pasar tradisional harus dapat memenuhi empat syarat yang harus ada untuk mempertahankan keberadaan pasar tradisional ditengah ancaman nyata pasar modern. Pedagang pasar tradisional sebagai pelaku ekonomi yang ada di dalam sistem sosial pasar tradisional harus mampu mempertahankan sistem yang ada. Pedagang harus mampu beradaptasi dengan kondisi kritis yang dialami pasar tradisional, sistem yang ada di pasar tradisional juga dituntut mampu mengatasi kebutuhan situasional yang datang dari lingkungan luar. Setiap komponen yang ada di pasar tradisional harus mampu merumuskan dan mencapai tujuan bersama yaitu untuk menjaga kederadaan pasar tradisional agar tetap eksis. Pedagang yang ada di pasar tradisional juga harus mampu bersatu mengatur hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. Dan syarat terakhir harus mampu melengkapi, memelihara, dan memperbaharui motivasi individu dan pola-pola budaya yang menciptakan dan mempertahankan motivasi tersebut.

E.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini adalah:

- 1. Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Tekstil di Pasar Tekstil Beteng – Pasar Kliwon Solo** (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai

Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Tekstil di Pasar Tekstil Beteng – Pasar Kliwon Solo)

Penelitian yang dilakukan oleh Nindita Farah Sasmaya, S.Sos ini menggambarkan mengenai kemampuan serta tindakan yang dilakukan pedagang Pasar Beteng dalam menjalankan usahanya ditengah deraan permasalahan yang mengancam kelangsungan usahanya. Permasalahan mulai muncul dengan adanya penurunan perdagangan tekstil pasca krisis 1997 dikarenakan turun atau rendahnya daya beli masyarakat. Hal ini diperburuk dengan beredarnya barang hasil produksi tekstil dan garmen selundupan dari Luar Negeri dengan harga yang lebih murah. Barang selundupan ini diiringi dengan muncul dan menjamurnya Factory Outlet di Kota Solo yang memperdagangkan barang selundupan murah ini.

Keterpurukan perdagangan tekstil ini mengancam eksistensi atau keberadaann pasar tekstil tradisional. Maka, dibutuhkan strategi untuk bertahan ditengah keterpurukan dan persaingan yang ketat. Dalam penelitian ini dijelaskan, yaitu dengan cara peningkatan etos kerja sebagai landasan dalam berdagang, berfikir rasional dan berani bersepekulasi, penerapan strategi pemasaran yang efektif, dan praktek politik dagang yang bersih sebagai cara untuk mencapai tujuan bersama yaitu menjaga kelangsungan dan keberadaan pasar tekstil tradisional agar tetap terjaga.

Adapun yang menarik peneliti untuk menjadikan penelitian ini menjadi acuan adalah adanya dalam menanggulangi keterpurukan pasar tekstil beteng, pedagang melakukan tindakan penyelamatan menjaga keberadaan mereka dari ancaman black market dan persaingan yang tidak sehat dari menjamurnya Factory Outlet di Kota Solo. Hal ini memberikan gambaran pada peneliti tentang beberapa contoh hal – hal yang mengancam keberadaan atau eksistensi pasar tradisional maupun cara untuk penanganannya. Dalam penelitian ini pula peneliti memperoleh gambaran mengenai pelaksanaan politik yang terjadi di pasar dalam penelitian ini disebut sebagai politik dagang. Hal ini dengan dipaparkannya mengenai politik dagang yang dilakukan pedagang Pasar Beteng. Politik dagang yang dilakukan adalah penentuan harga dengan sistem Stok Baru-Harga Baru sehingga jika barang lama masih ada maka dijual mengikuti harga stok barang baru. Politik dagang lain adalah dengan membentuk jaringan yang kuat sehingga terbangun solidaritas yang tinggi diantara pedagang baik dalam hal penentuan harga barang maupun saling membantu mencarikan barang. Politik dagang dengan cara memonopoli aliran distribusi juga dilakukan oleh pedagang tekstil di Pasar Beteng yaitu dengan mengambil kewenangan dalam memasarkan atau memasok barang merek tertentu, hal ini biasanya dilakukan oleh pedagang yang memiliki modal yang besar dan sirkulasinya berjalan lancar serta memiliki pendapatan yang cukup besar dan tetap. Politik dagang lain

yang dilakukan pedagang tekstil untuk menarik minat pembeli adalah dengan melakukan obral, discount untuk pembeli selain pedagang dan cuci gudang untuk pedagang di kalangan Pasar Beteng. Hal penting lain yang menjadi acuan peneliti yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan tahun 2005 ini adalah mengenai kehidupan perdagangan pedagang pasar yang lebih menyukai transaksi yang kecil namun lancar dan terus menerus dari pada pembelian besar tetapi terjadinya satu atau dua kali saja. Hal ini terjadi karena dalam transaksi kecil namun kontinyu lebih menjanjikan keuntungan yang lebih besar dan menjaga kejegan distribusi barang dagangan.

2. Jaringan Sosial Pedagang Pasar Tradisional Pasca Renovasi (Studi Kasus Jaringan Sosial Pedagang Roti dan Snack Di Pasar Nusukan Kota Surakarta Pasca Renovasi)

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Usmawati, S.Sos ini menggambarkan mengenai Jaringan sosial yang terbentuk diantara pedagang pasar tradisioanl yang terjadi di Pasar Nusukan. Pasar Nusukan yang terbakar pada tahun 2004 dibangun kembali oleh Pemkot Surakarta menimbulkan perubahan atau tatanan yang ada di Pasar Nusukan sebelum terjadi kebakaran. Salah satunya mengenai jaringan sosial antar pedagang yang dulu terjadi. Penataan tempat berdagang pasca renovasi pedagang dikelompokkan menurut barang dagangan yang dijual. Pedagang yang saat ini memiliki tempat bardagang yang baru dan komunitas sekitar yang baru pula harus

menyesuaikan diri dengan membentuk jaringan yang baru diantara mereka. Jaringan sosial terbentuk diantara pedagang adalah dengan mengedepankan nilai kegotongroyongan, yang berupa *nyumbang* dan menghibur dengan cara menjadi pendengar yang baik. Kepercayaan yang mereka berikan berupa memperbolehkan pedagang lain untuk mengambil barang dagangan kemudian tidak langsung membayarnya.

Adapun yang menarik peneliti untuk menjadikan penelitian ini menjadi acuan adalah peneliti memiliki acuan mengenai gambaran jaringan sosial yang terjadi di pasar tradisional. Jaringan sosial dianggap suatu praktek politik yang dilakukan pedagang untuk mempertahankan diri diantara deraan permasalahan yang ada. Dalam penelitian ini pula penulis mendapat gambaran nyata mengenai kehidupan perdagangan yang terjadi dipasar tradisional.

F. Definisi Konseptual

1. Politik

Menurut William Robson, politik merupakan kegiatan untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan, melaksanakan kekuasaan dan mempengaruhi pihak lain ataupun menentang kekuasaan.. Kekuasaan dalam politik diterjemahkan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain untuk berpikir dan berperilaku sesuai dengan kehendak yang mempengaruhi dalam hal ini didunia perdagangan.

2. Eksistensi

Eksistensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti adanya; keberadaan; keberlanjutan. Eksistensi adalah mempertahankan apa yang menjadi salah satu diantara pilihan yang jumlahnya tidak terbatas (B.N. Marbun; 1996; 151). Jadi politik eksistensi adalah kegiatan untuk memperoleh, menjalankan dan mempertahankan kekuasaan untuk tujuan menjaga dan mempertahankan keberadaanya.

3. Pedagang

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini pedagang memiliki beberapa tipe, baik menurut struktur, jalur distribusi, strtifikasi, aktivitas perdagangan, etnis maupun pemilikan lahan berdagang.

4. Pasar Tradisional

Pasar taradisional menurut Clifford Geertz (1992), adalah suatu tempat yang diperuntukkan bagi kegiatan yang bersifat indigenous market trade sebagaimana telah dipraktekkan sejak lama serta bercirikan *bazaar economic type* skala kecil. Konsep lain yang digunakan adalah pasar tradisional menurut Mahendra Wijaya yang memiliki lima karakteristik, yaitu; kelompok yang menyediakan dan kelompok yang membutuhkan, unsur setara, persaingan, unsur-unsur fungsional, dan harga.

G. Metode Penelitian

G.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan termasuk dalam kategori penelitian kualitatif berdasarkan metode utamanya yang dipakai yaitu studi kasus. Penelitian kasus bertujuan untuk mempelajari gejala-gejala sosial melalui analisis yang terus-menerus tentang kasus yang dipilih. (Y.Slamet; 2006;10)

H.B. Sutopo menjelaskan bahwa jenis penelitian studi kasus menjadi dua, yaitu studi kasus tunggal dan studi kasus ganda. Suatu penelitian disebut studi kasus tunggal, bilamana penelitian tersebut terarah pada satu karakteristik. Artinya, penelitian tersebut hanya dilakukan pada satu sasaran. Sasaran tersebut harus memiliki karakteristik yang sama atau seragam. Sedangkan suatu penelitian disebut sebagai studi kasus ganda, jika ada dua atau lebih sasaran studi yang memiliki karakteristik yang berbeda. (H.B. Sutopo; 2002; 112-113)

Berdasarkan uraian diatas, penelitian Politik Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional ini merupakan jenis penelitian studi kasus ganda. Disebut demikian karena terdapat perbedaan karakteristik dari pedagang kelontong yaitu perbedaan karakteristik pedagang grosir, grosir-eceran dan pengecer. Perbedaan tersebut pada tindakan politik eksistensi yang dilakukan oleh pedagang kelontong berdasarkan skala usahanya.

G.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Pasar Palur, Ngringo, Jaten Karanganyar. Alasan dari pemilihan tempat penelitian yaitu Pasar Palur merupakan pasar transisi yaitu pasar yang berada di batas kota. Bahkan

sebagai pasar transisi Pasar Palur ini diapit dari empat wilayah yang memiliki potensi ekonomi cukup tinggi yaitu Kota Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sragen. Posisi strategis Pasar Palur ini diperkuat dengan letaknya yang bersebelahan dengan Terminal Palur.

Pasar Palur ini merupakan pasar yang bersinggungan langsung dengan merebak luasnya pasar modern. Pasar ini merupakan salah satu pasar yang menjadi korban dari pengalihan lahan, yang bahkan saat ini dipergunakan untuk pembangunan Super market di Karanganyar yang saat ini dikenal dengan Palur Plaza. Pasar Palur yang dulunya berada ditepi jalan Solo–Sragen saat ini beralih lebih masuk kedalam yaitu tepatnya dibelakang Palur Plaza. Pasar Palur ini juga sangat dekat dengan pasar modern yaitu Mitra Palur yang letaknya berada disebelah selatan. Berdasarkan alasan inilah peneliti memilih Pasar Palur menjadi lokasi penelitian yang cukup relevan dengan latar belakang masalah yang diteliti.

G.3. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui observasi dan wawancara dengan informan. Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi fisik pasar (penataan kios dan los, kondisi kios/los, kondisi lingkungan pasar, dan jenis dagangan yang ada di pasar.) dan aktivitas-aktivitas pelaku pasar (tindakan politik eksistensi

yang dilakkan oleh pedagang pasar tradisional) di Pasar Palur. Wawancara dilakukan secara langsung dari sumbernya yaitu informasi dari pedagang di Pasar Palur.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari buku referensi, surat kabar, data-data dari Pemerintah Kabupaten Karanganyar maupun paguyuban, internet dan berbagai dokumen yang terkait dengan Pasar Palur.

G.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal sangat penting bagi peneliti yang sedang mengadakan penelitian karena menyangkut bagaimana cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

a. Observasi tidak berpartisipasi

Observasi tidak berpartisipasi adalah kegiatan pengumpulan data yang bersifat nonverbal dimana peneliti tidak berperan ganda. Peneliti berperan sebagai pengamat, tidak turut serta sebagai aktor yang melibatkan diri di dalam suatu kegiatan. (Y.Slamet; 2006; 86). Dari hasil pengamatan akan dituangkan dalam lembar observasi yang selanjutnya dijadikan data lapangan.

b. Wawancara mendalam (*Indepth Interview*)

Teknik wawancara yang dilakukan secara mendalam ini tidak dilakukan dengan ketat dan formal, hal ini dimaksudkan supaya informasi yang dikumpulkan memiliki kedalaman yang cukup. Kelonggaran yang didapat dengan cara ini akan mampu lebih banyak

mengorek keterangan tentang apa yang dijadikan kajian dalam penelitian ini dan tingkat kejujuran informan. Wawancara dilakukan dengan pedoman panduan wawancara (*interview guide*) yang telah dibuat yang berkaitan dengan apa yang dijadikan kajian dalam penelitian ini.

G.5. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Dalam hal ini peneliti memilih informan dari keseluruhan pedagang, dan dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap sehingga kemungkinan pilihan informan dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemantapan peneliti memperoleh data (Sutopo;2002;56).

Informan yang dipilih oleh peneliti adalah pedagang grosir-grosir-eceran dan eceran di Pasar Palur baik yang ada sebelum maupun sesudah pengalihan lahan. Hal ini dipilih karena dianggap dapat mewakili populasi pedagang di Pasar Palur. Selain itu informan juga ditetapkan dengan *maximum variation sampling* (berdasarkan skala usaha dan lama usaha), yang diyakini oleh peneliti terdapat heterogenitas pedagang serta mengetahui betul mengenai perbedaan dan mengalami perubahan yang terjadi semasa pasar tradisional masih “jaya-jayanya” sampai mulai surut karena pemindahan lahan dan adanya terjangan pasar modern yang berkembang pesat dan meluas. Kemudian dari setiap

variasai inilah diterapkan teknik cuplikan yang bersifat *purposive sampling*, yang berdasarkan pada:

1. Skala usaha, baik itu pedagang grosir, eceran ataupun grosir-eceran
2. Lama usaha dari pedagang yang mampu mengungkapkan keadaan saat pasar tradisional jaya dan mengalami perubahan keberadaannya sehingga mengalami keterpurukan seperti saat ini.

- **Besarnya Sampel**

Dari sekian banyak pelaku di Pasar Palur, peneliti akan mengambil 9 orang pedagang sebagai sampel, yang dipilih berdasarkan skala usaha dan lama berdagang dengan rincian 3 orang pedagang grosir, 3 orang pedagang eceran, dan 3 orang pedagang grosir-eceran. Hal tersebut dipilih karena dari informan-informan tersebut akan mewakili pelaku pasar di Pasar Palur. Penarikan sampel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

Penarikan Sampel

Skala usaha	Lama Usaha		
	<10 tahun	10-20 tahun	> 20 tahun
Grosir	V	V	V
Eceran	V	V	V
Grosir-eceran	V	V	V

Sumber : hasil observasi dan pra survey penelitian

G.6. Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data model interaktif yang memiliki tiga komponen, yaitu pemilihan

data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Untuk lebih jelasnya masing-masing tahap (termasuk proses pengumpulan data) dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Pengumpulan data

Data yang muncul berwujud kata-kata yang dikumpulkan dalam aneka cara yaitu observasi, wawancara mendalam serta data dokumentasi, kemudian data yang diperoleh melalui pencatatan di lapangan dianalisa melalui tiga jalur kegiatan yaitu pemilihan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Data-data tersebut diperoleh dari wawancara para informan yang berasal dari pelaku-pelaku pasar yaitu pedagang Pasar Palur Karanganyar. Semua hasil wawancara tersebut dikumpulkan tanpa mengalami penyaringan.

b. Pemilihan data atau reduksi data

Diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul catatan-catatan tertulis di lapangan (field note). Pemilihan data sudah dimulai sejak peneliti mengambil keputusan dan menyatakan bahwa tentang kerangka kerja konseptual, tentang pemilihan kasus, pertanyaan yang diajukan dan tentang tata cara pengumpulan data yang dipakai pada saat pengumpulan data berlangsung. Pemilihan data berlangsung terus-menerus selama penelitian kualitatif berlangsung dan merupakan bagian dari analisis. Reduksi data dilakukan agar data-data yang diperoleh dapat sejalan

dengan masalah yang akan penulis sajikan. Sehingga akan terjadi pengurangan data yang tidak sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

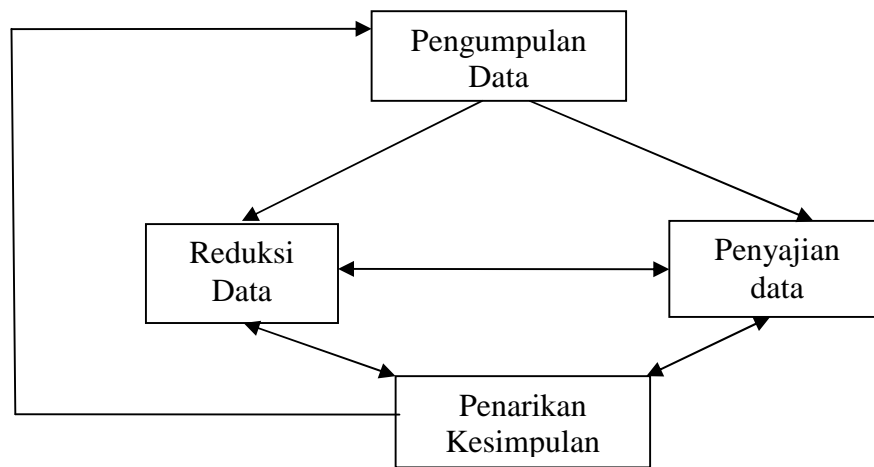
c. Penyajian data

Penyajian data meliputi berbagai jenis gambar atau skema, jaringan kerja, keberkaitan kegiatan dan tabel yang dapat membantu satu rakitan informasi yang memungkinkan kesimpulan dapat dilakukan. Hal ini merupakan kegiatan yang dirancang untuk merakit secara teratur agar mudah dilihat dan dimengerti sebagai informasi yang lengkap dan saling mendukung.

d. Penarikan kesimpulan

Merupakan proses konklusi yang terjadi selama pengumpulan data dari awal sampai proses pengumpulan data berakhir. Kesimpulan yang perlu diverifikasi dapat berupa suatu penggolongan yang meluncur cepat sebagai pemikiran kedua yang timbul melintas dalam pikiran peneliti pada waktu penulis dengan melihat kembali pada field note.

Untuk lebih jelasnya, proses analisis interaktif dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut :



Bagan 1.1 Model Analisis Interaktif

G.7. Validitas Data

Data yang diperoleh selama proses penelitian akan diuji kembali dengan melakukan pengujian validitas data melalui penggunaan triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi ada empat macam, yaitu pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyelidik, teori.

Untuk mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi dengan triangulasi sumber dapat dengan cara :

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara.
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi

- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi peneliti, dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d) Membandingkan keadaan perspektif seseorang dalam berbagai pendapat dan pandangan orang lain, seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, serta orang pemerintah.
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. (Lexy J. Moleong; 2002; 176)

Adapun kegiatan penelitian ini telah dilaksanakan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Persiapan

- Mengurus perijinan penelitian : Universitas Negeri Sebelas Maret, KesBangLinMas, Dinas Pengelolaan Pasar Kabupaten Karanganyar, Pasar lokasi yaitu Pasar Palur..
- Meninjau pasar terpilih sebagai lokasi penelitian untuk secara sepintas mempelajari keadaannya, serta kemungkinan memilih informan yang tepat, khususnya para pelaku pasar.
- Mendatangi Ketua Paguyuban Pasar Palur untuk menanyakan segala sesuatu yang berkaitan dengan pedagang Pasar Palur.
- Menyusun persiapan penelitian, pengembangan pedoman pengumpulan data (daftar pertanyaan dan petunjuk observasi) dan juga penyusunan jadwal kegiatan secara rinci.

b. Pengumpulan data

- Mengumpulkan data di lokasi studi dengan melakukan, wawancara mendalam kepada pedagang Pasar Palur, yang terdiri dari pedagang skala grosir, grosir-eceran, dan eceran.
- Melakukan review dan pembahasan beragam informasi yang telah terkumpul kemudian dipilih data yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan.
- Menentukan strategi pengumpulan data yang paling tepat, dan menentukan fokus, serta pendalaman dan pemantapan data, pada proses pengumpulan data berikutnya.

c. Analisis data

- Melakukan verifikasi dan validasi data dengan mengkroscekkan data yang diperoleh dari informan I ke informan yang selanjutnya dan berjalan seterusnya hingga informan terakhir. Semua hasil wawancara direkam dalam kaset, yang kemudian dibuat naratifnya, reduksi dan belum di buat simpulannya.
- Hasil wawancara tersebut peneliti pilih yang sesuai dengan konsep yang dipakai dalam penelitian, kemudian peneliti sajikan dalam bentuk matriks-matriks hasil wawancara. Data yang dimasukkan ke dalam matriks adalah data yang telah direduksi (dibuang yang tidak perlu) oleh peneliti.

- Dari matrik yang telah dibuat peneliti melakukan analisis dan simpulan. Analisis dilakukan untuk mengetahui politik eksistensi pedagang pasar tradisional di Pasar Palur.

d. Penyusunan Laporan penelitian

- Penyusunan laporan awal
- Peneliti menyusun semua data dan analisis yang telah dibuat.
- Setelah semua disusun secara sistematis, peneliti mendiskusikannya dengan dosen pembimbing. Kemudian diberikan kritik dan masukan oleh dosen pembimbing.
- Peneliti memperbaiki hal-hal yang kurang sesuai dan menambahkan masukan yang diberikan oleh dosen pembimbing.
- Perbanyak laporan sesuai dengan kebutuhan

BAB II

DESKRIPSI LOKASI

A. Kondisi Umum Pasar Palur

A.1. Letak Geografis

Pasar Palur merupakan salah satu dari 50 pasar tradisional yang tersebar di wilayah kabupaten Karanganyar. Secara administratif, Pasar Palur masuk dalam wilayah Kelurahan Ngringo, Kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar. Kabupaten Karanganyar menggolongkan pasar tradisional menjadi tiga kategori. Kategori pertama adalah pasar induk yang terdiri dari 17 pasar, kategori kedua adalah pasar bagian induk yang berjumlah 7 pasar dan pasar berkategori pasar desa berjumlah 26 pasar. Berdasarkan penetapan kategori pasar oleh Pemerintah Kabupaten Karanganyar diatas, Pasar Palur masuk dalam kategori pasar induk. Pasar induk di karanganyar sendiri berjumlah 17 pasar. Adapun pasar di Karanganyar yang berkategori pasar induk adalah :

1. Pasar Karangpandan
2. Pasar Tawangmangu
3. Pasar Palur
4. Pasar Jongke
5. Pasar Tuban
6. Pasar Matesih
7. Pasar Jatipuro
8. Pasar Nglano
9. Pasar Tegal Gede

10. Pasar Jumapolo
11. Pasar Jambangan
12. Pasar Kwadungan
13. Pasar Malang Jiwan
14. Pasar Kebakkramat
15. Pasar Kemuning
16. Pasar Belang
17. Pasar Mojogedang

Pasar Palur sebagai salah satu pasar induk, mempunyai letak geografis yang sangat strategis karena Pasar Palur merupakan pasar transisi yaitu pasar yang berada di batas kota. Bahkan sebagai pasar transisi Pasar Palur ini diapit dari empat wilayah yang memiliki potensi ekonomi cukup tinggi yaitu Kota Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sragen. Letak pasar Palur yang dekat dengan Terminal Palur membuat pasar ramai dikunjungi dari berbagai daerah. pembeli atau pedagang asal Solo dapat mengakses Pasar Palur dengan menggunakan transportasi bus dalam kota karena Terminal Palur merupakan pintu utama memasuki kawasan Solo. Pedagang atau pembeli asal Karanganyar dan Sukoharjo selain menggunakan bus dapat naik angkudes yang trayeknya berakhir di Terminal Palur. Dari daerah Sragen pun dapat mendatangi pasar ini dengan mudah karena jalur Solo-Sragen melewati Pasar Palur yaitu dengan berhenti disebelah timur Palur Plaza dan tinggal berjalan tak lebih dari 100 meter sudah sampai di Pasar Palur.

Pasar Palur menempati lahan seluas 14260 m². Terdiri dari lokasi sebelah barat seluas 1920 m², sebelah selatan 6000 m², dan pusat pasar seluas 6340 m². Adapun batas-batas wilayah Pasar Palur adalah:

- Sebelah Utara : Makam
- Sebelah Timur : Supermarket Palur Plaza
- Sebelah Selatan : Dusun Palur Ngringo
- Sebelah Barat : Terminal Palur

Pasar Palur yang berada ditengah-tengah kampung Palur Ngringo menjadi salah satu faktor pendukung tersendiri karena pasar tidak pernah sepi dalam memenuhi kebutuhan warga sekitar. Beberapa warga sekitar pasar juga mengambil keuntungan dengan menjadikan sebagian halaman maupun emperan rumahnya untuk lahan parkir sepeda maupun membuka warung makan. Hubungan timbal balik dan saling memberikan keuntungan ini membuat warga sekitar seakan-akan seperti ikut memiliki dan menjaga Pasar Palur.

Batas barat Pasar Palur yang berupa terminal menjadi faktor yang memberaskan Pasar Palur karena melalui pintu terminal inilah masyarakat dapat mengakses pasar tradisional ini. Bus kota yang membelah kota Solo memulai trayeknya dari sini. Angkuta desa yang beroperasi di Karanganyar maupun Sukoharjo bagian Utara pun mengakhiri trayek disini. Dan bus Solo-Sragen selalu transit di terminal ini. Potensi ini membuat Pasar Palur menjadi mudah diakses oleh masyarakat luas.



Gb.2.1. Terminal Palur tepat berada di batas barat Pasar Palur

Makam yang berada di sebelah utara Pasar Palur yang seringkali dikukjungi warga menjadi berkah tersendiri bagi pedagang. Pedagang bunga setaman yang persis ditempatkan di area utara pasar menjadi keuntungan buat pedagang maupun peziarah karena letaknya sangat dekat dengan makam. Peziarah biasanya mampir dulu untuk membeli bunga ke pedagang pasar untuk digunakan *nyekar* leluhur. Bahkan pada hari-hari tertentu pedagang bunga setaman ini buka 24 jam untuk memenuhi kebutuhan peziarah yang ingin *nyekar* di malam hari.

Batas sebelah Timur Pasar Palur menjadi polemik tersendiri bagi Pasar Palur, karena berbatasan langsung dengan supermarket Palur Plaza. Sebenarnya lahan yang digunakan Palur Plaza sekarang tak lain adalah lokasi lama dari Pasar Palur. Kebijakan Pemerintah kabupaten Karanganyar yang ingin memperluas dan menata Pasar Palur memindahkan pasar ke sebelah barat. Tetapi ternyata lokasi pasar lama digunakan untuk pembangunan pasar modern. Sempat muncul pro dan kontra dari masyarakat dan pelaku pasar tradisional.

Oleh karena itulah pedagang pasar tradisional harus mampu untuk meraih pembeli dan mampu untuk mempertahankannya dalam rangka untuk menjaga keberadaan atau eksistensinya.



Gb.2.2. Palur Plaza berada di timur Pasar Palur

A.2. Kondisi Fisik Pasar

Pasar Palur mengalami tiga kali perpindahan lokasi. Sebelum tahun 1985 pasar palur tepat berada di perempatan jalan raya Palur. Pada tahun 1985 relokasi ke sebelah utara atau 100 meter dari lokasi awal dikarenakan banyaknya pedagang yang sulit tertampung. Pada tahun 1999 Pasar Palur relokasi ke barat pasar lama atau tepat dibelakang lama. Pasar Palur menempati lahan seluas 14260 m² Terdiri dari lokasi sebelah barat seluas 1920 m², sebelah selatan 6000 m², dan pusat pasar seluas 6340 m². Pembagian Pasar Palur berdasarkan luas tempat berjualan dapat diperhatikan pada tabel berikut ini ,

**Tabel 2.1 : Pembagian Pasar Palur
Berdasarkan Luas Tempat Berjualan**

NO	KLASIFIKASI	LUAS
1	Kios Pemda	1027 m ²
2	Kios Pemda Utara	1036 m ²
3	Kios Pemda Selatan Tingkat	809,61 m ²
4	Kios Daging	32 m ²
5	IPT (Ijin Penggunaan Tempat)	329 m ²
6	Sekat Darurat	1167 m ²
7	Luar Kios	477 m ²
	Jumlah	

Sumber : Kantor Pengelola Pasar Palur Tahun 2009

Dengan melihat tabel diatas dapat diketahui bahwasanya tempat berjualan pedagang pasar palur cukup baragam. Mulai dari Kios, IPT (Ijin Penggunaan Tempat), Sekat Darurat mupun Luar Los. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut:

1. Kios
 - a. Kios Pemda Selatan Tingkat

Kios ini merupakan milik Pemda, letaknya disebelah selatan pasar atau tepatnya di lokasi pasar lama. Ciri bangunan bertingkat. Pedagang pada kios ini dikenakan sewa sebesar Rp. 500,-/ m²/ bulan dengan retribusi kebersihan sebesar Rp. 100,-/ m²/hari dan retribusi harian sebesar Rp. 100,-/ m²/hari.

- b. Kios Pemda

Kios ini merupakan milik Pemda dengan lokasi di pasar sekarang. Dengan ciri-ciri berdinding tembok dengan lokasi mengelilingi bagian dalam pasar.

c. Kios Daging

Kios daging merupakan kios yang komoditi dagangannya khusus daging. Lokasinya berada di sebelah barat, dengan ciri-ciri lantai dan tempat dasaran keramik dan dinding kaca.

2. IPT (Ijin Penggunaan Tempat)

IPT merupakan tempat berdagang yang letaknya antara kios-kios di sepanjang los yang kosong. Ijin penggunaan tempat selama satu tahun sekali diperbaharui. Pedagang dalam IPT ini dikenakan sewa sebesar Rp. 1.000,-/ m²/ tahun dengan retribusi kebersihan sebesar Rp. 100,-/ m²/hari dan retribusi harian sebesar Rp. 150,-/ m²/hari.

3. Sekat Darurat

Sekat darurat merupakan tempat berdagang yang berada dibawah milik Pemda yang sudah dibangun oleh pedagang. Ciri bangunannya dikelilingi oleh sekat dan dilengkapi oleh pintu. Bahan pembuat sekat biasanya dari triplek sehingga mudah untuk dibongkar. Pedagang sekat ini dikenakan sewa sebesar Rp. 300,-/ m²/ bulan dengan retribusi kebersihan sebesar Rp. 100,-/ m²/hari dan retribusi harian sebesar Rp. 150,-/ m²/hari.

4. Luar Kios

Luar los merupakan tempat untuk pedagang bebas yang tempatnya diluar lokasi los. Tempatnya berada di sebelah selatan dan utara halaman

pasar. Pedagang disini disebut bebas karena tidak dipungut biaya sewa hanya dikenakan retribusi saja. Jenis pedagang luar los adalah pedagang adengan, pedagang oprokan dan pedagang kaki lima. Pedagang luar los ini dikenakan retribusi kebersihan sebesar Rp. 100,-/ m²/hari dan retribusi harian sebesar Rp. 150,-/ m²/hari.

B. Sekilas Pasar Palur

B.1. Sejarah Pasar Palur

Pasar palur merupakan salah satu pasar induk di kabupaten Karanganyar. Pasar ini mengalami perkembangan yang sangat dinamis. Pasar Palur ini merupakan salah satu pasar yang cukup tua di wilayah Kabupaten Karanganyar. Pasar ini sudah ada sejak kemerdekaan bangsa Indonesia yaitu pada kisaran tahun 1940an.

Pada masa kemerdekaan sekitar tahun 1945, Pasar Palur pertama kali berlokasi di pertigaan jalan Raya Palur, tepatnya di sudut barat laut. Pasar Palur pada masa itu masih merupakan pasar yang buka pada hari pasaran jawa saja. Pada mulanya hanya beberapa pedagang saja yang menjajakan barang dagangannya. Para pedagang berjualan secara berkelompok disudut pasar yang dirasa cukup setrategis dan mudah dijangkau oleh pembeli. Seiring masih terbatasnya alat transportasi pada zaman itu, pasar ini menjadi tumpuan ekonomi dan pemenuh kebutuhan vital bagi masyarakat sekitar. Sehingga lambat laun Pasar Palur menjadi pasar yang berkembang baik dan pedagangnyaapun semakin banyak dan variatif.

Seiring pembangunan kios bertingkat dan bertambah banyaknya pedagang di Pasar Palur, maka berdasarkan kebijakan pemerintah kabupaten Karanganyar melakukan relokasi ke tempat yang lebih luas dan memadai bagi pedagang. Tepatnya pada tahun 1985 pasar Palur direlokasi sekitar 100 meter ke sebelah utara dari pasar lama. Pasar Palur pun semakin berkembang pesat. Selain karena lokasinya semakin luas dan pedagangnya semakin banyak, didukung lagi lokasi pasar yang dekat dengan jalan raya yang semakin banyak dilewati kendaraan umum maupun pribadi yang mengantarkan pembeli untuk berbelanja di pasar tradisional ini.

Pada tahun 1998 berdasarkan kebijakan Pemerintah kabupaten Karanganyar tentang tata kota dan kesejahteraan masyarakat, maka pemerintah mengadakan pembinaan dan pemberian beberapa fasilitas. Pasar Palur pun mengalami relokasi ke sebelah barat pasar. Pasar Palur dibangun menggunakan tata bangunan pasar yang lebih teratur, tertata, bersih dan lebih moderen. Sempat ada penolakan dari beberapa pedagang. Pedagang khawatir apabila pasar dipindah lebih masuk kedalam dan jauh dari jalan raya akan membuat pelanggan dan pembeli lepas dan mengalami penurunan pendapatan. Tetapi setelah diberikan penjelasan dan pengertian oleh pemerintah akhirnya penolakan ini tidak berlangsung lama. Pedagang pun secara keseluruhan berpindah ke lokasi pasar Palur yang baru. Tujuan pemerintah membangun pasar Palur adalah meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan pedagang khususnya dan masyarakat sekitar pasar pada umumnya. Dengan menambah dan memperbaharui fasilitas pasar maka daya tampung pasar akan bertambah. Hal ini akan meningkatkan

jumlah pedagang yang berdagang dipasar Palur. Sehingga dapat menambah lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat pada umumnya dan pelaku pasar dapa khususnya.

Langkah positif lain juga dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Karanganyar untuk semakin mengembangkan pasar Palur. Langkah besar ini adalah dengan dibangunnya Terminal antar kota, tepat di sebelah barat Pasar Palur. Terminal yang menjadi transit angkuta, bus kota dan bus antar kota dalam propinsi ini diharapkan dapat menjadi faktor pendukung untuk semakin meningkatkan pengunjung dan pembeli di Pasar Palur sehingga dapat menjawab kekhawatiran pedagang yang takut kehilangan pembeli (Vivi Nursitowati, 2004).

B.2. Pedagang Pasar Palur

Pedagang di Pasar Tradisional ini sangat variatif. Baik pedagang yang dibedakan mulai dari tempat berjalan, jenis dagangan ataupun lama. Pedagang pasar Palur yang ber dasarkan tempat jualannya dibagi menjadi empat golongan. Klasifikasi pedagang pasar Palur menurut tempat dagangannya sebagai berikut:

1. Kios
 - Kios Pemda Selatan Tingkat

Pedagang kios pemda tingkat ini berada di selatan pasar. Kios ini merupakan milik Pemda, letaknya disebelah selatan pasar atau tepatnya di lokasi pasar lama. Ciri bangunan bertingkat.

- Kios Pemda

Kios ini merupakan milik Pemda dengan lokasi di pasar sekarang. Dengan ciri-ciri berdinding tembok dengan lokasi mengelilingi bagian dalam pasar.



Gb.2.3. Beberapa Pedagang Kelontong menempadi kios Pemda

- Kios Daging

Kios daging merupakan kios yang komoditi dagangannya khusus daging. Lokasinya berada di sebelah barat, dengan ciri-ciri lantai dan tempat dasaran keramik dan dinding kaca.

2. IPT (Ijin Penggunaan Tempat)

IPT merupakan tempat berdagang yang letaknya antara kios-kios di sepanjang los yang kosong.

3. Sekat Darurat

Sekat darurat merupakan tempat berdagang yang berada dibawah milik Pemda yang sudah dibangun oleh pedagang. Ciri bangunannya dikelilingi oleh sekat dan dilengkapi oleh pintu. Bahan pembuat sekat biasanya dari triplek sehingga mudah untuk dibongkar.

4. Luar Kios

Luar los merupakan tempat untuk pedagang bebas yang tempatnya diluar lokasi los. Tempatnya berada di sebelah selatan dan utara halaman pasar. Pedagang disini disebut bebas karena tidak dipungut biaya sewa hanya dikenakan retribusi saja. Jenis pedagang luar los adalah pedagang adengan, pedagang oprokan dan pedagang kaki lima.

Selain berdasarkan pada tempat berjualan, pedagang Pasar Palur juga diklasifikasikan berdasarkan jenis dagangannya. Lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 2.2: Jumlah Pedagang
Berdasarkan Jenis Barang Dagangan**

NO	JENIS DAGANGAN	JUMLAH PEDAGANG
1	Kelontong	78
2	Daging Sapi	28
3	Peralatan Rumah Tangga	7
4	Pakaian	92

5	Makanan dan Jajanan	25
6	Ayam	30
7	Buah dan Sayur	32
8	Kembang Setaman	10
9	Lainnya	21

Sumber : Kantor Pengelola Pasar Palur Tahun 2009

Pedagang pasar Palur sendiri memiliki jam berdagang yang khas, yang menjadi ciri khusus pedagang jenis barang dagangan tertentu. Setiap pedagang memilih waktu yang strategis untuk menjajakan barang dagangannya. Ada yang pagi dini hari sudah buka adapula kalau buka baru sore. Adapun perincian waktu berdagang atau aktifitas ekonomi pedagang Pasar Palur dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2.3: Aktivitas Ekonomi
berdasarkan waktu dan jenis dagangan di Pasar Palur**

NO	JENIS DAGANGAN	WAKTU BARDAGANG
1	Kelontong	03.30-18.00 WIB
2	Daging Sapi	04.30-13.00 WIB
3	Peralatan Rumah Tangga	05.00-16.00 WIB
4	Pakaian	05.00-17.00 WIB
5	Snack dan Warung Makan	05.00-16.30 WIB
6	Ayam	04.30-12.00 WIB & 15.00-17.00 WIB
7	Buah	05.00-17.00 WIB
8	Kembang Setaman	05.00-22.00 WIB
9	Sayur	02.00-15.00 WIB

Sumber: berdasarkan hasil wawancara dari kantor Pasar Palur dan pedagang tahun 2009

Berdasarkan table diatas pasar palur terlihat sangat hidup. Mulai pukul 02.00 WIB pedagang sayur sudah mulai bongkar muat dan menjajakan dagangannya. Setelah itu disusul pedagang kelontong jam 03.30 WIB membuka kiosnya. Pedagang sayur dan pedagang kelontong ini membuka kios atau losnya lebih pagi bertujuan untuk mengakomodasi para pembeli yang berkulakan untuk dijual lagi keesokan harinya. Berangsur-angsur mulai buka pedagang daging ayam dan daging sapi tepat setelah subuh atau sekitas jam 04.30 WIB. Dan pedagang yang paling akhir membuka dagangannya adalah pedagang pakaian, buah, jajanan, warung makan dan kembang setaman yaitu jam 5 pagi.

Pasar Palur memiliki tingkat keanekaragaman yang cukup tinggi. Letak geografis Pasar Tradisional Palur yang sangat strategis membuat keanekaragaman ini tercipta. Letaknya yang tepat diapit tiga kabupaten yang memlikiki tingkat aktivitas ekonomi yang tinggi yaitu Surakarta, Karanganyar dan Sukoharjo menjadi salah satu daya tarik pedagang dari daerah tersebut maupun pedagang dari berbagai daerah lain untuk menanamkan usahanya di Pasar Palur.

Table2 4: Identitas Pedagang

Di Pasar Palur Sesuai Urutan Dominasi Keragaman

Item	Keterangan
Tempat tinggal	Surakarta, Sukoharjo, Sragen, Boyolali, Karanganyar
Etnis	Jawa, Madura, Tionghoa dan Sunda
Agama	Islam, Kristen, Katolik

Sumber : SHP (Surat Hak Penempatan) tahun 2009

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwasanya Pasar Palur memiliki tingkat keragaman yang sangat tinggi khususnya dari segi pedagangnya. Hal ini dapat dilihat dari tiga aspek yang mendasarinya yaitu, aspek asal tempat tinggal pedagang, etnis ataupun agama yang dianut pedagang. Dari aspek asal tempat tinggal dapat dapat dilihat sangat beragam daerahnya yang paling dekat dari Surakarta, Sukoharjo dan Karanganyar sendiri bahkan ada pedagang dari Boyolali dan Sragen. Aspek etnis pedagang juga memperlihatkan keberagaman. Walaupun etnis Jawa mendominasi dari sisi jumlah pedagang tetapi etnis tionghoa yang jumlahnya tidak begitu banyak juga mampu eksis terlebih lagi dilengkapi pedagang etnis madura dan sunda yang turut meramaikan. Dari aspek agama yang dianut pedagang juga menunjukkan keberagaman mulai dari Islam, Kristen dan Katolik. Unikny segala keberagaman yang ada di Pasar Palur ini tidak menjadi dasar perbedaan untuk menyulut adanya persengketaan antar pedagang. Tetapi keanekaragaman tersebut disikapi dengan bijak untuk dapat menjadi dasar untuk saling mengisi, saling bertukar pengalaman dan ilmu serta mengokohkan persaudaraan antar pedagang dan menciptakan iklim ekonomi pasar yang kondusif.

B.3. Himpunan Pedagang Pasar

Paguyuban atau perkumpulan pedagang pasar Palur bernama Himpunan Pedagang Pasar Palur. Himpunan pedagang pasar palur ini sejak lokasi pasar berada di lokasi lama. HPP Kegiatan paguyuban pada awalnya yaitu menginformasikan kepada pedagang apabila ada informasi terbaru

mengenai kebijakan tentang pasar tradisional dari pemerintah kota, dalam hal ini Dinas Pasar. Selain sebagai penyampai informasi dari pemerintah kota, kegiatan paguyuban juga berupa kegiatan sosial seperti memberikan informasi dan mengkoordinir kegiatan seperti layatan, jagong dan menjenguk pedagang yang sakit.

HPP ini juga merupakan wadah pedagang untuk mengaspirasai kan pendapat serta masukan buntut kemajuan dan kebaikan pasar Palur. Saran masukan dan pendapat para pedagang ini kemudian disampaikan oleh pengurus HPP ke kantor pasar. Hubungan baik antara HPP dan pegawai kantor pasar membuat situasi tercipta kondusif dan apabila ada masukan akan mudah terserap dan memungkinkan untuk diterima.

Pegurus HPP terakhir kali melakukan reorganisasi pada 22 April tahun 2002. rorganisasi pengurus diadakan untuk melakukan penyegaran dan evaluasi kerja pengurus. Adapun susunan HPP hasil reorganisasi tersebut adalah sebagai baerikut:

- | | |
|-------------|--------------------------|
| Ketua | : Gito Handoko |
| Wakil Ketua | : Suyamto |
| Sekretaris | : Rebo Darto Wiyono |
| Bendahara | : Haryanto |
| Seksi-seksi | |
| • Keamanan | : Yoyok Wahyono
Sukar |
| • Humas | : Amir Riyanto |

- Kebersihan : Yakop
Suparno
Eko Purnomo

Kegiatan rutin dari HPP ini adalah mengadakan malam tirakatan pada bulan Suro tahun jawa. Kegiatan ini dilakukan pada malam jumat kliwon pada bulan suro. Kegiatan tirakatan ini diadakan pedagang untuk memanjatkan doa kepada Tuhan Yang Maha Esa agar dalam berdagang diberikan kelancaran, kesuksesan dan rejeki yang melimpah dan dalam beraktifitas di Pasar Palur ini diberikan keselamatan, ketentraman dan jauh dari musibah. Setelah diadakan tirakatan untuk memberikan hiburan kepada para pedagang yang setiap harinya dilelahkan oleh kegiatan sehari-hari maka disuguhkan pentas kesenian rakyat yaitu Cokekan. Kesenian cokekan ini dipilih karena merupakan kesenian yang dekat dengan rakyat kecil dan untuk mementaskannya tidak perlu membutuhkan dana yang besar. Adapun dana kegiatan ini murni dari hasil urunan dari para pedagang di Pasar Palur.

B.4. Struktur Organisasi Kantor Pasar Palur

Struktur organisasi pasar Palur dipimpin oleh Lurah Pasar. Lurah Pasar, dalam menjalankan tugasnya berada di bawah bimbingan dan pembinaan KPP pusat kabupaten Karanganyar. Semua pegawai yang berada dalam struktur organisasi pasar merupakan pegawai yang bersetatus pegawai daerah.

Adapun struktur organisasi Pasar Tradisional Palur, adalah sebagai berikut:

Lurah Pasar : Sukirno

Staf Administrasi : Sri Hryani

Staf Pemungut Retribusi : 1. Suwarto
2. Sunardi
3. Sutarto

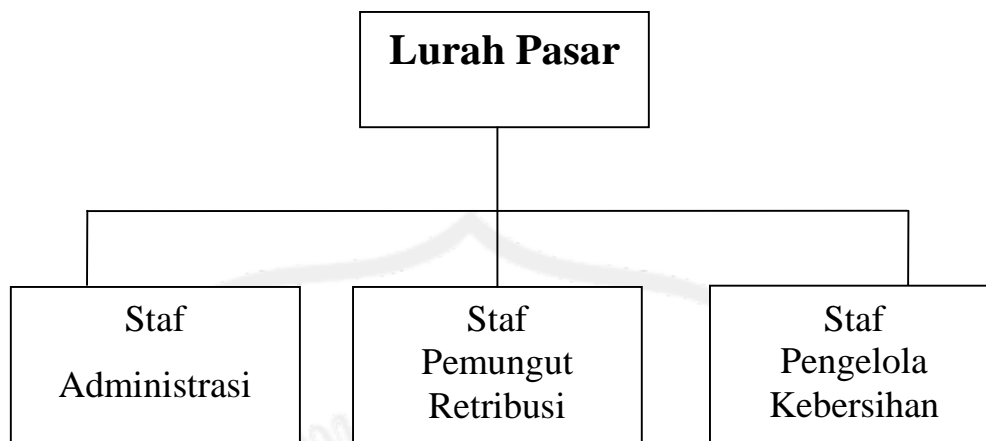
Staf Pengelola Kebersihan : 1. Joko Wahyono
2. Heri Wijono
3. Suharno
4. Harjanto



Gb.2.4. Kantor Pengelola Pasar Palur

Bagan 2.1

Struktur Organisasi Kantor Pasar Palur



Sumber: Kantor Lurah Pasar Palur

Setiap jabatan dalam Struktur Organisasi Pasar Tradisional Palur memiliki peranan. Peranan tersebut tertuang dalam rincian tanggung jawab dan wewenang masing-masing jabatan fungsional, sebagai berikut :

a. Lurah Pasar

- 1) Bertanggung jawab atas pengelolaan pasar
- 2) Mengkoordinir segala kegiatan pemungutan retribusi
- 3) Melaksanakan dan mengkoordinasikan seluruh aktivitas pelaksanaan kebijakan pemerintah daerah
- 4) Memberikan laporan ke Kantor Pengelolaan Pasar Pusat

b. Staf Administrasi

Tanggung jawab dan wewenang dari staf administrasi adalah mencatat dan memberi laporan kepada pimpinan tentang administrasi serta melaksanakan kegiatan administrasi

c. Staf Pemungut Retribusi

Tanggung jawab dan wewenang dari staf pemungut retribusi adalah memungut retribusi pasar kepada pedagang setiap hari dan melaporkan hasilnya ke Lurah Pasar. Retribusi yang telah terkumpul dan dilaporkan kepada Lurah Pasar kemudian disetor ke KPP Pusat Karanganyar yang diterima Bendahara Pembantu Khusus Penerima (BPKP), kemudian dari BPKP disampaikan ke Pemda yang akan masuk ke kas daerah.

d. Staf Pengelola Kebersihan

Tanggung jawab dan wewenang dari Staf Pengelola Kebersihan adalah menjaga kebersihan lingkungan pasar dan melaksanakan pemungutan retribusi kebersihan kepada pedagang, adapun staf pengelola kebersihan terdiri dari seorang koordinator, seorang pengelola retribusi kebersihan dan dua orang petugas kebersihan.

B.5. Retribusi di Pasar Palur

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar No.4 tahun 1999 tentang retribusi yang sebagian diubah dalam Perda No.26 tahun 2001 menyebutkan :

- a. Objek retribusi adalah setiap memanfaatkan atau menggunakan fasilitas pasar untuk berdagang ; yaitu kios, los dan pelataran pasar. Jarak 500 meter di luar batas pasar ditetapkan sebagai rayon pasar.

Struktur dan besar retribusi ijin sebagai berikut:

- b. Retribusi sewa tempat: besarnya sesuai dengan Perda No.26 tahun 2001. Untuk Pasar Palur retribusi sewa tempat sebesar: Rp. 100,-/ m²/hari untuk kios dan Rp. 150,-/ m²/hari untuk luar kios (IPT, Sekat Darurat dan luar kios).
- c. Retribusi kebersihan: besarnya sesuai dengan Perda No.26 tahun 2001. Untuk Pasar Palur retribusi kebersihan sebesar: Rp. 100,-/ m²/hari untuk semua pedagang.
- d. Retribusi Bongkar Muat: apabila pedagang membawa barang sendiri dan melakukan bongkar muat di lokasi pasar. Untuk Pasar Palur, retribusi bongkar muat ini tidak dikenakan biaya.
- e. Iuran keamanan di Pasar Palur sebesar Rp. 3.000,- setiap bulan.



Gb.2.5. Karcis Retribusi Harian di Pasar Palur

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Profil Informan Pedagang Kelontong di Pasar Palur Kabupaten Karanganyar.

Pedagang keontong di Pasar Palur Karanganyar sebanyak 78 orang. Dari jumlah tersebut yang menjadi informan penelitian ini sebanyak 9 orang, yang dipilih berdasarkan skala usaha yaitu, grosir, grosir-eceran dan eceran. Selain keberagaman jenis skala usaha, informan juga dipilih berdasarkan lama usaha pedagang berjualan kelontong dipasar palur, untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap tindakan politik eksistensi yang dilakukan. Lama usaha berdagang kelontong oleh peneliti di masukan dalam 3 kategori lama usaha yaitu, 1-10 tahun, 11-20 tahun, 21-30 tahun. Hal ini untuk mengetahui tindakan politik yang dilakkan oleh pedagang pada tiga kriteria tersebut.

Gambaran tentang profil informan akan dijabarkan secara ringkas melalui tabel-tabel dibawah ini, dimana tabel-tabel ini bersumber dari hasil wawancara:

Tabel 3.1
Pedagang Berdasarkan Skala Usaha, Jenis Kelamin, Usia,
dan Lama Usaha Informan

No	Pedagang berdasarkan skala usaha	Jenis kelamin	Usia	Lama Usaha
1.	Grosir	Perempuan	45 tahun	29 tahun
2.	Grosir	Perempuan	38 tahun	15 tahun
3.	Grosir	Perempuan	36 tahun	9 tahun
4.	Grosir-pengecer	Laki-laki	46 tahun	23 tahun

5.	Grosir-Pengecer	Perempuan	43 tahun	14 tahun
6.	Grosir-Pengecer	Perempuan	25 tahun	3 tahun
7.	Pengecer	Perempuan	64 tahun	24 tahun
8.	Pengecer	Laki-laki	29 tahun	11 tahun
9.	Pengecer	Perempuan	58 tahun	4 tahun

Sumber : Hasil Wawancara 9 - 20 November 2009

Dilihat dari tabel 3.1 diatas, jenis kelamin informan dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 7 orang dan laki-laki 2 orang. Informan sebagian besar berjenis kelamin perempuan karena pedagang kelontong yang berjenis kelamin laki-laki hanya sedikit. Walaupun kepemilikan los atas nama laki-laki namun yang berjualan tetap perempuan sehingga yang mengetahui seluk-beluk aktivitas pasar adalah kaum perempuan. Hal ini tidaklah mengherankan karena pelaku sektor perdagangan di Jawa tiga-perempatnya wanita. (Jenifer Alexander dalam Budaya Pasar; 2000; 292).



Gb.3.1. Mbah Ciptodiharjo Pedagang Kelontong berskala pengecer berusia 64 tahun

Tabel di atas mengungkapkan bahwa terdapat heterogenitas baik usia pedagang maupun lama usia berdagang. Usia pedagang kelontong mulai yang termuda yaitu 25 tahun dan paling tua 65 tahun. Pedagang kelontong yang menjadi informan dalam penelitian dari pedagang dengan skala usaha grosir mulai usia 36 tahun, 38 tahun dan 45 tahun, dengan lama usaha 9 tahun, 15 tahun dan 29 tahun. Sedangkan pedagang grosir-eceran mulai usia 25 tahun, 43 tahun dan 46 tahun, dengan usia berdagang 3 tahun, 14 tahun dan 23 tahun. Adapun informan dari pedagang pengecer mulai dari 29 tahun dengan lama berdagang 11 tahun, 58 tahun dengan lama berdagang 4 tahun dan 65 tahun dengan lama berdagang 26 tahun.

Tabel 3.2

Pedagang berdasarkan Skala Usaha, Agama, Etnis, Asal Daerah Informan

No.	Pedagang berdasarkan skala usaha	Agama	Etnis	Asal Daerah
1.	Grosir	Islam	Jawa	Turen, Sukoharjo
2.	Grosir	Islam	Jawa	Tawang Sari, Sukoharjo
3.	Grosir	Islam	Jawa	Palur, Sukoharjo
4.	Grosir-pengecer	Islam	China	Mojolaban, Sukoharjo
5.	Grosir-pengecer	Islam	Jawa	Boyolali
6.	Grosir-pengecer	Islam	Jawa	Tempel, Boyolali
7.	Pengecer	Islam	Jawa	Sroyo, Karanganyar
8.	Pengecer	Islam	Jawa	Palur Kulon, Sukoharjo
9.	Pengecer	Islam	Jawa	Ngringo, Karanganyar

Sumber: Hasil Wawancara 9 – 20 November 2009

Tabel 3.2 menunjukkan heterogenitas informan, hal ini bisa dilihat dari etnis dan asal daerah pedagang. Dilihat berdasarkan dari etnis informan, mayoritas adalah berasal dari etnis Jawa yaitu sebanyak delapan orang sedangkan etnis China

diwakili oleh satu orang informan. Hal ini menunjukkan adanya heterogenitas dalam hal etnis, walaupun mayoritas pedagang berasal dari etnis Jawa tetapi etnis China juga mengambil bagian dalam menjalankan usahanya di Pasar Palur ini. Adapun asal daerah pedagang informan penelitian ini sangat heterogen. Tiga daerah yang menjadi daerah asal informan adalah Sukoharjo, Boyolali dan Karanganyar. Informan dari daerah Sukoharjo berjumlah lima orang, informan dari daerah Boyolali dua orang, dan dua orang informan lainnya berasal dari Karanganyar. Hal ini menunjukkan strategisnya posisi Pasar Palur, letak Pasar Palur yang berada di perbatasan Karanganyar, Sukoharjo dan Surakarta. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor pendukung Pasar Palur banyak diminati pedagang dari berbagai daerah. Sedangkan berdasarkan agama yang dianut, informan dalam penelitian ini memiliki kesamaan yaitu semuanya beragama Islam.



Gb.3.2 Koh Yusup Pedagang kelontong berasal dari etnis Tionghoa.

Tabel 3.3
Latar belakang Pedagang menjadi Pedagang Kelontong

No.	Pedagang berdasarkan skala usaha	Latar belakang pemilihan informan Menjadi Pedagang Kelontong
1.	Grosir	“Awalnya hanya coba-coba mas ternyata hoki. Barang-barang kelontong itu mudah didapat baik dari pabrik lewat seles dan toko grosir besar. mudah laku dan selalu dicari pedagang untuk dijual lagi. Walaupun ambil untunge dikit-dikit tiap barangnya, tapi karena jumlahnya banyak, ya untungnya lumayanlah. Soalnya hitung untungnya tiap slop, dos atau lusin.”(hasil wawancara 9 November 2009)
2.	Grosir	“Alasan pilih jadi pedagang kelontong adalah banyak pedagang toko kelontong di pemukiman sehingga butuh tempat untuk kulakan. Makanya saya buka kios grosir kelontong. Kalau dilihat dari barangnya, kelontong itu selalu dibutuhkan setiap keluarga jadi akan selalu beli kalau habis” (hasil wawancara 16 November 2009)
3.	Grosir	“Lebih cepat laku mas. Dibutuhkan setiap hari. Barang selalu berputar. Barangnya mudah didapatkan kembali”(hasil wawancara 10 November 2009)
4.	Grosir-pengecer	“Barang-barang yang dijual kelontong cepat habis. Resiko yang ditanggung kecil. Dikarenakan barang yang ditanggung cepta laku karena merupakan barang yang dibutuhkan sehari-hari oleh masyarakat.dan kalau mas kadaluarsanya mau habis bisa diretur. ” (hasil wawancara 11 November 2009)
5.	Grosir-pengecer	“Setiap hari dibutuhkan, jadi barang berjalan terus. Baik yang beli dalam jumlah banyak ataukah eceran.” (hasil wawancara 13 November 2009)
6.	Grosir-pengecer	“Saya dulu, pernah ikut budhe jualan kelontong di pasar. Karena sekarang sudah menikah, coba buka usaha sendiri. Mencoba parktekan ilmu dan berpengalaman yang sudah saya miliki.” (hasil wawancara 12 November 2009)
7.	Pengecer	“ <i>Kulo sadean kelontong sampun selangkung taun mas, untunge lumayan, saget nyukseske anak. Keunggulan dagang kelontong niku barange, gampang dikulak gampang didol meleh.</i> ” Artinya: Saya berjalan kelontong sudah 25 tahun, untungnya bagus, hasilnya ubtuk mensukseskan anak. Kelebihan berdagang kelontong adalah barangnya mudah didapat

		saat kulakan dan mudah saat dijual kembali. (hasil wawancara 19 November 2009)
8.	Pengecer	“Barang-barang kelontong merupakan barang yang paling banyak dan selalu dicari.” (hasil wawancara 17 November 2009)
9.	Pengecer	“Di banding dagang lain, ini sudah terjamin lakunya mas, walaupun hanya ngecer tapi usaha jalan terus. Barangnya itu selalu dibutuhkan orang setiap harinya dan cepat habis jadi beli lagi deh. Kelebihan lainnya yaitu kalau kulakan dagangan, bisa dikulak dalam jumlah kecil, sedikit-sedikit asal komplit mas, karena modalnya juga kecil ” (hasil wawancara 20 November 2009)

Sumber: Hasil Wawancara 9 – 20 November 2009

Berdasarkan table 3.3 diatas dapat diketahui mengenai alasan atau hal yang melatarbelakangi informan untuk memilih berdagang kelontong. Informan dari pedagang kelontong skala grosir dilatar belakangi oleh tingginya permintaan pembeli akan barang-barang kelontong untuk dijual kembali, hal lain adalah karena barang kelontong mudah didapat dari pabrik maupun dari pedagang grosir besar dan tentunya karena keuntungnya menjanjikan.

Table diatas menjelaskan pula latar belakang pedagang grosir dan eceran memilih usaha kelontong. Beberapa hal yang melatarbelakangi informan memilih berdagang kelontong antara lain karena berdagang kelontong memiliki resiko yang kecil karena barangnya cepat laku karena merupakan barang kebutuhan sehari-hari dan bisa diretur ke pemasok. Hal lain yang melatar belakangi adalah untuk mempraktekan ilmu dan pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya.

Bagi informan dengan skala pedadang pengecer ada beberapa hal yang melatar belakangi berdagang kelontong. Pertama barang dagangannya mudah didapat dan mudah dijual kembali. Pedagang pengecer dalam *kulakan* barang

dagangan bisa dalam jumlah kecil, sehingga untuk membuka usaha dan tetap mempertahankannya pedagang pengecer tidak perlu modal yang sangat besar.

Berdasarkan tabel dan penuturan para informan baik grosir, grosir-eceran dan pengecer dapat diketahui hal yang melatar belakangi memilih usaha berdagang kelontong. Beberapa hal yang melatar belakangi adalah:

1. Tingginya permintaan masyarakat akan barang-barang kelontong
2. Penyediaan barang kelontong mudah didapat dari pabrik melalui seles distributor resmi maupun pedagang grosir
3. Keuntungannya menjanjikan.
4. Resiko yang kecil karena barangnya cepat laku karena merupakan barang kebutuhan sehari-hari dan bisa diretur ke pemasok
5. Mempraktekan ilmu dan pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya.
6. Tidak memerlukan modal yang sangat besar.

Tabel 3.4
Pedagang berdasarkan skala usaha, waktu berdagang

No.	Pedagang berdasarkan skala usaha	Waktu berdagang	
		Buka-Tutup	Dalam Jam
1.	Grosir	05.30-17.30 WIB	12 Jam
2.	Grosir	05.00-17.00 WIB	12 Jam
3.	Grosir	08.00-18.00 WIB	10 Jam
4.	Grosir-pengecer	05.00-17.00 WIB	12 Jam
5.	Grosir-pengecer	04.30-16.30 WIB	12 Jam
6.	Grosir-pengecer	04.00-12.00 WIB	8 Jam
7.	Pengecer	04.00-16.00 WIB	12 Jam
8.	Pengecer	03.30-12.30 WIB	9 Jam
9.	Pengecer	04.00-15.00 WIB	11 Jam

Sumber: Hasil wawancara 9 – 20 November 2009

Tabel 3.4 memperlihatkan range dagang informan berjualan di Pasar Palur. Pedagang kelontong menjalankan usaha dagangnya rata-rata selama 8 jam -12 jam tiap harinya. Pedagang kelontong pasar Palur mulai buka pukul 03.30 WIB Hingga tutup pukul 18.00 WIB. Pedagang kelontong yang paling awal buka adalah pedagang skala pengecer. Hal ini dikarenakan lokasi kios berada di bagian depan baik melalui pintu utara ataupun selatan Pasar Palur. Jam buka kios disusul oleh pedagang skala grosir-eceran dan pedagang grosir.

Pedagang kelontong membuka kios atau losnya mulai dari dini hari hingga senja hari bertujuan agar pedagang dapat melayani pembeli dan pelanggannya yang mulai beraktifitas mulai sebelum subuh sampai menjelang malam. Hal ini merupakan wujud integrasi antara pelanggan yang menginginkan tersedianya barang pada waktu-waktu tertentu dan pedagangpun megakomodasi kebutuhan pelanggan tersebut untuk buka pada waktu yang diinginkan tersebut. Misalnya yang terjadi pada ibu Surati pedagang kelontong yang mulai buka pukul 03.30 WIB untuk memenuhi pelanggannya yang berbelanja untuk kebutuhan berjualan warung makan di pabrik pada pagi hari. Hal ini juga terjadi pada ibu Utami, pedagang grosir yang tutup pada pukul 18.00 WIB hal ini guna memenuhi kebutuhan para pedagang warung yang buka pada malam hari untuk menyediakan stok barang yang diinginkan.

Jam buka dan jam tutup ini tetap rutin dilaksanakan setiap harinya untuk memudahkan kedua belah pihak dan bila akan tutup lebih awal atau buka lebih siang maka akan diberi tahu terlebih dahulu oleh pedagang, sehingga pembeli tidak *kecele*. Hal ini seperti yang dituturkan oleh ibu Utami:

“ Walaupun saya buka jam 8 pagi tetapi saya tutup paling akhir Mas, jam enam sore saya baru tutup, soalnya lengganannya banyak pedagang warung makan yang bukanya malam, jadi kulaknya kesini sore gitu. Tapi kalau tutupnya lebih awal aku bilang ke pelanggan di hari sebelumnya , ya agar gak kecele kalau kulakan.” (hasil wawancara 10 November 2009)



Gb.3.3. Pedagang Kelontong Grosir buka sampai jam 18.00

Tabel 3.5
Pedagang berdasarkan Skala Usaha, Pengelolaan Usaha, Jumlah Pegawai dan Tujuan Pemilihan Pegawai di Pasar Palur

No	Pedagang berdasarkan Skala Usaha	Pengelolaan Usaha dan jumlah pegawai	Tujuan Pemilihan Pegawai
1.	Grosir	Dikelola sendiri dengan dibantu 4 pegawai yang berasal dari tetangga.	“Tujunya tetangga dipilih jadi pegawai disini, kita sudah tahu watak mereka dan agar pegawai akan mengabarkan ke kerabat atau tetangga mereka tentang keuntungan belanja disini mas. Istilahe buat narik pembeli. Selain kita terbantu dengan tenaga mereka kita juga mendapatkan manfaat ganda.” (hasil wawancara 9 November 2009)
2.	Grosir	Dikelola sendiri dengan dibantu 3 pegawai dari tetangga.	“Tujuannya buat mbantu tetangga yang belum kerja mas. Kasihan kalo liat dirumah hanya nganggur.”(hasil wawancara 16 November 2009)

3.	Grosir	Dikelola sendiri dengan dibantu 2 pegawai yang berasal dari saudara.	“Saya ambil pegawai bukan sembarangan, dua orang yang mbantu saya tidak lain kakak dan adik saya. Tujuannya untuk berbagi ilmu, siapa tau nantinya kalau ada modal cukup bisa membuka usaha dagang kelontong sendiri” (hasil wawancara 10 November 2009)
4.	Grosir- pengecer	Dikelola sendiri dengan dibantu 2 pegawai dari tetangga.	” Tujuannya untuk memudahkan kita kalau mau ngongkon sana, ngongkon sini,.... <i>bolo tonggo dewe.</i> ” (hasil wawancara 11 November 2009)
5.	Grosir- pengecer	Dikelola sendiri dengan dibantu 1 pegawai dari tetangga.	“ tujuannya simple mas, untuk menjaga kepercayaan diantara kita. Kan tetangga sendiri.” (hasil wawancara 13 November 2009)
6.	Grosir- pengecer	Dikelola sendiri dengan dibantu 1 pegawai dari tetangga	“ Buat bantu tetangga mas, suatu saat kitakan juga butuh bantuan dari mereka”(wawancara 12 November 2009)
7.	Pengecer	Dikelola sendiri dengan dibantu 1 pegawai dari keluarga.	“ <i>Tujuan kulo kagem ngajari anak, mbok menawi njingmben ajeng nerusaken dodolan kulo niki</i> ” Artinya: “ Tujuan saya untuk mengajari anak saya, siapa tau nanti nerusin usaha saya ini mas.” (hasil wawancara 19 November 2009)
8.	Pengecer	Dikelola sendiri dengan dibantu 1 pegawai dari keluarga	“ Saya sungkan mas kalau kerja dengan orang lain, ya saya ambil dari keluarga aja.” (hasil wawancara 9 November 2009)
9.	Pengecer	Dikelola sendiri dibantu 1 pegawai dari keluarga	“Tujuanya kasihan dengan family yang belum kerja, mas” (hasil wawancara 20 November 2009)

Sumber: Hasil wawancara 9 – 20 November 2009

Berdasarkan tabel 3.5 terlihat bahwa pengelolaan usaha berdagang kelontong milik informan semua dikelola sendiri. Pengelolaan sendiri dimaksudkan agar informan sebagai pedagang pemilik modal dapat mengetahui jalannya usaha yang dijalkannya. Maju dan mundur usaha dapat diketahui sehingga dapat melakukan tindakan dan solusi untuk penanganannya. Pengelolan yang

dilakukan dengan turun tangan sendiri dapat mengontrol jalannya usaha dan perputaran modal dan laba. Hal ini dilakukan agar pedagang dapat membawa arah usahanya seperti yang diinginkan sehingga terjadi kepuasan yang diinginkan.

Dalam tabel diatas dapat diketahui bahwa pegawai yang membantu informan dalam menjalankan usahanya. Pedagang kelontong Pasar Palur memilih pegawai dari keluarga atau saudara dan tetangga. Pedagang grosir mengambil pegawai dari saudara dan tetangga. Pedagang grosir-eceran merekrut pegawai tetangga. Sedangkan pedagang eceran semuanya mengambil pegawai dari keluarga. Berdasarkan data diatas dapat disusun matrik berikut ini:

Matrik 3.a

Pedagang berdasarkan skala usaha dan asal pegawai

No.	Pedagang berdasarkan skala usaha	Asal pegawai	
		keluarga/saudara	tetangga
1.	Grosir	Ada, dua orang	Ada, 3 sampai 4 orang
2.	Grosir-pengecer	–	Ada, 1 sampai 2 orang
3.	Pengecer	Ada, Satu orang	–

Sumber: Hasil wawancara 9 – 20 November 2009

Berdasar table 3.5 tujuan pemilihan pegawai dapat dirumuskan dalam beberapa hal, baik pegawai dari keluarga atau saudara maupun tetangga, yaitu:

Tujuan pemilihan pegawai dari saudara atau keluarga untuk membantu dalam pengelolaan usaha, yaitu:

1. Solidaritas membantu saudara yang belum bekerja
2. Menjaga modal agar masih berputar ditataran keluarga

3. Mudah untuk mengkoordinir
4. Untuk memberikan pengalaman dan sebagai sarana menimba ilmu berdagang.

Sedangkan tujuan pemilihan pegawai dari tetangga, dalam rangka membantu pengelolaan usaha dagang kelontong informan adalah:

1. Solidarias dengan tetangga yang belum bekerja
2. Tidak sungkan untuk mengarahkan dan menyuruh
3. Sudah mengenal baik sifat dan perilaku
4. Mendapat manfaat ganda yaitu, tenaga dan bisa sebagai tenaga promosi.

Pedagang kelontong dalam pengelolaan usahanya tidak lepas dari pegawai atau orang yang membantu informan sehari-harinya di pasar. Dalam penarikan pegawai, informan memilih tenaga dari keluarga atau saudara dan tetangga. Persyaratan untuk pegawai berbeda antara pedagang grosir, grosir-eceran dan pengecer. Adapun syaratnya dapat dilihat dalam matrik berikut ini:

Matrik 3.b
Pedagang berdasarkan skala usaha dan syarat perekrutan pegawai

No	Pedagang berdasarkan skala usaha	Persyaratan Perekrutan	
		Keluarga/saudara	Tetangga
1.	Grosir	1. Dapat dipercaya 2. Mau belajar	1. Jujur 2. Disiplin 3. Tanggung jawab
2.	Grosir- pengecer	–	1. Jujur 2. Bisa baca tulis 3. Grapyak
3.	Pengecer	1. Mau belajar 2. Jujur 3. Waktu banyak	–

Sumber: Hasil wawancara 9 – 20 November 2009

Berdasarkan matrik diatas dapat diketahui syarat yang harus dimiliki oleh pegawai pedagang kelontong di Pasar Palur. Syarat yang harus dimiliki pegawai yang bekerja di pedagang grosir yang berasal dari keluarga atau saudara syaratnya adalah harus mau belajar dan dapat dipercaya. Sedangkan yang berasal dari tetangga harus memenuhi tiga syarat yaitu jujur, disiplin dan tanggung jawab. Pegawai yang bekerja di pedagang grosir-pengecer harus memenuhi persyaratan yang ada, pegawai dari tetangga harus jujur, bisa baca tulis dan grapyak. Sedangkan untuk bekerja di pedagang pengecer yang semuanya merupakan keluarga atau saudara harus memiliki tiga syarat, yaitu jujur, mau belajar dan memiliki banyak waktu untuk berdagang. Sifat diatas harus dipenuhi oleh setiap orang pegawai baik saudara atau tetangga yang bekerja di tempat informan.

Pedagang memberikan fasilitas yang cukup baik bagi pegawainya. Pegawai yang bekerja kepada pedagang kelontong di Pasar Palur diberikan pula fasilitas sebagaimana dalam matrik berikut ini;

Matrik 3.c
Pedagang berdasarkan skala usaha dan fasilitas
yang diberikan kepada pegawai

No	Pedagang berdasarkan skala usaha	Fasilitas Untuk Pegawai	
		Pegawai yang berasal dari Keluarga/saudara	Pegawai yang berasal dari Tetangga
1.	Grosir	1. THR 2. Makan siang 3. Gaji bulanan	1. THR 2. Makan Siang 3. Tempat tinggal 4. Gaji bulanan
2.	Grosir-pengecer	-	1. THR 2. Makan Siang 3. Piknik 4. Gaji mingguan
3.	Pengecer	1. THR 2. Makan Siang 3. Gaji bulanan	-

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Berdasarkan matrik 3.c diatas dapat dilihat fasilitas yang diperoleh pegawai yang bekerja di pedagang kelontong Pasar Palur. Fasilitas yang didapatkan oleh pegawai pedagang grosir yang berasal dari keluarga atau saudara ada tiga hal, yaitu mendapatkan THR (Tunjangan Hari Raya), makan siang dan gaji bulanan. Sedangkan untuk pegawai yang berasal dari tetangga mendapatkan empat fasilitas yaitu, THR, makan siang, tempat tinggal dan gaji bulanan. Fasilitas yang didapatkan oleh pegawai pedagang kelontong grosir-pengecer Pasar Palur ada beberapa hal. Pegawai yang semuanya berasal dari tetangga empat fasilitas utama, yaitu THR, makan siang, piknik dan gaji mingguan. Pegawai pedagang kelontong berskala pengecer Pasar Palur yang semuanya berasal dari saudara atau keluarga mendapatkan fasilitas utama pula. Pegawai mendapatkan tiga fasilitas utama yaitu gaji bulanan, THR dan makan siang.

Hubungan pedagang Pasar Palur dan Petugas Kantor Pasar Palur juga terjalin baik. Pedagang selalu mengetahui informasi terbaru tentang kebijakan pasar baik yang lama atau kebijakan baru dari petugas kantor pasar. Bahkan petugas kantor pasar setiap mensosialisasikan kebijakan baru langsung disampaikan kepada pedagang dengan cara mendatangi kios atau los pedagang. Hal ini dilakukan bersamaan saat penarikan retribusi harian pasar. Sosialisasi langsung ini sangat membantu pedagang. Pedagang dengan jelas dapat mengetahui informasi yang dari kantor pasar. Informasi yang diperoleh pedagang antara lain tentang jenis tarikan retribusi dan besarnya, batasan waktu berjualan dipasar, perijinan berdagang dan harga barang serta kebijakan pasar yang baru.

Seperti yang disampaikan oleh pedagang grosir yang telah membuka usaha di pasar Palur sejak tahun 1995:

“Sejak 15 tahun saya jualan disini pak Nardi dan Pak Heru (petugas retribusi kantor pasar), tiap pagi datang ke kios buat nariki karcis. Kalau ada kenaikan karcis atau peraturan dan info baru biasanya langsung *ngabari* (*memberitahu*) pas nariki, jadi kita tidak bingung.” (hasil wawancara 16 November 2009).

B. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Memperoleh Kekuasaan di Pasar Palur Kabupaten Karanganyar.

Politik eksistensi pedagang kelontong dalam memperoleh kekuasaan dimaksudkan adalah kemampuan pedagang untuk memperoleh pelanggan dalam rangka mempertahankan keberadaan pedagang di Pasar Tradisional. Berkenaan tujuan untuk menjaga keberadaannya, pedagang dituntut untuk kreatif dalam beradaptasi guna menyikapi kondisi persaingan pasar terbuka saat ini. Dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pembeli dengan disesuaikan kemampuan dari pedagang sebagai bentuk integrasi antara kedua pelaku ekonomi pasar ini. Setelah memperoleh cara yang tepat maka pedagang akan senantiasa mempertahankannya dan dengan sendirinya akan berjalan secara terus menerus untuk menjaga keberadaan usahanya.

B.1. Pelayanan dalam Pemilihan Barang

Pelayanan merupakan salah satu indikator penting dalam menarik pembeli untuk percaya dan puas akhirnya berkenan menjadi pelanggan. Pedagang pasar tradisional harus mengubah pandangan buruk yang

selama ini disematkan masyarakat terhadap pelayanan khususnya untuk mendapatkan barang terbaik. Pedagang pasar tradisional yang dahulunya dikenal sering membuat kecewa pembelinya dengan memberikan barang dagangan yang kurang baik tanpa sepengetahuan pembeli harus mengubah tindakan tersebut. Jangan sampai pembeli lebih memilih berbelanja di pasar modern dari pada di pasar tradisional.

Dalam rangka pelayanan pemilihan barang yang dilakukan oleh pedagang kelontong pasar tradisional dengan dua cara. Dua cara tersebut adalah dalam pengambilan barang dan dalam pengepakan atau pembungkusan barang. Cara pertama adalah pelayanan dalam pengambilan barang. Dalam pengambilan barang pedagang mempersilahkan pembeli untuk memilih apakah barang yang dibutuhkan ingin di ambil sendiri atau diamburkan oleh pedagang. Apabila pembeli ingin mengambil barang sendiri maka dipersilahkan untuk mengambil barang yang dibutuhkan. Pelayanan pengambilan barang langsung oleh pembeli ini uniknya hanya terjadi pada pedagang kelontong berskala grosir-eceran. Hal ini karena kios pedagang kelontong grosir-eceran berbentuk terbuka. Bentuk kios yang terbuka memudahkan pembeli untuk mengambil barang yang dibutuhkan. Letak barang dengan bentuk kios terbuka memudahkan pedagang untuk melakukan pengawasan saat proses pengambilan barang. Walaupun pengawasan mudah untuk dilakukan, pedagang juga menaruh kepercayaan penuh kepada pembeli sehingga pembeli tidak sungkan dalam memilih barang. Barang yang telah dipilih

oleh pembeli diserahkan kepada pedagang untuk dijumlah harga barang dan total belanjanya. Seperti yang disampaikan Koh Yusuf, pedagang keturunan tionghoa:

“Aku coba adaptasi keunggulan di swalayan, ternyata pembeli senang ambil barang sendiri, jadi disini letak barang tak buat terbuka biar pembeli bisa ambil sendiri barangnya, aku juga gampang ngawasine. Tapi ada yang maune diambilin, jadi aku tanya dulu. Disini aku juga ada pegawe, jadi dia yang ambilin barangnya yang dicatatane pembeli. Pokoke apa senenge pembeli kita layani dan kita selalu sediain barang bagus” (hasil wawancara 11 November 2009)



Gb.3.4. Pembeli leluasa memilih barang karena bentuk kios yang terbuka

Sedangkan jika pembeli ingin diambilkan pedagang maka pedagang tinggal meminta pembeli mencatat di kertas barang apa yang ingin dibeli untuk diambilkan langsung oleh pedagang. Bentuk kios yang terbuka, juga akan memudahkan pembeli melihat saat pengambilan barang. Pengambilan barang ini dilakukan oleh pegawai pedagang. Pelayanan ini dilakukan baik oleh pedagang grosir, grosir eceran maupun eceran.



Gb.3.5. Pengemasan barang belanjaan diperlihatkan kepada pembeli

Cara kedua dalam pelayanan pemilihan barang adalah pengemasan. yang dilakukan adalah pada saat pengemasan diperlihatkan langsung kepada pembeli. Pembeli dengan mudah dapat melihat sekaligus mengecek kondisi barang saat dikemas didalam kardus atau plastik. Pelayanan dalam pengemasan yang bersifat terbuka dilakukan pedagang berskala grosir-pengecer dan pengecer. Untuk lebih jelas dapat dilihat dalam matik berikut ini:

Matrik 3.d
Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan pelayanan
pemilihan barang kepada konsumen di Pasar Palur

No	Pedagang berdasar skala usaha	Pelayanan Pemilihan Barang		
		Pengambilan sendiri oleh pembeli	Pengambilan Barang oleh pegawai	Penge- masan barang terbuka
1.	Grosir	—	Pembeli diberikan buku kulakan oleh pedagang atau membawa sendiri dan diserahkan kepada pegawai untuk diambilkkan	—

2.	Grosir- pengecer	Kios dibuat terbuka untuk memudahkan pembeli memilih barang sendiri	Pembeli ditanya apakah mau diambilkan, lalu menyerahkan catatan untuk diambilkan pegawai	Barang dikemas didepan kios
3.	Pengecer	–	Pembeli menyebutkan membutuhkan barang apa yang dibutuhkan lalu diambilkan oleh pedagang	Barang dikemas di atas meja depan

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

B.2. Pelayanan dalam Penimbangan Barang

Bentuk pelayanan selain pemilihan barang dalam rangka menarik pembeli untuk menjadi pelanggan adalah pelayanan pada penimbangan. Proses penimbangan dahulu sering kali mengecewakan pembeli. Pembeli terkadang mendapati barang yang dibeli kurang dari takaran yang seharusnya. Pedagang kelontong saat ini harus bisa merubah stigma buruk yang terlanjur diketahui masyarakat luas. Pasalnya banyak barang dagangan yang dijual dikios kelontong yang melalui proses penimbangan. Barang dagangan tersebut antara lain adalah Gula, tepung dan minyak goreng. Pedagang harus mendapatkan cara jitu untuk menghilangkan kekhawatiran masyarakat khususnya pembeli di pasar tradisional.

Pelayanan penimbangan pedagang kelontong Pasar Palur yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan pembeli agar terus berbelanja dan menjadi pelanggan dilakukan melalui dua cara. Dua cara tersebut adalah, pertama menempatkan alat penimbang diluar atau ditempat yang mudah dilihat oleh pembeli dan yang kedua adalah selalu melakukan pengecekan kondisi alat penimbang di dinas terkait.

Pertama dalam penimbangan adalah penempatan timbangan di lokasi yang mudah dilihat oleh pembeli. Pembeli yang merasa khawatir membeli barang dagangan yang ditimbang akan merasa tenang jika dapat melihat proses penimbangan secara langsung. Pembeli dapat secara jelas melihat kondisi barang yang ditimbang apakah sesuai dengan keinginannya atau tidak. Pembeli juga bisa mengawasi proses penimbangan yang dilakukan, untuk memastikan kebenaran takarannya.



Gb.3.6. Alat penimbang diletakan didepan kios

Kedua secara rutin melakukan pengecekan kondisi alat penimbang. Pedagang kelontong Pasar Palur dalam menimbang selalu tepat dengan takarannya, kejujuran dalam membangun relasi dagang diutamakan demi menjaga nama baik pedagang dan kepercayaan pembeli. Seperti yang disampaikan Bu Harni yang telah 29 tahun berdagang kelontong ini, secara humoris namun sangat dalam maknanya:

“Dalam pelayanan penimbangan kita jujur mas, satu kilo ya satu kilo, gak ada pengurangan apalagi melebihkan. Kita jaga nama mas, jangan sampai hubungan baik yang terjalin lama bubar hanya gara-gara timbangan kurang satu ons. Malu aku malu mas.” (hasil wawancara 9 November 2009)

Pedagang kelontong baik grosir, grosir-eceran dan pengecer secara rutin, satu tahun sekali melakukan pengecekan kondisi alat penimbang ke dinas pasar setempat. Kondisi alat penimbang yang rutin dicekkan dapat terlihat ciri-ciri khususnya, yang dapat dengan mudah diketahui oleh pembeli. Ciri alat penimbang dengan kondisi baik adalah memiliki warna cat yang baru, biasanya berwarna biru atau kuning emas, memiliki cap atau tanda pengecekan yang berwarna kuning di timbangan dan tidak ada alat tambahan yang digunakan atau menempel di timbangan, seperti bantalan karet atau uang logam. Seperti yang dipaparkan Mbah Cipto Diharjo yang memiliki dua alat penimbang, berikut ini:

“Kulo gadah timbangan kalih mas, ageng enten, alit enten. Ben taun dicapke anak ten Karangnayar, biayane pitung puluh limo ewu, rodo larang ra opo, sing penting sing tuku percoyo.” (hasil wawancara 19 November 2009)

Artinya:

“Saya punya dua alat penimbang, ada besar dan kecil. Setiap tahun dicekkan oleh anak ke dinas pasar Karanganyar, biayanya tujuh puluh lima ribu rupiah. Walaupun biayanya cukup mahal tapi demi memperoleh kepercayaan pembeli, tetap dilakukan.” (hasil wawancara 19 November 2009)

Pelayanan penimbangan kepada pembeli yang dilakukan pedagang kelontong Pasar Palur dapat lebih jelas dilihat dalam matrik berikut ini:

Matrik 3.e
Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan pelayanan penimbangan barang kepada konsumen di Pasar Palur

No	Pedagang berdasar skala usaha	Jenis Pelayanan Penimbangan	
		Penempatan alat timbang di depan kios	Pengecekan alat timbang
1.	Grosir	–	Setahun sekali
2.	Grosir-pengecer	Ditempatkan di depan luar kios	Setahun sekali
3.	Pengecer	Ditempatkan di atas meja dan boks luar depan	Setahun sekali

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

B.3. Proses Promosi dan Penawaran

Promosi merupakan satu hal lain yang dapat mempengaruhi pembeli untuk dapat tertarik berbelanja kepada salah satu pedagang. Promosi merupakan kegiatan pedagang untuk menawarkan dagangan kepada pembeli atau calon pembeli agar tertarik berbelanja di tempat usahanya. Dalam proses promosi ini pedagang harus memiliki kemampuan menarik pembelinya.

Promosi yang dilakukan pedagang kelontong Pasar Palur dilakukan dalam berbagai cara. Cara pertama adalah bersikap proaktif kepada pembeli atau pun calon pembeli. Sikap proaktif pertama adalah bersikap grapyak atau ramah kepada calon pembeli dilakukan dengan cara, bersikap ramah kepada pengunjung pasar yang terlihat melintas di sekitar kiosnya. Pedagang menanyakan membutuhkan apa, jika memiliki barang tersebut maka diminta mampir untuk melihat-lihat dulu. Jika tidak ada maka dibantu menunjukan pedagang mana yang menjual barang

yang dibutuhkan. Sikap proaktif ini dilakukan oleh pedagang pengecer dan grosir-eceran. Pembeli terkadang sungkan untuk bertanya lebih dahulu kepada pedagang, dengan sikap proaktif pedagang inilah pembeli akan merasa terbantu.

Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bu Parmi Mitro:

“ Kalau promosi yang saya lakukan sederhana mas, kalau ada pengunjung pasar yang terlihat bingung mau cari barang,dengan bersikap grapyak saya tanya mas:”*pados nopo mbak, saget kulo bantu.* (cari barang apa mbak, bisa saya bantu.)” Kalau saya punya barange ya tak minta liat-liat dulu tapi kalau aku tidak punya saya bantu menunjukan ke pedagang mana yang ada. Sok-sok (terkadang) pembeli itu perkewuh (malu) mau tanya duluan jadi kita harus grapyak tanya-tanya.” (hasil wawancara 10 November 2009)

Sedangkan sikap proaktif kedua kepada pembeli adalah menawarkan barang-barang dengan kualitas baik, barang baru dan harga yang terjangkau. Pembeli akan semakin banyak tahu informasi tentang barang dagangan, apalagi pembeli yang menjual kembali dagangannya. Informasi perubahan harga barang dan informasi barang baru menjadi kebutuhan penting yang dibutuhkan pembeli yang akan menjual kembali barang dagangannya. Promosi dengan cara ini dilakukan pedagang grosir dan grosir-eceran.

Proses promosi yang kedua adalah dengan bantuan pegawai atau orang yang membantu pedagang dalam pengelolaan usahanya. Proses promosi ini tidak dilakukan di pasar tetapi dilakukan di sekitar tempat tinggal pedagang, dan pegawainya. Promosi ini dilakukan dengan cara menceritakan kepada orang-orang disekitarnya, baik itu saudara atau tetangga tentang kelebihan yang dimiliki di tempat dagangnya dibanding yang lain. Keuntungan-keuntungan yang didapat bila berbelanja di kiosnya. Hal ini disampaikan saat ngrobrol-ngobrol santai agar tidak terkesan seperti promosi dan dapat diterima dengan hati yang senang dan

tidak memaksa. Lambat laun mereka akan mulai mencoba untuk berbelanja. Pembeli seringkali lebih memilih untuk berbelanja kepada pedagang yang dia kenal baik pedagang atau pegawainya karena telah menaruh kepercayaan. Cara promosi ini dilakukan oleh pedagang grosir dan pengecer. Seperti yang disampaikan Bu Harni yang menggunakan teknik promosi semacam ini:

“ Promosi sini dilakukan pegawai mas, mereka mengabarkan ke kerabat atau tetangga mereka tentang keuntungan belanja disini mas. Kita punya empat pegawai jadi bisa narik pembeli lebih banyak lagi, gitu mas caranya.” (hasil wawancara 9 November 2009)

Berdasarkan data informasi mengenai promosi yang ditawarkan diatas dapat dilihat dalam matrik dibawah ini:

Matrik 3.f
Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan proses
promosi kepada konsumen di Pasar Palur

No	Pedagang berdasar skala usaha	Jenis Promosi		
		Di area Pasar Palur		Di Luar Pasar Palur
		Bersikap proaktif <i>grapyak</i> dalam membantu pembeli	Bersikap proaktif dalam menawarkan barang baru	
1.	Grosir	–	Mempromosikan barang kelontong unggulan dikiosnya kepada pembeli	Promosi kepada tetangga atau saudara di rumah dilakukan oleh pegawai
2.	Grosir-pengecer	Bersikap <i>grapyak</i> kepada pengunjung pasar dengan menanyakan barang yang dicarinya.	Mempromosikan barang klontong produk yang laku dipasaran kepada pembeli.	–
3.	Pengecer	Dengan ramah meminta mampir pengunjung pasar ke kiosnya kalau ada barang yang dicari maka ditunjukkan, jika tidak ada dicarikan dari pedagang lain.	–	Promosi kepada tetangga dan saudara di lingkungan rumah dilakukan oleh pegawai dan pedagang sendiri

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

B.4. Menjalin Hubungan Sosial dengan Pembeli

Pedagang Kelontong di Pasar Palur memiliki cara lain dalam menarik pembeli untuk berbelanja ditempatnya. Selain pelayanan pemilihan dan penimbangan barang serta promosi, pedagang memiliki satu trik lagi yaitu menjalin hubungan sosial yang baik dengan pembeli. Hal ini dilakukan melalui cara yaitu datang saat pembeli punya hajat, menjenguk pembeli yang sakit dan ikut melayat bila ada pembeli yang keluarga atau saudaranya yang meninggal dunia.

Pedagang akan menyempatkan waktu walau sejenak untuk mendatangi acara hajatan yang dilaksanakan oleh pembeli. Pedagang melakukan hal ini demi menjalin hubungan baik dengan pembeli. Pembeli yang punya hajat akan merasa senang dengan kedatangan relasi dagangnya tersebut. Hal ini dilakukan oleh pedagang kelontong grosir, grosir eceran dan pengacer. Seperti yang dikatakan seorang pedagang kelontong berikut ini:

“Kalau pembeli saya, ada yang ngasih ulem kalau hajatan, tak usahakan selalu dateng jagong mas, kalau resepsine malam saya datang pas resepsinya, tapi kalau resepsi siang saya jagong sorenya, malah bisa ketemu langsung dengan yang punya hajat” (Hasil wawancara 13 November 2009, dengan ibu Sri Hastuti)

Pedagang kelontong Pasar Palur, khususnya yang berskala grosir-eceran dan pengecer juga menjenguk pembeli yang sedang sakit. Pedagang menyempatkan menjenguk dengan keluarga atau dengan warga sekitar bila rumahnya masih satu desa.

Demikian pula pada waktu ada keluarga atau saudara dari pembeli yang meninggal dunia. Hal ini dilakukan sebagai bentuk solidaritas dan ikut berbelasungkawa atas kesedihan yang dialami pembeli. Sehingga pembeli akan merasa

punya hutang budi kepada pedagang, dengan demikian pembeli akan sungkan bila tidak kembali berbelanja ditempatnya. Cara ini yang dilakukan oleh pedagang grosir dan pedagang pengecer untuk mengikat hati pembelinya untuk kembali datang berbelanja. Ikatan yang terjalin baik ini bahkan bisa membuat pedagang dan pembeli seperti saudara sendiri. Seperti yang disampaikan oleh pedagang kelontong eceran berusia 58 tahun ini :

“ Setiap tau kalau ada kabar pembeli saya ada yang *keseripahan*, saya sempatkan tutup sebentar dan minta antarkan anak buat layat, setiap pembeli disini sudah tak anggep saudara, karena bisa mempererat silaturahmi”. (hasil wawancara 20 November 2009, dengan ibu Surati.)

Berdasarkan informasi mengenai hubungan sosial yang dijalin pedagang kelontong dapat dilihat dengan jelas dalam matrik berikut ini:

Matrik 3.g
Pedagang Kelontong berdasarkan skala usaha dan Jalinan hubungan sosial dengan konsumen di Pasar Palur

No	Pedagang berdasar skala usaha	Jenis Jalinan Hubungan Sosial		
		Menghadiri Hajatan	Menjenguk Sakit	Melayat
1.	Grosir	Datang saat resepsi hajatan	–	Dating sendiri atau diwakilkan pegawai
2.	Grosir-pengecer	Datang saat resepsi hajatan	Menjenguk dengan warga	–
3.	Pengecer	Datang saat sore hari sebelum hajatan	Menjenguk dengan keluarga	Melayat dengan keluarga untuk mempererat silaturahmi

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Politik eksistensi pedagang kelontong dalam memperoleh kekuasaan mulai dari pelayanan pemilihan barang, penimbangan, promosi dan menjalin hubungan sosial dapat dilihat dalam matrik berikut ini:

Matrik 3.h

Pedagang berdasar skala usaha, Pelayanan pemilihan barang, Menjalिन hubungan sosial dan Promosi

No	Pedagang berdasar skala usaha	Pelayanan pemilihan barang	Pelayanan penimbangan barang	Promosi	Menjalिन hubungan sosial
1.	Grosir	a. Pengambilan oleh pegawai pedagang berdasar buku <i>kulakan</i> pembeli	a. Pengecekan ulang alat timbang ke dinas pasar setahun sekali	a. Mempromosi -kan barang kelontong unggulan di pasar b. Promosi melalui pegawai di luar pasar	a. <i>Jagong</i> b. melayat
2.	Grosir-pengecer	a. Pembeli mengambil barang sendiri b. Pengambilan oleh pegawai berdasar catatan pembeli c. Barang dikemas terbuka didepan kios	a. Penempatan alat timbang di depan sehingga pembeli dapat melihatnya. b. Alat timbang setiap tahun dicek ulang di dinas pasar.	a. Promosi dengan bersikap <i>grapyak</i> di pasar b. Mempromosi -kan produk yang laku, di pasar	a. Menje- nguk b. <i>Jagong</i>
3.	Pengecer	a. Pengambilan dilakukan oleh pedagang b. Pengemasan bersifat terbuka	c. Alat timbang ditaruh ditempat terbuka d. Alat timbang setiap tahun ditakar ulang di dinas pasar.	a. Promosi kepada pembeli di pasar b. Promosi kepada tetangga dan saudara di luar pasar	a. Melayat b. Menje- nguk c. <i>Jagong</i>

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

C. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Menjalankan Kekuasaan Palur Kabupaten Karanganyar.

Politik eksistensi pedagang kelontong dalam menjalankan kekuasaan dimaksudkan adalah kemampuan pedagang untuk menjalankan usaha berdagang kelontong dalam rangka mempertahankan keberadaannya di Pasar Tradisional. Berkenaan dengan tujuan untuk menjaga keberadaannya, pedagang dituntut untuk kreatif dalam beradaptasi guna menyikapi kondisi persaingan pasar terbuka saat ini. Dalam sub bab ini dijelaskan mengenai kemampuan pedagang dalam mengelola usaha berdagang kelontongnya disetiap harinya. Pedagang dalam kesehariannya juga tidak dapat lepas dalam menjalin hubungan dengan pedagang lain. Kerjasama antar pedagang khususnya pedagang kelontong akan menguatkan kemampuannya dalam menjalankan usahanya. Setelah memperoleh cara yang tepat maka pedagang akan senantiasa mempertahankannya dan dengan sendirinya akan berjalan secara terus menerus untuk menjaga keberadaan usahanya.

C.1. Proses Kulakan

Proses Kulakan merupakan salah satu kunci kesuksesan pedagang dalam menjalankan usaha berdagangnya. Kulakan merupakan kegiatan pedagang untuk memperoleh atau menyediakan barang dagangan bagi konsumen. Kulakan dilakukan dengan tepat maka usahanya akan dapat berjalan lancar, berkembang dan maju. Kulakan yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional tidak dapat lepas dari beberapa unsur yang ada

didalamnya. Beberapa unsur yang terdapat dalam kulakan adalah tempat kulakan, tujuan pemilihan tempat kulakan, jangka waktu kulakan dan cara pembayaran. Beberapa hal ini lah yang akan menjadi tolak ukur pedagang dalam proses pelaksanaan kulakan.

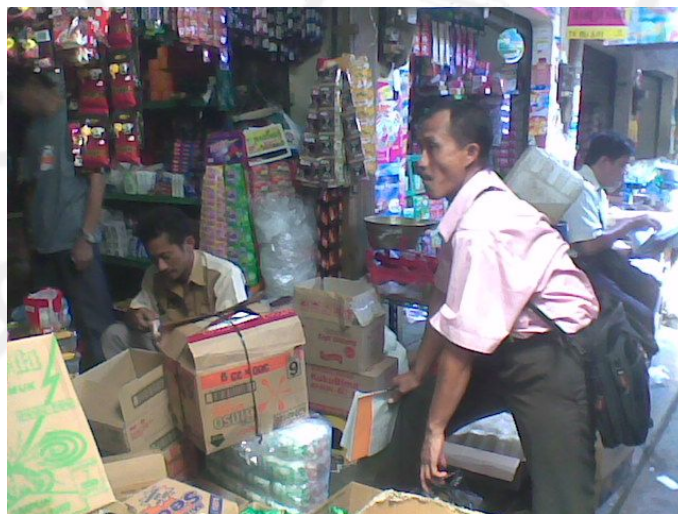
Tabel 3.6
Pedagang berdasarkan Skala Usaha, Tempat Kulakan
dan Jangka Waktu Kulakan Pedagang Kelontong Pasar Palur

No	Pedagang berdasar skala usaha	Tempat kulakan	Jangka waktu kulakan
1.	Grosir	Pedagang Grosir di Pasar Legi	setiap hari
		Pabrik melalui seles	2 minggu sekali
2.	Grosir	Toko Grosir Mojang di Solo	Setiap hari
		Pabrik melalui seles	Seminggu sekali
3.	Grosir	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Setiap hari
4.	Grosir-pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Setiap hari
		Pabrik melalui seles	Seminggu sekali
5.	Grosir-pengecer	Pedagang Grosir Pasar Palur	Setiap hari
		Pabrik melalui seles	Seminggu sekali
6.	Grosir-pengecer	Pedagang Grosir-Pengecer Pasar Palur	Setiap hari
		Pabrik melalui seles	Seminggu sekali
7.	Pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Setiap hari
		Pabrik melalui seles	Seminggu sekali
8.	Pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Setiap hari
		Pabrik melalui seles	Seminggu sekali
9.	Pengecer	Pedagang Grosir-pengecer Pasar Palur	Setiap hari
		Pabrik melalui seles	Seminggu sekali

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Berdasarkan table 3.6 diatas dapat kita ketahui mengenai tempat kulakan dan jangka waktu atau rutinitas dalam berkulakan yang dilakukan pedagang kelontong Pasar Palur baik pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-pengecer dan pengecer. Pedagang kelontong yang berskala usaha grosir mengambil barang dari beberapa tempat, yaitu Pedagang Grosir Pasar Legi, Pedagang Grosir Mojang Solo dan dari Pabrik melalui Sales Lapangan. Berdasarkan data ini maka dapat kita ketahui pedagang kelontong berskala grosir mengambil barang dari luar pasar Palur, baik Pedagang atau produsen langsung. Seperti yang disampaikan Pedagang grosir yang berkulakan di dua tempat beritut ini:

“ Saya ambil barang dari dua tempat mas, pertama dari Pedagang Grosir di Pasar Legi,.... kedua dari Pabrik lewat sales yang datang ke los saya tiap dua minggu sekali” (hasil wawancara 9 November 2009)



Gb.3.7. Sales pabrik mengirim order barang

Sedangkan pedagang kelontong yang berskala grosir- eceran berkulakan beberapa tempat yaitu: pedagang Pasar legi, pedagang Pasar Palur dan Pabrik melalui sales.hal ini menunjukkan bahwa pedagang

kelontong Pasar Palur yang berskala grosir-eceran mengambil barang dari di luar dan dari di dalam Pasar Palur sendiri. Kulakan di luar pasar Palur ada dua tempat yaitu Pedagang Grosir di Pasar Legi dan Pabrik melalui sales lapangan. Kalau tempat kulakan yang dituju pedagang - grosir eceran yang ada di Pasar Palur adalah pedagang grosir Pasar Palur. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bu Sri pedagang Grosir-Pengecer, sebagai berikut:

“Saya kulak di tempat Mbak Utami dan Mbak Erta, mereka Pedagang Pasar Palur juga, barang dagangan yang tak jual disini juga ada yang dari seles pabrik.” (hasil wawancara 10 November 2009)

Table 3.6 juga menjelaskan mengenai tempat kulakan Pedagang kelontong berskala pengecer. Pedagang pengecer mengambil barang dari tiga tempat yaitu, pedagang Pasar Legi dan pabrik melalui sales yang berasal dari luar Pasar Palur, sedangkan dari dalam Pasar Palur berasal dari pedagang grosir-pengecer Pasar Palur. Seperti yang disampaikan Bu Surati, pedagang pengecer yang berusia 58 tahun:

“Saya kulak di Tempat mas Yusuf...Pedagang Grosir-Pengecer di Pasar Palur,...saya sudah tua mas, sudah hampir 60 tahun, jadi gak berani tiap hari wira-wiri adoh (perjalanan jauh) tiap harinya...Selain itu saya juga ambil barang dari sales “ (hasil wawancara 20 November 2009)

Table 3.6 menjelaskan pula mengenai jangka waktu pedagang kelontong Pasar Palur dalam berkulakan. Pedagang kelontong Grosir dalam berkulakan setiap satu hari untuk berkulakan di pedagang Grosir baik di Pasar Legi atau di Toko Grosir lain di Solo, sedangkan untuk berkulakan di Sales pabrik setiap seminggu sampai dua minggu sekali. Pada pedagang grosir-pengecer melakukan kulakan ke pedagang Pasar

Legi atau Pasar Palur setiap hari dan seminggu sekali berkulakan pada sales dari pabrik. Sedangkan pedagang kelontong berskala pengecer melakukan kulakan setiap hari baik di pedagang Pasar Palur atau Pasar Legi dan kulakan ke seles setiap seminggu sekali.

Berdasarkan informasi diatas maka dapat kita ketahui beberapa tempat pedagang kelontong Pasar Palur berkulakan, yaitu:

1. Pedagang diluar Pasar Palur
 - a. Pedagang Kelontong Grosir Pasar Legi Surakarta
 - b. Pedagang Kelontong Grosir di Surakarta selain Pasar Legi
2. Pedagang di dalam Pasar Palur
 - a. Pedagang Kelontong Grosir Pasar Palur Karanganyar
 - b. Pedagang Kelontong Grosir-Pengecer Pasar Palur Karanganyar
3. Pabrik selaku Produsen melalui Sales Lapangan
 - Sales lapangan adalah petugas pemasok resmi dari pabrik yang bertugas di lapangan

Berdasarkan informasi diatas diperoleh pula mengenai jangka waktu kulakan yang dilakukan oleh pedagang kelontong Pasar Palur baik di tempat pedagang luar dan dalam Pasar Palur, maupun dengan pabrik melalui sales yaitu:

1. Setiap hari

Adapun tujuan pelaksanaan kulakan setiap hari adalah untuk menjaga barang agar selalu baru. Keuntungan lain adalah untuk mengetahui pergerakan harga yang slalu berubah bahkan pada

bulan tertentu bisa setiap hari mengalami perubahan harga barang. Misalnya pada bulan puasa, bulan Desember menjelang natal dan tahun baru. Jadi setiap pedagang harus mengetahui informasi pergerakan harga dalam menjalankan usahanya agar lancar dan dapat memperoleh keuntungan maksimal. Rutinitas waktu berkulakan yang dilakukan mayoritas besar pedagang kelontong ini selalu dilakukan untuk menjaga keuntungan yang diperoleh selama ini dalam rangka menjalankan usaha kelontongnya.

2. Seminggu sekali

Pedagang kelontong berkulakan dengan mengambil jangka waktu seminggu sekali berkenaan dengan jatuh tempo dari sales pabrik yang biasanya untuk pedagang pasar tradisional. Hal ini dapat menguntungkan pedagang karena seperti mendapatkan modal barang terlebih dahulu. Inilah salah satu pemilihan tepat dalam menjalankan usahanya untuk mempertahankan keberadaannya. Rutinitas ini akan dijaga oleh pedagang kelontong yang mengambil barang dari sales karena merupakan salah satu strategi yang bisa mendukung usahanya.

3. Dua minggu sekali

Pedagang kelontong pasar tradisional khususnya yang dilakukan pedagang kelontong berskala grosir dalam berkulakan yang mengambil jangka waktu kulakan dua minggu sekali menjadi salah satu hal menarik. Hal ini dikarenakan besarnya kepercayaan

pemasok pabrik melalui sales yang berani memberi tempo selama dua minggu. Pedagang grosir yang sebenarnya setiap hari juga kulakan di luar pabrik tapi pengambilan barang dari sales pabrik ini terhitung cukup besar. Kepercayaan sales pabrik juga harus diimbangi oleh pembayaran yang tidak terlambat oleh pedagang atas tempo yang diberikan sebagai bentuk integrasi yang dilakukan kedua belah pihak. Rutinitas yang dilakukan oleh beberapa pedagang grosir Pasar Palur ini akan terus dijaga dalam rangka menjaga system yang selama ini telah berjalan. Seperti yang disampaikan oleh Pedagang Grosir yang telah menjalankan usaha kelontongnya selama 29 tahun ini:

“ Saya kulakan di sales tiap dua minggu sekali.... Itu bertepatan dengan jatuh tempo yang mereka berikan buat saya...itu saya lakukan sejak awal tahun 2000-an.” (hasil wawancara, 20 November 2009)

Tabel 3.7

Pedagang berdasarkan Skala Usaha dan Tujuan Pemilihan Tempat Kulakan Pedagang Kelontong Pasar Palur

No	Pedagang berdasar skala usaha	Tujuan Pemilihan Tempat Kulakan
1.	Grosir	“ Saya ambil barang dari dua tempat mas, pertama dari Pedagang Grosir di Pasar Legi, tujuannya disana barangnya kumplit dengan harga miring. Tempat kulakan kedua dari Pabrik lewat seles, tujuannya berdasar kemudahan karena kita tidak usah pergi keluar pasar, mereka yang datang kekita menyuplay barang. Bayarnya juga tempo dua minggu dengan perjanjian barang bisa diretur kalau rusak.” (hasil wawancara 9 November 2009)

2.	Grosir	“ Tujuan saya milih Toko Grosir Mojang di Solo karena sudah kenal baik dengan pemiliknya, terkenal harganya murah dan pelayannya ramah. Kalau seles saya juga ambil barang, tapi hanya sebagai pelengkap saja” (hasil wawancara 16 November 2009)
3.	Grosir	“ Setiap hari saya kulakan di Pedagang Grosir di Pasar Legi. Disana buka sampai malam. Karena sering kali saya tutupnya sampai habis maghrib jadi basih bisa kulakan disana. Apa lagi harga barangnya cocok buat pedagang grosir seperti saya yang ambil untung mepet.” (hasil wawancara 10 November 2009)
4.	Grosir- pengecer	“Sudah dari muda kulakan saya di Pasar Legi. Disana barangnya selalu baru. Disana juga pusat informasi baru, dari perubahan harga barang hingga relasi dagang yang banyak. Selain itu saya juga ambil barang dari seles, soalnya bayarnya bisa order/tempo. Jadi kita bisa dapet modal barang dulu, seminggu kita baru bayar dan order lagi, enak kan mas. Lagipula barangnya bisa diretur kalau kadaluwarsa atau rusak.”(wawancara 11 November 2009)
5.	Grosir- pengecer	“Saya kulak di tempat Mbak Utami dan Mbak Erta, mereka juga Pedagang Pasar Palur, tujuannya sederhana kulak disini hemat transport, hemat tenaga, harganya juga beda tipis jadi dibanding kulak diluar lebih untung disini. Barang dagangan yang tak jual disini juga ada yang dari seles pabrik, saya ambil dari dia juga soale sering dapat bonus kalau bisa jualin produknya dalam jumlah besar.” (hasil wawancara 13 November 2009)
6.	Grosir- pengecer	“Tujuan saya kulak di tempat Bu Hajah Hastuti karena saya sudah kenal baik, beliau Bulik saya. Jadi kalu kulakan di tempatny saya tidak takut dapat barang jelek. Lagi pula hemat transport, karena jualan di pasar ini juga. Selain itu saya juga kulak dari seles tujuannya untuk kelengkapan stok barang dan untuk informasi harga barang dan produk baru.”(wawancara 12 November 2009)
7.	Pengecer	“ <i>Saben dalu anak kulo kulakan, di pasar legi mas, regane ten mrika murah, kumplit meneh. Sing paling kulo senenge kulak mriko niku tujuane angsal barang enggal terus, soale mriko pusate kulakan klontong, mas.</i> ” Artinya: “setiap malam anak saya kulakan, tempatnya di Pasar Legi. Disana harganya murah dan barangnya komplit. Sang

		menjadi dasar tujuan kulakan disana karena saya senang selalu mendapatkan barang yang baru. Hal ini karena di Pasar Legilah Pusat kulakan pedagang kelontong.” (hasil wawancara 19 November 2009)
8.	Pengecer	”Tujuanku kulakan di Pedagang Grosir di Pasar Legi karena disana jatuhnya harga murah mas. Apalagi karena ibu di rumah juga buka toko kelontong jadi kulakannya bisa banyak sekalian jadi jatunya harga semakin murah. Selain dari pasar Legi aku juga ambil barang dari seles pabrik tujuannya biar tahu informasi harga barang asli dari pabrik.” (hasil wawancara 9 November 2009)
9.	Pengecer	“Tujuan saya kulak di Pedagang Grosir-Pengecer di Pasar Palur, karena biar hemat tenaga dan hemat transportasi soalnya saya sudah tua mas, sudah hampir 60 tahun, jadi gak berani tiap hari wira-wiri adoh (perjalanan jauh) tiap harinya. Lagian yang saya tahu tidak sedikit lho ada pedagang pasar legi yang ambil barang dari pasar sini. Selain itu saya juga ambil barang dari sales tujuane untuk lengkap-lengkap walau sedikit asal komplit, lagi pula bisa dibayar belakangan.” (hasil wawancara 20 November 2009)

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Kulakan sebagai salah satu kunci kesuksesan pedagang dalam menjalankan usahanya harus didasari oleh tujuan pemilihan tempat kulakan yang tepat. Banyaknya tempat kulakan dengan berbagai macam keuntungan yang ditawarkan membuat pedagang harus jeli dan tepat untuk menentukannya. Pedagang kelontong Pasar Palur baik yang berskala grosir, grosir-pengecer ataupun pengecer memiliki tujuan pemilihan tersendiri dalam menentukan tempat berkulakan.

Pedagang kelontong yang berskala grosir memiliki beberapa tujuan pemilihan tempat kulakan. Pedagang grosir memiliki tiga tempat kulakan, yaitu pedagang grosir Pasar Legi, pedagang grosir di Solo selain Pasar Legi dan Pabrik

melalui sales lapangan. Tujuan pedagang grosir melakukan kulakan di pedagang grosir Pasar Legi dikarenakan stok barang yang komplit atau beraneka macam, harga yang ditawarkan cocok untuk pedagang grosir dan waktu berjualan yang bisa dijangkau pedagang karena sampai malam hari. Sedangkan tujuan pemilihan tempat kulakan di pedagang grosir di Solo selain Pasar Legi adalah harga yang cocok untuk pedagang grosir, pelayanan yang memuaskan dan kedekatan dengan pedagang. Selain pedagang grosir juga mengambil barang dari pabrik melalui sales, tujuannya adalah pembayaran bisa dilakukan dengan tempo, untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual dan hemat transportasinya.

Berdasarkan data diatas kita dapat melihat tujuan pedagang kelontong yang berskala grosir-pengecer. Pedagang kelontong pada skala ini memiliki tiga tempat kulakan, yaitu pedagang Pasar Legi, pedagang Pasar Palur dan Pabrik melalui sales lapangan. Tujuan pedagang kelontong grosir-pengecer memilih tempat kulakan di pedagang Pasar Legi dikarenakan disana sebagai pusat informasi baru, dari perubahan harga barang hingga relasi dagang. Tujuan pedagang kelontong grosir-pengecer memilih tempat kulakan di pedagang Pasar Palur adalah untuk penghematan dari sisi biaya transportasi, waktu dan tenaga. Selain penghematan tujuan berkulakanya adalah mendapatkan harga yang bagus karena kedekatan sosial yang telah lama terjalin. Pedagang grosir-pengecer juga mengambil barang dari pabrik melalui sales, tujuannya adalah mendapatkan kemudahan dengan pembayaran tempo, mendapatkan bonus dari pabrik bila berhasil menjualkan barang dalam jumlah besar atau melebihi target dan mendapatkan informasi harga dan produk barang terbaru.

Sedangkan pedagang kelontong pengecer pun memiliki beberapa tujuan dalam pemilihan tempat kulakan. Adapun tempat kulakan dari pedagang kelontong berskala pengecer ada tiga tempat, yaitu pedagang Pasar Legi, pedagang Pasar Palur dan Pabrik melalui sales. Tujuan pedagang kelontong pengecer memilih tempat kulakan di pedagang Pasar Legi dikarenakan harga barangnya murah dan cocok untuk pengecer, barangnya komplit dan baru. Tujuan tempat kulakan pedagang kelontong pengecer di pedagang Pasar Palur adalah untuk penghematan tenaga dan biaya transportasi. Sedangkan tujuan pedagang kelontong pengecer untuk memilih pabrik menjadi tempat berkulakan adalah efisiensi tenaga, kelonggaran dalam pembayaran dan pembandingan harga asli dari pabrik. Untuk mencermatinya dapat dilihat dengan jelas pada matrik berikut ini:

Matrik 3.i
Pedagang berdasar skala usaha dan tujuan pemilihan tempat kulakan

No.	Pedagang berdasar Skala usaha	Tujuan berdasar tempat berkulakan		
		Pedagang Luar Pasar Palur	Pedagang Pasar Palur	Pabrik melalui sales
1.	Grosir	1) stok barang komplit 2) harga yang ditawarkan murah 3) waktu berjualan sampai malam	-	1) pembayaran secara tempo, 2) keperluan kelengkapan barang dagangan 3) hemat transportasi
2.	Grosir-pengecer	1) pusat informasi harga barang 2) pusat membangun relasi dagang	1) hemat biaya transportasi, waktu dan tenaga 2) harga bagus 3) kedekatan sosial yang lama terjalin	1) pembayaran tempo, 2) mendapatkan bonus 3) mendapatkan informasi harga dan produk barang terbaru.

3.	Pengecer	1) harga barang murah 2) barang komplit dan baru	1) penghematan tenaga 2) biaya transportasi	1) efisiensi tenaga 2) kelonggaran dalam pembayaran 3) pembandingan harga asli dari pabrik.
-----------	-----------------	---	--	---

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Berdasarkan informasi dari pedagang kelontong berskala grosir, grosir-pengecer dan pengecer memberikan gambaran jelas mengenai tujuan yang mendasari pedagang kelontong dalam pemilihan tempat berkulakan. Sebagaimana tempat pedagang kulakan ada tiga tempat yaitu, pedagang Pasar Palur, pedagang di Luar Pasar Palur dan dari Pabrik melalui sales. Adapun tujuan pemilihan tempat pedagang kelontong itu adalah sebagai berikut:

1. Pedagang diluar Pasar Palur
 - Pedagang Kelontong Grosir Pasar Legi Surakarta
 - a. Stok barang yang besar, baru dan beraneka macam,
 - b. Harga yang ditawarkan cocok untuk pedagang
 - c. Waktu berjualan bisa dijangkau pedagang karena sampai malam
 - d. Pusat informasi baru, dari perubahan harga barang
 - e. Tempat membangun relasi dagang.
 - Pedagang Kelontong Grosir di Surakarta selain Pasar Legi
 - a. Harga yang cocok untuk pedagang
 - b. Pelayanan yang memuaskan
 - c. Kedekatan dengan pedagang

2. Pedagang di dalam Pasar Palur

- Pedagang Kelontong Grosir Pasar Palur Karanganyar
 - a. Penghematan dari sisi biaya transportasi, waktu dan tenaga.
 - b. Kedekatan sosial yang telah lama terjalin
- Pedagang Kelontong Grosir-Pengecer Pasar Palur Karanganyar
 - a. Hemat tenaga dan hemat transportasi
 - b. Kedekatan dengan penjual

3. Pabrik selaku Produsen melalui Sales Lapangan

- a. Pembayaran bisa dilakukan dengan tempo
- b. Mendapatkan informasi harga dan produk barang terbaru
- c. Efisiensi tenaga, transportasi dan waktu
- d. Untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual
- e. Bonus dari pabrik bila berhasil menjualkan barang dalam jumlah besar atau melebihi target

Tabel 3.8

Pedagang berdasarkan Skala Usaha, Tempat Kulakan dan Cara Pembayaran Kulakan Pedagang Kelontong Pasar Palur

No	Pedagang berdasar skala usaha	Tempat kulakan	Jangka waktu kulakan
1.	Grosir	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Tunai
		Pabrik melalui seles	Tempo 2 minggu sekali
2.	Grosir	Toko Grosir Mojang di Solo	Tunai
		Pabrik melalui seles	Tempo Seminggu sekali
3.	Grosir	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Tunai

4.	Grosir- pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Tunai
		Pabrik melalui seles	Tempo Seminggu sekali
5.	Grosir- pengecer	Pedagang Grosir Pasar Palur	Tunai dan <i>Ngalap Nyaur</i>
		Pabrik melalui seles	Tempo Seminggu sekali
6.	Grosir- pengecer	Pedagang Grosir-pengecer Pasar Palur	Ngalap Nyaur
		Pabrik melalui seles	Tempo Seminggu sekali
7.	Pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Tunai
8.	Pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	Tunai
		Pabrik melalui seles	Tunai
9.	Pengecer	Pedagang Grosir - pengecer di Pasar Palur	Tunai
		Pabrik melalui seles	Tempo Seminggu sekali

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Proses kulakan pedagang kelontong Pasar Palur yang dilakukan baik dari produsen pabrik, pedagang dalam ataupun luar Pasar Palur, pastinya tidak terlepas dari pembayaran yang dilakukan. Dari tabel diatas dapat diketahuicara pembayaan yang dilakukan pedagang grosir, srosir-pengacer dan pengecer. Pedagang grosir yang berkulakan di dua tempat yaitu dari pedagang Luar Pasar Palur dan Pabrik. Pedagang grosir yang kulakan di pedagang Luar Pasar Palur semuanya dilakukan dengan cara pembayaran tunai. Pembayaran dengan cara tunai adalah pembayaran langsung dengan uang tunai pada saat menerima barang dari penjual. Sedangkan pembayaran yang dilakaukan saat kulakan di Sales Pabrik adalah dengan cara tempo, baik satu minggu atau dua minggu.

Pembayaran tempoadalah pembayaran yang dilakukan dengan cara memberikan uang kepada penjual atau distributor dalam waktu yang telah

ditentukan secara kesepakatan. Tetapi pembeli dapat menerima, menggunakan atau menjual barang terlebih dahulu. Kepercayaan dari distributor dalam hal ini sales terhadap pedagang harus diimbangi oleh pedagang dengan ketepatan melakukan pembayaran saat jatuh tempo. Pembayaran dengan cara ini diminati oleh banyak pedagang kelontong di Pasar Palur. Hal ini dirasa dapat meringankan pedagang, karena pedagang sama halnya mendapatkan barang dagangan terlebih dahulu sehingga dapat digunakan sebagai modal berdagang. Kelemahan dari cara pembayaran ini adalah jatuhnya harga akan lebih tinggi dari pembayaran yang dilakukan secara tunai di tempat lain.

Berbeda dengan pedagang grosir, pedagang grosir-pengecer melakukan kulakan di tga tempat dengan cara pembayaran yang berbeda-beda. Pertama pedagang di skala ini berkulakan di Pedagang pasar legi dengan pembayaran tunai. Kedua, dari sales pabrik semuanya dilakukan dengan pembayaran tempo seminggu. Ketiga, berkulakan di sesama pedagang Pasar Palur, dilakukan pembayaran dengan cara *ngalap nyaur*. Cara pembayaran *Ngalap nyaur* dilakukan dengan cara, pembeli mengambil barang terlebih dahulu dari penjual dan pembayaran baru diberikan saat pembeli berkulakan atau membeli kembali. Pembayaran ini dapat dilakukan di pasar tradisional antara sesama pedagang didasarkan pada jalinan sosial yang telah tercipta kuat dan telah lama terjadi. Rasa kasihan, *perkewuh* dan rasa ingin membantu mendasari pedagang memberikan kepercayaan sasama pedagang dengan memberikan kemudahan dalam pembayaran.

Pembayaran pedagang kelontong pengecer dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan cara tunai dan tempo. Pembayaran tempo hanya dilakukan saat berkulakan kepada sales pabrik. Sedangkan pembayaran tunai dilakukan pedagang pengecer saat berkulakan di tiga tempat, yaitu saat berkulakan di pedagang Pasar Legi dan Pasar Palur serta sales pabrik. Pedagang kelontong pengecer ini melakukan mayoritas dilakukan dengan cara tunai dikarenakan jumlah barang yang dikulak tidak sebanyak pedagang grosir ataupun pedagang grosir-pengecer.

Berdasarkan informasi diatas dapat diketahui cara pembayaran pedagang kelontong Pasar Palur dengan tiga cara yaitu tunai, tempo, *ngalap nyaur*

Berdasarkan informasi diatas dapat diketahui mengenai politik eksistensi pedagang kelontong Pasar Palur dalam melaksanakan kekuasaannya. Hal ini dapat dengan jelas diketahui perbedaan proses *kulakan* yang dilakukan baik oleh pedagang grosir, grosir-pengecer dan pengecer dalam matkik berikut ini:

Matrik 3.j

Pedagang berdasar skala usaha, Tempat *kulakan*, Tujuan Pemilihan tempat *kulakan*, Cara Pembayaran dan Jangka Waktu *kulakan*

No	Pedagang berdasar skala usaha	Tempat <i>kulakan</i>	Tujuan Pemilihan tempat <i>kulakan</i>	Jangka Waktu <i>kulakan</i>	Cara Pembayaran
1.	Grosir	Pedagang Grosir di Pasar Legi	<ul style="list-style-type: none"> • Stok barang beraneka macam, • Harga yang ditawarkan cocok • Waktu berjualan sampai malam 	Setiap hari	Tunai
		Pabrik melalui sales	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran bisa dilakukan dengan tempo 	Satu dan dua minggu	Tempo satu dan dua minggu

			<ul style="list-style-type: none"> • Efisiensi tenaga, transportasi dan waktu • Untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual 		
		Toko Grosir di Solo selain Pasar Legi	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang cocok untuk pedagang • Pelayanan yang memuaskan • Kedekatan dengan pedagang. 	Setiap hari	Tunai
2.	Grosir-pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat informasi perubahan harga barang • Tempat membangun relasi dagang 	Setiap hari	Tunai
		Pabrik melalui sales	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual • Pembayaran bisa dilakukan dengan tempo • Mendapatkan informasi harga dan produk barang terbaru • Bonus dari pabrik bila berhasil menjualkan barang dalam jumlah besar atau melebihi target 	Satu minggu sekali	Tempo Satu minggu
		Pedagang Grosir Pasar Palur	<ul style="list-style-type: none"> • Penghematan biaya transportasi, waktu dan tenaga. • Kedekatan sosial yang telah lama terjalin 	Setiap hari	Tunai dan Ngalap Nyaur
		Pedagang Grosir-pengecer Pasar Palur	<ul style="list-style-type: none"> • Hemat tenaga dan hemat transportasi • Kedekatan dengan penjual 	Setiap hari	Ngalap Nyaur

3.	Pengecer	Pedagang Grosir di Pasar Legi	<ul style="list-style-type: none"> • Stok barang selalu baru dan beraneka macam • Harga yang ditawarkan cocok 	Setiap hari	Tunai
		Pabrik melalui seles	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran bisa dilakukan dengan tempo • Mendapatkan informasi harga dan produk barang terbaru • Untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual 	Satu minggu	Tunai dan tempo satu minggu
		Pedagang Grosir - pengecer di Pasar Palur	<ul style="list-style-type: none"> • Hemat tenaga dan hemat transportasi 	Setiap hari	Tunai

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

C.2 Kerjasama Antar Pedagang Pasar Palur

Kehidupan pasar tradisional menggambarkan kehidupan sosial-ekonomi yang erat antara pelaku pasar disetiap harinya. Pedagang kelontong Pasar Palur dalam menjalankan usahanya tidak dapat terlepas dari kerjasama dengan pedagang lain. Mulai dari kerjasama dalam berdagang sampai solidaritas sosial terjalin baik di pasar tradisional ini.

Kerjasama yang dilakukan pedagang kelontong berskala grosir dilakukan dalam berbagai hal. Pertama dilakukan dengan sesama pedagang kelontong, kerjasama yang dilakukan adalah saling pinjam barang dagangan. Kerjasama ini seringkali dilakukan saat salah satu pedagang grosir yang ada kekurangan barang tertentu kemudian meminjam barang tersebut kepada pedagang kelontong lain dan akan dikembalikan atau ditukar nanti setelah kulakan barang yang sama.

Kerjasama yang kedua adalah saling bertukar informasi harga barang dagangan. Kerjasama lain adalah dibidang sosial pedagang grosir menggunakan mobilnya untuk melayat dengan pedagang lain.

Sedangkan kerjasama yang dilakukan pedagang kelontong berskala grosir-pengecer dengan pedagang kelontong Pasar Palur dijalin dalam beberapa cara. Pertama kerja sama dalam pengambilan barang yang terkadang dilakukan pada waktu tertentu. Hal ini dilakukan bila ada barang dagangan yang murah dari produsen hanya dapat dibeli dalam jumlah besar, maka untuk menutupnya dilakukan dengan bekerjasama, yaitu dibayar secara bersama dan barangnya dibagi dua. Cara ini terbukti efektif dan efisien karena pedagang mengapatkan barang yang dibutuhkan dengan harga yang jatuhnya lebih murah. Kerjasama lain adalah pinjam barang dan saling memberi informasi pergerakan harga barang.

Kerjasama yang dilakukan oleh pedagang pengecer dilakukan dalam beberapa hal. Pertama dengan sesama pedagang pengecer dilakukan dalam hal bertukar barang dagangan. Proses kerjasama ini dilakukan saat pedagang memiliki barang dagangan, tetapi pembeli membutuhkan rasa atau warna yang lain tetapi jenisbarang dengan harga yang sama. Pedagang lalu menukarkan barang dagangannya ke pedagang pengecer yang lain, dengan jenis dan harga yang sama. Pedagang juga melakukan kerjasama *nempil* barang dagangan. Maksud *nempil* barang dagangan adalah membeli barang dagangan dari pedagang lain dalam jumlah kecil tanpa mengambil laba.

Kerjasama yang dilakukan oleh pedagang kelontong Pasar Palur, baik yang berskala grosir, grosir-eceran dan pengecer dapat dilihat dalam matrik berikut ini:

Matrik 3.k
Pedagang berdasar skala usaha dan bentuk kerjasama dengan sesama pedagang kelontong di Pasar Palur

No.	Pedagang berdasar skala usaha	Bentuk kerja sama antar pedagang
1.	Grosir	1. Saling pinjam barang dagangan 2. Saling bertukar informasi harga barang 3. Saling membantu dalam melayat
2.	Grosir-pengecer	1. Kerja sama dalam pengambilan barang 2. Saling pinjam barang 3. Saling memberi informasi pergerakan harga
3.	pengecer	1. Bertukar barang dagangan 2. <i>Nempil</i> barang dagangan

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

D. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Mempertahankan Kekuasaan Palur Kabupaten Karanganyar.

Politik eksistensi pedagang kelontong dalam mempertahankan kekuasaan dimaksudkan adalah kemampuan pedagang untuk mempertahankan usaha berdagang kelontong dalam rangka menjaga keberadaannya di Pasar Tradisional.

Ditengah deraan pasar modern yang semakin nyata bersaing, pedagang pasar tradisional khususnya pedagang kelontong dituntut untuk mampu mempertahankan pembeli yang telah menjadi pelanggan selama ini. Pedagang kelontong Pasar Palur harus bisa mengadaptasi kondisi terkini, mengakomodir keinginan pelanggan sesuai kemampuannya dan pedagang harus mampu pula menjaga cara terbaik yang telah dicapai.

Tabel 3.9
Pedagang berdasarkan Skala Usaha, jumlah pelanggan,
jangka waktu belanja dan cara pembayaran

No.	Pedagang berdasarkan skala usaha	Jumlah pelanggan	Jangka waktu belanja	Cara pembayaran
1.	Grosir	70	Dua hari sekali	Tunai
2.	Grosir	50	Setiap hari dan tiga hari sekali	Tunai dan <i>Ngalap Nyaur</i>
3.	Grosir	50	Setiap hari	Tunai dan <i>Ngalap Nyaur</i>
4.	Grosir-pengecer	50	Setiap hari dan tiga hari sekali	Tunai dan <i>Ngalap Nyaur</i>
5.	Grosir-pengecer	30	Dua hari sekali	Tunai
6.	Grosir-pengecer	18	Setiap hari	Tunai dan <i>Ngalap Nyaur</i>
7.	Pengecer	25	Dua hari sekali	Tunai
8.	Pengecer	30	Setiap hari	Tunai
9.	Pengecer	20	Setiap hari	Tunai

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Berdasarkan tabel diatas pedagang kelontong Pasar Palur memiliki pembeli yang telah menjadi pelanggan. Pelanggan merupakan pembeli yang telah rutin berbelanja di tempat pedagang. Pedagang kelontong Pasar Palur memiliki pelanggan yang cukup banyak. Mulai dari pedagang grosir memiliki pelanggan sebanyak 50 sampai 70 orang pelanggan. Sedangkan pedagang grosir-eceran memiliki pelanggan sebanyak 18 sampai 50 orang pelanggan yang berbelanja ditempatnya. Pedagang kelontong eceran juga memiliki 20 sampai 30 pelanggan setia yang berbelanja ditempatnya. Jumlah ini didapatkan dari jumlah pelanggan yang diberikan bonus lebaran terakhir oleh pedagang kelontong.

Pelanggan yang berbelanja di pedagang kelontong memiliki rutinitas berbelanja yang berbeda. Untuk pelanggan yang berbelanja di pedagang grosir,

rutin datang untuk belanja ada yang setiap hari ada pula yang dua sampai tiga hari sekali. Rutinitas pelanggan di pedagang grosir yang kebanyakan penjual kelontong eceran berbelanja setiap hari, berdasarkan kebiasaan yaitu uang yang terkumpul sehari kemudian dibelanjakan esok paginya. Sedangkan pelanggan yang belanja tiap tiga hari biasanya pedagang grosir-eceran yang belanja dalam jumlah yang besar sekalian. Pedagang grosir-ecer memiliki pelanggan yang berbelanja satu sampai tiga hari sekali. Lain lagi pelanggan pedagang pengecer berbelanja setiap satu sampai dua hari sekali. Pelanggan pedagang eceran kebanyakan merupakan konsumen langsung yang tidak menjual kembali barangnya. Jika dijual kembali biasanya sudah dalam bentuk olehan seperti pedagang warung makan. Melihat data ini maka disimpulkan pelanggan pedagang kelontong memiliki jangka waktu berbelanja setiap satu sampai tiga hari sekali.

Pembayaran yang diberlakukan oleh pedagang kelontong Pasar Tradisional Palur untuk pelanggannya memiliki kekhasan tersendiri, yang tidak ditemui di pasar modern. Pedagang kelontong yang berskala grosir menerapkan dua cara pembayaran kepada pelanggannya. Cara pembayaran tersebut adalah dengan cara tunai dan *ngalap nyaur*. Walaupun pembayaran mayoritas tunai tapi pedagang grosir juga memberikan kelonggaran kepada beberapa pelanggan untuk membayar dengan cara *ngalap nyaur*. Pembayaran *ngalap nyaur* hanya diberikan kepada pelanggan yang benar-benar dikenal dan dapat dipercaya. Seperti yang disampaikan oleh Pedagang grosir yang memiliki 50 pelanggan berikut ini:

“Pelanggan disini tak kasih *kelonggaran* dalam pembayaran, walaupun kebanyakan tunai, tapi ada pula yang *ngalap nyaur* seperti pelanggan yang berdagang bakso didepan, bayar barangnya kalau besok pas belanja lagi, hitung-hitung bantu mas. Kan manusia kadang diatas, kadang juga dibawah

jadi sling bantulah mas, yang penting dah kenal baik dan dapat dipercaya.”
(hasil wawancara 9 November 2009)

Sedangkan pelanggan yang dimiliki pedagang kelontong grosir-eceran juga melakukan pembayaran dengan dua cara yaitu, tunai dan *ngalap nyaur*. Pembayaran dengan satu cara hanya berlaku di pelanggan pedagang kelontong eceran yaitu pembayaran chas atau tunai. Pembayaran tunai yang semuanya dilakukan dikalangan pelanggan pedagang eceran karena jumlah barang dagangan yang dibeli tidak terlalu banyak maka agar lebih mudah, praktis dan tenang dibayar dengan chas atau tunai saat itu juga. Dari data ini dapat diketahui bahwa pembayaran yang dilakukan pelanggan pedagang kelontong Pasar Palur dilakukan dalam dua cara yaitu tunai dan *ngalap nyaur*.

Pelanggan menjadi hal yang paling strategis dalam menentukan kesuksesan dalam mempertahankan usahanya. Oleh karena itu pelanggan juga harus mendapatkan pelayanan khusus dari pedagang. Hal ini bertujuan untuk menguatkan hubungan antar pedagang dengan pelanggan agar senantiasa tetap berbelanja ditempatnya.

Matrik 3.1
Pedagang berdasarkan Skala Usaha, jumlah pelanggan,
jangka waktu belanja pelanggan dan cara pembayaran pelanggan

No.	Pedagang berdasarkan skala usaha	Jumlah pelanggan	Jangka waktu belanja	Cara pembayaran
1.	Grosir	50-70	Satu hari, dua hari dan tiga hari	Tunai dan <i>Ngalap Nyaur</i>
2.	Grosir-pengecer	18-50	Satu hari, dua hari dan tiga hari	Tunai dan <i>Ngalap Nyaur</i>
3.	pengecer	20-30	Satu dan dua hari	Tunai

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Pelayanan khusus yang dilakukan oleh pedagang untuk pelanggannya dilakukan dalam beberapa cara. Pertama cara yang dirasa efektif dilakukan adalah pemberian bonus atau persen kepada pelanggan. Cara ini dilakukan dengan pemberian bonus yang berbentuk barang kepada pelanggan setelah setahun berbelanja ditempat pedagang. Pedagang yang memberikan pelayanan ini adalah pedagang grosir, grosir-eceran dan pengecer. Pemberian bonus ini merupakan ucapan rasa terima kasih dari pedagang terhadap pelanggan yang telah berbelanja ditempatnya. Harapan pedagang dengan pemberian bonus ini adalah agar pelanggan tetap berbelanja ditempatnya secara terus menerus. Bonus ini akan mengikat pelanggan walaupun hanya ikatan sosial tetapi merupakan wujud perhatian pedagang, sehingga pelanggan akan *perkewuh* bila akan berpindah ke pedagang lain. Pemberian bonus kepada pelanggan dilakukan menjelang atau sesudah lebaran tiba, sehingga sering disebut sebagai *THRan* untuk pelanggan. Bentuk bonusnya sangat beragam, antara lain berupa peralatan rumah tangga seperti panci dan teko, ada pula pakaian seperti kaos, kemeja atau sarung dan ada pula yang berupa sembako seperti beras, minyak goreng atau mie instant. Seperti yang disampaikan oleh Koh Yusuf berikut ini:

“ Tiap mau lebaran aku kasih bonus THR ke pelanggan ... biar betah belanja disini ... barangnya yang bermanfaat tentunya ... kemarin aku kasih teko, sarung ... tergantung jumlah belanjanya”. (hasil wawancara 11 November 2009)

Pelayanan khusus kedua adalah memberikan harga spesial untuk pelanggan. Harga merupakan salah satu pembanding utama pembeli untuk memilih tempat berbelanja. Walaupun bedanya hanya seratus atau dua ratus

rupiah tapi akan memberikan kepuasan tersendiri untuk pelanggan. Pelayanan ini dilakukan oleh pedagang eceran yang seringkali ditandai dengan proses tawar-menawar.

Pelayanan ketiga adalah pemberian kemudahan dalam pembayaran. Pelanggan sering kali mendapatkan kemudahan dengan cara pembayaran *ngalap nyaur*. Pembayaran *ngalap nyaur* dilakukan dengan cara, pembeli mengambil barang terlebih dahulu dari penjual dan pembayaran baru diberikan saat pembeli berkulakan atau membeli kembali. Pedagang juga memberikan kemudahan kepada pelanggan apabila ada kekeurangan pembayaran saat belanja, untuk dilunasi besok saat belanja lagi. Pedagang yang memberikan pelayanan pembayaran *ngalap nyaur* ini hanya pedagang grosir dan grosir-eceran.

Cara keempat yang dilakukan pedagang untuk memberikan pelayanan spesial untuk pelanggan adalah pelayanan informasi. Pelayanan informasi meliputi perubahan harga barang, jenis produk baru, produk unggulan, dan informasi paket khusus barang dari pabrik. Informasi ini akan sangat membantu pelanggan khususnya pelanggan yang berprofesi pedagang, karena akan memudahkan usahanya. Pelayanan ini diberikan oleh pedagang grosir dan grosir eceran.

Berdasarkan informasi pelayanan kepada pelanggan dapat dilihat pula secara jelas dalam matrik berikut ini:

Matrik 3.m
Pedagang berdasarkan Skala Usaha dan jenis pelayanan
kepada pelanggan

No.	Pedagang berdasarkan skala usaha	Jenis Pelayanan			
		THR atau bonus tahunan	Harga spesial	Kemudahan Pembayaran	Informasi
1.	Grosir	Sebelum lebaran berupa alat dapur	–	<i>Ngalap nyaur</i>	Harga dan produk unggulan
2.	Grosir-pengecer	Sebelum atau sesudah lebaran berupa pakaian	–	<i>Ngalap nyaur</i>	Harga dan paket khusus
3.	pengecer	Sebelum lebaran berupa sembako	Potongan harga	–	–

Sumber: hasil wawancara 9-20 November 2009

Berdasarkan informasi diatas dapat dirumuskan beberapa pelayanan khusus yang diberikan pedagang kelontong Pasar Palur kepada pelanggan, yaitu:

1. Pemberian bonus atau persen kepada pelanggan
2. Memberikan harga spesial untuk pelanggan
3. Memberikan kemudahan dalam proses pembayaran
4. Pelayanan informasi meliputi perubahan harga barang, jenis produk baru, produk unggulan, dan informasi paket khusus barang dari pabrik

BAB IV

PEMBAHASAN

Politik Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional

Politik eksistensi pedagang pasar tradisional merupakan kemampuan pedagang pasar tradisional untuk memperoleh, menjalankan dan mempertahankan kekuasaan untuk dapat mempertahankan keberadaannya. Dalam penelitian ini politik eksistensi pedagang pasar tradisional dimaksudkan adalah kemampuan pedagang kelontong Pasar Palur untuk memperoleh pembeli, menjalankan usahanya dan mempertahankan pelanggan yang dimiliki untuk dapat mempertahankan keberadaannya di pasar tradisional ditengah kondisi desakan pasar modern yang saat ini terjadi. Dalam melaksanakan politik eksistensi pedagang harus mampu memenuhi empat prasyarat fungsional pembentuk sistem sosial dalam hal ini sistem pasar tradisional sebagai sub sistem ekonomi. Empat prasyarat fungsional yang harus dipenuhi pedagang adalah adaptasi, tujuan integasi dan latensi. Politik eksistensi ini dilakukan oleh pedagang kelontong Pasar Palur dibedakan menurut skala usahanya, yaitu pedagang klontong skala grosir, grosir-eceran dan pengecer.

A. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur

Berkeaan tujuan untuk menjaga keberadaannya, pedagang dituntut untuk kreatif dalam beradaptasi guna menyikapi kondisi persaingan pasar terbuka saat ini. Dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari

pembeli dengan disesuaikan kemampuan dari pedagang sebagai bentuk integrasi antara kedua pelaku ekonomi pasar ini. Setelah memperoleh cara yang tepat maka pedagang akan senantiasa mempertahankannya dan dengan sendirinya akan berjalan secara terus menerus untuk menjaga keberadaan usahanya. Politik eksistensi pedagang kelontong skala grosir Pasar Palur dibagi dalam tiga tindakan politik yaitu politik eksistensi dalam memperoleh pembeli atau pelanggan, menjalankan usaha dagang dan mempertahankan pelanggan.

1. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur untuk Memperoleh Kekuasaan

Pedagang kelontong yang berskala grosir di Pasar Palur politik eksistensi yang dilakukan untuk memperoleh kekuasaan dalam hal ini memperoleh pembeli dilakukan dalam empat tindakan. Empat tindakan tersebut merupakan tindakan sosial ekonomi yang bertujuan untuk menjaga keberadaan pedagang kelontong skala grosir agar tetap berdiri baik di pasar tradisional ditengah situasi persaingan terbuka dengan pasar modern yang saat ini ada. Pertama dalam tindakan pelayanan pemilihan barang, pedagang grosir beradaptasi dengan menyiapkan banyak pegawai untuk membantu mengambilkan barang dengan tujuan pembeli tidak terlalu lama menunggu. Dalam pengemasan barang pedagang mengecek barang saat dan sebelum dibungkus agar barang sesuai yang dibeli. Alat timbang setiap tahun ditakar ulang di dinas pasar, dengan tujuan agar pembeli tidak kecewa karena mendapatkan barang yang beratnya tidak

sesuai harapan. Hal ini sebagai bentuk integrasi antara peang yang menginginkan pembeli belanja terus ditempatnya dan pembeli yang mendapatkan barang yang dicarinya. Penimbangan dilakukan dengan akurat dan tetap dipertahankan untuk jaga nama pedagang dan untuk mempertahankan kepercayaan yang telah terjalin. Adaptasi dalam promosi dilakukan melalui pegawai di lingkungan rumah. Pegawai berpromosi dengan cara menceritakan berbagai keuntungan berbelanja ditempat berdagangnya. Dengan demikian tujuan yang ingin dicapai adalah konsumen dalam hal ini tetangga atau saudara akan mencoba berbelanja ditempatnya. Pembeli pasar tradisional akan lebih memilih berbelanja dipedagang yang dia kenal karena lebih percaya dari pada pedagang lain. Inilah kelebihan pedagang kelontong berpolitik dalam hal promosi memperoleh pembeli. Pedagang grosir jemput bola promosi yang dilakukan pegawai yang berjumlah banyak dibanding pedagang pengecer yang menggunakan teknik serupa. Sedangkan hubungan sosial yang baik dijalin dengan cara datang di hajatan dan melayat saat ada keluarga pembeli yang meninggal. Tujuan pedagang adalah untuk mengambil hati pembeli dan pembeli akan semakin dekat karena memiliki hutang budi dan perkewuh bila berbelanja tidak ditempatnya. Hal-hal diatas dipertahankan karena telah terbukti mampu menarik pembeli. Pembeli akan terasa nyaman dalam berbelanja dan pedagang mendapatkan pembeli di kiosnya.

2. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur untuk Menjalankan Kekuasaan

Pedagang grosir kelontong untuk menjalankan kekuasaan dalam hal ini kemampuan pedagang dalam menjalankan usaha berdagang kelontong dalam rangka mempertahankan keberadaannya di Pasar Palur dilakukan dengan proses *kulakan* dan kerja sama yang tepat. Dalam *kulakan* pedagang grosir dilakukan di tiga tempat. Pertama di pedagang grosir di Pasar Legi. Tujuan pemilihan tempat kulakan di tempat ini didasari beberapa hal, yaitu stok barang beraneka macam, harga yang ditawarkan cocok, waktu berjualan sampai malam. Sedangkan pembayaran dilakukan setiap hari dengan pembayaran tunai. Tempat kedua adalah pabrik yang diambil melalui sales. Adapun tujuan *berkulakan* di sales yaitu, pembayaran bisa dilakukan dengan tempo, efisiensi tenaga, transportasi dan waktu dan atas dasar untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual. Kulakan dilakukan dalam satu dan dua minggu. Pembayaran dilakukan secara tempo dalam waktu satu dan dua minggu, dengan tujuan pedagang dapat memiliki modal barang dagangan dulu dan memiliki kemudahan dalam pembayaran. Pembayaran tempo merupakan gambaran integrasi antara *pesdagnag* dan sales. Teknik kulakan dan pembayaran ini dipertahankan secara baik dengan menjaga kepercayaan yang telah diberikan. Ketiga di toko grosir di Solo selain Pasar Legi. Adapun tujuannya adalah harga yang cocok, pelayanan yang memuaskan,

kedekatan dengan pedagang. Kulakan dilakukan setiap hari dengan pembayaran secara tunai.

Kemampuan pedagang grosir kelontong untuk menjalankan usaha berdagang kelontong dalam rangka mempertahankan keberadaannya di Pasar Palur dilakukan dengan tiga tindakan kerjasama. Pertama saling pinjam barang dagangan bertujuan untuk mencari barang yang ingin dibeli pembeli. Pedagang akan mengganti dalam bentuk barang juga setelah kulakan. Kedua saling bertukar informasi harga barang dengan tujuan penyetaraan harga barang antar pedagang grosir. Ketiga saling membantu dalam melayat apabila ada keluarga pedagang yang meninggal untuk menjalin solidaritas antar pedagang. Kerjasama ini sebagai bentuk integrasi antar pedagang kelontong dan telah berjalan dengan baik di pasar tradisional.

3. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir Pasar Palur untuk Mempertahankan Kekuasaan

Politik eksistensi pedagang kelontong skala grosir dalam mempertahankan kekuasaan dalam hal ini adalah kemampuan pedagang untuk mempertahankan pelanggan yang dimiliki. Pedagang grosir yang memiliki 50 sampai 70 pelanggan. Setiap tahun pedagang grosir memberikan bonus atau THR kepada pelanggannya. Diberikan pula informasi mengenai harga an produk barang. perbedaan yang dilakukan dalam pelayanan adalah pada pelayanan khusus pembelian THR yang berupa peralatan dapur yang bertujuan untuk mengikat pelanggan secara

sosial berupa hutang budi. Alat yang diberikan juga awal dan lebih mahal harganya dibanding pedagang skal lain. Pembayaran juga bisa dengan *ngalap nyaur* yang bertujuan meringankan pelanggan dalam pembayaran belanja. Pelayanan yang diberikan pedagang grosir ini telah berjalan baik dan merupakan bentuk integrasi antar rasa terima kasih pedagang dan kesetiaan dari pelanggan untuk tetap berbelanja ditempatnya.

Berdasarkan data diatas untuk melihat politik eksistensi yang dilakukan pedagang kelontong grosir Pasar Palur dapat dilihat dengan jelas dalam matrik berikut ini:

Matrik 4.a.
Politik eksistensi pedagang kelontong sekala grosir Pasar Palur

No	Politik Eksistensi	Empat prasyarat fungsional pembentuk sistem pasar tradisional			
		Adaptasi	Tujuan	Integrasi	Latensi
1.	Memperoleh kekuasaan	a. Menyediakan pegawai yang banyak untuk membantu pengambilan barang b. Pengecekan alat timbang ke dinas pasar c. Promosi dagang dilingkungan rumah d. Kegiatan sosial berupa melayat dan <i>jagong</i> ke tempat pembeli	a. Mempercepat proses belanja b. Menjaga takaran barang akurat c. Menarik pembeli dari orang dekat d. Mengambil hati pembeli	Keinginan pembeli mendapat barang baik, sesuai takaran, waktu cepat dan percaya dekat dengan pedagang dengan keinginan pedagang yang ingin memperoleh pembeli	a. Pegawai dijaga dalam jumlah sama. b. Alat timbang rutin dicek c. Promosi dirumah tetap dilakukan d. Tetap menjaga kegiatan sosial yang dilakukan

2.	Menjalankan kekuasaan	<p>a. Berkulakan di tiga tempat: pasar legi, sales pabrik dan pedagang grosir di Solo</p> <p>b. Kerjasama pinjam, tukar barang antar pedagang dan melayat bersama</p>	<p>a. Mendapatkan barang, harga, cara pembayaran dan biaya <i>kulakan</i> yang bagus</p> <p>b. Menjaga hubungan baik dan saling membantu antar pedagang</p>	<p>a. Keinginan produsen dapat pedagang dan pedagang dapat barang bagus</p> <p>b. Kebutuhan saling mengisi kekurangan antar pedagang</p>	<p>a. Pedagang tetap berkulakan ditempat yang sama apabila pelayanan tetap sama</p> <p>b. Kerjasama telah berjalan baik & terus menerus di Pasar Palur</p>
3.	Mempertahankan kekuasaan	<p>a. Pemberian THR</p> <p>b. Kemudahan pembayaran dengan <i>ngalap nyaur</i></p> <p>c. Pemberian informasi harga dan produk unggulan secara rutin</p>	<p>a. Mengiakat pelanggan</p> <p>b. Meringankan pelanggan dalam membayar</p> <p>c. Memudahkan penjualan kembali barang yang dijual</p>	<p>Intergrasi antara perhatian pedagang melalui pelayanan khusus dengan kesetiaan pelanggan untuk berbelanja</p>	<p>Pelayanan khusus yang diberikan kepada pelanggan ini senantiasa dijaga baik oleh pedagang pembelipun tetap setia berbelanja</p>

Sumber: Hasil wawancara 9 – 20 November 2009

B. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur

Berkenaan tujuan untuk menjaga keberadaannya, pedagang dituntut untuk kreatif dalam beradaptasi guna menyikapi kondisi persaingan pasar terbuka saat ini. Dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pembeli dengan disesuaikan kemampuan dari pedagang sebagai bentuk integrasi antara kedua pelaku ekonomi pasar ini. Setelah memperoleh cara yang tepat maka pedagang akan senantiasa mempertahankannya dan

dengan sendirinya akan berjalan secara terus menerus untuk menjaga keberadaan usahanya. Politik eksistensi pedagang kelontong skala grosir-eceran Pasar Palur membagi dalam tiga tindakan politik yaitu politik eksistensi dalam memperoleh pembeli atau pelanggan, menjalankan usaha dagang dan mempertahankan pelanggan.

4. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur untuk Memperoleh Kekuasaan

Pedagang kelontong yang berskala grosir-eceran di Pasar Palur politik eksistensi yang dilakukan untuk memperoleh pembeli atau pelanggan dalam empat tindakan. Empat tindakan tersebut merupakan tindakan sosial ekonomi yang bertujuan untuk menjaga keberadaan pedagang kelontong skala grosir-eceran agar tetap berdiri baik di pasar tradisional ditengah situasi persaingan terbuka dengan pasar modern yang saat ini ada. Politik eksistensi yang dilakukan pedagang grosir – eceran dalam memperoleh pembeli adalah kios dibuat terbuka, dengan tujuan untuk memberikan keleluasaan pembeli memilih barang sendiri, apabila ingin diambikan maka diambikan sesuai catatan barang yang dibutuhkan sebagai bentuk integrasi antara keinginan pembelian dan pedagang. Keleluasaan pembeli untuk memilih barang sendiri menjadi nilai lebih pedagang kelontong berskala usaha grosir-eceran dibanding yang pedagang skala lain. Adaptasi dalam pengemasan barang dagangan dengan dilakukan didepan pembeli, tujuannya agar pembeli bisa mengawasi saat pegawai memasukan barang apakah sesuai dengan yang

dibeli. Penempatan alat timbang di depan sehingga pembeli dapat melihatnya. Alat timbang setiap tahun ditakar ulang di dinas pasar dengan tujuan menjaga keakuratan. Sedangkan promosi dilakukan dengan bersikap proaktif *grapyak* dan meminta mampir ingin membantu dengan pengunjung pasar dalam mencari barang dengan tujuan mengambil hati pembeli yang merasa terbantu. Kegiatan menjalin hubungan baik dalam hal sosial adalah menjenguk pembeli yang sakit dan *jagong*, hal ini dilakukan dengan tujuan mengambil hati pembeli yang merasa seperti hutang budi sehingga pembeli akan *perkewuh* bila tidak belanja ditempatnya. Politik eksistensi sebagai tindakan untuk memperoleh pembeli yang telah dilakukan ini dijaga oleh pedagang untuk menjaga hubungan baik antara kedua belah pihak karena terbukti efektif dan saling menguntungkan.

5. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur untuk Menjalankan Kekuasaan

Kemampuan pedagang grosir-eceran kelontong untuk menjalankan usaha berdagang kelontong dalam rangka mempertahankan keberadaannya di Pasar Palur dilakukan dengan proses *kulakan* dan kerja sama yang tepat. Pedagang kelontong grosir-eceran merupakan pedagang yang paling banyak tempat *kulakan* dibanding pedagang skala lain yaitu empat tempat. Pertama di pedagang grosir di Pasar Legi dengan alasan merupakan tempat pusat informasi perubahan harga barang dan tempat membangun relasi dagang. *Kulakan* dilakukan setiap hari dengan

pembayaran tunai. Kedua di pabrik melalui sales. Adapun tujuan *berkulakan* di Sales yaitu, untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual, pembayaran bisa dilakukan dengan tempo, mendapatkan informasi harga dan produk barang terbaru dan ada bonus. Tempat *kulakan* setiap satu minggu sekali dengan pembayaran tempo satu minggu. Pedagang Grosir Pasar Palur adalah tempat *kulakan* ketiga dengan tujuan penghematan biaya transportasi, waktu dan tenaga dan kedekatan sosial yang telah lama terjalin. Waktu *kulakan* setiap hari dengan pembayaran tunai dan *ngalap nyaur*. Adapun tempat *kulakan* terakhir adalah pedagang grosir-pengecer Pasar Palur dengan tujuan hemat tenaga dan hemat transportasi dan kedekatan dengan penjual. *Kulakan* dilakukan setiap hari dengan cara pembayaran *ngalap nyaur*.

Kerjasama antar pedagang kelontong di Pasar Palur yang dilakukan oleh pedagang kelontong berskala grosir-pengecer dilakukan dalam tiga hal. Tiga kerjasama yang dilakukan dalam adalah kerja sama dalam pengambilan barang, saling pinjam barang dan saling memberi informasi pergerakan harga. Perbedaan kerjasama yang dilakukan pedagang kelontong grosir-eceran Pasar Palur dibanding pedagang skala lain adalah pada kerjasama pengambilan barang. pengambilan barang dilakukan dengan ditanggung dua pedagang atau lebih, dengan tujuan untuk meringankan pengambilan barang, harga yang diperoleh juga lebih ringan. Kerjasama ini sebagai bentuk integrasi antar pedagang kelontong dan telah berjalan dengan baik di pasar tradisional

6. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Grosir-Eceran Pasar Palur untuk Mempertahankan Kekuasaan

Pedagang grosir-pengecer yang memiliki 18 sampai 50 pelanggan juga memberikan kemudahan pembayaran yaitu secara tunai dan *ngalap nyaur* yang merupakan salah satu keunggulan pelayanan khusus yang diberikan. Pemberian bonus atau persen kepada pelanggan, pemberian harga spesial dan pelayanan informasi meliputi perubahan harga barang, jenis produk baru, produk unggulan, dan informasi paket khusus barang dari pabrik diberikan pedagang skala ini kepada pelanggannya. Perbedaan pelayanan khusus yang diberikan pedagang skala grosir-eceran ini adalah pada pemberian THR berupa pakaian atau kain yang bertujuan agar dapat dikenakan pelanggan. Pelayanan yang diberikan pedagang grosir-eceran ini telah berjalan baik dan merupakan bentuk integrasi antar rasa terima kasih pedagang dan kesetiaan dari pelanggan untuk tetap berbelanja ditempatnya.

Berdasarkan data diatas untuk melihat politik eksistensi yang dilakukan pedagang kelontong grosir-eceran Pasar Palur dapat dilihat dengan jelas dalam matrik berikut ini:

Matrik 4.b.
Politik eksistensi pedagang kelontong skala grosir-eceran
Pasar Palur

No	Politik Eksistensi	Empat prasyarat fungsional pembentuk sistem pasar tradisional			
		Adaptasi	Tujuan	Integrasi	Latensi
1.	Memperoleh kekuasaan	a. Kios terbuka. Pembeli mengambil	a. Pembeli menda-patkan kepuasan	Keinginan pembeli mendapat barang	a. Kios tetap dipertahankan terbuka dan

		<p>barang sendiri, bila ingin diambillkan maka tinggal mencatat di kertas</p> <p>b. Pengemasan barang terbuka</p> <p>c. Penimbangan terbuka dan alat timbang selalu dicek rutin ke dinas pasar</p> <p>d. Menjalin hubungan sosial dengan menjenguk pembeli yang sakit dan jagong</p>	<p>karena bisa mengambil sendiri barang sesuai keinginan</p> <p>b. Agar pembeli percaya dan dapat mengawasi proses pengemasan barang</p> <p>c. Agar pedagang tidak khawatir mendapat barang tidak sesuai takaran</p> <p>d. Mengambil hati pembeli</p>	<p>baik, sesuai takaran, waktu cepat dan percaya dekat dengan pedagang dengan keinginan pedagang yang ingin memperoleh pembeli. pembeli setuju dan puas dengan cara yang ditawarkan pembeli</p>	<p>pembeli tetap bisa mengambil barang sendiri</p> <p>b. Pengemasan tetap dilakukan terbuka</p> <p>c. Penimbangan tetap terbuka dan alat timbang rutin dicekkan</p> <p>d. Tetap menjaga hubungan sosial yang telah dilakukan</p>
2.	Menjalankan kekuasaan	<p>a. Berkulakan di empat: Pasar Legi, sales pabrik dan pedagang grosir dan grosir-eceran di Pasar Palur</p> <p>b. Kerja sama dalam</p>	<p>a. Mendapatkan barang, harga, cara pembayaran dan biaya <i>kulakan</i> yang mudah</p> <p>b. Mendapatkan</p>	<p>a. Keinginan produsen dapat pedagang dan pedagang dapat barang bagus</p> <p>b. Kebutuhan saling</p>	<p>a. Pedagang tetap berkulakan ditempat yang sama apabila pelayanan tetap sama</p> <p>b. Kerjasama telah</p>

		pengambilan barang, saling pinjam dan memberi informasi pergerakan harga	barang dagangan dengan harga murah dan saling membantu dan membangun solidaritas	mengisi kekurangan antar pedagang	berjalan baik & terus menerus di Pasar Palur
3.	Mempertahankan kekuasaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemberian THR kepada pelanggan b. Kemudahan pembayaran <i>ngalap nyaur</i> c. Informasi harga dan paket khusus 	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengikat pelanggan secara sosial b. Pelanggan membayar dengan ringan c. Memudahkan pelanggan mendapat informasi sehingga pelanggan akan mudah menjual kembali barangnya 	Intrgrasi antara perhatian pedagang melalui pelayanan khusus dengan kesetiaan pelanggan untuk berbelanja	Pelayanan khusus yang diberikan kepada pelanggan ini senantiasa dijaga baik oleh pedagang pembelipun tetap setia berbelanja

Sumber: Hasil wawancara 9 – 20 November 2009

C. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur

Berkenaan tujuan untuk menjaga keberadaannya, pedagang dituntut untuk kreatif dalam beradaptasi guna menyikapi kondisi persaingan pasar terbuka saat ini. Dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pembeli dengan disesuaikan kemampuan dari pedagang sebagai bentuk integrasi antara kedua pelaku ekonomi pasar ini. Setelah memperoleh cara yang tepat maka pedagang akan senantiasa mempertahankannya dan

dengan sendirinya akan berjalan secara terus menerus untuk menjaga keberadaan usahanya. Politik eksistensi pedagang kelontong skala grosir-eceran Pasar Palur membagi dalam tiga tindakan politik yaitu politik eksistensi dalam memperoleh pembeli atau pelanggan, menjalankan usaha dagang dan mempertahankan pelanggan.

4. **Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur untuk Memperoleh Kekuasaan**

Politik eksistensi yang dilakukan oleh pedagang kelontong eceran meliputi empat hal. Tindakan politik eksistensi yang dilakukan adalah pelayanan pemilihan dan penimbangan barang, promosi dan menjalin hubungan sosial dengan pembeli. Pemilihan barang, diambilkan oleh pedagang dan barang selalu dalam kondisi baru. Alat timbang setiap tahun ditakar ulang di dinas pasar agar selalu akurat untuk tujuan menghindari kekecewaan pembeli. Promosi dilakukan dengan menawarkan barang dagangan dengan proaktif dan membantu memberi tahu dimana barang diperoleh dengan tujuan mengambil hati pembeli yang merasa terbantu. Hubungan sosial yang dilakukan oleh pedagang pengecer ini lebih banyak dan intens dengan pembeli disbanding pedagang grosir ataupun pedagang grosir-eceran. Pedagang pengecer menjalin hubungan sosial dengan pembeli dengan menjenguk pembeli yang sakit, melayat dan *jagong*. Hal ini menunjukkan jiwa sosial pedagang eceran paling tinggi disbanding pedagang kelontong skala lain. Diharapkan dengan hubungan sosial yang telah intens dilakukan oleh pedagang pengecer ini dapat semakin

mempererat hubungan dengan pembeli sehingga tujuan agar pembeli pun juga intens berbelanja ditempat pedagang eceran pun dapat tercapai. Tindakan pedagang kelontong pengecer Pasar Palur dalam berpolitik eksistensi yang dilakukan dipertahankan dengan tetap menjaga pelayanan yang selama ini dilakukan.

5. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur untuk Menjalankan Kekuasaan

Kemampuan pedagang pengecer kelontong untuk menjalankan usaha berdagang kelontong dalam rangka mempertahankan keberadaannya di Pasar Palur dilakukan dengan pelaksanaan *kulakan* yang tepat. Adapun tempat *kulakannya*, pertama pedagang grosir di Pasar Legi dengan tujuan yaitu, stok barang selalu baru dan beraneka macam dan harga yang ditawarkan cocok. *Kulakan* dilakukan setiap hari dengan pembayaran tunai. Tempat kedua, pabrik melalui seles dengan tujuan pemilihan yaitu, pembayaran bisa dilakukan dengan tempo, mendapatkan informasi harga dan produk barang terbaru dan untuk keperluan kelengkapan barang yang dijual. *Kulakan* dilakukan setiap satu minggu sekali dengan pembayaran tunai dan tempo satu minggu. Tempat ketiga *kulakan* adalah pedagang grosir - pengecer di Pasar Palur dengan tujuan pemilihan yaitu, hemat tenaga dan hemat transportasi. *Kulakan* dilakukan setiap hari dengan pembayarn tunai.

Kemampuan pedagang pengecer kelontong untuk menjalankan usaha berdagang kelontong dalam rangka mempertahankan keberadaannya

di Pasar Palur dilakukan dengan dua cara yaitu bertukar barang dagangan dan *nempil* barang dagangan. Perbedaan kerjasama yang dilakukan pedagang kelontong pengecer dibanding pedagang kelontong skala lain adalah pada kerjasama *nempil* barang dagangan. Kerjasama ini adalah pengambilan barang dengan harga kulakan dalam jumlah kecil bertujuan untuk mencari barang yang dibeli pembeli. Kerjasama ini sebagai bentuk integrasi antar pedagang kelontong dan telah berjalan dengan baik di pasar tradisional

6. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong Skala Pengecer Pasar Palur untuk Mempertahakan Kekuasaan

Pedagang pengecer yang memiliki 20 sampai 30 pelanggan juga memberikan bonus atau persen kepada pelanggan. Pemberian harga spesial dan pelayanan informasi meliputi perubahan harga barang, jenis produk baru, produk unggulan, informasi paket khusus barang dari pabrik dan potongan harga diberikan kepada pelanggannya setianya. Pelayanan yang membedakan pedagang kelontong pengecer dibanding yang lain adalah memberikan potongan harga yang diberikan kepada pelanggan untuk tujuan memberikan kepuasan dan mengambil hati pelanggan. Pelayanan yang diberikan pedagang pengecer ini telah berjalan baik dan merupakan bentuk integrasi antar rasa terima kasih pedagang dan kesetiaan dari pelanggan untuk tetap berbelanja ditempatnya.

Berdasarkan data diatas untuk melihat politik eksistensi yang dilakukan pedagang kelontong pengecer Pasar Palur dapat dilihat dengan jelas dalam matrik berikut ini:

Matrik 4.c.
Politik eksistensi pedagang kelontong sekala pengecer Pasar Palur

No	Politik Eksistensi	Empat prasyarat fungsional pembentuk sistem pasar tradisional			
		Adaptasi	Tujuan	Integrasi	Latensi
1.	Memperoleh kekuasaan	a. Pengemasan bersifat terbuka b. Penimbangan terbuka dan alat timbang selalu dicekkan c. Promosi di lingkungan rumah oleh pedagang d. Kegiatan sosial berupa, menje-nguk pembeli yang sakit, melayat dan jagong.	a. agar pembeli bisa mengawasi dagangan dikemas b. agar pembeli percaya takaran dan alat timbang kondisi baik c. agar mendapat pembeli dari orang dekat d. untuk mengikat hati pembeli	Keinginan pembeli mendapat barang baik, sesuai takaran, waktu cepat dan percaya dekat dengan pedagang dengan keinginan pedagang yang ingin memperoleh pembeli	a. Pengemasan dijaga selalu terbuka b. Alat timbang rutin dicek dan penimbangan tetap terbuka c. Promosi dirumah tetap dilakukan d. Tetap menjaga kegiatan sosial yang dilakukan
2.	Menjalankan kekuasaan	a. <i>Berkulakan</i> di empat tempat: pasar legi, sales	a. Mendapatkan barang, harga, cara pembayaran dan biaya	a. Keinginan produsen dapat pedagang dan	a. Pedagang tetap berkulakan ditempat yang sama apabila

		pabrik dan pedagang grosir-eceran di Pasar Palur b. Kerjasama antar pedagang dengan bertukar barang dan <i>nempil</i>	<i>kulakan</i> yang ringan b. Menjaga hubungan baik dan saling membantu antar pedagang	pedagang dapat barang bagus b. Kebutuhan saling mengisi kekurangan antar pedagang	pelayanan tetap sama b. Kerjasama telah berjalan baik & terus menerus di Pasar Palur walaupun skala kecil
3.	Mempertahankan kekuasaan	a. Pemberian THR b. Pemberian potongan harga	a. Mengikat pelanggan b. Memberikan kerincinan dan kepuasan dalam menawar	Intrgrasi antara perhatian pedagang melalui pelayanan khusus dengan kesetiaan pelanggan untuk berbelanja	Pelayanan khusus yang diberikan kepada pelanggan ini senantiasa dijaga baik oleh pedagang pembelipun tetap setia berbelanja

Sumber: Hasil wawancara 9 – 20 November 2009

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

A.1 Kesimpulan Empiris

Berdasarkan hasil penelitian Politik Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional ini diperoleh adanya persamaan dan perbedaan antara pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-eceran dan eceran dalam menjalankan politik eksistensi di Pasar Palur. Adapun persamaan dan perbedaan disimpulkan sebagai berikut;

i. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Memperoleh Kekuasaan di Pasar Palur Kabupaten Karanganyar

Persamaan antara pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-eceran dan eceran:

1. Proses pelayanan pengambilan barang dalam pemilihan barang diambilkan oleh pegawai
2. Dalam penimbangan barang, alat timbang setiap tahun rutin dicekkan atau ditakar ulang di dinas pasar Karanganyar
3. Dalam menjalin hubungan sosial dengan pembeli persamaan terjadi dalam menghadiri hajatan pembeli

Perbedaan antara pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-eceran dan eceran:

1. Pada proses pengambilan barang dalam pelayanan pemilihan barang perbedaan di pedagang grosir-eceran kios dibuat terbuka dan pembeli dipersilahkan mengambil barang sendiri di pedagang skala lain tidak ada
2. Pada proses pengemasan barang dan penimbangan di pedagang grosir-eceran dan pengecer dilakukan terbuka sedangkan pedagang grosir tertutup
3. Pada proses promosi, pedagang grosir dan pengecer dilakukan dirumah sedangkan pedagang grosir-eceran di pasar
4. Dalam menjalin hubungan sosial dengan pembeli pedagang pengecer paling intens dengan melakukan tiga hal yaitu *jagong*, melayat dan menjenguk pembeli yang sakit, sedangkan pedagang grosir dan grosir-eceran hanya melakukan dua hubungan sosial dengan pembelinya

ii. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Menjalankan Kekuasaan Palur Kabupaten Karanganyar

Persamaan antara pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-eceran dan eceran:

1. Dalam proses kulakan pedagang kelontong dari berbagai skala terjadi kesamaan dalam memilih tempat kulakan yaitu di Pasar Legi dan Sales Pabrik

Perbedaan antara pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-eceran dan eceran:

1. Tempat kulakan pedagang grosir-eceran lebih variatif yaitu empat tempat ada dari dalam atau luar Pasar Palur maupun Sales Pabrik, sedangkan pedagang skala lain hanya tiga tempat.
2. Pembayaran kulakan dilakukan berbeda, pedagang pengecer secara tunai sedangkan pedagang grosir tunai dan tempo dan pedagang grosir-eceran tunai, tempo dan *ngalap nyaur*.
3. Kerjasama yang dilakukan antar pedagang kelontong berbeda pedagang grosir adalah pinjam, tukar barang antar pedagang dan melayat bersama, dan pedagang grosir-eceran adalah pengambilan barang, saling pinjam dan memberi informasi pergerakan harga, sedangkan pedagang pengecer adalah bertukar dan *nempil* barang

iii. Politik Eksistensi Pedagang Kelontong dalam Mempertahankan Kekuasaan Palur Kabupaten Karanganyar

Persamaan antara pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-eceran dan eceran:

1. Pelayanan khusus dalam pemberian THR (Tunjangan Hari Raya) atau bonus kepada pelanggan setiap tahun

Perbedaan antara pedagang kelontong yang berskala grosir, grosir-eceran dan eceran:

1. Pemberian potongan harga hanya dilakukan oleh pedagang pengecer sedangkan pedagang skala lain tidak melakukannya

2. Kemudahan pembayaran diberikan oleh pedagang grosir dan grosir-eceran dengan proses *ngalap nyaur* sedangkan pembayaran di pedagang pengecer secara tunai
3. Pemberian pelayanan informasi harga dan barang dilakukan pedagang grosir dan grosir-eceran sedangkan pedagang pengecer tidak melakukannya.

A.2 Kesimpulan Teoritis

Penelitian "Politik Eksistensi Pedagang Pasar Tradisional" ini menggunakan Teori Tindakan Sosial dari Talcott Parsons. Dalam pandangannya, Talcott Parsons banyak menggunakan kerangka alat dan tujuan. Inti pandangan Talcott Parsons mengenai tindakan sosial ada 3 hal, yaitu :

1. Tindakan itu memiliki dan diarahkan pada tujuannya
2. Tindakan terjadi dalam suatu situasi. Dimana elemennya sudah pasti, sedangkan elemen – elemen lainnya digunakan oleh yang bertindak itu sebagai alat menuju suatu tujuan yang dimaksudkan.
3. Tindakan secara normatif diatur berkaitan dengan penentuan alat dan tujuan. Tindakan itu dilihat sebagai suatu kenyataan sosial yang paling kecil dan paling fundamental.

Komponen dasar dari satuan tindakan adalah tujuan, alat, kondisi dan norma. Alat dan kondisi berbeda dalam hal dimana orang yang bertindak itu mampu menggunakan alat dalam tujuannya mencapai tujuan, dan kondisi merupakan aspek situasi yang tidak

dapat dikontrol oleh orang yang akan bertindak itu. (Doyle Paul Johnson; 1986; 106)

Menurut Talcott Parsons suatu tindakan memiliki struktur bertindak dalam sistem sosial. Tindakan sosial yang voluntaristik yang didalamnya menjelaskan perlunya empat syarat yang perlu dipenuhi agar suatu sistem berjalan baik. Salah satu sistem itu adalah ekonomi, dengan sub sistem yang dimaksud adalah pasar tradisional. Empat hal tersebut adalah adaptasi (A); pencapaian tujuan (G); integrasi (I); dan pola pemeliharaan laten (L).

Berdasarkan pengertian di atas dapat diketahui bahwa pelaku pasar tradisional khususnya pedagang dituntut mampu melakukan tindakan yang tepat agar dapat mempertahankan usahanya. Tindakan sosial yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional memiliki dan mengarahkan pada tujuan utama yaitu mempertahankan keberadaan pedagang pasar tradisional. Tindakan pedagang pasar tradisional pun dilakukan dalam situasi, yaitu situasi dimana pasar tradisional dituntut mampu untuk bersaing hebat dengan pasar moderen yang semakin mengancam. Tindakan yang dilakukan oleh pedagang pun juga normatif, dengan tujuan untuk mempertahankan keberadaan maka pedagang mampu menggunakan alat mencapai tujuan dengan baik. Berdasar penelitian ini pedagang pasar tradisional terlihat mampu memenuhi empat hal yang perlu dipenuhi dalam menjalankan

usahanya dengan baik, yaitu adaptasi, pencapaian tujuan, integrasi dan pemeliharaan laten.

Tindakan pertama, dengan tujuan memperoleh kekuasaan dalam hal ini ditunjukkan dalam meraih pembeli dengan cara adaptasi pada pelayanan dan pemilihan barang, promosi dan menjalin hubungan sosial dengan pembeli atas dasar integrasi antara keinginan pembeli dan kemampuan pedagang dan pola seperti ini terus dipelihara dan dijaga dengan baik sampai saat ini. Kedua, dengan tujuan menjalankan kekuasaan dalam artian menjalankan usaha dagang dengan cara adaptasi yang tepat hal ini terlihat pada proses *kulakan* dan kerjasama yang dilakukan antar pedagang dan pola inipun sampai sekarang dengan baik mampu dipertahankan. Ketiga dengan tujuan mempertahankan kekuasaan atau mempertahankan pelanggan yang dilakukan dengan pemberian pelayanan khusus disetiap kali datang, sebagai wujud integrasi antara perhatian pedagang dengan kesetiaan pelanggan, hal ini dapat terjalin dan berjalan dengan baik selama ini.

A.3 Kesimpulan Metodologis

Jenis penelitian kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini telah mampu menangkap gambaran mengenai politik eksistensi pedagang kelontong pasar tradisional yang terjadi di Pasar Palur secara mendalam dan detail. Pemilihan lokasi dirasa tepat karena Pasar Palur memenuhi kriteria. Sumber data dan teknik pengumpulan data dirasa mampu menggali data-data yang diperlukan. Pengambilan sampel

melalui purposive sampling telah terbukti tepat dalam pemilihan sampel sehingga telah mampu menangkap gambaran yang terjadi di pasar tradisional mengenai politik eksistensi pedagang yang ada.

B. Implikasi

B.1 Implikasi Empiris

Implikasi empiris dalam penelitian ini adalah pada hal penelitian ini tidak dapat mengungkap secara mendetail perbedaan mengenai gambaran politik eksistensi pedagang kelontong Pasar Palur dari segi usia berdagang. Penelitian ini kurang dapat memperoleh gambaran yang menunjukkan perbedaan politik eksistensi antara pedagang kelontong yang memiliki usia dagang antara 1 sampai 10 tahun, 11 sampai 20 tahun dan 21 sampai 30 tahun di Pasar Palur. Kelemahan ini, harusnya informan diwawancarai lebih rinci lagi mengenai perkembangan yang terjadi di Pasar Palur selama kurun waktu berdagang dari awal sampai sekarang sehingga pedagang dapat beradaptasi dan bertindak sesuai pengalaman untuk mempertahankan keberadaannya di pasar tradisional. Tetapi dalam penelitian ini telah mampu untuk menangkap gambaran mengenai politik eksistensi yang dilakukan pedagang kelontong dari segi skala usaha dagang yang dilakukan.

Implikasi empiris yang lain dalam penelitian ini adalah tidak terungkapnya mengenai perlawanan yang dilakukan oleh pembeli. Perlawanan pembeli yang walaupun mendapatkan pengaruh dari berbagai pedagang untuk dapat berbelanja ditempatnya, tetapi pembeli

melakukan perlawanan dengan memiliki hak untuk memilih mana yang baik. Pedagang yang memiliki *bergaining* atau penawaran yang paling baiklah dan paling tinggi yang akan dipilih oleh pembeli menjadi tempat membelanjanya.

B.2 Implikasi Teoritis

Kelemahan penggunaan teori ini adalah gambaran yang didapatkan sangat luas dan untuk memperoleh data lapangan membutuhkan waktu yang cukup lama karena teori ini mengupas banyak hal mengenai tindakan politik yang dilakukan oleh pedagang kelontong Pasar Palur. Hal ini dikarenakan informan yang diambil meliputi tiga skala yaitu pedagang kelontong berskala grosir, grosir-pengecer dan pengecer jadi untuk memperoleh gambarannya harus satu persatu diperoleh gambaran dari data informan berdasarkan teori yang digunakan.

Dalam penelitian ini perlu adanya penambahan penggunaan teori. Teori yang dimaksud adalah Teori keterlekatan menurut Granovetter (1985), merupakan perilaku ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung diantara para aktor. Pendekatan "keterlekatan" mengajukan pandangan yang lebih dinamis, yaitu bahwa kepercayaan tidak muncul dengan seketika tetapi terbit dari proses hubungan antar pribadi dari aktor-aktor yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Dalam penelitian ini ternyata banyak

menemukan keterlekatan-keterlekatan yang ada dalam politik eksistensi yang ada di pasar tradisional sehingga perlu adanya penambahan teori keterlekatan dari Granovetter agar dapat mendetail dalam menangkap gambaran yang terjadi.

B.3 Implikasi Metodologis

Penarikan sampel yang menggunakan maksimum variation, pada variasi usia dagang pedagang pasar tradisional kurang tepat. Gambaran politik eksistensi pedagang pasar tradisional berdasar variasi usia dagang tidak terlihat atau tertangkap selama penelitian berlangsung. Jadi seharusnya cukup dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan maksimum variation hanya pada skala usaha pedagang kelontong Pasar Palur saja.

C. Saran

Mengacu pada hasil dan kesimpulan di atas, penulis merekomendasikan saran sebagai alternative dan tindakan sebagai berikut.

1. Pemerintah Kabupaten Karanganyar
 - a. Pemerintah Karanganyar harus bertindak tegas dalam perijinan pendirian pasar modern. Pemerintah dalam memberikan perijinan pendirian pasar modern harus memperhatikan keberadaan pasar tradisioal yang saat ini telah ada. Keberpihakan pemerintah terhadap perekonomian kerakyatan khususnya menengah kebawah harus terakomodir. Jangan sampai pendirian pasar modern berdampak buruk dengan mundurnya kegiatan perekonomian di pasar tradisional yang

pada akhirnya merugikan pelaku ekonomi yang mengantungkan hidupnya di pasar tradisional.

- b. Pemerintah harus lebih berpihak kepada pedagang pasar tradisional dalam memberikan pinjaman atau kredit lunak. Khususnya pedagang pengecer pasar tradisional yang memiliki dana terbatas dalam penyediaan barang dagangan. Pemerintah kabupaten baik melalui dinas pasar atukah bank pasar harus lebih menaruh kepercayaan yang lebih besar kepada pedagang pengecer dalam hal pemberian pinjaman tanpa agunan, kredit lunak atau bantuan dana yang serupa. Karena bila melihat hasil penelitian ini pedagang pengecerlah yang paling rawan atau lemah dalam kemampuannya mempertahankan keberadaannya di pasar tradisional apalagi di tengah persaingan yang sangat tinggi dengan pedagang grosir dan pedagang grosir-eceran maupun persaingan dengan pedagang pasar moderan. Hal ini dikarenakan posisi bargaining atau posisi tawar pedagang pengecer adalah paling lemah, dalam hal penyediaan dana, jaringan yang sempit mupun harga barang yang ditawarkan paling lemah dibanding pedagang skala lain.

2. Peneliti selanjutnya

Semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu pijakan, apabila akan dilanjutkan ke penelitian selanjutnya yang melengkapi penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan dengan adanya implikasi yang telah dipaparkan peneliti dalam skripsi ini sehingga dapat mengambil tema yang belum dapat diungkap dalam penelitian ini.

3. Pedagang Pasar Palur

Pedagang pasar tradisional diharapkan tetap menjaga hal positif yang saat ini telah ada di pasar tradisional. Pedagang juga harus konsisten dan mampu menghilangkan segala hal negatif yang pernah terjadi di pasar tradisional. Hal ini untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat kepada pasar tradisional. Jangan sampai kekecewaan masyarakat terhadap pasar tradisional kembali terulang.

Pedagang Pasar Palur diharapkan dapat saling mendukung dan membantu antar pedagang pasar. Khususnya pedagang skala pengecer harus dapat membangun jaringan sosial dan kepercayaan, dengan pedagang grosir maupun grosir-eceran sehingga dapat memperoleh bantuan, misalnya dalam penyediaan barang melalui kemudahan dalam pembayaran, agar dapat tetap mampu bertahan

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Riyanto. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit
- Damsar. 2006. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Devi, Ratna. 2008. *Ikatan Solidaritas, Pemberdayaan dan Ketahanan Usaha Kelompok Etnis Pedagang Pedagang Tekstil Pasar Klewer*. Surakarta: Lindu Pustaka
- Moleong, Lexy J.1990. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Philipus, Ng dan Nurul Aini. 2006. *Sosiologi dan Politik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ritzer, George. 2002. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda* terjemahan Alimandan. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ritzer, George dan Dauglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern* terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Slamet, Y. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: Sebelas Maret University Pers.
- Soekanto, Soerjono. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: UI Press.
- Susanto, Astrid S. 1999. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Bandung: CV. Putra A. Bardin.

Sutopo, HB. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Pers.

Wijaya, Mahendra. 2007. *Perspektif Sosiologi Ekonomi*. Surakarta: Lindu Pustaka.

Sumber Lain:

Skripsi:

Nindita Farah Sasmaya. 2005. *Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Tekstil di Pasar Tekstil Beteng – Pasar Kliwon Solo (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Strategi Kelangsusngan Usaha Pedagang Tekstil di Pasar Tekstil Beteng – Pasar Kliwon Solo)*

Putri Usmawati. 2008. *Jaringan Sosial Pedagang Pasar Tradisional Pasca Renovasi (Studi Kasus Jaringan Sosial Pedagang Roti dan Snack Di Pasar Nusukan Kota Surakarta Pasca Renovasi)*

Vivi Nursitowati. 2004. *Tingkat Pendidikan dan Kepuasan Membaca. (Studi Korelasi Antara Tingkat Pendidikan dan Kepuasan Membaca Harian Meteor di Kalangan Para Pedagang Pasar Palur Karanganyar)*

Yani Puju Hastuti. 2002. *Strategi Pedagang Kecil Dalam Mengeliminasi Kesulitan Permodalan (Studi Kasus Para Pedagang Kecil di Pasar Palur Jaten Karanganyar)*

Jurnal:

Chun, Jennifer Jihye (2008)_*The Limits of Labor Exclusion: Redefining the Politics of Split Labor Markets under Globalization*. University of British Columbia, Canada

Fourcade, Marion (2007) : *Theories of Markets and Theories of Society*. University of California, Berkeley

