

**PERSEPSI WANITA PEDAGANG TERHADAP PASAR INDUK  
PUSPA AGRO (Pusat Perdagangan Agrobis) SERTA KONTRIBUSINYA  
TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA  
(Kasus di Pusat Perdagangan Agrobis, Desa Jemundo, Kecamatan Taman,  
Kabupaten Sidoarjo)**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**DEVI AYU FERLINDA**  
0710453001 - 45



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI  
PROGRAM STUDI PENYULUHAN DAN KOMUNIKASI PERTANIAN  
MALANG  
2011**

**PERSEPSI WANITA PEDAGANG TERHADAP PASAR INDUK  
PUSPA AGRO (Pusat Perdagangan Agrobis) SERTA KONTRIBUSINYA  
TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA  
(Kasus di Pusat Perdagangan Agrobis, Desa Jemundo, Kecamatan Taman,  
Kabupaten Sidoarjo)**

Oleh :  
**DEVI AYU FERLINDA**  
0710453001 - 45

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI  
PROGRAM STUDI PENYULUHAN DAN KOMUNIKASI PERTANIAN  
MALANG**

**2011**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dirilis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Agustus 2011

Devi Ayu Ferlinda  
0710450005 – 45

UNIVERSITAS BRAWIJAYA





## RINGKASAN

**DEVI AYU FERLINDA. (0710453001). Persepsi Wanita Pedagang Terhadap Pasar Induk Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumah Tangga (kasus di Pusat Perdagangan Agrobis, Desa Jemundo, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo). Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Keppi Sukesi, MS**

---

Pertanian merupakan sektor utama yang mampu mendorong perekonomian bangsa. Oleh karena itu, sektor pertanian di Indonesia menduduki garda depan dan tumpuan ekonomi nasional di dalam proses pembangunan yang berkelanjutan. Peningkatan ekonomi dari sektor pertanian dapat dilihat dari hasil penjualan produk pertanian. Oleh karena itu, pembangunan di sektor pertanian tidak lepas dari kegiatan perdagangan dan peran serta para pedagang dalam memasarkan produk-produk pertanian.

Tujuan utama dari upaya peningkatan ekonomi pertanian adalah mensejahterahkan masyarakat. Untuk mewujudkannya tidak cukup dengan peran laki-laki sebagai sumber mata pencaharian. Oleh karena itu, sumber pendapatan perlu didukung oleh kinerja perempuan sebagai istri dalam sebuah rumah tangga. Seperti yang tertera dalam GBHN 1993 yang memaparkan bahwa wanita mempunyai hak dan kewajiban yang sama dengan pria dalam pembangunan. Salah satu bentuk peran serta wanita dalam pembangunan yaitu dengan berperan aktif dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga misalnya menjadi pedagang. Data sensus penduduk tahun 1990 menunjukkan bahwa sektor perdagangan merupakan sektor terbesar kedua yang menyerap tenaga kerja perempuan dengan prosentase 20,6 % setelah sektor pertanian (Swara Rahima, 2005).

Untuk memfasilitasi kegiatan perdagangan hasil pertanian, pemerintah provinsi Jawa Timur membangun Pusat Perdagangan Agrobis (Puspa Agro). Keterlibatan wanita dalam Puspa Agro dapat dilihat dari kegiatan mereka dalam upaya meningkatkan perekonomian daerah pada umumnya serta meningkatkan perekonomian rumah tangga pedagang pada khususnya melalui kegiatan perdagangan. Upaya tersebut menunjukkan bahwa kekuatan wanita sebagai pencari nafkah tidak dapat diremehkan. Hal ini dilakukan dalam rangka membantu meningkatkan perekonomian rumah tangga. Dengan dibangunnya Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) akan menimbulkan persepsi bagi para perempuan dalam meningkatkan semangat serta kemauan untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga. Dari latar belakang diatas dapat dirumuskan beberapa permasalahan diantaranya : (1) Bagaimana persepsi wanita pedagang terhadap Puspa Agro ?, (2) Bagaimana peran produktif wanita pedagang di Puspa Agro ?, (3) Bagaimana kontribusi wanita pedagang dalam pendapatan rumah tangga ?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk : (1) Mendeskripsikan persepsi wanita pedagang terhadap Puspa Agro, (2) Mendeskripsikan peran produktif wanita pedagang di Puspa Agro, (3) Menganalisis kontribusi wanita pedagang terhadap pendapatan rumah tangga.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Analisis data

dilakukan dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Teknik penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu di Pasar Induk Puspa Agro, Desa Jemundo, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo. Penentuan informan dilakukan secara *snowball* (bola salju) didasarkan pada pertimbangan pedagang yang menjadi informan dapat memberikan informasi mengenai objek penelitian. Jumlah informan wanita pedagang sebanyak 9 informan dan pihak pengelola Puspa Agro terdiri dari pimpinan Bapel Puspa Agro, pengelola koperasi Puspa Agro serta *marketing* Puspa Agro sebagai *key informan*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi. Untuk menjawab tujuan yang pertama digunakan analisis deskriptif. Teknik analisis data digunakan analisis gender metode Harvard untuk menjawab tujuan kedua. Untuk menjawab tujuan ketiga, dilakukan perhitungan pendapatan yang dilanjutkan dengan perhitungan kontribusi pendapatan wanita. Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa: (1) Persepsi wanita pedagang terhadap pembangunan Puspa Agro melalui inovasi yang disediakan seperti perpustakaan mini, jaringan internet, peralatan pendukung, layanan perbankan dan strategi pemasaran berdasarkan sifat-sifat inovasi *relative advantages*, *compatibility*, *complexity* dan *observability* cenderung kurang menunjukkan tanggapan positif. Dapat dilihat dengan tanggapan-tanggapan sebagian besar wanita pedagang di Puspa Agro terhadap fasilitas-fasilitas inovatif yang kurang tertarik sehingga kurang dimanfaatkan dengan baik. Bahkan beberapa wanita pedagang tidak tahu akan inovasi tersebut. Wanita pedagang menganggap Puspa Agro sebagai pasar wisata biasa seperti yang lain. Sehingga mereka tidak mementingkan apa saja dan untuk apa fasilitas tersebut ada. Mereka menganggap fasilitas tersebut semata-mata untuk para pengunjung Puspa Agro saja. Yang terpenting bagi mereka adalah produk yang mereka jual banyak dibeli oleh para pengunjung. (2) Peran produktif wanita pedagang di Puspa Agro dilihat dari keempat aspek gender menunjukkan bahwa sebagian besar kegiatan perdagangannya di Puspa Agro dilakukan sendiri oleh mereka. Kegiatan tersebut seperti menyiapkan alat-alat untuk berdagang, memperoleh akses tanpa bantuan suami, mengambil keputusan yang menyangkut harga jual, pembelian produk yang akan dijual. Hanya saja untuk masalah penyediaan modal wanita pedagang memutuskan untuk menerima dari suami. Sedangkan dalam menikmati hasil pendapatan, sebagian besar wanita pedagang menyatakan bahwa pemanfaatan hasil untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga diatur bersama-sama dengan suami. (3) Dalam menjalankan peran produktifnya sebagai pedagang di Puspa Agro, wanita pedagang mampu memberikan kontribusinya terhadap pendapatan rumah tangga dengan nilai rata-rata sebesar 41%. Dengan proporsi kontribusi sebesar itu wanita pedagang telah merasa mampu membantu suami dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut : (1) Para wanita pedagang sebaiknya memiliki kesadaran untuk memanfaatkan fasilitas yang disediakan dengan sebaik-baiknya karena fasilitas-fasilitas tersebut juga dibuat untuk membantu kegiatan perdagangan para wanita pedagang yang akan berimbas pada pendapatan mereka. (2) Pihak pengelola sebaiknya mengadakan sosialisasi ulang atau penjelasan sedetail-detailnya kepada para



pedagang berkaitan fasilitas yang disediakan untuk mendukung kegiatan perdagangan di Puspa Agro. Sehingga tidak ada kesalahan persepsi atas fasilitas yang disediakan dan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan perdagangan tersebut dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin. (3) Untuk penelitian selanjutnya mengenai persepsi terhadap Puspa Agro diharapkan menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai pelengkap hasil penelitian ini.



## SUMMARY

**DEVI AYU FERLINDA. (0710453001). Woman Trader Perception Of Puspa Agro Main Market (*Pusat Perdagangan Agrobis*) and Her Contribution Toward The Household Income (In Case of *Pusat Perdagangan Agrobis*, Jemundo Village, Taman District, Sidoarjo Regency)**

Agriculture is the main sectors that can achieving the nation's economy. Therefore, the agricultural sector in Indonesia occupied the front guard and the national economic toehold in the process of sustainable development. Economic improvement of the agricultural sector can be seen from the sale of agricultural products. Therefore, development in the agricultural sector can not be separated from trading activities and role of traders in marketing agricultural products.

The main goal of improving the agricultural economy is prosperous people. To make it happen is not enough with the male role as a source of livelihood. Therefore, sources of income need to be supported by the performance of women as wives in a household. As stated in the 1993 GBHN which set out that women have the same rights and responsibilities with men in development. One form of participation women in development is to take an active role in increasing household income as a trader. The 1990 population census data showed that the trade sector is the second largest sector of women labour, with percentage of 20.6% after the agricultural sector (Swara Rahima, 2005).

To facilitate agricultural product trade activities, East Java provincial government built *Pusat Perdagangan Agrobis* (Puspa Agro). The involvement of woman in Puspa Agro can be seen from their activities in an effort to improve the regional economy in general and improving domestic economy, especially through the trading activities. These efforts show that the strength of woman as breadwinners can not be underestimated. This is done in order to help improve the household economy. With the built of Puspa Agro (*Pusat Perdagangan Agrobis*) will create the perception of woman to increase the spirit and the willingness to increase household income. From the background above, can be formulated in several problems including: (1) How does the perception of women traders toward the Puspa Agro?, (2) How is the woman productive role of women traders in Puspa Agro?, (3) How is the women trader's contribution toward the household income?. The objective of this research are: (1) Describe the women trader's perception toward the Puspa Agro, (2) Describe the woman productive role of women traders in Puspa Agro, (3) Analysing the contribution of women traders toward the household income.

The type of research is a descriptive study with qualitative approach. Descriptive research is the research which gather information about the status of an existing symptoms, ie symptoms according to the circumstances at the time of the research was conducted. Data analysis use qualitative approach which is organize the data, translate it into units, synthesize, organize into a pattern, choose what is the important and that will be studied, and make conclusions that can be told to others. Determining location Technique of the research choose deliberately (purposive), namely the Puspa Agro Main Market, Jemundo Village, Taman District, Sidoarjo Regency. Determination of informants using snowball system which is based on consideration of traders who became informants can provide

information about the object of research. The number of Women trader informants are 9 informants and from the Puspa Agro organizer are general manager, management of *Koperasi Puspa Agro* and sales-marketing of Puspa Agro. Data collection Techniques is done by interview, observation, documentation. To answer the first objective is used descriptive analysis. Data analysis Techniques used gender analysis the Harvard method to answer the second objective. To answer the third objective used calculating income, and calculating the contribution of woman income. From the research that has been conducted, got the results that: (1) The perception of women traders toward Puspa Agro through innovations that is provided as a mini library, internet network, support equipment, banking services and marketing strategy based on the characteristic of the innovations like relative advantages, compatibility, complexity and observability are less likely to show positive responses. Can be seen with the responses of the majority of women traders in Puspa Agro toward innovative facilities that are less interested so it less used well. Even some women traders do not know these innovations. Women traders assumed Puspa Agro as the market like any other ordinary tourist market. So they are not concerned with what and for what the facilities exists. They consider the facilities solely just for the visitors Puspa Agro. The most important thing for them is they sell lots of products purchased by visitors. (2) Woman trader productive role in Puspa Agro seen from four gender aspect showed that most of their trading activities are done by themselves. The trading activity in Puspa Agro such as preparing equipment to trade, got access without her husband help, take decisions relating the sales price, purchase products that will sell. It's just the problem of providing capital, women trader decides to accept her husband's help. While in enjoying the results revenue, mostly women traders claimed that the utilization of results to fill the needs of households is arranged jointly with their husbands. (3) In exercising their productive role as a trader in Puspa Agro, women traders are able to contribute toward household income with an average value of 41%. With these contribution proportion the women traders have felt able to help her husband in the household.

Suggestions can be submitted by researchers are: (1) The women traders should have awareness to take advantage of the facilities which is provided the best because the facilities are also made to help the women traders trading activities which will impact on their income. (2) The management should be held socialization or detaile explanations to all traders about facilities which is provided to support the trading activity in Puspa Agro. So there is no misperception on the facilities and the facilities which supported the trade activities can be utilized as much as possible. (3) For the next research about perceptions of Puspa Agro expected to use cuantitative approach as complement for this results research.



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Persepsi Wanita Pedagang Terhadap Pasar Induk Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumah Tangga (Kasus di Pusat Perdagangan Agrobis, Desa Jemundo, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo)”. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir dan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan strata satu (S-1) Fakultas Pertanian di Universitas Brawijaya Malang.

Ucapan terimakasih dengan tulus penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Keppi Sukei, MS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan proposal skripsi.
2. Bapak Dr. Ir. Syafril MS. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya yang telah memberi ijin pelaksanaan skripsi.
3. Bapak A. Muchibuddin, SE, M.Ak selaku Pimpinan Bapel Puspa Agro.
4. Karyawan-karyawan Puspa Agro yang telah banyak memberikan informasi terkait dengan pelaksanaan kegiatan di lapang.
5. Segenap pedagang Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis), Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo yang banyak membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
6. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Malang, Agustus 2011

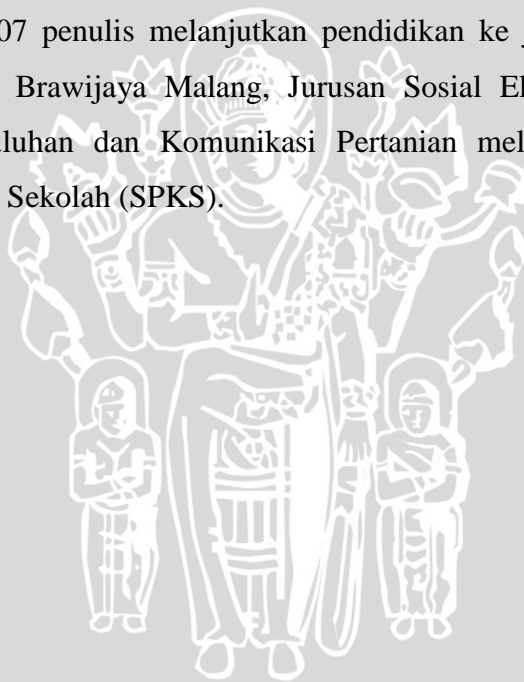
Penulis

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 26 Januari 1990 di Sidoarjo dari pasangan (Alm) Bapak Drs. Idham Choliq, MM dan Ibu Nunuk Susbandiah, Spd merupakan anak kedua dari tiga bersaudara.

Penulis memulai pendidikan di TK Dharma Wanita V Sidokare Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo dan lulus pada tahun 1995 kemudian melanjutkan pendidikan ke pendidikan Sekolah Dasar di SDN Celep II Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo dan lulus tahun 2001. Selanjutnya penulis meneruskan pendidikan di SMP Negeri 1 Candi Kabupaten Sidoarjo dan lulus pada tahun 2004 setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Sidoarjo dan lulus pada tahun 2007.

Pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Brawijaya Malang, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian melalui jalur Seleksi Penerimaan Kemitraan Sekolah (SPKS).





DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Tinjauan Teoritis Mengenai Persepsi .....	5
2.1.1 Definisi Persepsi .....	5
2.1.2 Proses Terjadinya Persepsi .....	6
2.1.3 Sifat-sifat Persepsi Dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi .....	10
2.1.4 Prinsip Umum Persepsi.....	11
2.1.5 Aspek-aspek Persepsi .....	13
2.2 Puspa Agro Sebagai Sebuah Inovasi .....	14
2.2.1 Pengertian Inovasi .....	14
2.2.2 Tahapan dan Ciri-ciri Inovasi.....	15
2.2.3 Inovasi Puspa Agro .....	17
2.3 Tinjauan Teoritis Mengenai Pasar.....	19
2.2.1 Definisi Pasar .....	19
2.2.2 Jenis-jenis Pasar .....	20
2.2.3 Fungsi pasar.....	23
2.4 Tinjauan Mengenai Agribisnis .....	23
2.4.1 Definisi Agribisnis .....	23
2.4.2 Subsistem Agribisnis .....	24
2.5 Tinjauan Mengenai Gender .....	25
2.5.1 Pandangan Tentang Gender.....	25
2.5.2 Aspek-aspek Gender .....	27
2.6. Kontribusi Wanita Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga .....	29
<b>III. KERANGKA KONSEPTUAL.....</b>	<b>31</b>
3.1 Kerangka Pemikiran .....	31
3.2 Batasan Masalah.....	35
3.3 Definisi Operasional.....	35

3.4 Indikator Penelitian .....	38
<b>IV. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Jenis Penelitian .....	42
4.2 Penentuan Lokasi Penelitian .....	42
4.3 Teknik Penentuan Informan .....	42
4.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
4.5 Teknik Analisis Data .....	44
4.4.1 Analisi Deskriptif .....	44
4.4.2 Analisis Gender .....	45
4.4.3 Analisis Pendapatan .....	46
<b>V. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Deskripsi Lokasi Penelitian .....	47
5.1.1 Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) .....	47
5.2 Keadaan Pedagang Puspa Agro .....	49
5.2.1 Komposisi Pedagang Menurut Jenis Kelamin .....	49
5.2.2 Komposisi Pedagang Menurut Komoditas yang Dijual .....	50
<b>VI. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
6.1 Karakteristik informan.....	53
6.1.1 Karakteristik Informan Menurut Usia .....	54
6.1.2 Karakteristik Informan Menurut Tingkat Pendidikan .....	56
6.1.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Ru- mah Tangga.....	57
6.1.4 Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Ru- mah Tangga yang Bekerja .....	58
6.2 Profil Puspa Agro .....	59
6.2.1 Latar Belakang Dibangunnya Puspa Agro .....	59
6.2.2 Visi, Misi dan Sasaran Puspa Agro .....	60
6.2.3 Konsep Puspa Agro .....	61
6.2.4 Kegiatan promosi .....	64
6.3 Persepsi Wanita Pedagang Terhadap Puspa Agro .....	65
6.3.1 Perpustakaan Mini .....	67
6.3.2 Jaringan Internet .....	74
6.3.3 Peralatan Pendukung .....	79
6.3.4 Strategi Pemasaran .....	85
6.3.5 Layanan Perbankan .....	90
6.3.6 Prosedur Berjualan .....	95
6.4 Profil Gender Wanita Pedagang di Puspa Agro .....	100
6.4.1 Aspek Aktivitas Wanita Sebagai Pedagang .....	100
6.4.2 Aspek Akses Wanita Sebagai Pedagang .....	103
6.4.3 Aspek Kontrol Wanita Sebagai Pedagang .....	106
6.4.4 Aspek Manfaat Wanita Sebagai Pedagang.....	108
6.5 Kontribusi Wanita Pedagang Terhadap Pendapatan Rumah Tang- ga .....	111



<b>VII. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>115</b>
7.1 Kesimpulan.....	115
7.2 Saran .....	116

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**



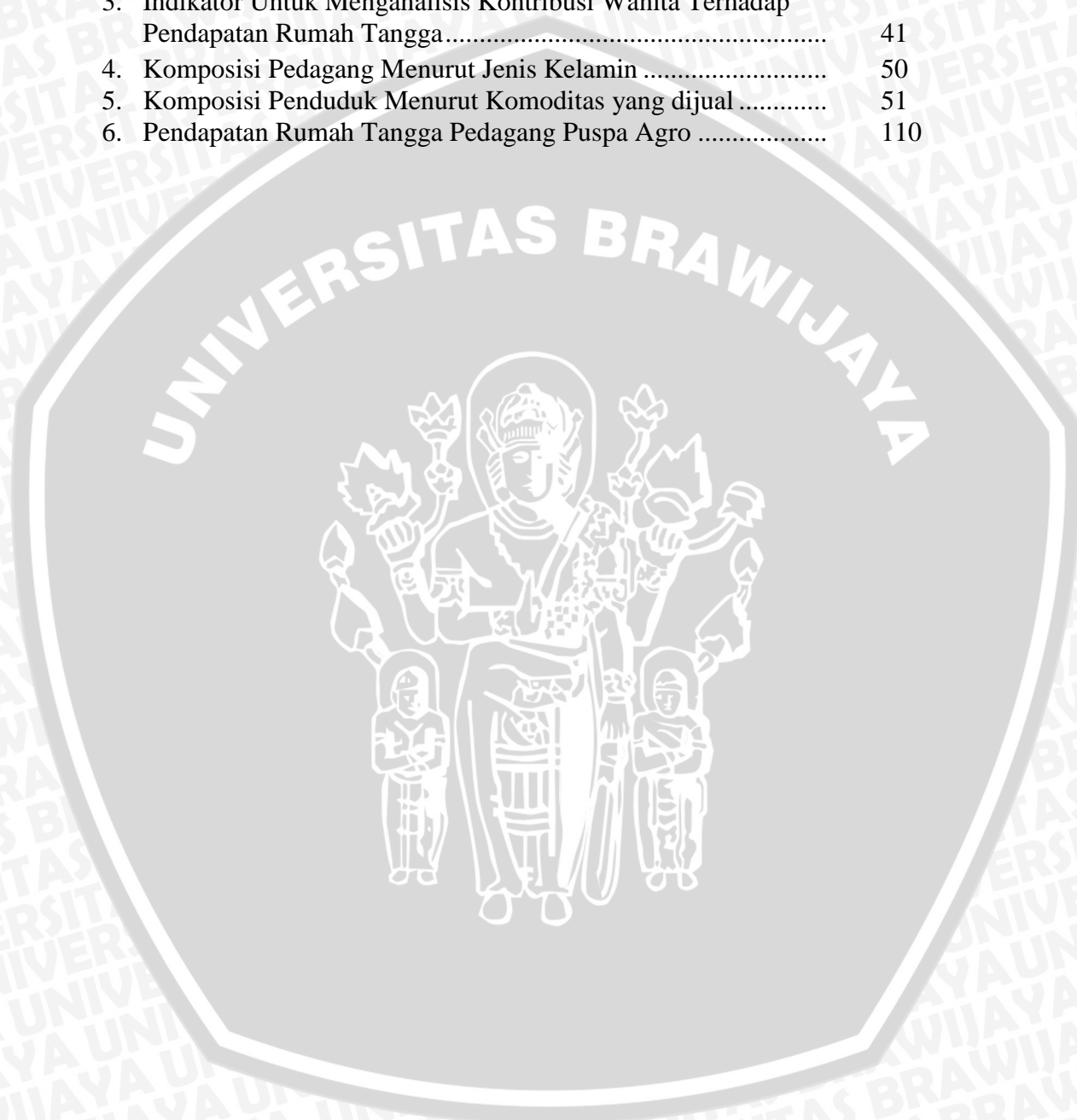
## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
1. Kerangka Pemikiran Persepsi Pedagang Wanita Terhadap Pasar Induk Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumah Tangga .....	34
2. Model Teknik Pengumpulan Data Dan Analisis Data Secara Interaktif .....	46
3. Puspa Agro Jatim .....	47
4. Denah Puspa Agro.....	48
5. Karakteristik Informan Menurut Usia.....	55
6. Karakteristik Informan Menurut Tingkat Pendidikan.....	56
7. Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Rumah Tangga.....	57
8. Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Rumah Tangga yang Bekerja.....	58
9. Rantai Distribusi dengan Tengkulak .....	62
10. Rantai Distribusi Tanpa Tengkulak .....	63
11. Diagram Aktivitas Wanita Pedagang (Istri) dan Suami .....	101
12. Diagram Proporsi Aktivitas Wanita Pedagang (Istri) dan Suami .....	102
13. Diagram Akses Wanita Pedagang (Istri) dan Suami Terhadap Sumber Daya .....	103
14. Diagram Proporsi Akses Wanita Pedagang (Istri) dan Suami Terhadap Sumber Daya .....	105
15. Diagram Aspek Kontrol Antara Wanita Pedagang Dengan Suami ..	106
16. Diagram Proporsi Aspek Kontrol Antara Wanita Pedagang Dengan Suami.....	107
17. Diagram Pemanfaatan Hasil Berdagang Antara Wanita Pedagang dan Suami.....	108
18. Diagram Proporsi Pemanfaatan Hasil Berdagang Antara Wanita Pedagang dan Suami .....	109
15. Proporsionalitas Persentase Rata-rata Kontribusi Pendapatan Rumah Tangga.....	112



DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
1. Indikator Persepsi Wanita Pedagang.....	38
2. Indikator Peran produktif wanita pedagang di Puspa Agro .....	40
3. Indikator Untuk Menganalisis Kontribusi Wanita Terhadap Pendapatan Rumah Tangga.....	41
4. Komposisi Pedagang Menurut Jenis Kelamin .....	50
5. Komposisi Penduduk Menurut Komoditas yang dijual .....	51
6. Pendapatan Rumah Tangga Pedagang Puspa Agro .....	110



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara Untuk Informan
2. Pedoman Wawancara Untuk Pimpinan Bapel Puspa Agro
3. Pedoman Wawancara Untuk Marketing Puspa Agro
4. Pedoman Wawancara Untuk Pengelola Koperasi Puspa Agro
5. Perhitungan Pendapatan Wanita Pedagang Puspa Agro
6. Perhitungan Kontribusi Pendapatan Wanita Pedagang Puspa Agro
7. Dokumentasi Penelitian
8. Daftar Nama Informan dan Informan Kunci



## I. PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor utama yang mampu mendorong perekonomian bangsa. Karena Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang sebagian besar wilayahnya adalah sawah serta lahan pertanian sehingga sebagian besar penduduknya bekerja di bidang pertanian. Oleh karena itu, sektor pertanian di Indonesia menduduki garda depan dan tumpuan ekonomi nasional di dalam proses pembangunan yang berkelanjutan.

Peningkatan ekonomi dari sektor pertanian dapat dilihat dari hasil penjualan produk pertanian. Oleh karena itu, pembangunan di sektor pertanian tidak lepas dari kegiatan perdagangan dan peran serta para pedagang dalam memasarkan produk-produk pertanian. Melalui tangan-tangan para pedagang tersebut, produk-produk pertanian yang dihasilkan dapat disalurkan ke konsumen guna memenuhi kebutuhan para konsumen.

Tujuan utama dari upaya peningkatan ekonomi pertanian adalah mensejahterahkan masyarakat. Untuk mewujudkannya tidak cukup dengan peran laki-laki sebagai sumber mata pencaharian. Mayoritas keluarga di Indonesia mengikuti tipe patriarkal. Dimana ayah atau suami sebagai kepala dan penguasa (khairuddin, 1985). Artinya, yang lebih berperan sebagai tulang punggung keluarga adalah laki-laki. Padahal harga kebutuhan baik sandang, pangan maupun papan semakin meningkat. Oleh karena itu, sumber pendapatan perlu didukung oleh kinerja perempuan sebagai istri dalam sebuah rumah tangga. Seperti yang tertera dalam GBHN 1993 yang memaparkan bahwa wanita mempunyai hak dan kewajiban yang sama dengan pria dalam pembangunan. Pada hakikatnya, pria dan wanita mempunyai persamaan kedudukan, hak, kewajiban dan kesempatan, baik dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara maupun dalam kegiatan pembangunan di segala bidang (Kantor Menteri Negara Peranan Wanita, 1998). Secara normatif, pria dan wanita mempunyai status atau kedudukan serta hak dan kewajiban yang sama. Tapi dalam kondisi riil (objektif), wanita mengalami ketertinggalan yang lebih besar dari pada pria dalam berbagai bidang kehidupan dan pembangunan. Kondisi ini menunjukkan ketidaksetaraan kedudukan antara pria dan wanita. Untuk itu, perempuan harus diberi kesempatan



yang sama dengan laki-laki dalam usahanya memperoleh akses lahan kerja dan sumberdaya lain, kredit, teknologi serta pengetahuan guna mendukung kesejahteraan keluarga dalam upaya pengentasan kemiskinan. Banyak bentuk pekerjaan yang dapat dilakukan para wanita dalam perannya sebagai sumber mata pencaharian. Salah satunya adalah menjadi pedagang. Data sensus penduduk tahun 1990 menunjukkan bahwa sektor perdagangan merupakan sektor terbesar kedua yang menyerap tenaga kerja perempuan dengan prosentase 20,6 % setelah sektor pertanian (Swara Rahima, 2005).

Kegiatan perdagangan merupakan usaha yang banyak dan mudah digeluti oleh para wanita karena sektor ini adalah sektor yang sangat terbuka. Dikatakan sangat terbuka karena tidak ada halangan bagi seseorang untuk keluar masuk sektor ini. Selain itu, faktor banyaknya pekerja wanita yang memilih untuk berdagang diantaranya adalah modal yang digunakan relatif kecil, leluasa dalam waktu, cara dan pengaturannya serta langkanya peluang kerja di bidang lain.

Untuk memfasilitasi kegiatan perdagangan hasil pertanian, pemerintah provinsi Jawa Timur membangun Pusat Perdagangan Agrobis (Puspa Agro). Pembangunan pasar induk seluas 50 hektar ini dimaksudkan untuk menampung produk-produk pertanian untuk disalurkan ke tangan konsumen dengan prinsip yang menguntungkan konsumen, petani sekaligus pedagang yaitu dengan mengurangi margin pemasaran melalui pemotongan mata rantai distribusi. Dengan begitu harga yang diterima konsumen dapat lebih murah dan tentunya menguntungkan pedagang. Karena dengan menjual produk yang lebih murah konsumen semakin tertarik untuk membeli sehingga intensitas pembelian produk pertanian oleh para konsumen menjadi tinggi yang kemudian akan berdampak pada pendapatan pedagang itu sendiri.

Puspa Agro terletak di Desa Jemundo Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. Puspa Agro tahap I diresmikan (*Soft Launching*) oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Ir M Hatta Rajasa pada 17 Juli 2010. Terdiri dari dua bangunan besar yang disebut los dan mirip bangunan untuk hanggar pesawat terbang. Di bangunan los pertama yaitu subgrosir, dapat jumpai pedagang-pedagang olahan makanan dan daging (ayam, kambing dan sapi). Sedangkan bangunan kedua disebut grosir besar tahap I. Bangunan kedua ini

terdapat produk buah dan sayur. Produk agro yang dijual hampir sama seperti yang sering dijumpai di pasar-pasar tradisional hanya saja di Puspa Agro lebih bersih.

Keterlibatan wanita dalam Puspa Agro dapat dilihat dari kegiatan mereka dalam upaya meningkatkan perekonomian daerah pada umumnya serta meningkatkan perekonomian rumah tangga pedagang pada khususnya melalui kegiatan perdagangan. Kegiatan perdagangan yang dilakukan para pedagang wanita seperti memasok produk (barang) yang akan dijual, menentukan harga produk, menjaring pembeli melalui promosi, serta mengelola keuangan hasil penjualan. Upaya tersebut menunjukkan bahwa kekuatan wanita sebagai pencari nafkah tidak dapat diremehkan. Menurut Kantor Menteri Negara Peranan Wanita (1998) dan Tim Pusat Studi Wanita Universitas Udayana (2003), dikenal 3 peran gender seperti peran produktif, peran reproduktif (domestik) serta peran sosial. Peran produktif wanita menekankan bahwa wanita mampu bekerja menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut hasil penelitian sebelumnya yaitu Kurniawati (2007), dengan peran wanita sebagai pencari nafkah seperti menekuni industri rumah tangga sandang (kerudung), diketahui bahwa peningkatan kesejahteraan rumah tangga sebesar 10,07 %. Itu berarti dengan aktifnya wanita menjalankan peran produktifnya maka kebutuhan sehari-hari baik sandang, pangan, papan, kesejahteraan dan pendidikan dapat terpenuhi.

Puspa agro merupakan pasar induk dimana terdapat lebih dari 20% wanita bekerja disini dan mayoritas pekerja wanita bekerja sebagai pedagang (Puspa Agro, 2011). Dalam kegiatannya sebagai pedagang, para wanita dituntut untuk mampu memasarkan produknya, mampu bernegosiasi dengan konsumen serta petani pemasok dan mampu melakukan pengambilan keputusan dalam segala hal yang menyangkut aktivitasnya tersebut untuk menghasilkan *profit*. Hal ini dilakukan dalam rangka membantu meningkatkan perekonomian rumah tangga. Dengan adanya Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) akan menimbulkan persepsi bagi para wanita dalam meningkatkan semangat serta kemauan untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga, yaitu dengan bekerja sebagai pedagang di Puspa Agro. Dengan mengetahui persepsi dari wanita pedagang tersebut, maka



akan membantu para wanita yang berdagang di Puspa Agro untuk mendapatkan fasilitas terbaik yang disediakan guna mendukung kegiatan perdagangan.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah dari penelitian ini meliputi :

1. Bagaimana persepsi wanita pedagang terhadap Puspa Agro ?
2. Bagaimana peran produktif wanita pedagang di Puspa Agro ?
3. Bagaimana kontribusi wanita pedagang terhadap pendapatan rumah tangga ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan persepsi wanita pedagang terhadap Puspa Agro
2. Mendeskripsikan peran produktif wanita pedagang di Puspa Agro
3. Menganalisis kontribusi wanita pedagang terhadap pendapatan rumah tangga

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai informasi mengenai persepsi wanita terhadap suatu inovasi, potensi dan kemampuan mereka dalam menjalankan suatu pekerjaan dalam upaya meningkatkan pendapatan rumah tangga. Sehingga para wanita dapat terinspirasi untuk meningkatkan potensi mereka dalam mendukung kesejahteraan keluarga.
2. Sebagai bahan evaluasi atas fasilitas (inovasi) yang telah diberikan sehingga pihak pengelola dapat memberikan fasilitas pendukung kegiatan perdagangan yang lebih baik
3. Sebagai tambahan ilmu dan bahan literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Tinjauan Teoritis Mengenai Persepsi

#### 2.1.1. Definisi Persepsi

Menurut Kotler dan Amstrong (1997) dalam Supriyanti (2007), persepsi merupakan proses yang dialami seseorang dalam memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai suatu obyek. Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungan baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman (Thoha, 1992). Sedangkan menurut Ban dan Hawkins (1999), persepsi merupakan suatu proses menerima informasi atau rangsangan dari lingkungan dan mengubahnya kedalam kesadaran psikologis.

Leavitt (1992) mendefinisikan persepsi dalam arti sempit yaitu penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas adalah pemandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Simamora (2002) menyatakan persepsi sebagai suatu proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasi dan menginterpretasikan stimuli kedalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh. Stimuli adalah setiap input yang dapat ditangkap oleh indera manusia. Sedangkan menurut Atkinson (1997) persepsi merupakan proses bagaimana seseorang menjadi sadar adanya benda, sifat atau hubungan melalui alat indera, walaupun isi sensorik selalu ada dalam persepsi, apa yang dihayati akan terpengaruh oleh pengalaman yang telah terbentuk dan pengetahuan masa lalu sehingga persepsi tidak hanya sekedar perekaman pasif dari stimulus yang mengenai alat indera.

Menurut Theodorson (1979) menyatakan "*perception is the selection, organization and interpretation by an individual of specific stimuli in a situation, according to prior learning, activities, interest, experiences, etc. perception is a process and a pattern of response to stimuli as well as of previous social and cultural conditioning*". Persepsi merupakan proses yang dilakukan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan rangsangan pada situasi tertentu, yang dipengaruhi oleh proses belajar, aktivitas sehari-hari, pengalaman,

kebutuhan, dan lain-lain. Persepsi merupakan proses dan bagian dari respon terhadap rangsangan pada situasi sosial dan budaya tertentu. Persepsi mencakup penerimaan stimulus (input), pengorganisasian stimulus dan penterjemah atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan pembentuk sikap (Gibson, et al, 1996). Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Cohen (dalam Mulyana, 2004) mengatakan bahwa, persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal, persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana.

Berdasarkan beberapa pengertian tentang persepsi, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses penerimaan informasi melalui panca indera yang kemudian diinterpretasikan menjadi sebuah gambaran tertentu yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal.

### 2.1.2. Proses Terjadinya Persepsi

Proses persepsi berhubungan dengan bagaimana persepsi terbentuk dan mempengaruhi sikap perilaku. Proses persepsi menggambarkan bagaimana objek, kejadian yang diterima dan bagaimana masukan persepsi itu diseleksi, diorganisasikan serta diinterpretasikan sehingga dapat memberi masukan tentang bagaimana *perceiver* (orang yang memberi persepsi).

Menurut Stefanus dalam Udai (1996) persepsi dapat didefinisikan sebagai proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindera atau data. Dalam definisi persepsi ini tercakup beberapa segi atau proses yang dapat dijelaskan berikut ini:

#### 1. Proses Menerima Rangsangan

Proses pertama dalam persepsi ialah penerimaan rangsangan atau data dari berbagai sumber. Kebanyakan data diterima melalui pancaindra. Kita melihat sesuatu, mendengar, mencium atau merasakannya atau menyentuhnya dan dengan demikian kita mempelajari segi-segi lain dari sesuatu itu. Sumber-sumber yang dari luar juga penting dalam persepsi. Orang lebih senang mendengar data dari beberapa sumber, jika misalnya seseorang berbicara dengan seseorang yang memiliki kedudukan lebih tinggi atau lebih dekat



maka ia akan lebih ditanggapi dan mungkin bisa mempengaruhi persepsinya bila dibandingkan dengan sumber lainnya

## 2. Proses Menyeleksi Rangsangan

Setelah diterima, rangsangan atau data diseleksi, terdapat dua faktor dalam menentukan seleksi rangsangan, yaitu:

### a. Faktor Intern, berkaitan dengan diri sendiri

#### a) Kebutuhan Psikologis

Kebutuhan psikologis seseorang mempengaruhi persepsinya. Dalam suatu organisasi seseorang yang sangat ingin mengadakan hubungan baik dengan orang lain, jauh lebih cepat menemukan mereka yang bersikap bersahabat dan tertarik pada orang-orang seperti itu.

#### b) Latar Belakang

Latar belakang mempengaruhi hal-hal yang dipilih dalam persepsi. Orang-orang dengan latar belakang tertentu mencari orang-orang dengan latar belakang yang sama.

#### c) Pengalaman

Pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal dan gejala-gejala yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya.

#### d) Kepribadian

Seseorang akan lebih tertarik dengan orang yang memiliki kepribadian yang sama.

### b. Faktor Ekstern, berkaitan dengan keadaan dan orang lain

#### a) Intensitas

Pada umumnya, rangsangan yang lebih intensif mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intensif.

#### b) Keakraban

Hal-hal yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian. Dimana orang dengan latar belakang yang sama akan mendapat lebih



banyak perhatian dan orang lebih memperhatikan mereka daripada orang-orang dengan latar belakang yang berbeda.

c) Ulangan

Biasanya hal-hal yang berulang menarik perhatian. Ulangan dilakukan agar orang lain selalu mengingat.

d) Sesuatu yang baru

Faktor ini kedengarannya bertentangan dengan faktor keakraban. Tetapi, hal-hal yang baru juga menarik perhatian.

3. Proses Pengorganisasian

Data atau rangsangan yang diterima selanjutnya, diorganisasikan dalam suatu bentuk, yaitu:

a. Pengelompokan

Berbagai rangsangan yang telah diterima dikelompokkan dalam suatu bentuk. Beberapa faktor digunakan untuk mengelompokkan rangsangan-rangsangan itu seperti kesamaan serta dekatnya.

b. Bentuk Timbul dan Latar

Suatu prinsip lain dalam mengatur rangsangan disebut dengan bentuk timbul dan latar, ini merupakan salah satu proses persepsi yang menarik. Dalam melihat rangsangan atau gejala-gejala ada kecenderungan untuk memusatkan perhatian pada gejala-gejala tertentu yang timbul menonjol, sedangkan rangsangan atau gejala lainnya berada di latar belakang.

4. Proses Penafsiran

Setelah data diterima dan diatur, si penerima lalu menafsirkan data itu dengan berbagai cara. Dikatakan bahwa telah terjadi persepsi setelah data itu ditafsirkan. Persepsi pada intinya memberikan arti pada berbagai data dan informasi yang diterima. Beberapa faktor yang membantu penafsiran data, yaitu:

a. Stereotype

Jika orang-orang membentuk pendapat tentang segolongan obyek atau orang tertentu dan bertindak sesuai dengan pendapat itu, hal ini disebut stereotipe. Kata stereotipe ini digunakan untuk menunjukkan suatu pendapat yang baik atau buruk pada umumnya dipunyai oleh seseorang tentang sekelompok orang tertentu.

b. Efek Halo

Efek halo serupa dengan membuat stereotipe. Jika dalam membuat stereotipe orang membentuk pendapat atau sikap terhadap suatu kategori orang atau obyek, dalam efek halo orang itu membentuk suatu pendapat atau sikap terhadap satu orang atau obyek. Jika seseorang mempunyai sikap baik terhadap orang lain maka persepsi berikutnya tentang orang yang sama dalam dimensi-dimensi lain dipengaruhi oleh sikap ini.

5. Proses Pengecekan

Setelah data diterima dan ditafsirkan, si penerima mengambil beberapa tindakan untuk mengecek apakah penafsirannya benar atau salah. Pengecekan ini dapat dilakukan dari waktu ke waktu untuk menegaskan apakah penafsiran atau persepsi dibenarkan oleh data baru atau data itu dapat dicek dengan menanyakan kepada orang lain mengenai persepsi mereka.

6. Proses Reaksi

Tahap terakhir dari proses ini adalah bertindak sehubungan dengan apa yang telah diserap. Hal ini biasanya dilakukan jika seseorang berbuat sesuatu sehubungan dengan persepsinya.

Sedangkan menurut Leney dalam Anonymous (2005).

Mengidentifikasi tiga komponen utama proses persepsi.

1. Seleksi yang sangat erat hubungannya dengan pengamatan dan stimulus yang dilihat.
2. Proses pengorganisasian informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi tergantung pada berbagai faktor seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dipunyai seseorang, motivasi dan sebagainya.
3. Kemampuan seseorang untuk mengadakan kategorisasi yang diterima yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi lebih sederhana yaitu interpretasi terhadap behavior terhadap sesuatu obyek persepsi.



### 2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Proses persepsi ditentukan oleh faktor-faktor tertentu. Ada dua faktor yang menentukan persepsi yaitu faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal, seperti kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya terhadap persepsi. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli itu. Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterima.

Krech dan Crutchfield dalam Sarwono (2001) memperjelas tentang dua golongan variabel yang mempengaruhi persepsi, yaitu:

1. Variabel Struktural yaitu faktor-faktor yang terkandung dalam rangsang fisik dan proses neurofisiologik
2. Variabel Fungsional yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri si pengamat seperti kebutuhan (*needs*), suasana hati (*moods*), pengalaman masa lalu, dan sifat-sifat individu lainnya.

Menurut Gipson (1996), persepsi adalah proses dari seseorang dalam lingkungannya yang melibatkan pengorganisasian dan penafsiran sebagai rangsangan psikologis. Persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Stereotipe, yaitu cara seseorang menggolongkan orang lain, sering mencerminkan penyimpangan persepsi. Istilah stereotipe terlalu digeneralisasikan, terlalu disederhanakan dan terlalu dipersepsikan sendiri tentang karakteristik diri seseorang. Stereotipe adalah penilaian sendiri, sebab orang cenderung untuk memperhatikan benda-benda yang cocok dengan stereotipe dan tidak memperhatikan benda-benda yang tidak cocok dengan stereotipe.
2. Persepsi selektif (selektifitas). Konsep persepsi selektif penting untuk seseorang yang sering menerima banyak informasi yang mendukung pandangannya. Orang akan mengabaikan informasi untuk petunjuk yang mungkin membuatnya tidak nyaman.

3. Konsep diri, yaitu orang-orang sering menjadikan diri mereka sendiri sebagai perbandingan dalam memandang orang lain.
4. Keadaan (faktor situasional), yaitu tekanan waktu, setiap orang dimana seseorang bekerja sama, dan semua faktor situasional lain mempengaruhi ketebalan persepsi.
5. Kebutuhan, yaitu persepsi dipengaruhi secara nyata oleh kebutuhan dan keinginan.
6. Perasaan atau emosi, yaitu keadaan emosi seseorang mempunyai banyak segi dikaitkan dengan persepsi, oleh karena emosi yang kuat sering mengganggu persepsi, maka perlu membedakan topik atau praktek-praktek yang memicu emosi yang kuat pada orang lain.

#### 2.1.4 Prinsip Umum Persepsi

Persepsi adalah proses menerima informasi atau stimuli dari lingkungan dan mengubahnya ke dalam kesadaran psikologis. Ada beberapa prinsip umum dalam persepsi menurut Den Ban (1999) antara lain:

##### 1. Relativitas

Persepsi bersifat relatif, walaupun suatu objek tidak dapat kita perkirakan dengan tepat tetapi setidaknya kita dapat mengatakan yang satu melebihi yang lainnya. Dengan demikian, perlu diperhatikan bahwa dalam membuat pesan, persepsi orang lain terhadap bagian-bagian dari pesan tersebut sangat ditentukan oleh bagian yang mendahului pesan itu. Misalnya pada media cetak, usaha menarik perhatian pembaca dilakukan dengan membiarkan ruang tertentu kosong, atau mengubah ukuran huruf. Persepsi juga dipengaruhi oleh sekelilingnya.

##### 2. Selektivitas

Persepsi bersifat selektif. Panca indera menerima stimuli dari sekelilingnya dengan melihat objek, mendengar suara, mencium bau dan sebagainya. Karena kapasitas memproses informasi terbatas, tidak semua stimuli dapat ditangkap, tergantung pada faktor fisik dan psikologis seseorang. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, seorang komunikator hanya akan mengarahkan pesannya ke bagian-bagian yang perlu, atau melakukan pengulangan dan mengurangi informasi yang tidak diperlukan. Pengalaman



masa lampau juga mempengaruhi pilihan terhadap persepsi. Latihan merupakan pengalaman yang terorganisir dan teratur untuk mempengaruhi persepsi.

### 3. Organisasi

Persepsi terorganisir. Kita cenderung untuk menyusun pengalaman kita dalam bentuk memberi arti dengan mengubah yang berserakan dan menyajikannya dalam bentuk yang bermakna, seperti berupa gambar. Penafsiran mengenai gambar sering ditentukan oleh latar (belakang). Sebagai contoh, gambar seorang laki-laki dengan muka dan tangan yang kotor serta pakaian usang ditafsirkan sebagai seorang pemalas dan sangat miskin. Dengan memberikan tambahan lahan pertanian di latarnya, penafsiran menjadi lain yaitu seseorang petani yang bekerja keras.

### 4. Arah

Melalui pengamatan, seseorang dapat memilih dan mengatur serta menafsirkan pesan. Penataan adalah sangat penting bagi pembuat pesan untuk mengurangi tafsiran yang diberikan oleh stimulus. Pembentukan persepsi dapat menjadi penghalang besar bila komunikator menginginkan ulasan atau penafsiran situasi dengan cara baru. Kita cenderung memberikan jawaban terhadap stimuli berdasarkan kebiasaan, dan jawaban tersebut akan rusak jika ditata dalam situasi yang baru. Masalah demikian sering dihadapi agen penyuluhan yang melayani masyarakat dengan latar belakang kebudayaan yang beragam. Agen penyuluhan yang terlatih baik dan berasal dari daerah perkotaan biasanya harus belajar untuk mengamati situasi pertanian, karena yang diajak bekerja sama dan mengamati sesuatu adalah orang-orang dengan latar belakang yang berbeda.

### 5. Perbedaan Kognitif

Persepsi seseorang bisa berlainan satu sama lain dalam situasi yang sama karena adanya perbedaan kognitif. Setiap proses mental, individu bekerja menurut caranya sendiri tergantung pada faktor-faktor kepribadian, seperti toleransi terhadap ambiguitas (kemenduaan), tingkat keterbukaan atau ketertutupan pikiran, sikap otoriter dan sebagainya. Tidak mungkin untuk merancang pesan dengan menggabungkan semua gaya kognitif tersebut.

Harus ditentukan suatu strategi yang dapat mewakili suatu gagasan yang mengacu pada sebagian besar gaya kognitif.

### 2.1.5 Aspek-Aspek Persepsi

Menurut Nanath dalam Kuliah Komunikasi Online (2008), persepsi adalah juga inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas. Persepsi meliputi :

#### 1. Penginderaan (sensasi)

Melalui alat – alat indra kita ( indra perasa, indra peraba, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar ). Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Semua indra itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecapan, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi, seperti bau parfum yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam dipantai.

#### b. Atensi (perhatian)

Pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan dan, proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsang tertentu.

#### c. Interpretasi

Proses komunikasi melalui lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol- simbol yang sama, baik secara simultan (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan).



## 2.2. Puspa Agro Sebagai Sebuah Inovasi

### 2.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi adalah pemikiran, metode, konsep dan teknologi yang dianggap baru. Inovasi dianggap baru bisa berupa pengembangan dari sesuatu yang telah ada atau bahkan sesuatu yang benar-benar dianggap baru. Akan tetapi inovasi dianggap sebagai temuan adalah relatif, karena mungkin bagi satu kebudayaan atau masyarakat adalah sebuah inovasi tapi bagi masyarakat lain itu adalah “barang lama” (Soedarmanto, 1992). Inovasi adalah gagasan, ketrampilan atau barang yang dianggap baru. Baru tidaknya gagasan, ketrampilan atau barang diukur dari selang waktu, sejauh dihubungkan dengan tingkah laku seseorang sejak digunakan pertama kali. Mungkin gagasan ketrampilan atau barang tersebut telah dikenal oleh seseorang beberapa waktu yang lalu, akan tetapi apabila ia belum menentukan sikap setuju, maka gagasan, ketrampilan atau barang tersebut merupakan inovasi. Van Den Ban (1999) menyatakan inovasi sebagai suatu gagasan, metode atau obyek yang dianggap sesuatu yang baru, tetapi tidak selalu hasil dari penelitian mutakhir.

### 2.2.2 Tahapan dan Ciri-Ciri Inovasi

Inovasi adalah sebuah penemuan baru yang berguna bagi masyarakat. Inovasi dianggap berguna bagi masyarakat apabila inovasi itu mudah digunakan, sederhana, menguntungkan, mudah didapatkan, tidak bertentangan dengan metode, teknologi, konsep yang telah ada dan berkembang dimasyarakat.

Menurut Soedarmanto (2003) salah satu faktor yang mengakibatkan terjadinya perubahan sosial yaitu karena adanya teknologi baru yang didifusikan atau disebarluaskan. Diketemukannya teknologi baru ada tiga tahap yaitu:

#### 1. Tahap Invensi

Suatu proses pada waktu teknologi baru diciptakan, diketemukan dan dikembangkan yang selanjutnya setelah dikemas dan diuji cobakan disuatu daerah dan apabila ternyata teknologi baru tersebut memberikan keunggulan bila dibandingkan dengan teknologi sebelumnya maka teknologi itu siap untuk disosialisasikan dan ditransfer kepada masyarakat yang membutuhkan.

## 2. Tahap Difusi

Suatu proses yang berkaitan dengan disebarluaskan teknologi baru tersebut kepada masyarakat. Apabila teknologi tersebut teknologi pertanian maka yang memerlukan adalah masyarakat tani-nelayan.

## 3. Tahap Dampak atau konsekuensi

Proses terjadinya dampak akibat adanya masyarakat yang mengadopsi teknologi baru.

Menurut Hanafi (1981) suatu kecepatan inovasi yang mudah diadopsi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

### 1. Keuntungan Relatif

Tingkatan dimana suatu ide baru dianggap suatu yang lebih baik daripada ide-ide yang ada sebelumnya. Tingkat keuntungan relatif seringkali dinyatakan dengan atau dalam bentuk keuntungan ekonomis, peningkatan status sosial atau jalan lainnya

### 2. Kompatibilitas (Keselarasan)

Sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan penerima. Ide yang tidak kompatibel dengan ciri-ciri sistem sosial yang menonjol akan tidak diadopsi secepat ide yang kompatibel. Kompatibilitas menerima jaminan lebih besar dan resiko lebih kecil bagi penerima dan membuat ide baru itu lebih berarti baginya. Suatu inovasi mungkin kompatibel dengan nilai-nilai kepercayaan sosiokultural, ide-ide yang telah diperkenalkan lebih dulu dan dengan kebutuhan klien terhadap inovasi.

### 3. Kompleksitas (Kerumitan)

Tingkat dimana suatu inovasi dianggap relatif sulit untuk dimengerti dan digunakan. Suatu ide baru mungkin dapat digolongkan kedalam kontinum "rumit sederhana". Inovasi-inovasi tertentu begitu mudah dapat dipahami oleh penerima tertentu sedangkan orang lain tidak. Kerumitan suatu inovasi menurut pengamatan anggota sistem sosial berhubungan negatif dengan



kecepatan adopsinya ini berarti bahwa makin rumit suatu inovasi bagi seseorang maka akan makin lambat pengadopsiannya.

4. Trialabilitas (Dapat dicobanya suatu inovasi)

Suatu tingkat dimana suatu inovasi dapat dicoba dengan skala kecil. Ide baru yang dapat dicoba biasanya diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang tidak dapat dicoba terlebih dahulu. Suatu inovasi yang dapat dicoba akan memperkecil resiko bagi adopter. Beberapa inovasi tertentu mungkin lebih sulit untuk dicoba dulu daripada inovasi lainnya.

5. Observabilitas (Dapat Diamati)

Tingkat dimana hasil-hasil suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Hasil-hasil inovasi tertentu dapat dengan mudah dilihat dan dikomunikasikan kepada orang lain sedangkan beberapa lainnya tidak.

### 2.2.3. Inovasi Puspa Agro

Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) dapat disebut sebagai sebuah inovasi. Dapat dikatakan demikian karena pasar induk ini merupakan konsep baru dari sebuah pasar yang berbeda dengan pasar induk lain. Puspa Agro ini dapat disebut sebagai pasar induk modern. Modern yang dimaksud disini bukan menunjukkan jenis pasar berdasarkan sistem transaksinya melainkan fasilitas yang disediakan. Pasar induk Puspa Agro ini dirancang sebagai pasar induk tradisional yang memiliki beberapa kelebihan yang belum pernah dimiliki oleh pasar induk lain diantara adalah fasilitas-fasilitas yang lebih modern serta strategi distribusi yang efisien.

Pengelola Puspa Agro memberikan fasilitas lengkap untuk masyarakat yang akan melakukan jual beli. Fasilitas infrastruktur yang mendukung kegiatan perdagangan di Puspa Agro ini seperti parkir yang luas dan nyaman, pembangunan gedung lelang, pergudangan dan laboratorium pengujian untuk menjaga mutu produk yang akan dijual di Puspa Agro. Fasilitas lain berupa peralatan yang mendukung kegiatan perdagangan di Puspa Agro seperti halnya *cold storage* dan *chiller* untuk memfasilitasi para pedagang yang ingin menyimpan produk dagangannya agar tetap terjaga kualitasnya. Dengan adanya alat-alat ini, pedagang tidak akan khawatir produk mereka akan cepat rusak ataupun busuk.

Dua perpustakaan sekaligus juga siap melayani para pengunjung dan pelanggan puspa agro sejak 13 oktober 2010. Pengoperasian dua perpustakaan di pasar induk ini merupakan implementasi yang inovatif mengingat baru Puspa Agro yang menyediakan perpustakaan dan jaringan internet di tengah-tengah pasar induk. Satu unit perpustakaan berlokasi di los sub grosir dengan sponsor dari Bank Indonesia. Lainnya menempati ruang khusus di los grosir besar yang disponsori oleh PT Telkom Indonesia. Di los grosir besar, perpustakaan yang di-*support* PT Telkom Indonesia ini bernama *Broadband Learning Center* (BLC). Selain aneka macam buku, perpustakaan ini dilengkapi sejumlah laptop yang dimanfaatkan untuk mengakses jaringan internet secara bebas. Selain para pengunjung dan pelanggan, perpustakaan yang dilengkapi perangkat pengakses jaringan internet ini juga bisa dimanfaatkan oleh para petani dan pedagang puspa agro, juga masyarakat umum secara gratis. Untuk para pedagang, mereka dapat mengakses informasi harga pasar untuk membantu penjualan produk mereka. Di perpustakaan ini, pengunjung dan masyarakat bisa menjelajahi berbagai ilmu pengetahuan sepuas-puasnya tanpa harus terbebani biaya apapun. Sementara perpustakaan yang lain berada di los sub grosir atas bantuan Bank Indonesia (BI) yang diberi nama Kios Baca Bank Indonesia (KBBI). Para pengunjung Puspa Agro bisa menjelajahi pengetahuan seputar agro dan lainnya melalui buku-buku yang disediakan di perpustakaan ini.

Dibukanya layanan perpustakaan ini merupakan awal diterapkannya pilar pendidikan dari konsep tiga pilar yang akan diterapkan sekaligus (*three in one*). Ketiga pilar dimaksud adalah Puspa Agro sebagai sentra dagang (transaksi) komoditas agro, pendidikan agrobis, dan pusat wisata agro dan pusat wisata keluarga. Dengan dibukanya perpustakaan, wawasan masyarakat baik para petani dan pedagang yang berjualan di Puspa Agro, pengunjung dan pelanggan atau bahkan masyarakat umum terbuka dan memahami seluk beluk agrobis.

Selain itu, para pedagang di Puspa Agro juga masih dimanjakan oleh sejumlah fasilitas. Salah satunya adalah dukungan dari sisi permodalan dan perbankan. Pemberian fasilitas ini nampak dengan dibukanya kantor layanan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur (Bank Jatim) cabang Sidoarjo di dalam areal Puspa Agro, Desa Jemundo, Taman, Sidoarjo. Dengan adanya Bank Jatim



didalam kompleks Puspa Agro, pedagang atau masyarakat bisa mendapatkan layanan perkreditan serta layanan perbankan lain. Diantaranya berupa *founding*, *landing*, dan sebagainya. *Founding* merupakan usaha penggalian dana yang meliputi tabungan, deposito dan giro. Sedangkan *landing* adalah upaya pembiayaan dalam bentuk kredit yang meliputi kredit modal kerja, investasi, KUR (Kredit Usaha Rakyat). Keinovatifan yang diberikan pihak Puspa Agro inilah yang akan membantu mempermudah jalannya kegiatan perdagangan di Puspa Agro guna meningkatkan perekonomian Jawa Timur.

Inovasi lain yang diberikan oleh Puspa Agro kepada masyarakat berupa strategi pemasaran. Strategi distribusi produk-produk langsung dipotong, dari produsen (petani) langsung didistribusikan ke marketing untuk selanjutnya disalurkan ke pedagang di Puspa Agro. Memotong rantai distribusi ini akan mengurangi nilai margin pemasarannya sehingga harganya akan lebih murah. Sistem ini diterapkan terkait dengan harga beberapa produk pertanian yang semakin lama semakin meningkat. Penerapan strategi pemasaran yang lebih efisien akan menjaga harga produk pertanian agar tetap stabil sehingga akan menguntungkan baik bagi pembeli, petani (produsen) maupun pedagang.

## 2.3 Tinjauan Teoritis Mengenai Pasar

### 2.3.1. Definisi Pasar

Menurut Sigit (1987) yang dimaksud market (pasar) ialah suatu daerah yang didalamnya bertemu kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Pengertian daerah (*area*) dapat dipandang sebagai daerah geografis (sebagai suatu *territory*) atau dipandang lebih kurang sebagai suatu kumpulan orang-orang yang diorganisir yang membuka terjadinya permintaan dan penawaran untuk menciptakan harga. Di dalam kata sehari-hari yang dimaksud dengan pasar ialah pengertian yang pertama, sedangkan di dalam pelajaran ekonomi ditekankan pada pengertian yang kedua. Yang pertama disebut pasar dalam arti kongkrit sedangkan yang kedua disebut dalam arti abstrak.

Sedangkan Saladin (1996) memaparkan pasar sebagai pelanggan potensial dengan kebutuhan dan keinginan tertentu yang mungkin mau dan

mampu untuk ambil bagian dalam jual beli guna memuaskan kebutuhan dan keinginan yang terdiri dari :

- Pasar kebutuhan (*need markets*) : pasar jenis makanan
- Pasar demografis (*demographic markets*) : pasar remaja
- Pasar pemberi suara (*voter markets*) : kelompok bukan pelanggan
- Pasar penyumbang (*donor markets*)
- Pasar tenaga kerja (*labor markets*)

Secara teori, Lilananda (1997) mengartikan pasar sebagai tempat bertemunya penjual atau lembaga niaga dengan pembeli atau konsumen, yang diusahakan secara berkelompok dan terbuka untuk umum, baik yang bersifat sementara atau permanen. Biasanya pasar mengutamakan menyediakan barang kebutuhan sehari-hari terutama bahan pangan kecuali pasar khusus.

### 2.3.2. Jenis-jenis Pasar

Menurut Lilananda (1997) berdasarkan jenis kegiatannya, pasar dapat digolongkan menjadi 3 jenis :

1. Pasar eceran, yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran secara eceran.
2. Pasar grosir, yaitu dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar.
3. Pasar induk, yaitu pasar yang lebih dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian.

Berdasarkan lokasi dan kemampuan pelayanannya, menurut Lilananda (1997), pasar dapat dibagi dalam 5 jenis yaitu :

1. Pasar regional, yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis dan luas, bangunan permanen dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai ke luar kota, serta barang-barang yang diperjualbelikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
2. Pasar kota (pasar induk, pasar grosir) yaitu pasar yang tempatnya strategis dan luas, bangunan permanen, mempunyai kemampuan pelayanan



- meliputi seluruh wilayah kota dan barang-barang yang diperjualbelikan lengkap. Melayani 200.000-220.000 penduduk.
3. Pasar wilayah (distrik), yaitu pasar yang tempatnya cukup strategis dan luas, mempunyai kemampuan pelayanan meliputi beberapa lingkungan dalam suatu wilayah tertentu dan barang-barang yang diperjualbelikan cukup lengkap dan bangunan permanen. Termasuk dalam pasar ini adalah pasar eceran, pasar khusus, pasar induk. Melayani sekitar 50.000-60.000 penduduk.
  4. Pasar lingkungan, yaitu pasar yang tempatnya strategis, bangunan permanen atau semi permanen, mempunyai kemampuan pelayanan meliputi lingkungan pemukiman saja dan barang-barang yang diperjualbelikan kurang lengkap. Termasuk dalam pasar ini adalah pasar eceran. Melayani 10.000-15.000 penduduk.
  5. Pasar khusus, yaitu pasar yang tempatnya strategis, bangunan permanen atau semi permanen, mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota dan barang-barang yang diperjualbelikan terdiri dari satu macam barang yang khusus, seperti pasar bunga, pasar burung, pasar hewan.

Berdasarkan sistem transaksinya, jenis pasar ada 2, pasar modern dan pasar tradisional.

#### 1. Pasar Tradisional

Pada intinya, pengertian pasar tradisional lebih difokuskan terhadap fungsi dan keberadaannya pasar secara kronologis. Kegiatan pasar merupakan salah satu kegiatan paling tua, diawali dengan pasar barter kemudian berkembang karena digunakan alat pembayaran berupa uang. Perbedaan dan perubahan tampak jelas pada sistem perdagangan yang berpengaruh pada cara membeli, yaitu adanya kegiatan saling tawar ketika berbelanja. Apabila dalam pasar barter, unsur berdagang dalam pengertian mencari keuntungan belum tampak nyata, maka selanjutnya pasar menjadi kegiatan ekonomi (Femina. 1989). Menurut Syadia (2010), pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.

Menurut Sumijanto (1992), ada tiga sudut pandang pasar tradisional. Yaitu sebagai berikut :

1. Pola aliran barang dan jasa
2. Suatu kumpulan mekanisme ekonomi yang mempertahankan dan mengatur aliran-aliran tersebut
3. Suatu sistem sosial dan kultural tempat mekanisme itu berada

Sedangkan menurut Lilananda (1997) pasar tradisional memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Terdiri dari kios-kios atau gerai yang dibuka oleh penjual
  2. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa sayur, buah, ikan, telur, daging, kue dan barang lainnya
  3. Umumnya terletak dekat kawasan pemukiman masyarakat, agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar
  4. Sistem pembelian barang akan dilakukan dengan tawar-tawar
  5. Pasar tradisional beroperasi mulai subuh
  6. Hubungan ekonomis antara sesama pedagang pasar tradisional dengan saling meminjam uang atau memberikan hutang barang dagangannya dengan pedagang pasar lainnya yang cukup mereka kenal.
  7. Para pedagang pasar tradisional saling berebut dalam menarik perhatian para langganannya untuk mencari keuntungan sebanyak mungkin akan tetapi para pedagang masih bersahabat antar pedagangnya.
2. Pasar Modern

Syadia (2010) menyatakan bahwa pasar yang bersifat modern memperjualbelikan barang-barang dengan harga pas dan dengan layanan sendiri.

Menurut kyle (1995), ciri-ciri pasar modern sebagai berikut :

1. Pasar modern berada dalam suatu bangunan modern (*hypermarket* dan pasar swalayan)
2. Barang yang dijual selain bahan makanan seperti di pasar tradisional sebagian besar bahan lainnya adalah barang yang dapat bertahan lama dan lebih bervariasi
3. Pelayanan dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga



4. Sistem pembeliannya dilakukan dengan harga yang sudah ditetapkan sehingga tidak dapat ditawar lagi (*fixed price*).
5. Pasar modern beroperasi mulai pagi hari sekitar pukul 08.00 ke atas.
6. Memprioritas aspek higienis serta kenyamanan

### 2.3.3. Fungsi Pasar

Menurut Lilananda (1997), pasar mempunyai 2 fungsi yaitu fungsi pokok dan fungsi pada skala kecil sebagai berikut :

1. Fungsi pokok  
sebagai sarana pelayanan dan penyediaan kebutuhan masyarakat, juga sebagai sumber pendapatan daerah yang jasa pelayanan dan perpasaran serta merupakan sarana distribusi perekonomian yang dapat menciptakan tambahan tempat usaha bidang jasa dan pencipta kesempatan kerja.
2. Fungsi pada skala kecil  
sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk saling memenuhi kebutuhannya masing-masing baik untuk kebutuhan yang sifatnya konsumtif maupun untuk bidang jasa.

## 2.4 Tinjauan Mengenai Agribisnis

### 2.4.1. Definisi Agribisnis

Agribisnis yang berasal dari bahasa Inggris *agri* dan *business*. Kata *agri* berasal dari kata *agriculture* yang berarti pertanian dan kata *business* yang berarti menjual barang dan jasa untuk mendapatkan laba. Sehingga agribisnis dapat diartikan sebagai usaha memanfaatkan hasil-hasil pertanian untuk dijual dalam rangka mencari laba (*profit*). Dalam arti luas, agribisnis juga berarti cara pandang [ekonomi](#) bagi usaha penyediaan pangan. Sebagai subjek akademik, agribisnis mempelajari strategi memperoleh keuntungan dengan mengelola aspek [budidaya](#), penyediaan bahan baku, pascapanen, proses pengolahan, hingga tahap [pemasaran](#).

Dalam menangkap arti sesungguhnya dari istilah agribisnis, penting untuk memvisualisasikan beberapa sektor sebagai bagian yang saling berhubungan pada suatu sistem dimana keberhasilan setiap bagian amat tergantung pada ketepatan fungsi dari sektor lainnya (Sumarwan, 2004). Dengan demikian agribisnis dapat

dipandang sebagai suatu sistem pertanian yang memiliki beberapa komponen sub sistem yaitu, sub sistem usaha tani/yang memproduksi bahan baku, sub sistem pengolahan hasil pertanian, dan sub sistem pemasaran hasil pertanian. Sedangkan Davis and Goldberg (1957) mendefinisikan agribisnis sebagai seluruh operasi yang terkait dengan manufaktur dan distribusi suplai pertanian, aktivitas produksi di pertanian, penyimpanan, proses dan distribusi komodi pertanian serta segala sesuatu yang terbuat darinya. Menurut Beierlein and Woolverton (1991), agribisnis termasuk tidak hanya usaha pertanian di lahan tetapi juga SDM dan usaha yang menyediakan input (benih, kimia, kredit), proses hasil pertanian (susu, biji-bijian, daging) , manufaktur produk pangan (es krim, roti, sereal), dan transportasi serta penjualan produk pangan ke konsumen (restoran dan supermarket).

Agribisnis meliputi keseluruhan kegiatan manajemen bisnis mulai dari perusahaan yang menghasilkan sarana produksi bagi usaha tani, usaha proses produksi pertanian, serta perusahaan yang menangani pengolahan, pengangkutan, penyebaran, penjualan secara borongan maupun secara eceran kepada konsumen akhir (Downey dan Erickson, 1992).

#### 2.4.2. Subsistem Agribisnis

Saragih (2001) menjelaskan bahwa pembangunan sistem agribisnis mencakup empat subsistem sebagai berikut:

1. Sub-sistem agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*), yakni industri-industri yang menghasilkan barang-barang modal bagi pertanian, seperti industri perbenihan/pembibitan, tanaman, ternak, ikan, industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat, vaksin ternak./ikan), industry alat dan mesin pertanian (agro-otomotif)
2. Sub-sistem pertanian primer (*on-farm agribusiness*), yaitu kegiatan budidaya yang menghasilkan komoditi pertanian primer (usahatani tanaman pangan, usahatani hortikultura, usahatani tanaman obat-obatan (biofarmaka), usaha perkebunan, usaha peternakan, usaha perikanan, dan usaha kehutanan)
3. Sub-sistem agribisnis hilir (*down-stream agribusiness*), yaitu industri-industri yang mengolah komoditi pertanian primer menjadi olahan seperti industri



makanan./minuman, industri pakan, industri barang-barang serat alam, industri farmasi, industri bio-energi dll;

4. Sub-sistem penyedia jasa agribisnis (*services for agribusiness*) seperti perkreditan, transportasi dan pergudangan, Litbang, Pendidikan SDM, dan kebijakan ekonomi

## 2.5. Tinjauan Mengenai Gender

### 2.5.1. Pandangan Tentang Gender

Gender dalam bahasa aslinya (bahasa Inggris) sebenarnya tidak mempunyai padanan kata yang tepat dalam bahasa Indonesia. Di dalam kamus pengertian tentang seks dan gender tidak dibedakan secara jelas. Ketika gender dibicarakan secara konsep, maka muncul berbagai kerancuan, karena selama ini belum ada uraian yang mampu menjelaskan secara singkat dan jelas mengenai konsep gender dan mengapa konsep tersebut penting dalam memahami ketidakadilan sosial.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa gender merupakan semua hal yang dapat dipertukarkan antara sifat perempuan dan laki-laki, yang bias berubah dari waktu ke waktu serta berbeda dari tempat satu ketempat lainnya, maupun berbeda dari satu kelas ke kelas lain. Dengan kata lain gender adalah suatu konsep yang mengacu pada tatanan dan hubungan antara perempuan dan laki-laki dalam keluarga, masyarakat, serta pembangunan yang ditetapkan bukan berdasarkan biologis tetapi konteks sosial, ekonomi, dan politik. Konsep gender sebagai suatu konstruksi sosial yang telah mengalokasikan peranan hak, kewajiban, serta tanggungjawab perempuan dan laki-laki dalam fungsi produksi maupun reproduksi. Secara normatif di Indonesia tidak dikenal adanya pembedaan antara laki-laki dan perempuan (gender). Fakta kehidupan keseharian baik di sekitar publik maupun domestik menunjukkan bahwa perempuan dibedakan dengan laki-laki dalam banyak hal di luar kodrat, yaitu di luar fungsi biologis, menstruasi, mengandung, melahirkan dan mengeluarkan air susu (Wijaya, 1995).

Pemikiran Oakley mengatakan bahwa gender adalah suatu konstruksi sosial dan bukan biologis yang memungkinkan subordinasi perempuan oleh laki-laki dan perempuan. Atau dengan kata lain gender adalah suatu konstruksi sosial,

persoalan budaya yang mengacu pada klasifikasi sosial tentang peran feminin dan maskulin.

Abdullah (1997) mengatakan bahwa gender merupakan produk budaya yang dibangun atas dasar ide bahwa gender merupakan produk budaya yang dibangun atas dasar ide bahwa secara fungsional terdapat dua kategori dalam masyarakat, yaitu laki-laki dan perempuan. Sebagai produk budaya gender mengenal system hierarki yang menciptakan kelompok-kelompok yang bersifat oposisional. Kelompok-kelompok itu saling tergantung bahkan saling bersaing untuk mempertahankan kekuasaan masing-masing yang pada akhirnya menyebabkan perubahan besar dalam sistem sosial budaya.

Menurut Nugroho (2008), gender adalah pembedaan peran perempuan dan laki-laki dimana yang membentuk adalah konstruksi sosial dan kebudayaan, jadi bukan karena konstruksi yang dibawa sejak lahir. Jika “jenis kelamin” adalah sesuatu yang dibawa sejak lahir, maka “gender” adalah sesuatu yang dibentuk karena pemahaman yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Gender dapat terbentuk oleh sistem budaya dan bisa berbeda pada system budaya yang berlainan. Sedangkan menurut fakih (1996) dalam Nurdiana (2001) gender merupakan sifat yang melekat pada laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial dan kultural, cirri-ciri dari sifat tersebut dapat dipertukarkan. Sebagai contoh mendidik anak, merawat dan mengelola kebersihan serta keindahan rumah tangga sering dianggap sebagai kodrat perempuan padahal itu merupakan konstruksi kultural dalam suatu masyarakat. Effendi (1995) menyatakan bahwa perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam realitas kehidupan menyebabkan gender dipandang sebagai persoalan universal, namun tiap masyarakat mempunyai perbedaan dalam menafsirkan arti hubungan gender sesuai dengan kultur mereka. Meskipun ada perbedaan itu, gender cenderung mengandung pengertian sebagai ketidaksamaan kedudukan antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat, khususnya dalam pasar kerja. Pengertian ini memunculkan adanya dominasi peran laki-laki dan perempuan di pasar kerja, perempuan merupakan sub ordinasi dari peran laki-laki. Dapat dikatakan bahwa hubungan gender merangsang kesadaran mengenai peran dan kedudukan perempuan dalam posisi sosial.



## 2.5.2. Aspek-Aspek Gender

Berdasarkan buku yang berjudul “Bunga Rampai Bahan Pembelajaran Pelatihan Pengarusutamaan Gender Bidang Kesehatan Reproduksi dan Kependudukan”, aspek-aspek gender yang dapat diaplikasikan untuk mendeskripsikan peran wanita dalam penelitian ini ada 4 :

### 1. Aspek aktivitas

Aspek aktifitas memperlihatkan peran seseorang dalam melakukan suatu aktifitas seperti aktivitas berdagang yang dilakukan. Peran adalah keikutsertaan atau partisipasi seseorang atau kelompok dalam suatu kegiatan dan atau dalam pengambilan keputusan. Profil kegiatan didasarkan pada konsep pembagian dengan data terpilah jenis kelamin. Profil kegiatan ini merinci kegiatan yang nyata menurut umur (siapa mengerjakan apa), penjadwalan (alokasi waktu) untuk kelompok-kelompok sosial ekonomi. Untuk memudahkan analisis, maka secara umum profil kegiatan dikelompokkan menjadi kegiatan produktif, kegiatan reproduktif, sosial budaya dan kemasyarakatan.

Parameter yang digunakan untuk melukiskan kegiatan-kegiatan tersebut adalah :

- a. Umur : identifikasi berdasarkan umur, apakah pedagang wanita dan pria di Puspa Agro melakukan kegiatan tertentu. Pemetaan umur dapat mengungkapkan pola relasi gender dalam kegiatan dan dapat pula mengidentifikasi dampak yang ditimbulkan.
- b. Alokasi waktu : menegaskan presentase waktu yang dialokasikan bagi setiap kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang dan apakah kegiatan itu musiman atau harian.
- c. Lokasi kegiatan : menegaskan dimana kegiatan itu dilaksanakan yaitu di Puspa Agro.
- d. Pendapatan : melukiskan jumlah uang yang dihasilkan atau diperoleh dari hasil berdagang para pedagang di Puspa Agro. Perhitungan dapat disesuaikan menurut waktunya misalnya perjam, perhari, perbulan atau permusim.

Proses mengidentifikasi kegiatan gender melalui aspek aktifitas, merupakan teknik untuk menganalisa tentang peranan, kegiatan, sekaligus kebutuhan laki-laki maupun perempuan dalam kegiatan perdagangan di Puspa Agro.

2. Aspek akses (profil akses)

Akses adalah peluang atau kesempatan dalam memperoleh atau dalam menggunakan sumber daya tertentu. merinci sumber-sumber apa yang dikuasai oleh laki-laki dan perempuan untuk melaksanakan kegiatannya. Profil ini memperlihatkan siapa yang memiliki akses kepada sumberdaya atas penggunaannya. Dalam hal ini, aspek akses digunakan dalam mengidentifikasi akses antara pedagang wanita dan pedagang pria Puspa Agro dalam memperoleh sumber daya. Sumber daya yang dimaksud berupa akses modal, peralatan serta akses akan jangkauan terhadap informasi, selanjutnya diidentifikasi, disusun dalam daftar apakah pedagang wanita dan pedagang pria mempunyai akses atau tidak kepada sumber daya atas penggunaannya.

3. Aspek kontrol

Kontrol adalah penguasaan atau wewenang atau kekuatan untuk mengambil keputusan . Merinci sumber-sumber apa yang dikuasai oleh pedagang pria dan pedagang wanita untuk melaksanakan kegiatannya dan manfaat apa yang diperoleh setiap pedagang dari hasil penjualan produk mereka. Profil ini memperlihatkan siapa yang memiliki akses kepada sumber daya dan kontrol atas penggunaannya. Kemudian diidentifikasi, apakah pedagang wanita dan pedagang pria memiliki akses dan kontrol atau tidak kepada sumber daya (modal, akses komunikasi, peralatan ) atas penggunaannya.

4. Aspek benefit (aspek manfaat)

Aspek benefit atau manfaat adalah sumber daya yang dapat dinikmati secara optimal. Dalam aspek benefit memperlihatkan apakah sumber daya yang telah diakses dapat dinikmati secara optimal oleh pedagang pria maupun wanita. Dalam aspek benefit juga diperhitungkan apakah kegiatan tersebut menguntungkan perempuan yang dilihat dari pendapatannya yang melukiskan jumlah uang yang dihasilkan atau diperoleh dari suatu kegiatan.



## 2.6 Kontribusi Wanita Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga

Kontribusi perempuan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga merupakan suatu iuran/ sokongan dalam bentuk uang yang didapatkan oleh perempuan sebagai imbalan jasa atas hasil kerjanya pada suatu bidang pekerjaan, yang mana hasil tersebut dialokasikan ke rumah tangga atau keluarganya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga (Prasetyo, 2006). Secara umum, kontribusi digolongkan menjadi dua. Yaitu 'Kontribusi langsung menghasilkan' dan 'kontribusi tidak langsung menghasilkan'. 'Kontribusi langsung menghasilkan' adalah imbalan hasil kerja yang berwujud atau dapat dilihat secara fisik (*tangible*) seperti uang atau barang. Sedangkan yang disebut 'kontribusi tidak langsung menghasilkan' adalah sebaliknya. 'kontribusi tidak langsung menghasilkan' merupakan imbalan hasil kerja yang tidak berwujud (*intangible*). Imbalan jenis kontribusi semacam ini dalam bentuk pengakuan dari orang-orang sekitarnya. Melalui pengakuan tersebut justru sebagai daya pendorong atau penopang segala aktivitas kerja.

'Kontribusi langsung menghasilkan' termasuk dalam aktivitas lingkup produktif yang outputnya berupa *real money income*. Dimana *real money income* itu sendiri dalam bentuk uang. Sedangkan 'kontribusi tidak langsung menghasilkan' dapat dilihat dalam aktivitas lingkup domestik yang meliputi aktivitas kerumahtanggaan seperti memasak, berbelanja, membersihkan rumah, dll. Untuk jenis 'kontribusi tidak langsung menghasilkan', pendapatan yang diperoleh merupakan *non-real money income*.

Dalam upaya memenuhi beragam kebutuhan rumah tangga, mencari nafkah tidak lagi hanya menjadi kewajiban suami (pria), begitu juga kewajiban melakukan pekerjaan urusan rumah tangga tidak semata-mata menjadi tugas istri (wanita). Baik laki-laki maupun perempuan bisa bekerja aktif untuk meningkatkan kesejahteraan rumah tangga. Artinya jika perempuan mampu memenuhi kebutuhan keluarganya, maka secara perlahan kemiskinan akan menghilang. Jika perempuan yang berperan dalam mencari nafkah dan mempertahankan kesejahteraan rumahtangga maka perempuan harus diberi kesempatan yang sama dengan laki-laki untuk memperoleh akses, kredit, teknologi serta pendidikan dan pengetahuan (Sudarta, 2010).

### III. KERANGKA KONSEPTUAL

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Pasar merupakan tempat bertemunya permintaan dan penawaran melalui tangan pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli. Sebagai sarana publik, peran pasar sangat penting. Selain sebagai sarana pelayanan dan penyediaan kebutuhan masyarakat, sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang diperoleh dari pelayanan dan perpasaran serta merupakan sarana distribusi perekonomian yang dapat menciptakan tambahan tempat usaha bidang jasa dan pencipta kesempatan kerja (Lilananda, 1997).

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal dengan hasil-hasil pertaniannya. Dalam upaya pembangunan perekonomian, pemerintah provinsi Jawa Timur berupaya meningkatkannya melalui sektor perdagangan yang menitikberatkan pada hasil pertanian. Dimana sektor pertanian merupakan sektor utama perekonomian masyarakat mengingat sebagian besar daerah di Jawa Timur merupakan sentra produk pertanian. Upaya pemerintah tersebut diwujudkan dengan pembangunan pasar induk Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis).

Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) dengan luas 50 hektar diresmikan pada 17 Juli 2010. Pasar ini merupakan pusat perdagangan agrobis terbesar kedua se-Asia Tenggara yang terletak di Desa Jemundo, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Dengan adanya Puspa agro ini, provinsi Jawa Timur dapat meningkatkan perekonomian daerah serta menjadi percontohan bagi provinsi lainnya di Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan-lapangan kerja baru. Pusat perdagangan Agrobis ini mensuplai produk agro, seperti sayur-sayuran, buah-buahan, dan lain-lain dalam lingkup pasar regional, bahkan internasional.

Puspa Agro memiliki keunikan berupa beberapa inovasi yang belum dimiliki oleh pasar induk lain. Inovasi tersebut akan membantu para pedagang dalam melakukan kegiatan perdagangannya di Puspa Agro. Beberapa inovasi yang dimiliki seperti didirikannya dua buah perpustakaan mini dengan jaringan internet untuk mendukung informasi perdagangan. Selain itu, Puspa Agro menyediakan peralatan pendukung kegiatan perdagangan seperti meja stan dan



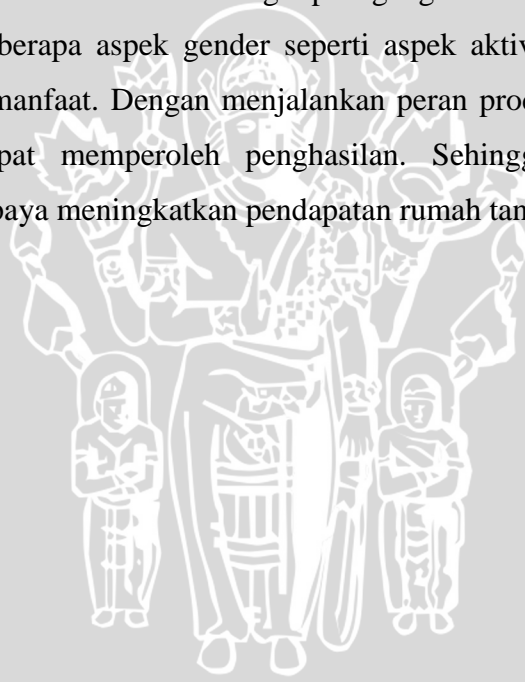
timbangan. Dari sisi permodalan, dibangun Bank Jatim di dalam areal Puspa Agro untuk membantu dalam hal perkereditan dan perbankan. Selain inovasi berupa fasilitas yang disediakan, inovasi lainnya berupa strategi distribusi yang efisien. Pada prinsipnya, sistem distribusi pada Puspa Agro ini memotong mata rantai distribusinya dari produsen langsung ke marketing sehingga harga yang didapat jauh lebih murah. Jadi produk pertanian dari petani tidak didistribusikan pada tengkulak melainkan langsung ke pedagang. Dengan begitu dapat tercapainya kesejahteraan masyarakat yang menjadi tujuan awal pembangunan pasar khususnya kesejahteraan pedagang karena kesejahteraan para pedagang tak luput dari tujuan dari pembangunan Pusat Perdagangan Agrobis ini.

Dalam menarik minat para pedagang khususnya wanita pedagang dan petani untuk menjual produk-produk mereka di Puspa Agro, pihak pengelola mengadakan kegiatan promosi. Kegiatan promosi terselenggara atas kerjasama Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Pertanian. Daerah target promosi meliputi hampir seluruh kabupaten di Jawa Timur. Kegiatan promosi yang dilakukan tersebut salah satunya melalui beberapa media cetak seperti koran dan tabloid serta melalui media elektronik yaitu radio dan televisi.

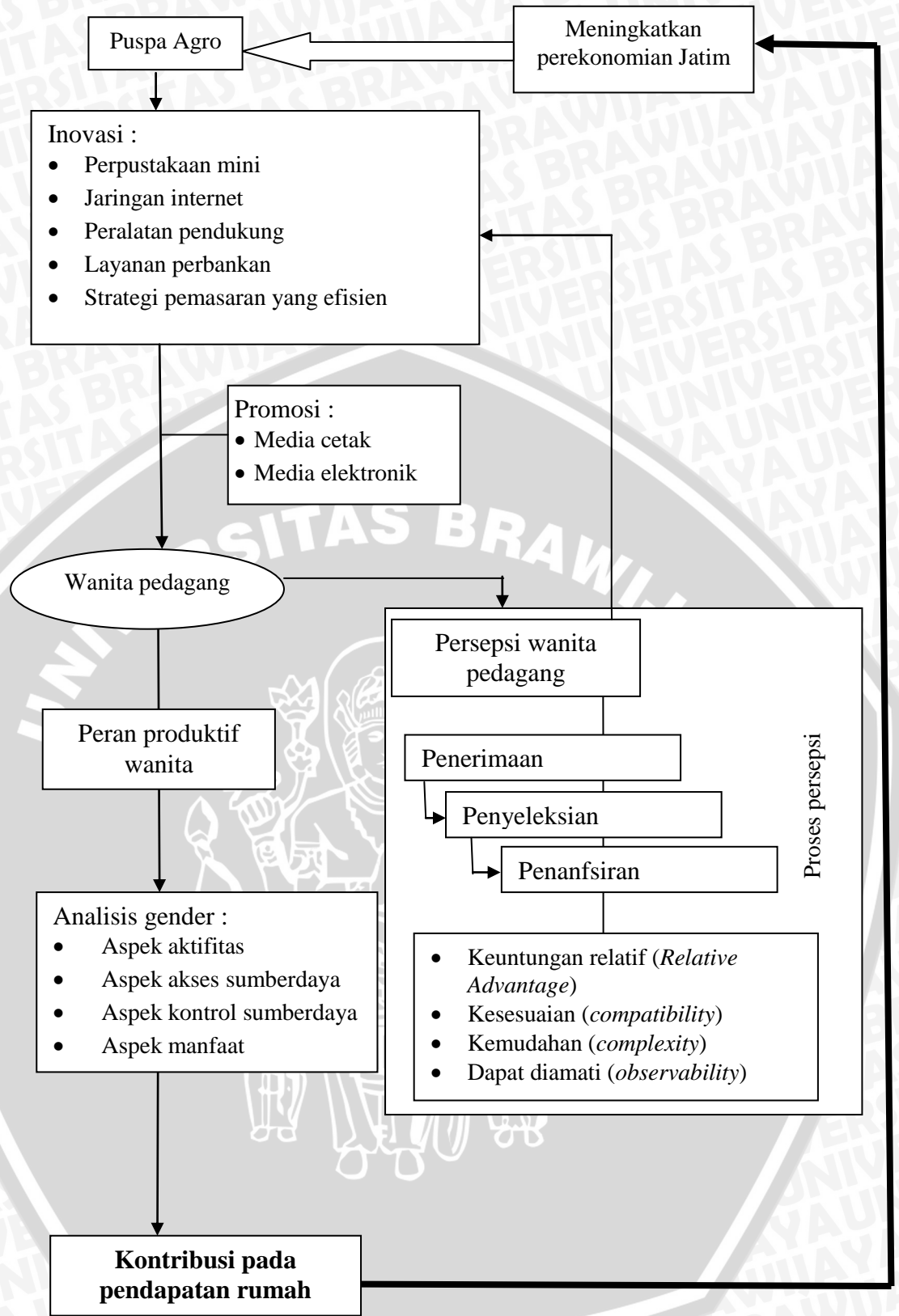
Setelah resmi menjadi pedagang di Puspa Agro, mereka akan menginterpretasikan apa saja yang ada dalam Puspa Agro terutama inovasi yang disediakan oleh Puspa Agro. Interpretasi tersebut melalui serangkaian proses yang nantinya akan membentuk persepsi. Proses persepsi menurut Stefanus dalam Udai (1996), terdiri dari proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan panca indera atau data. Dalam penelitian ini proses persepsi diringkas menjadi tiga proses yang essensial. Karena jika dicermati kembali, penjabaran proses organisasi rangsang dapat dijelaskan bersamaan dengan penjabaran proses seleksi rangsangan ataupun proses interpretasi. Sedangkan proses persepsi yang lain sudah mengarah ke pembentukan sikap dan tindakan. Ketiga proses tersebut terdiri dari proses penerimaan rangsangan (input) berupa informasi yang melibatkan panca indera seperti indera pendengaran dan indera penglihatan. Kemudian dilanjutkan dengan proses seleksi input dengan menyeleksi rangsangan yang diterima untuk kemudian dilanjutkan ke proses penafsiran rangsangan (interpretasi) yang

hasilnya adalah sebuah persepsi. Persepsi para wanita pedagang terhadap pembangunan Puspa Agro dijabarkan berdasarkan sifat-sifat inovasi seperti keuntungan relatif (*relative advantage*), kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan individu/wanita pedagang (*compatibility*), tingkat kerumitan dalam penerapannya (*complexity*), serta dapat diamati hasilnya (*observability*). Untuk sifat inovasi berupa kemudahan untuk dicoba (*trialability*) tidak ditetapkan sebagai indikator karena menyesuaikan kondisi di lapang yang tidak memungkinkan bila mendeskripsikan Puspa Agro melalui *trialability*.

Dalam persepsi yang dibentuk wanita pedagang terhadap Puspa Agro akan timbul pandangan dan pola pikir sebagai dorongan bagi para wanita untuk mewujudkannya sebagai sikap dan tindakan. Bentuk sikap dan tindakan dapat dilihat dengan peran produktif wanita sebagai pedagang. Peran produktif tersebut dijabarkan melalui beberapa aspek gender seperti aspek aktivitas, aspek akses, aspek kontrol, aspek manfaat. Dengan menjalankan peran produktifnya tersebut, wanita pedagang dapat memperoleh penghasilan. Sehingga mereka dapat berkontribusi dalam upaya meningkatkan pendapatan rumah tangga.







Gambar 1. Kerangka pemikiran persepsi wanita pedagang terhadap pasar induk puspa agro (pusat perdagangan agrobis) serta kontribusinya terhadap pendapatan rumah tangga

### 3.2. Batasan Masalah

1. Informan yang diambil dalam penelitian ini dibatasi pada wanita pedagang sayur dan buah.
2. Lokasi penelitian merupakan pasar induk terbesar kedua se-Asia Tenggara setelah pasar induk di Thailand. Oleh karena itu, lokasi penelitian dibatasi pada stan buah dan sayur di Pusat Perdagangan Agrobis (Puspa Agro).
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aspek gender wanita pedagang berdasarkan peran produktifnya sebagai pedagang di Puspa Agro.
4. Analisis gender dilakukan dengan membandingkan peran wanita pedagang dan peran suami wanita pedagang dalam kegiatan perdagangannya di Puspa Agro.
5. Penelitian tentang persepsi ini dilakukan pada inovasi Puspa Agro yang telah tersedia pada tahap 1 pembangunan Puspa Agro.
6. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi wanita pedagang terhadap pembangunan Pusat Perdagangan Agrobis (Puspa Agro) berdasarkan 4 sifat inovasi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan para pedagang untuk menginterpretasikan inovasi Puspa Agro.
7. Kontribusi pendapatan wanita yang dideskripsikan dalam penelitian ini diperoleh dari pendapatan wanita pedagang dari kegiatannya berdagang di Puspa Agro.

### 3.3. Definisi Operasional

1. Persepsi merupakan proses penerimaan informasi melalui panca indera yang kemudian diinterpretasikan menjadi sebuah gambaran tertentu yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Dalam hal ini, persepsi wanita pedagang terhadap pembangunan Puspa Agro adalah tanggapan mengenai dibangunnya Puspa Agro serta motivasi mereka untuk bergabung dengan Puspa Agro.
2. Proses persepsi merupakan proses dimana objek (rangsangan) berupa inovasi-inovasi yang disediakan Puspa Agro diterima untuk selanjutnya dilakukan penyeleksian rangsangan. Kemudian dilakukan proses penafsiran (interpretasi) rangsangan yang akan membentuk persepsi pada masing-masing wanita pedagang.



3. Persepsi wanita pedagang terhadap pembangunan Puspa dideskripsikan berdasarkan sifat-sifat inovasi seperti *relative advantage*, *compatibility*, dan *complexity*.
  - a. *Relative advantage* (keuntungan relatif) : Sejauh mana inovasi baru itu (Puspa Agro) dapat memberikan keuntungan dari pada pasar induk yang lainnya.
  - b. *Compatibility* : Sejauh mana pembangunan Puspa Agro itu dianggap mampu diterima secara positif oleh para wanita pedagang berdasarkan pada nilai-nilai yang ada, sosiokultural, pengalaman masa lalu dan kebutuhan mereka.
  - c. *Complexity* : Tingkat kesulitan para pedagang bergabung dengan Puspa Agro untuk memasarkan produk pertanian. Hal ini dapat dilihat dari seberapa rumit prosedur untuk memiliki lapak untuk berjualan di Puspa Agro serta bagaimana akses distribusi produk hingga sampai ke tangan pedagang di Puspa Agro, apakah rumit atau tidak.
  - d. *Observability* : Sejauh mana Puspa Agro dapat memberikan hasil yang nyata bagi para pedagang seperti peningkatan penghasilan. Sehingga dapat dilihat perbedaan antara berdagang di Puspa Agro dengan di pasar induk lain.
4. Inovasi adalah sebuah ide, konsep, praktek atau obyek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru. Inovasi yang dimiliki Puspa Agro ini berupa perpustakaan mini yang disponsori PT Telkom dan BI (Bank Indonesia), jaringan internet, peralatan pendukung, strategi pemasaran yang efisien dengan memotong rantai distribusi dari petani langsung ke pedagang serta layanan perbankan yang disediakan pihak pengelola bekerjasama dengan Bank Jatim.
5. Promosi adalah suatu bentuk usaha untuk menarik minat para pedagang agar mengadakan kegiatan penjualan di Puspa Agro yang dilakukan dengan perantara media elektronik (radio dan Jtv) dan media cetak (Jawa Pos, Surya, booklet) yang dilakukan oleh pengelola pihak pasar Puspa Agro.

6. Wanita pedagang adalah wanita yang berprofesi sebagai pedagang di Puspa Agro yang menjual produk (barang-barang), menentukan harga serta melakukan penawaran kepada para pembeli.
7. Peran produktif wanita adalah peran wanita dalam melakukan pekerjaan yang dapat menghasilkan suatu imbalan atau hasil kerja seperti uang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam penelitian ini peran produktif difokuskan pada peran perempuan sebagai pedagang di Puspa Agro.
8. Peran produktif wanita dilihat berdasarkan 4 aspek gender serta faktor-faktor yang mempengaruhi :
  - a. Aspek aktivitas : Aspek yang memperlihatkan peran seseorang dalam melakukan suatu aktifitas seperti aktivitas berdagang yang dilakukan.
  - b. Aspek akses : Peluang atau kesempatan wanita pedagang dalam memperoleh atau dalam menggunakan sumber daya untuk mendukung kegiatan perdagangan mereka di Puspa Agro.
  - c. Aspek kontrol : Penguasaan atau wewenang atau kekuatan wanita pedagang untuk mengambil keputusan dalam kegiatan perdagangan mereka di Puspa Agro.
  - d. Aspek manfaat : Apakah sumber daya yang telah diakses wanita pedagang dari kegiatan perdagangannya di Puspa Agro dapat dinikmati secara optimal oleh pedagang pria maupun wanita.
9. Rumah tangga adalah suatu kesatuan kelompok/ unit ekonomi terkecil yang terdiri dari keluarga inti ditambah dengan orang-orang lain, baik kerabat atau bukan, yang tinggal di bawah satu atap dan makan satu dapur.
10. Pendapatan rumah tangga adalah pemasukan-pemasukan yang merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dari suatu pekerjaan produktif, yang mana pemasukan tersebut berasal dari masing-masing anggota dalam rumah tangga maupun sumber lain yang didapatkan dan dikumpulkan dalam periode waktu tertentu. Dalam penelitian ini, jumlah penerimaan wanita pedagang diperoleh dari aktivitasnya berdagang beserta jumlah penerimaan dari anggota keluarga yang masih bekerja.
11. Kontribusi wanita pedagang terhadap pendapatan rumah tangga adalah suatu bayaran dalam bentuk uang yang didapatkan oleh wanita pedagang sebagai



imbalan atas hasil dagangnya di Puspa Agro, yang mana hasil tersebut dialokasikan ke rumah tangga atau keluarganya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

### 3.4 Indikator Penelitian

#### 3.4.1 Indikator Untuk Mendeskripsikan Persepsi Wanita Pedagang Terhadap Puspa Agro

Untuk menjawab tujuan pertama yaitu mendeskripsikan persepsi wanita pedagang terhadap Puspa Agro, diperlukan pengukuran variabel berdasarkan indikator-indikatornya. Indikator-indikator yang akan diukur merupakan unsur-unsur dari persepsi dan unsur-unsur berhubungan dengan Puspa Agro seperti inovasi-inovasinya. Variabel persepsi beserta indikatornya disajikan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1. Indikator Pendeskripsian Persepsi Wanita Pedagang

No.	Indikator
1.	<p><b>Penerimaan rangsangan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana rangsangan diterima</li> <li>2. Panca indera apa yang digunakan untuk menerima rangsang</li> </ol> <p><b>Penyeleksian rangsangan</b></p> <p>Faktor apa saja yang mempengaruhi proses seleksi</p> <p><b>Penafsiran rangsangan</b></p> <p>Bagaimana proses penafsiran (interpretasi) dapat terbentuk</p>
2.	<p><b>Perpustakaan mini</b></p> <p>Keuntungan relative (<i>relative advantages</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pernah menggunakan</li> <li>2. Manfaatnya</li> <li>3. Apakah alasan berjualan karena manfaatnya</li> <li>4. Perbedaan dengan perpustakaan lain</li> </ol> <p>Kesesuaian (<i>compatibility</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian aturan dengan kebiasaan</li> <li>2. Kesesuaian aturan dengan kebutuhan</li> </ol> <p>Kemudahan (<i>complexity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan prosedur yang ditetapkan</li> <li>2. Kemudahan isi buku untuk dipahami</li> <li>3. Kemudahan untuk dijangkau (letak)</li> </ol> <p>Dapat diamati (<i>Observability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh terhadap kegiatan perdagangan</li> <li>2. Pengaruhnya terhadap pendapatan</li> </ol>
3.	<p><b>Jaringan Internet</b></p> <p>Keuntungan relative (<i>relative advantages</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pernah menggunakan</li> <li>2. Manfaatnya</li> <li>3. Apakah alasan berjualan karena manfaatnya</li> </ol>

No.	Indikator
3.	<p>Kesesuaian (<i>compatibility</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian aturan dengan kebiasaan</li> <li>2. Kesesuaian aturan dengan kebutuhan</li> </ol> <p>Kemudahan (<i>complexity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan prosedur yang ditetapkan</li> <li>2. Kemudahan untuk digunakan</li> <li>3. Kemudahan untuk dijangkau (letak)</li> </ol> <p>Dapat diamati (<i>Observability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh terhadap kegiatan perdagangan</li> <li>2. Pengaruhnya terhadap pendapatan</li> </ol>
4.	<p><b>Peralatan pendukung</b></p> <p>Keuntungan relative (<i>relative advantages</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pernah menggunakan</li> <li>2. Manfaatnya</li> <li>3. Apakah alasan berjualan karena manfaatnya</li> </ol> <p>Kesesuaian (<i>compatibility</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian aturan dengan kebiasaan</li> <li>2. Kesesuaian aturan dengan kebutuhan</li> </ol> <p>Kemudahan (<i>complexity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan prosedur yang ditetapkan</li> </ol> <p>Dapat diamati (<i>Observability</i>)</p> <p>Prosedur berjualan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh terhadap kegiatan perdagangan</li> <li>2. Pengaruhnya terhadap pendapatan</li> </ol>
5.	<p><b>Strategi pemasaran</b></p> <p>Keuntungan relative (<i>relative advantages</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pernah menggunakan</li> <li>2. Manfaatnya</li> <li>3. Apakah alasan berjualan karena manfaatnya</li> </ol> <p>Kesesuaian (<i>compatibility</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian aturan dengan kebiasaan</li> <li>2. Kesesuaian aturan dengan kebutuhan</li> </ol> <p>Kemudahan (<i>complexity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan prosedur yang ditetapkan</li> </ol> <p>Dapat diamati (<i>Observability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh terhadap kegiatan perdagangan</li> <li>2. Pengaruhnya terhadap pendapatan</li> </ol>
6.	<p><b>Layanan perbankan</b></p> <p>Keuntungan relative (<i>relative advantages</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pernah menggunakan</li> <li>2. Manfaatnya</li> <li>3. Apakah alasan berjualan karena manfaatnya</li> <li>4. Perbedaan layanan perbankan di pasar lain</li> </ol> <p>Kesesuaian (<i>compatibility</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian aturan dengan kebiasaan</li> <li>2. Kesesuaian aturan dengan kebutuhan</li> </ol> <p>Kemudahan (<i>complexity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan prosedur yang ditetapkan</li> <li>2. Kemudahan untuk dijangkau (letak)</li> </ol> <p>Dapat diamati (<i>Observability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh terhadap kegiatan perdagangan</li> <li>2. Pengaruhnya terhadap pendapatan</li> </ol>



No.	Indikator
7.	<p><b>Prosedur berjualan</b> Keuntungan relative (<i>relative advantages</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah pernah menggunakan</li> <li>2. Manfaatnya</li> <li>3. Apakah alasan berjualan karena manfaatnya</li> </ol> <p>Kesesuaian (<i>compatibility</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian aturan dengan kebiasaan</li> <li>2. Kesesuaian aturan dengan kebutuhan</li> </ol> <p>Kemudahan (<i>complexity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan prosedur yang ditetapkan</li> </ol> <p>Dapat diamati (<i>Observability</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh terhadap kegiatan perdagangan</li> <li>2. Pengaruhnya terhadap pendapatan</li> </ol>

### 3.4.2 Indikator Untuk Mendeskripsikan Peran Produktif Wanita di Puspa Agro

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu mendeskripsikan peran produktif wanita yang berkaitan dengan aspek gender wanita pedagang maka diperlukan analisis gender dengan beberapa indikator seperti yang tertera pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Indikator Peran Produktif Wanita Pedagang di Puspa Agro

No.	Variabel	Indikator
1.	<p>Peran produktif wanita</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Aspek aktivitas</li> <li>b. Aspek akses</li> <li>c. Aspek kontrol</li> <li>d. Aspek manfaat</li> </ol>	<p>Pola pembagian kerja</p> <p>Akses terhadap :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi</li> <li>• Waktu untuk beraktivitas</li> <li>• Modal</li> <li>• Peralatan/ fasilitas</li> </ul> <p>Pengambilan keputusan terhadap :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penentuan harga produk</li> <li>• Cara berinteraksi dan berkomunikasi</li> <li>• Alokasi waktu berdagang</li> <li>• Pengendalian uang</li> </ul> <p>Penggunaan hasil pendapatan untuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebutuhan pokok</li> <li>• Biaya kesehatan</li> <li>• Biaya sekolah</li> <li>• Kebutuhan lain</li> </ul>

### 3.4.3 Indikator Untuk Menganalisis Kontribusi Wanita Terhadap Pendapatan Rumah Tangga

Untuk menjawab tujuan ketiga yaitu menganalisis kontribusi pendapatan rumah tangga wanita pedagang, dilakukan pengukuran variabel berdasarkan indikator-indikator sebagai berikut dengan perhitungan pendapatan dan perhitungan kontribusi.

Tabel 3. Indikator Untuk Menganalisis Kontribusi Wanita Terhadap Pendapatan Rumah Tangga

No.	Variabel	Indikator
1.	Pendapatan wanita pedagang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya tetap               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya sewa</li> <li>- Biaya retribusi</li> <li>- Biaya peralatan</li> </ul> </li> <li>• Biaya tidak tetap/ variabel               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya <i>kulak</i> (modal)</li> <li>- Biaya transportasi</li> </ul> </li> <li>• Total penerimaan</li> </ul>
2.	Pendapatan anggota rumah tangga lain (pendapatan yang diterima suami, anak yang telah bekerja maupun anggota rumah tangga lain yang bekerja)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya tetap               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya sewa</li> <li>- Biaya retribusi</li> <li>- Biaya peralatan</li> </ul> </li> <li>• Biaya tidak tetap/ variabel               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya <i>kulak</i> (modal)</li> <li>- Biaya transportasi</li> </ul> </li> <li>• Total penerimaan</li> </ul>
3.	Pendapatan rumah tangga (total pendapatan isteri sebagai wanita pedagang dan anggota keluarga lain termasuk suami serta anggota lain)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendapatan wanita pedagang</li> <li>• Pendapatan anggota rumah tangga yang lain               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendapatan suami</li> <li>- Pendapatan anggota lain yang bekerja. seperti : adik, kakak, anak, ayah, ibu</li> </ul> </li> </ul>
4.	Kontribusi pendapatan (Persentase pendapatan wanita pedagang dalam rumah tangga)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendapatan wanita pedagang</li> <li>• Pendapatan anggota rumah tangga yang lain               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pendapatan suami</li> <li>- Pendapatan anggota lain yang bekerja. seperti : adik, kakak, anak, ayah, ibu</li> </ul> </li> <li>• Total pendapatan antara wanita pedagang dengan anggota rumah tangga lain</li> </ul>



## IV. METODE PENELITIAN

### 4.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya termasuk penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu variabel, gejala atau keadaan (Arikunto, 1990). Sedangkan analisis data kualitatif menurut Sugiyono (2008) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapang, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

### 4.2 Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian tentang persepsi perempuan (wanita pedagang) terhadap pembangunan Puspa Agro dan kontribusinya dalam pendapatan rumah tangga ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Pasar Induk Puspa Agro, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo, dengan pertimbangan pasar tersebut masih baru dan merupakan pasar induk agribisnis terbesar di Indonesia.

### 4.3 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dilakukan secara *snowball*. Dimana informan dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, diambil informan dengan pertimbangan bahwa informan tersebut mampu memberikan informasi dan pengetahuan mengenai objek yang diteliti sampai informasi yang diterima dianggap sudah cukup dan tidak bervariasi lagi, serta pertanyaan atas permasalahan yang dihadapi oleh penulis telah terjawab. Dalam penelitian ini informan wanita pedagang sebanyak 9 informan dan pihak pengelola Puspa Agro

terdiri dari pimpinan Bapel Puspa Agro, pengelola koperasi Puspa Agro serta *marketing* Puspa Agro sebagai *key informan*.

#### 4.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk penggalian informasi diperlukan beberapa data primer dan data sekunder. Alat-alat bantu yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ialah :

##### 1. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada informan untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya. Dalam penelitian ini, menerapkan *open-ended interview* dimana pertanyaan yang diajukan merupakan jenis pertanyaan terbuka yang jawabannya terbuka dan bebas merespon. Respon dapat berupa beberapa kata atau kalimat. Pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan seputar objek penelitian yaitu persepsi para wanita sebagai wanita pedagang dalam memandang pembangunan Puspa Agro, motivasi mereka untuk berdagang di Puspa Agro serta kontribusi mereka dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga. Dalam pelaksanaan metode wawancara ini digunakan pedoman wawancara sebagai acuan dalam penggalian informasi kepada informan.

##### 2. Observasi (*observation*)

Observasi adalah untuk mendapatkan data hasil pengamatan. Pengamatan dilakukan terhadap sesuatu keadaan, kondisi, situasi, kegiatan proses atau penampilan tingkah laku para wanita pedagang di Puspa Agro. Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan mengamati, melihat dan mencatat informasi yang diperoleh langsung dari pasar Puspa Agro.

##### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mendokumentasikan kondisi di Puspa Agro yang berkaitan dengan penelitian dengan dicetak maupun direkam sebagai bukti atau keterangan. Meliputi kegiatan yang dilakukan wanita pedagang serta kondisi di lapang. Dokumentasi juga dimaksudkan untuk mencari data mengenai hal atau



variabel yang berupa surat kabar yang menjelaskan seputar Puspa Agro seperti Jawa Pos serta tabloid yang diterbitkan oleh pengelola Puspa Agro.

Untuk memperoleh data sekunder yang *relevan* dengan objek penelitian diperlukan pula beberapa sumber terpercaya dalam hal ini misalnya pihak pengelola Puspa Agro. Data berupa dokumen-dokumen tentang profil Puspa Agro, keadaan umum lokasi, data pedagang dan data-data lain yang diperlukan sebagai pelengkap data primer dalam penelitian ini.

## 4.5. Teknik Analisis Data

### 4.5.1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, untuk menjawab tujuan pertama yaitu mendeskripsikan persepsi wanita pedagang terhadap Puspa Agro digunakan analisis deskriptif. Analisis data deskriptif yang digunakan adalah model Miles dan Huberman. Analisis data model ini dilakukan melalui beberapa langkah yakni reduksi data, display/ penyajian data serta mengambil kesimpulan lalu diverifikasi (Iskandar, 2009).

#### a. Reduksi data

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data penelitian mulai dari hasil observasi, wawancara atau data dari para wanita pedagang di Puspa Agro maupun data-data lain dari berbagai sumber dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Data yang telah direkam dalam bentuk catatan-catatan lapang ditafsirkan (diseleksi) untuk mendapatkan data relevan dengan fokus masalah penelitian yang dikaji yaitu persepsi dan pendapatan wanita pedagang. Proses reduksi data ini dilakukan dengan proses editing terlebih dahulu terhadap catatan lapang hasil observasi dan wawancara dengan wanita pedagang di Puspa Agro. Setelah itu, dilakukan tahap *coding* yaitu mengelompokkan data-data yang diperoleh menurut variabel yang diteliti yaitu persepsi dan tingkat pendapatan wanita pedagang dengan menggunakan kode. Setelah itu membaca ulang hasil reduksi data untuk kemudian menambahkan ide-ide atau pemikiran lain untuk melengkapi catatan yang ada.

b. Display data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk teks deskripsi, tabel, maupun grafik. Data-data yang diperoleh di analisis untuk disusun secara sistematis sehingga data dapat mudah untuk diubah dalam teks deskriptif tentang persepsi wanita pedagang terhadap pembangunan Puspa Agro. Pendeskripsikan data tersebut berdasarkan indikator persepsi yang telah ditentukan.

c. Verifikasi (mengambil kesimpulan)

Tahap analisis dilanjutkan dengan proses verifikasi atau pengambilan kesimpulan sementara. Pengambilan kesimpulan sementara ini masih dapat dilakukan uji kembali di lapang dengan cara merefleksikan kembali, pertukaran pemikiran maupun informasi dari beberapa sumber, triangulasi sehingga dapat dipedroleh keobjektivitasannya.



Gambar 2. Model teknik pengumpulan data dan analisis data secara interaktif  
 Sumber : Iskandar, 2009

**4.5.2. Analisis Gender**

Untuk menjawab tujuan kedua, yaitu mendeskripsikan peran produktif wanita sebagai pedagang di Puspa Agro diperlukan analisis gender metode Harvard untuk melihat peran gender dalam kegiatan perdagangan wanita pedagang di Puspa Agro. Teknik analisis gender ini didasarkan pada empat kriteria metode analisis Harvard, yaitu meliputi : analisis aspek aktivitas, analisis aspek akses, analisis aspek kontrol, analisis manfaat. Dimana aspek aktivitas menunjukkan kemampuan wanita pedagang untuk memperoleh kegiatan perdagangan di Puspa Agro. Aspek akses menunjukkan kemampuan wanita pedagang untuk memperoleh sumber daya untuk mendukung kegiatan perdagangan mereka di Puspa Agro. Aspek kontrol menunjukkan kemampuan



dari wanita pedagang untuk memperoleh kewenangan pengambilan keputusan dalam kegiatan perdagangan mereka di Puspa Agro. Sedangkan aspek manfaat kemampuan wanita pedagang untuk memperoleh dan mengelola hasil yang membawa kegunaan dari kegiatan perdagangannya di Puspa Agro.

#### 4.5.3. Analisis Pendapatan

Untuk mengetahui kontribusi para wanita pedagang, terlebih dahulu dilakukan perhitungan pendapatan. Pendapatan diperoleh dari total penerimaan yang kemudian dikurangi dengan total biaya. Data mengenai jumlah penerimaan dan biaya-biaya diperoleh langsung dari para informan kemudian dilakukan perhitungan  $\pi = TR - TC$  ius :

Dengan :

$\pi$  = pendapatan

TR = total penerimaan

TC = Total biaya

Untuk mengetahui kontribusi para wanita pedagang, dapat dilakukan dengan melakukan perhitungan data pendapatan yang telah diperoleh dari para informan dengan rumus sederhana. Menurut suratiyah (1994), kontribusi (sumbangan) pendapatan perempuan terhadap pendapatan rumah tangga dapat dihitung dengan menggunakan rumus  $\frac{\text{pendapatan perempuan}}{\text{pendapatan rumah tangga}} \times 100 \%$ . Persentase yang di dapat dari perhitungan tersebut menunjukkan berapa persen para wanita memberikan kontribusi terhadap pendapatan rumah tangga melalui pekerjaannya sebagai pedagang di pasar Puspa Agro.

## V. Gambaran Umum Daerah Penelitian

### 5.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

#### 5.1.1 Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis)

Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) merupakan pasar induk terintegrasi pertama di Indonesia yang dibangun diatas lahan seluas 50 hektar. Pasar induk ini terletak di Desa Jemundo yang berada pada ketinggian 5 meter dari permukaan laut dengan curah hujan rata-rata 1000 - 2000 mm/th. Pasar induk ini. Berjarak sekitar 12 km dari pusat kota Sidoarjo. Untuk mendukung jalur akses Puspa Agro, pihak pengelola akan melakukan pelebaran jalan dan membuka pintu tol di km22 jalur Surabaya-Malang. Dengan ini mobilitas perdagangan akan semakin lancar. Pengelolaan Puspa Agro dibawah PT Jatim Graha Utama. Dimana PT Jatim graha Utama sendiri merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang membawahi proyek pembangunan dan pengelolaan Puspa Agro Jatim.



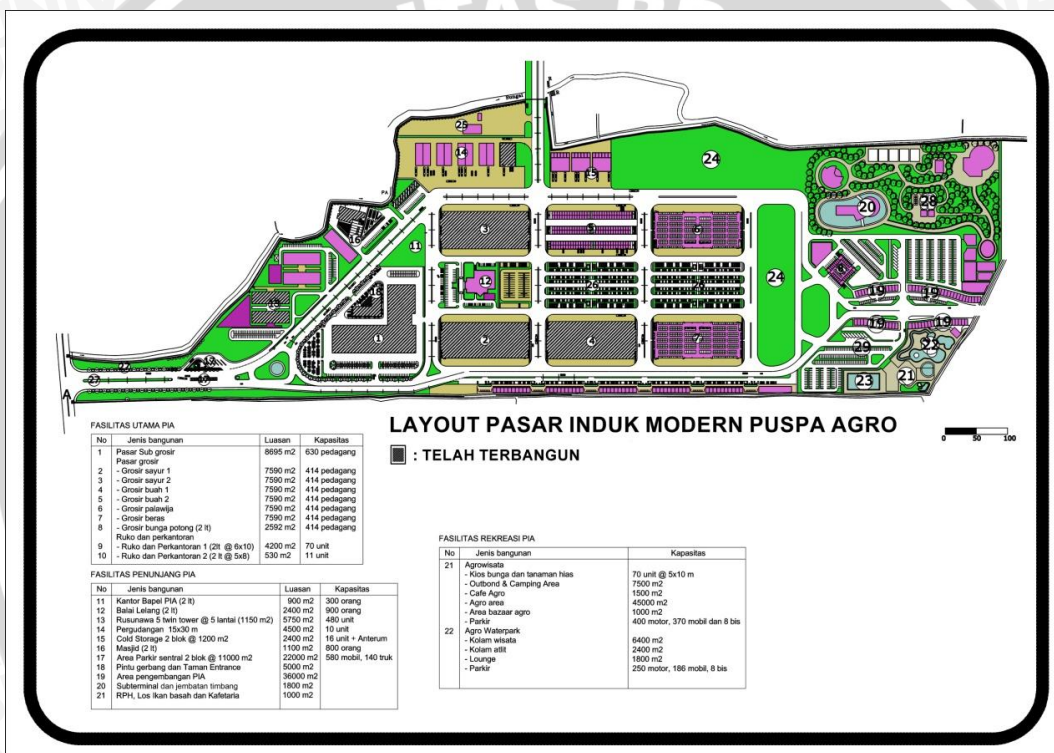
Gambar 3. Puspa Agro Jatim

Sumber : Puspa Agro, 2011

Puspa Agro didirikan pada tahun 2010 dengan tujuan mengubah pola pikir petani yang sederhana menjadi petani modern, mendidik petani memperbaiki mutu produksinya, meningkatkan nilai tambah & pendapatan petani, menciptakan



lapangan kerja baru, meningkatkan PAD jawa timur, meningkatkan devisa dari hasil export. Puspa Agro dibangun tidak hanya sebagai pasar induk. Berdasarkan prinsip pembangunannya, Puspa Agro sebagai pusat transaksi agro, sarana pendidikan serta sarana wisata. Jadi tidak hanya menjadi pusat perdagangan, hunian, serta logistik hasil bumi, namun pasar itu juga akan menjadi tempat pelatihan dan pendidikan bagi petani, generasi muda, maupun masyarakat umum. selain adanya pasar induk, puspa agro menyediakan beberapa fasilitas belajar seperti perpustakaan dan jaringan internet. Sedangkan untuk mendukung sarana wisata, pihak pengelola membangun *waterpark*.



Gambar 4. Denah Puspa Agro

Sumber : Puspa Agro, 2011

Pada gambar 4, dapat dilihat bahwa dalam mendukung kegiatan perdagangan agrobis, dibangun beberapa gedung. Tiap gedung disediakan secara khusus untuk komoditi tertentu. Ada grosir besar yang terdiri dari grosir buah, grosir beras, grosir palawija, grosir sayur dan grosir bunga. Selain itu disediakan pula sub grosir, kantor lelang puspa agro, pergudangan dan *cold storage*, ruko dan perkantoran. Untuk pembangunan pasar tahap I yaitu pada awal diresmikan hingga awal tahun 2011, diperuntukkan bagi pedagang kecil hingga grosir.

Memiliki 1.045 lapak yang 30 persen di antaranya diisi para petani dari 22 kabupaten di Jatim. Untuk pasar tahap II yang beroperasi pada awal 2011 berisi 4.000 lapak plus fasilitas *cold storage*, *chiller*, balai lelang, serta laboratorium uji kelayakan pangan.

Fasilitas-fasilitas tersebut disediakan juga untuk membantu meningkatkan pendapatan pedagang. Pihak pengelola Puspa Agro berharap beberapa fasilitas yang disediakan pada pembangunan tahap I secara tidak langsung juga membantu meningkatkan pendapatan pedagang yaitu dengan menarik pengunjung dengan adanya fasilitas seperti perpustakaan mini dan jaringan internet. Untuk saat ini (Puspa Agro tahap I) kondisi pasar dapat dikatakan tidak terlalu ramai, apalagi pada hari aktif bekerja. Untuk hari biasa kepadatan pasar dimulai pada pukul 2 siang hingga malam hari tetapi tidak seramai saat akhir pekan. Volume pengunjung memang melonjak saat memasuki akhir pekan atau hari libur. Jumlah pengunjung menjadi dua kali lipat dari hari biasa. Apalagi jika Puspa Agro mengadakan *event* pameran, acara Puspa Agro untuk stasiun televisi atau acara lainnya, jumlah pengunjung mencapai tiga kali lipat. Dengan berjalannya pembangunan fasilitas wisata untuk Puspa Agro tahap II diharapkan akan meningkatkan jumlah pengunjung dan akan berimbas pada peningkatan pendapatan pedagang.

Seperti pada umumnya pasar, Puspa Agro tidak membedakan lokasi berjualan wanita maupun pria. Semua disediakan dalam satu lokasi antara wanita pedagang dan pria pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan pemberian fasilitas antara pria dan wanita yang berarti Puspa Agro menghargai persamaan hak antara wanita pedagang dan pria pedagang.

## **5.2 Keadaan Pedagang Puspa Agro**

### **5.2.1 Komposisi Pedagang Menurut Jenis Kelamin**

Komposisi pedagang Puspa Agro Jawa Timur menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini. Dari komposisi dibawah ini dapat dilihat bahwa jumlah pria pedagang lebih banyak daripada wanita pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa minat pria pedagang untuk melakukan kegiatan perdagangan di Puspa Agro lebih tinggi daripada wanita pedagang.



Tabel 4. Komposisi Pedagang Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Pria (Orang)	Wanita (Orang)	Jumlah Total
<b>Jumlah</b>	<b>875</b>	<b>239</b>	<b>1.114</b>
Persentase (%)	78,20	21,36	100

Sumber: Puspa Agro, 2011

Tabel 4 menunjukkan bahwa komposisi pedagang Puspa Agro menurut jenis kelamin yaitu untuk pria 875 orang atau 78,20 % dan untuk wanita 239 orang atau 21,36 %. Artinya, sebanyak 239 wanita sadar akan pentingnya keikutsertaan dalam usaha meningkatkan pendapatan rumah tangga melalui peran produktifnya sebagai pedagang di Puspa Agro. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Julaiha sebagai berikut :

“Gaji suami saya nggak seberapa kan mbak. Ini mumpung baru di buka. Ya coba-coba sapa tau laris. Buat beli macem-macem mbak, buat bayar sekolah anak, buat beli beras”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa peran wanita sangat dibutuhkan dalam rumah tangga termasuk peran produktifnya sebagai pedagang, mengingat harga kebutuhan yang semakin meningkat. Sehingga sumber pendapatan tidak cukup hanya dengan dari suami saja.

### 5.2.2 Komposisi Pedagang Menurut Komoditas yang Dijual

Distribusi pedagang Puspa Agro berdasarkan komoditas yang dijual dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5. Komposisi Penduduk Menurut Komoditas yang dijual

Komoditas	Jumlah pedagang (Orang)	Persentase (%)
Sayur	269	24,15
Buah	165	14,81
Palawija	176	15,80
Ikan	57	5,12
Daging	47	4,22
Aneka produk	400	35,90
<b>Total</b>	<b>1.114</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Puspa Agro, 2011

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa komposisi pedagang berdasarkan komoditas yang dijual menunjukkan jumlah paling tinggi pada pedagang aneka produk yaitu sebanyak 400 pedagang atau 35,90% dari jumlah keseluruhan. Yang dimaksud pedagang aneka produk disini adalah para pedagang yang menjual berbagai komoditi seperti sayur, buah, produk olahan makanan, bumbu masak dan sebagainya. Pedagang banyak memilih untuk berjualan bermacam-macam produk karena dengan menjual produk yang bervariasi kerugian yang terjadi dapat diminimalisir. Jika satu produk tidak begitu laku dijual, produk lainnya dapat mendongkrak keuntungan dan menutupi kerugian produk yang kurang laku terjual.

Untuk golongan yang paling rendah adalah jumlah pedagang daging yaitu sebanyak 47 orang atau 4,22 % dari jumlah keseluruhan pedagang. Diikuti dengan jumlah pedagang ikan yang berjumlah hanya 57 orang atau 5,12%. Untuk produk pertanian seperti sayur terdapat sebanyak 269 pedagang yang berjualan di Puspa Agro atau sebanyak 24,15%. Sementara jumlah pedagang palawija menduduki jumlah pedagang produk pertanian terbanyak kedua yaitu 176 orang atau 15,80%. Jumlah pedagang buah lebih sedikit dari jumlah pedagang palawija dan pedagang sayur yaitu sebanyak 165 orang dengan presentase 14,81%. Hal ini menunjukkan bahwa di Jawa Timur, produksi hasil pertanian lebih tinggi daripada produksi hasil ternak.

Dari hasil pendataan diatas, dapat diketahui bahwa jumlah komoditas hasil pertanian merupakan produk yang lebih banyak dijual di Puspa Agro. Dan dapat diartikan bahwa Jawa Timur banyak menghasilkan komoditi pertanian dari pada hasil ternak. Potensi inilah yang akan menjadi sebuah peluang dimana Puspa Agro sebagai pasar induk yang menyediakan segala macam produk pertanian sekaligus meningkatkan perekonomian Jawa Timur sendiri.

Dari sekian banyak komoditas yang dijual, buah dan sayur merupakan komoditas yang banyak dijual oleh wanita. Dipilihnya buah dan sayur untuk dijual tersebut berdasarkan alasan-alasan tertentu. Misalnya saja Ibu Suci yang menjual sayur karena sebelumnya sudah memiliki *link* tengkulak dan petani sayur.



“Dulu waktu di Ponorogo saya jual sayur mbak. Di sini ya sekalian aja, kan tinggal bilang sama agennya yang dulu buat ngirim ke Sidoarjo. Jadi nggak usah repot-repot cari agen baru lagi”

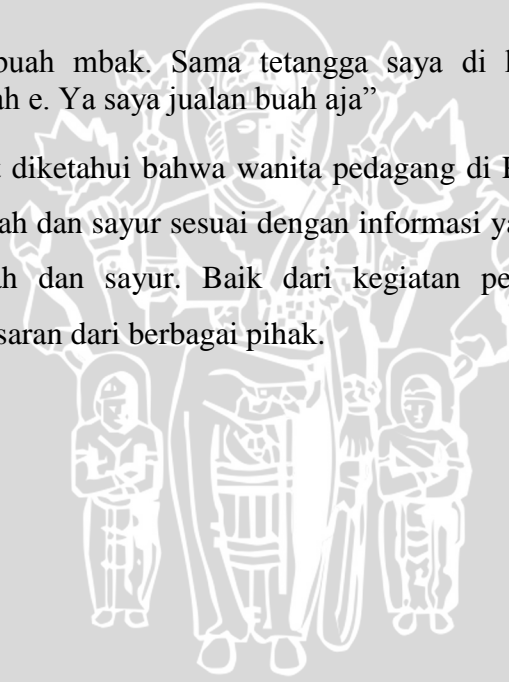
Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan komoditas untuk dijual disesuaikan dengan pengalaman sebelumnya menjadi pedagang dan jaringan pemasok yang telah dimiliki. Pernyataan senada diungkapkan Ibu Yuli yang menjadi pedagang buah sejak berada di Pasar Kebraon.

“ya sekalian mbak, dulu jualan buah. Males ganti agen. Udah enak”

Untuk para wanita pedagang yang baru berjualan, mereka memilih komoditas untuk dijual atas saran dari teman atau keluarganya. Seperti yang terjadi pada Ibu Juaiha melalui pernyataannya berikut ini:

“Saya jualan buah mbak. Sama tetangga saya di kasih tahu tengkulak e buah e. Ya saya jualan buah aja”

Sehingga dapat diketahui bahwa wanita pedagang di Puspa Agro banyak memilih komoditas buah dan sayur sesuai dengan informasi yang mereka ketahui tentang pemasok buah dan sayur. Baik dari kegiatan perdagangan mereka sebelumnya maupun saran dari berbagai pihak.



## VI. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 6.1 Karakteristik Informan

Penggambaran kerakteristik informan dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang kondisi informan secara umum di daerah penelitian. Data karakteristik informan ini disajikan dari hasil analisis data primer yang diperoleh lewat observasi lapang, teknik wawancara langsung serta dokumentasi.

Jumlah keseluruhan informan dalam penelitian ini adalah 9 informan yaitu wanita pedagang sayur maupun buah yang berjualan di Puspa Agro. Informan tersebut antara lain :

1. Ina (pedagang buah), wanita pedagang yang berasal dari Jombang. Pekerjaan sebelumnya sebagai pedagang buah pada salah satu pasar di Kabupaten Jombang. Mengetahui informasi tentang adanya Puspa Agro dari saudara (keponakan). Dan tertarik untuk berjualan di Puspa Agro karena ingin mencoba berdagang di pasar baru dengan harapan mengalami peningkatan dalam penjualan maupun pendapatannya.
2. Yunhailis (pedagang sayur), wanita pedagang asal Kecamatan Taman. Sebelum menjadi pedagang di Puspa Agro, beliau hanya ibu rumah tangga. Informasi mengenai Puspa Agro didapat dari kerabat suami. Tertarik menjadi pedagang di Puspa Agro untuk menambah penghasilan rumah tangga.
3. Julaiha (pedagang buah), wanita pedagang yang berasal dari Kecamatan Taman ini sebelumnya adalah seorang ibu rumah tangga. Informasi tentang Puspa Agro didapatnya dari sanak saudara. Motivasi beliau berdagang untuk pertama kalinya di Puspa Agro ini untuk menambah penghasilan rumah tangga.
4. Yuli astuti (pedagang buah), wanita pedagang asal Karang pilang-Sidoarjo. Sebelum menjadi pedagang di Puspa Agro, beliau telah menjadi pedagang di Pasar Kartika Niaga Kebraon. Di Puspa Agro ini, Ibu Yuli mencoba peruntungan untuk menambah pemasukannya.
5. Umi (pedagang sayur), wanita pedagang yang berasal dari Batu-Malang. Sebelumnya beliau berjualan di Pasar Karang Ploso-Malang. Untuk

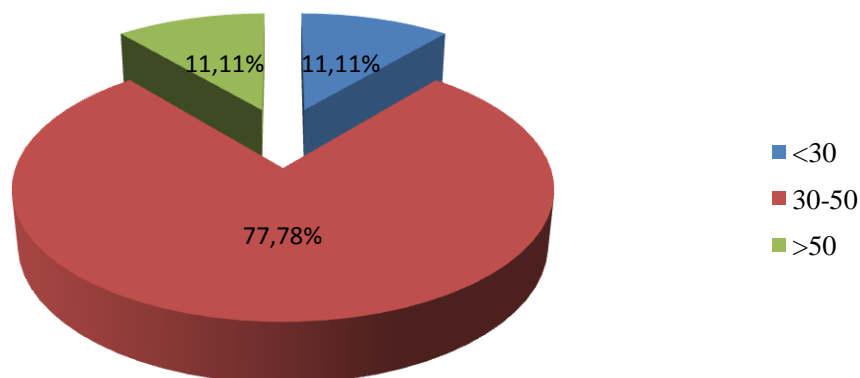


- mengembangkan usaha penjualan sayurnya, beliau memutuskan untuk berdagang di Puspa Agro.
6. Suci (pedagang sayur), wanita pedagang asal Kabupaten Ponorogo. Sebelum berjualan di Puspa Agro, beliau berjualan di salah satu pasar tradisional di Ponorogo. Memutuskan berpindah berjualan di Puspa Agro untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Informasi mengenai Puspa Agro didapat dari keponakannya sendiri.
  7. Siti kotima (pedagang buah), wanita pedagang asal Desa Sukodono. Sebelum memutuskan untuk berjualan di Puspa Agro, bekerja di pabrik Maspion. Ibu siti kotima bekerja sebagai pedagang di Puspa Agro atas saran dari tetangganya.
  8. Mimi (pedagang buah), wanita pedagang asal Driyorejo. Sebelumnya ibu bekerja sebagai penjual nasi di rumahnya dengan membuka sebuah warung. Untuk memperbaiki perekonomian, ibu mencoba peruntungan sebagai pedagang buah di Puspa Agro. Ibu mendapat informasi tentang Puspa Agro dari saudaranya.
  9. Hari Purwanto (pedagang buah), wanita pedagang yang berasal dari Sidoarjo. Sebelum menjadi pedagang di Puspa Agro, beliau tercatat sebagai pegawai negeri di Departemen Kesehatan Kabupaten Sidoarjo. Informasi mengenai Puspa Agro didapatnya dari kerabat dekat. Berjualan di Puspa Agro untuk mengisi waktu luang setelah mendapat pensiun beberapa bulan sebelum berjualan di Puspa Agro.

### **6.1.1 Karakteristik Informan Menurut Usia**

Secara umum usia merupakan salah satu faktor yang mempunyai keterkaitan erat terhadap individu dalam hal pengalaman berdagang maupun kemampuan untuk menyerap pengetahuan berdagang serta beraktivitas sesuai dengan status yang disandang di lingkup keluarga maupun lingkup masyarakat. Sesuai dengan penerapannya masing-masing, maka di bawah ini dapat dilihat karakteristik informan menurut usia yang cukup bervariasi.

## Karakteristik Informan Menurut Usia



Gambar 5. Karakteristik Informan Menurut Usia

Sumber : Data primer, 2011

Berdasarkan gambar 5 di atas jumlah informan yang berusia di bawah 30 tahun berjumlah 1 orang atau sebesar 11,11%. Sedikitnya pedagang yang berusia di bawah 30 tahun ini dikarenakan pedagang di usia muda cenderung memilih tempat-tempat hiburan seperti alun-alun atau membuka kios di luar pasar yang mereka anggap sebagai tempat yang tidak membosankan. Untuk tingkat usia 30-50 tahun, jumlah informan sebanyak 7 orang atau 77,78% dari jumlah keseluruhan informan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari informan berusia 30-50 tahun yang merupakan usia produktif. Pada usia produktif, wanita pedagang akan mencoba hal-hal baru yang dapat meningkatkan pendapatan mereka terutama di tempat-tempat yang dirasa memiliki potensi jumlah pembeli yang banyak seperti di pasar. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Ibu Suci berusia 46 tahun yang termasuk dalam usia produktif berikut ini :

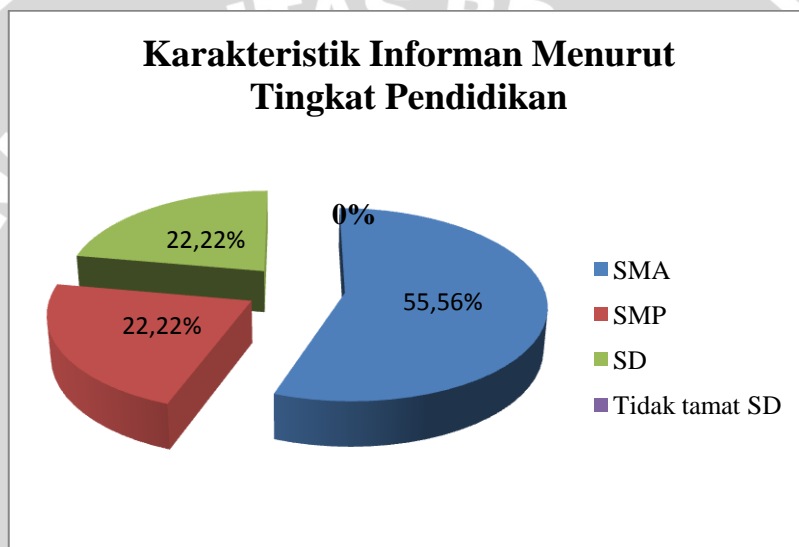
“Pengen coba-coba mbak, barangkali di tempat baru bisa tambah laris. Mumpung masih kuat dagang di luar kota ”

Oleh karena itu, pada tingkat usia ini jumlah wanita pedagang di Puspa Agro menunjukkan persentase yang paling tinggi. Jumlah wanita pedagang pada tingkat usia di atas 50 tahun tidak sebanyak jumlah wanita pedagang usia produktif (30-50 tahun) karena wanita pedagang berusia lanjut lebih memilih berdagang dirumah atau tempat yang dekat dari rumah mengingat keterbatasan mobilitas pada wanita usia lanjut.



### 6.1.2 Karakteristik Informan Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan informan adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan daya pikirnya dalam menerima serta menganalisis suatu informasi, menangani suatu pekerjaan dan menyikapi maupun mengambil solusi terhadap segala suatu pekerjaan dan menyikapi maupun mengambil solusi terhadap segala permasalahan yang tengah dihadapinya. Semakin tinggi tingkat pendidikan informan, maka tingkat kemampuannya dalam hal-hal yang telah disebutkan di atas akan semakin tinggi/baik pula, dan sebaliknya semakin rendah tingkat pendidikan informan maka akan semakin rendah pula kemampuannya.



Gambar 6. Karakteristik Informan Menurut Tingkat Pendidikan

Sumber : Data primer, 2011

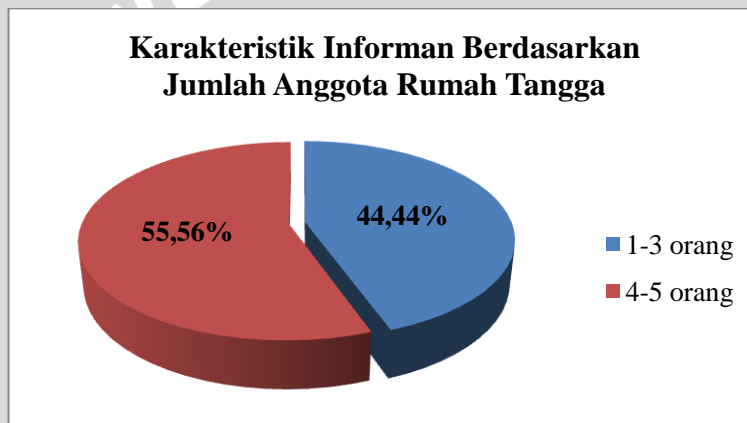
Gambar 6 menunjukkan bahwa jumlah informan yang tingkat pendidikannya hingga ke jenjang SMA sebanyak 5 orang dengan persentase 55,56%. Untuk informan yang menyelesaikan pendidikannya hingga ke jenjang SMP sebanyak 2 orang dengan persentase 22,22% dari jumlah keseluruhan. Sedangkan informan yang tingkat pendidikannya hanya tamatan SD sebanyak 2 orang atau 22,22%.

Bila dicermati lebih lanjut, tidak ada informan yang belum pernah mengenyam pendidikan formal. Dan pendidikan yang pernah diselesaikan oleh mayoritas informan (wanita pedagang) adalah SMA (Sekolah Menengah Atas). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa karakteristik informan menurut tingkat

pendidikan tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar informan masih memiliki kesadaran akan pentingnya pendidikan. Dengan begitu akan lebih mudah dalam penyerapan informasi yang akan membentuk persepsi mereka.

### 6.1.3 Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Rumah Tangga (ART)

Rumah tangga merupakan kelompok orang-orang yang bertempat tinggal bersama dan membentuk unit rumah tangga sendiri (Khoiruddin, 1985). Jumlah anggota dalam suatu rumah tangga akan mempengaruhi aktivitas serta jumlah kebutuhan yang dikeluarkan. Semakin besar jumlah tanggungan anggota rumah tangga semakin besar pula kebutuhan hidupnya, maka biaya pengeluaran dalam memenuhi kebutuhan itu juga semakin besar pula.



Gambar 7. Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Rumah Tangga  
Sumber : Data primer, 2011

Dari gambar 7 di atas, maka dapat diketahui bahwa informan dengan anggota rumah tangga sebanyak 1-3 orang ada 4 informan dengan persentase 44,44% dari jumlah keseluruhan dan yang memiliki jumlah anggota rumah tangga sebanyak 4-6 orang ada 5 informan dengan persentase 55,56%. Banyaknya anggota rumah tangga informan dengan jumlah anggota rumah tangga 4-6 orang selain dalam satu keluarga tersebut memiliki anak lebih dari 3 orang bahkan hingga sampai empat orang, terdapat juga informan yang masih tinggal bersama orang tua ataupun saudara dan keponakannya. Sehingga jumlah anggota keluarga membludak dan membutuhkan beberapa anggota yang produktif untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Untuk jumlah anggota keluarga yang berjumlah 1-3 orang, hanya terdapat suami, istri serta seorang anak. Tetapi tidak dipungkiri



terdapat informan yang komposisi rumah tangganya terdiri hanya seorang orang tua yakni Ibu dengan anaknya.

#### 6.1.4 Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Rumah Tangga Yang Bekerja (ARTB)

Jumlah anggota rumah tangga yang bekerja akan berpengaruh pada tinggi rendahnya keaktifan atau kinerja seseorang untuk memperoleh suatu hasil kerja. Semakin banyak anggota rumah tangga yang bekerja, maka beban akan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup sedikit ringan, maka aktivitas kerja wanita pedagang sebagai informan akan lebih kecil (lebih santai).



Gambar 8. Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Anggota Rumah Tangga yang Bekerja

Sumber : Data primer, 2011

Pada gambar 8 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah anggota rumah tangga informan yang bekerja sebanyak 1-3 orang sejumlah 8 informan dengan presentasi 88,89%. Sedangkan jumlah anggota rumah tangga informan yang bekerja sebanyak 4-6 orang hanya 1 informan saja atau 11,11%. Jika diamati kaitan gambar 8 dengan karakteristik informan berdasarkan jumlah anggota rumah tangga pada gambar 7, dapat diketahui bahwa sebanyak 4 informan yang memiliki jumlah anggota rumah tangga sebanyak 4-6 orang tetapi jumlah anggota rumah tangga yang bekerja hanya 1-3 orang. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa informan masih belum mampu mengatur banyaknya anggota rumah tangga mereka agar tidak terjadi ketimpangan antara jumlah anggota rumah tangga dengan jumlah anggota rumah tangga yang bekerja. Sehingga nantinya akan berpengaruh pula terhadap besarnya biaya yang mampu mereka keluarkan untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari setiap anggota rumah tangga. Dan akan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memanfaatkan fasilitas dan mengambil keputusan dalam kegiatan perdagangan mereka serta kinerja mereka.

## **6.2 Profil Puspa Agro**

### **6.2.1 Latar Belakang Dibangunnya Puspa Agro**

Pasar induk Puspa Agro sebagai pasar induk terbesar se-Indonesia didirikan di atas lahan seluas 50 hektar. Pembangunan pasar induk ini dilatarbelakangi oleh kondisi perekonomian jatim. Dimana kontribusi perekonomian (terhadap PDRB) Jawa Timur paling tinggi pada sektor perdagangan, hotel dan restoran yaitu sebesar 29,36% atau Rp 50,664 triliun. Sedangkan penyerapan tenaga kerja paling tinggi terdapat pada sektor pertanian, kehutanan, peternakan dan perikanan yaitu sebesar 8,5 juta orang atau 44,80%. Berdasarkan fakta-fakta tersebut, maka pemerintah provinsi Jawa Timur mencoba meningkatkan perekonomian Jawa Timur dengan memanfaatkan bidang pekerjaan yang banyak digeluti oleh masyarakat yaitu dari sektor pertanian, kehutanan, peternakan dan perikanan serta memanfaatkan sektor yang memberikan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) paling tinggi di Jawa Timur. Upaya tersebut diwujudkan dengan membangun pasar induk terintegrasi yang bertumpu pada sektor perdagangan dan sektor pertanian. Pengembangan perdagangan produk pertanian dinilai akan membawa perekonomian Jawa Timur kearah yang positif. Selain itu, sektor pariwisata juga menjadi target dalam pengembangan Puspa Agro menjadi pasar induk yang dapat memberi kontribusi terhadap peningkatan ekonomi Jawa Timur secara efektif dan efisien. Ikut dikembangkannya sektor pariwisata Jawa Timur melalui Puspa Agro ini didasarkan pada beberapa fakta aktual seperti masih banyaknya penduduk surabaya yang berakhir pekan ke kota malang dan sekitarnya dan masih banyaknya tempat wisata di sidoarjo yang belum di optimalkan (tradisional).

### **6.2.2 Visi, Misi dan Sasaran Puspa Agro**

Visi merupakan suatu pandangan jauh kedepan tentang perusahaan, sasaran - sasaran perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang (Aditya, 2010). Maka dari itu, visi sangat



diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan atau suatu program. Visi Puspa Agro ialah “Membangun pertanian modern yang berbudaya industri dalam rangka membangun industri pertanian yang berbasis pedesaan“. PT Jatim Graha Utama yang ditunjuk oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur sebagai pengelola Puspa Agro mencoba memberikan warna baru dalam usaha meningkatkan perekonomian dengan memodernkan pasar tradisional. Upaya-upaya tersebut diwujudkan dalam disediakannya beberapa inovasi-inovasi yang menunjang kegiatan perdagangan dan akan membantu kinerja baik petani maupun pedagang.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan Visi. Misi perusahaan adalah tujuan dan alasan mengapa perusahaan itu ada. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan proses pencapaian tujuan (Aditya, 2010). Berikut adalah beberapa misi Puspa Agro dalam mewujudkan pertanian Jawa Timur yang modern dan berbudaya industri, antara lain :

- pendekatan agribisnis,
- pemanfaatan sumber daya pertanian secara optimal,
- peningkatan aktivitas ekonomi pedesaan,
- menciptakan kondisi yang menjamin pembangunan pertanian berkelanjutan

Sasaran dibuat untuk memfokuskan apa yang menjadi tujuan utama. Agar arah dalam mencapai tujuan itu jelas dan tepat. Dalam hal ini, sasaran Puspa Agro adalah sebagai berikut :

- Mengubah pola pikir petani yang sederhana menjadi petani modern
- Mendidik petani memperbaiki mutu produksinya
- Meningkatkan nilai tambah dan pendapatan petani
- Menciptakan lapangan kerja baru
- Meningkatkan PAD Jawa Timur
- Meningkatkan Devisa dari hasil Export

### 6.2.3 Konsep Puspa Agro

Dibukanya Puspa Agro sebagai pasar induk yang inovatif sekaligus diterapkannya konsep tiga pilar (*three in one*) yaitu Puspa Agro sebagai sentra dagang (transaksi) komoditas agro, pendidikan agrobis, serta pusat wisata agro

dan pusat wisata keluarga. Puspa Agro sebagai sentra dagang komoditas agro menyukseskan pasar induk yang nyaman dan inovatif dari segi fasilitas yang diwujudkan dalam pengkhususan loss sesuai dengan komoditas yang dijual sehingga konsumen dapat lebih mudah mencari produk apa yang mereka butuhkan. Selain itu inovasi yang diberikan dalam hal sistem distribusinya. Untuk konsep kedua yaitu pendidikan agrobis. Untuk mendukung konsep pendidikan agrobis, Puspa Agro menyediakan dua buah perpustakaan mini sekaligus serta penyediaan jaringan internet. Dengan fasilitas ini, masyarakat dapat menambah pengetahuan mereka sambil berbelanja di pasar Puspa Aro. Konsep ketiga yang diterapkan Puspa Agro adalah pusat wisata agro dan pusat wisata keluarga. Salah satu upaya untuk mewujudkan Puspa Agro sebagai pusat wisata agro dan keluarga, pihak pengelola menyediakan kebun bunga didalam sebuah *green house*. Selain untuk dijual, kebun bunga tersebut dapat memberi penyegaran kembali terhadap pikiran yang jenuh dengan melihat bunga-bunga yang cantik.

Dalam mewujudkan sistem perdagangan pertanian yang lebih modern, aspek yang harus diperbarui adalah sistem pemasarannya. Secara tradisional sistem pemasaran dalam sebuah perdagangan hasil pertanian yang masih banyak ditemui di beberapa pasar adalah rantai distribusi produk dari petani ke para pedagang harus melalui tengkulak, baru sampai di tangan konsumen akhir. Fenomena ini tentu saja akan membuat kerugian untuk beberapa pihak. Pada petani misalnya, petani yang menjual hasil panennya kepada tengkulak biasanya akan dibeli dengan harga rendah untuk dijual kepada para pedagang dengan harga yang lebih tinggi. Tidak hanya pihak petani saja yang dirugikan atas hal ini, melainkan para pedagang maupun konsumen akhirpun juga terkena imbasnya. Konsumen akhir akan mendapat harga yang lebih mahal daripada harga yang sesungguhnya. Begitu pula dengan pedagang, pedagang juga akan mengeluarkan biaya yang lebih mahal untuk memasok produk mereka sehingga modal yang dibutuhkan untuk berdagang juga lebih banyak.

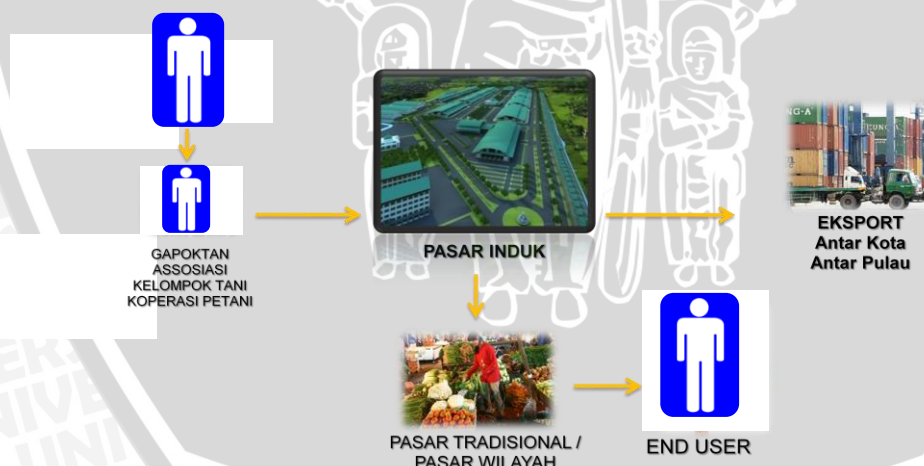




Gambar 9. Rantai distribusi dengan tengkulak

Sumber : Puspa Agro, 2011

Mengingat hal itu, Puspa Agro menerapkan prinsip *efficiency* yang ditujukan pada sistem distribusi pemasarannya yaitu dengan memotong rantai distribusinya sehingga lebih pendek. Pada prinsipnya, sistem distribusi yang pendek nilai margin pemasarannya akan lebih kecil sehingga produk yang dijual akan lebih murah dan akan menguntungkan pula untuk petani karena keuntungan terbanyak ada pada petani dengan memberikan harga yang tinggi pada hasil panennya. Pemotongan rantai distribusi ini dilakukan pada elemen yang dinilai menimbulkan kerugian. Dalam hal ini adalah tengkulak. Jadi, petani (sebagai produsen) melalui gapoktan akan langsung mendistribusikan hasil pertaniannya ke pasar induk Puspa Agro.



Gambar 10. Rantai distribusi tanpa tengkulak

Sumber : Puspa Agro, 2011

Buku merupakan cendela dunia. Melalui buku, masyarakat dapat mengetahui segala hal yang terdapat di dunia ini yang akan membantu dalam kehidupan. Agrobis misalnya, dengan mempelajari tentang agrobis masyarakat dapat memanfaatkan hasil pertanian (tanaman) untuk memperbaiki perekonomian

mereka. Pengadaan Perpustakaan mini dan jaringan internet sekaligus mendukung konsep Puspa Agro sebagai pasar dengan pendidikan agrobis. Buku-buku tentang agrobis disediakan untuk menunjang terlaksananya konsep pendidikan di Puspa Agro ini. Dengan ini Puspa Agro tidak hanya memberi pelayanan publik dalam transaksi perdagangan saja melainkan juga berkontribusi untuk mencerdaskan masyarakat.

Minimnya tempat wisata di Sidoarjo, PT Jatim Graha Utama melalui Mengingat Puspa Agro menyuguhkan wisata belanja agro serta wisata keluarga. Variasi produk pertanian yang dijual mulai dari bermacam-macam buah-buahan, sayuran, bunga dirasa mampu memberi penyegaran pada masyarakat terutama yang gemar berbelanja. Selain itu, *green house* juga disediakan untuk menjual bunga-bunga sekaligus sebagai tempat untuk *refreshing*. *Water park* juga dibangun untuk mewujudkan wisata keluarga di areal Puspa Agro. Tetapi untuk pembangunan *water park* akan direalisasikan setelah pasar tahap II tuntas.

#### 6.2.4 Kegiatan Promosi

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, perlu dilakukan pendekatan kepada para *stakeholder* atau pelaku ekonomi. Dalam hal ini pelaku ekonomi yang dimaksud terdiri dari petani, pedagang serta konsumen. Kegiatan yang dilakukan untuk mendukung hal tersebut diantaranya adalah kegiatan promosi. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Berdasarkan pengertian ini maka promosi merupakan aktivitas komunikasi yang berasal dari informasi yang tepat (Laksana, 2008). Bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Jatim Graha Utama sebagai pengelola Puspa Agro diantaranya melalui media cetak serta media elektronik. Media cetak yang menjadi perantara untuk penyaluran informasi tentang Puspa Agro diantaranya adalah Koran Jawa Pos, brosur Puspa Agro, tabloid Puspa Agro, serta selebaran yang dibagikan kepada para pedagang di pasar-pasar tradisional di beberapa daerah. Seperti dalam pernyataan Ibu Khotima yang sebelumnya berjualan di Pasar Keputran :



“Dulu tahunya ya dari selebaran pas masih jualan di pasar keputran mbak, itu dikasih formulir sapa yang mau daftar suruh ngisi, itu semua pedagang ditawari kok mbak. Ya saya coba aja siapa tahu lebih laris. Itung itung nambah pelanggan gitu lo mbak”

Selain melalui media cetak, promosi dilakukan melalui media elektronik seperti televisi (JTV) dan radio. Melalui stasiun TV lokal JTV, promosi dilakukan pada acara berita pojok kampung, B-cak (Berita Kocak) dan beberapa program lainnya untuk menarik minat para konsumen serta pedagang yang ingin berjualan di Puspa Agro. Mengingat masyarakat lebih tertarik dengan informasi yang sifatnya audio visual, maka promosi melalui media televisi ini dinilai lebih efektif. Sehingga masyarakat dapat melihat dan merasakan kondisi riil Puspa Agro melalui indera penglihat dan indera pendengar mereka dan akan menimbulkan ketertarikan untuk berkunjung maupun berdagang di Puspa Agro.

Hal ini berbeda dengan kegiatan promosi yang dilakukan untuk menarik minat petani sebagai produsen. Kegiatan promosi untuk petani dilakukan langsung ke daerah petani yang dituju. Pemerintah provinsi Jawa Timur bekerjasama dengan Disperindag, Dinas pertanian serta PT Jatim Graha mendatangi beberapa Gapoktan di beberapa daerah di Jawa Timur seperti Malang, Jombang, Jember, Nganjuk, Kediri, dll. Dalam kegiatan itu petani diajak untuk menjual hasil panen mereka ke Puspa Agro dengan prinsip yang disarankan oleh Puspa Agro yaitu memotong rantai distribusi dengan menyalurkan hasil panen mereka langsung kepada pedagang, tanpa melalui tengkulak. Dengan ini para petani akan merasa terbantu dalam meningkatkan keuntungan mereka. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Bapak Tossy sebagai marketing PT Jatim Graha selaku pengelola Puspa Agro :

”Promosi dilakukan di tiap daerah di Jawa Timur, untuk sementara ini kita sudah ke Malang, Jombang, Jember, Nganjuk, Kediri, dll. Jadi kita bekerjasama dengan Pemprov Jatim, disperindag dan disperta setempat untuk mengumpulkan Gapoktan. Promosi dilakukan dengan mengumpulkan para petani ya melalui Gapoktan itu. Di sana kita menjelaskan bagaimana sistem distribusi yang disarankan Puspa Agro dan lain lain...”

Dengan promosi langsung ke Gapoktan, petani dapat mengetahui informasi tersebut secara jelas dan tertarik untuk bergabung bersama Puspa Agro dalam hal distribusi hasil panen mereka, karena dengan mendistribusikan langsung ke pedagang maka rantai distribusi akan lebih pendek dan petani akan mendapat keuntungan lebih.

### **6.3 Persepsi Wanita Pedagang Terhadap Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis)**

Menurut Theodorson (1979), persepsi merupakan proses yang dilakukan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan rangsangan pada situasi tertentu yang dipengaruhi oleh proses belajar, aktivitas sehari-hari, pengalaman, kebutuhan, dan lain-lain. Persepsi dapat diartikan pula sebagai pandangan tentang sebuah informasi. Persepsi timbul akibat adanya stimuli atau rangsangan berupa kegiatan promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan Puspa Agro sebagai pasar induk baru yang inovatif melalui kegiatan promosi.

Dalam era globalisasi seperti saat ini wanita tidak lagi dinilai melalui peran domestik (peran reproduktif) atau peran sosial saja tetapi juga peran produktifnya. Dimana mereka memanfaatkan peran produktifnya dengan bekerja. Tidak hanya untuk membantu perekonomian tetapi juga untuk meningkatkan status sosial. Telah menjadi fenomena sosial bahwa mayoritas pedagang pada pasar tradisional adalah wanita. Wanita cenderung memilih pekerjaan sebagai pedagang karena sektor perdagangan tidak membutuhkan syarat khusus untuk bergelut didalamnya untuk membantu meningkatkan perekonomian rumah tangga.

Puspa Agro sebagai pasar induk yang inovatif memberikan beberapa inovasi-inovasi yang tentu saja menguntungkan untuk pedagang. Inovasi yang diberikan berupa perpustakaan mini, jaringan internet, peralatan pendukung, layanan perbankan, serta strategi pemasaran yang efisien. Fasilitas-fasilitas yang inovatif tersebut disediakan untuk mendukung kegiatan perdagangan para pedagang. Mengingat bahwa Puspa Agro merupakan pasar yang terbilang baru, maka penelitian ini akan mendeskripsikan tentang bagaimana persepsi wanita pedagang terhadap sesuatu yang dianggap baru yang mereka hadapi dalam menjalankan peran produktif mereka yaitu pasar induk Puspa Agro. Dimana



dalam penelitian ini akan mengkaji pandangan-pandangan wanita pedagang mengenai inovasi yang disediakan Puspa Agro seperti perpustakaan mini, jaringan internet, peralatan pendukung, layanan perbankan dan strategi pemasaran. Pendeskripsian pandangan wanita pedagang tentang Puspa Agro ini ditinjau dari sifat-sifat inovasi seperti keuntungan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kemudahan (*complexity*), dapat diamati (*observability*). Dalam pembentukan persepsi-persepsi mengenai inovasi-inovasi tersebut tentu melalui proses pembentukan persepsi yang dimulai dengan proses penerimaan rangsang, proses penyeleksian rangsang dan proses penafsiran (interpretasi).

### 6.3.1 Perpustakaan Mini

#### 6.3.1.1 Proses Persepsi

##### 1. Penerimaan rangsang (informasi)

Awal terbentuknya persepsi dimulai dari proses penerimaan rangsangan. Dalam mempersepsikan perpustakaan mini Puspa Agro, informasi diterima melalui suatu aktivitas yang memanfaatkan panca indera seperti indera pendengaran serta indera penglihatan sebagai media penerimaan rangsangan informasi. Dalam menerima informasi berkaitan dengan perpustakaan mini Puspa Agro, wanita pedagang melihat secara langsung objek yang akan diinterpretasikan. Wanita pedagang melihat dan mengamati lingkungan sekitarnya seperti keberadaan perpustakaan mini dan segala sesuatu yang berkaitan dengan perpustakaan mini. Hal ini diperkuat dengan argumen Ibu Ina berikut ini:

“Ya tahu mbak kalau ada perpustakaan. Kalau masuk tempat ini kan mesti lewat. Tempatnya pas depan stan saya pisan. Jadi ya mesti tahu”

Selain dilihat, wanita pedagang menerima data informasi mengenai perpustakaan mini melalui indera pendengaran. Mereka mendengar informasi tersebut dari berbagai sumber yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap perpustakaan mini. Misalnya saja seperti yang terjadi pada Ibu Khotima melalui pernyataannya berikut ini:

“Ya tahu dari orang-orang kalau dipojokan situ buat perpustakaan. Katanya di sini sama di grosir besar situ mbak”

Dalam hal ini, sumber yang di maksud adalah pedagang lain. Dimana dengan kesamaan profesi akan lebih mudah baik dalam proses penyampaian informasi `serta penerimaan informasi. Penyampaian informasi mengenai perpustakaan mini dari pedagang satu ke pedagang lain lebih mudah karena kedudukan mereka yang sama dan kedekatan emosional akan membuat data informasi lebih ditanggapi sehingga nantinya akan mempengaruhi persepsinya terhadap perpustakaan mini.

## 2. Penyeleksian rangsangan

Setelah melalui proses penerimaan input, selanjutnya proses penyeleksian. Proses penyeleksian input-input yang diterima mengenai perpustakaan mini ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membentuk persepsi. Seperti faktor minat dan kebutuhan. Dalam proses ini wanita pedagang mulai menimbang-nimbang apakah yang akan diinterpretasikan sehubungan dengan rangsangan berupa input yang diterimanya tersebut. Wanita pedagang melakukan proses seleksi berdasarkan kebutuhannya dan minatnya untuk membaca di perustakaan mini. Mereka menerima informasi mengenai perpustakaan mini kemudian mempertimbangkan apakah mereka akan mendapat manfaat dengan menggunakannya dan apakah adanya perpustakaan ini sesuai dengan kebutuhannya. Bentuk seleksi dapat dilihat dari pernyataan Ibu Umi berikut ini :

“Denger ada perpustakaan ya saya biasa-biasa aja mbak. Mending saya jualan aja wes mbak daripada ke perpunya”

Dari pernyataan di atas, diketahui bahwa setelah penerimaan rangsang berupa suara yang terkait dengan perpustakaan, informan melakukan proses seleksi rangsang berdasarkan kebutuhannya sebagai bahan pertimbangan bahwa lebih penting memenuhi kebutuhan ekonomi daripada kebutuhan akan ilmu pengetahuan.

## 3. Penafsiran rangsangan

Proses penafsiran merupakan proses terakhir yang akan membentuk persepsi. Proses ini dilakukan setelah proses seleksi berlangsung. Dalam proses seleksi akan dipilih input apa saja yang membentuk persepsi. Hasil seleksi



rangsang yang berkaitan dengan perpustakaan mini seperti manfaatnya, letaknya, serta prosedurnya akan ditafsirkan oleh para wanita pedagang menjadi sebuah persepsi. Persepsi yang dihasilkan pun bervariasi. Berdasarkan hasil seleksi rangsang, rangsangan yang diterima tersebut ditafsirkan berdasarkan nilai dan norma yang dimiliki oleh wanita pedagang tersebut yang kemudian memberikan evaluasi emosional berupa tanggapan positif atau negatif tentang perpustakaan mini tersebut. Tanggapan positif maupun negatif yang dibentuk tersebut diuraikan berdasarkan sifat-sifat inovasi dari perpustakaan mini sebagai berikut :

a. Keuntungan Relatif (*Relative Advantages*)

Setiap fasilitas yang disediakan oleh Puspa Agro memiliki keuntungan atau manfaat yang berbeda-beda. Perpustakaan mini misalnya, dibangunnya dua perpustakaan yang masing-masing disponsori oleh Bank Indonesia dan PT Telkom ini menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari wanita pedagang satu ke wanita pedagang lain. Tidak sedikit wanita pedagang yang menganggap perpustakaan yang disediakan tersebut kurang bermanfaat untuk pedagang, hanya membuang-buang waktu jika harus membaca. Mereka menilai perpustakaan tersebut lebih bermanfaat untuk pengunjung. Sehingga mayoritas wanita pedagang tidak pernah memanfaatkan fasilitas ini, karena mereka lebih memanfaatkan waktu untuk menjaga stan dan melakukan kegiatan perdagangan mereka. Seperti komentar yang diungkapkan oleh Ibu Julaiha berikut ini :

“Nggak sempet mbak ke perpustakaan. Ngurusin ini aja udah repot”

Seperti perpustakaan pada umumnya, perpustakaan mini Puspa Agro menyediakan buku pengetahuan mulai dari pengetahuan umum hingga buku tentang agrobisnis. Beberapa wanita pedagang menanggapi positif keberadaan perpustakaan yang berada di loss subgrosir dan loss grosir besar sayur tersebut. Mereka sangat antusias memanfaatkan fasilitas yang disediakan ini untuk menambah pengetahuan mereka demi mendukung kegiatan perdagangan. Dengan memanfaatkan buku-buku yang disediakan, para wanita pedagang dapat memperkaya pengetahuan mereka tentang komoditas yang mereka jual. Salah satunya adalah Ibu Yuli melalui pernyataan berikut ini :

“Ya pernah makek mbak, buat ngisi-ngisi waktu luang kalau lagi sepi. Baca-baca buku tentang buah-buahan yang saya jual khasiatnya apa aja, buat nambah nambah ilmu”

Selain Ibu Yuli yang berpendapat bahwa perpustakaan tersebut bagus untuk menambah pengetahuannya, wanita pedagang lain juga menilai bahwa perpustakaan ini dapat memberi sebuah penyegaran. Perpustakaan ini dirasa memiliki manfaat tersendiri salah satunya sebagai bahan hiburan untuk mengusir rasa jenuh sembari menunggu pembeli. Buku-buku yang disediakan di perpustakaan mini tidak hanya semata buku pengetahuan tentang agrobis saja, melainkan juga buku cerita untuk hiburan. Seperti yang diutarakan oleh Ibu ina sebagai berikut :

“Ya,kadang-kadang mbak ke sana. Baca-baca buku cerita lucu, lumayan buat hiburan. Mumpung perpustakaannya dekat sama tempat jualan saya”

Berdasarkan beberapa kutipan hasil wawancara di atas, diketahui masih banyak informan yang beranggapan bahwa perpustakaan tersebut tidak bermanfaat bagi mereka karena tidak dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka. Tetapi ada juga informan yang berpendapat bahwa perpustakaan yang disediakan tersebut dapat membantu menambah pengetahuan mereka terutama mengenai produk yang mereka jual. Selain untuk menambah ilmu pengetahuan, informan menjadikan perpustakaan sebagai tempat hiburan dengan membaca buku cerita yang disediakan di perpustakaan mini tersebut.

#### b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Aturan yang ditetapkan di perpustakaan mini ini berbeda dengan perpustakaan pada umumnya. Peraturan pada perpustakaan ini dibuat *se-flexible* mungkin sehingga tidak memberatkan baik pedagang maupun pengunjung Puspa Agro. Tidak ada kartu anggota, iuran bulanan, jam berkunjung maupun peraturan-peraturan lain tentang cara berpakaian. Hal ini dilakukan semata-mata untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi masyarakat, khususnya para wanita pedagang agar mereka dapat memperoleh pengetahuan sesuai dengan yang diharapkan pengelola Puspa Agro. Tetapi pada kenyataannya walaupun aturan dibuat sedemikian rupa, beberapa wanita pedagang masih enggan untuk



mengunjungi perpustakaan mini walaupun hanya sekedar melihat buku apa saja yang disediakan. Bahkan tidak sedikit para wanita pedagang yang tidak tahu keberadaan perpustakaan. Karena menurut mereka, yang paling penting adalah menyambung hidup mereka dengan berdagang. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari Ibu Hari sebagai berikut :

“Perpustakaan apa mbak? Saya nggak tahu i...sebelah mana se?..wah, saya nggak tahu i mbak. Pokoknya saya di sini tujuan utamanya jualan aja mbak. Jadi nggak pernah tahu ada perpustakaan”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa faktor yang dirasa sebagai pemicu kurangnya minat para wanita pedagang untuk membaca di perpustakaan yang telah disediakan ialah mereka tidak mengetahui dimana letak perpustakaan mini tersebut. Dapat dikatakan bahwa letak perpustakaan mini tersebut kurang sesuai (strategis). Selain itu, inovasi tersebut dirasa para wanita pedagang kurang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga walaupun mengetahui letak perpustakaan tersebut, mereka akan berpikir dua kali untuk menghabiskan waktu di ruang baca. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Umi berikut ini:

“Tahu mbak. Di dekat pintu masuk pojok situ sama di grosir besar...nggak pernah kesana mbak. Mending saya jualan aja”

Pernyataan salah satu informan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan perpustakaan mini yang disediakan dapat dikatakan kurang sesuai dengan kebutuhan maupun minat para wanita pedagang. Mereka lebih berminat untuk tetap berjualan demi menambah penghasilan daripada meninggalkan stan untuk mengunjungi perpustakaan mini.

#### c. Kemudahan (*Complexity*)

Perpustakaan mini merupakan sebuah fasilitas umum dimana peraturan dalam menggunakan fasilitas tersebut sebisa mungkin tidak terlalu memberatkan pengguna. Oleh karena itu, Puspa Agro menerapkan peraturan yang sederhana agar semua orang dapat menggali pengetahuan di perpustakaan ini. Tidak ada persyaratan khusus untuk membaca buku-buku di perpustakaan mini ini, baik di perpustakaan subgrosir maupun perpustakaan grosir besar. Pengunjung hanya diperkenankan mengisi buku tamu yang tersedia di penjaga perpustakaan. Jika

pengunjung ingin meminjam buku tersebut untuk dibawa keluar perpustakaan, pengunjung diwajibkan meninggalkan kartu identitas pada petugas perpustakaan sebagai jaminan atas peminjaman buku tersebut. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Yuli sebagai berikut :

“Kalau mau baca buku gampang kok mbak, Cuma ngisi buku aja. Nulis nama gitu tok. Terus kalau mau pinjem buku ninggal KTP”

Melihat mudahnya prosedur dalam membaca maupun meminjam buku di perpustakaan mini ini, tidak diimbangi dengan minat para wanita pedagang di Puspa Agro. Pengunjung lebih banyak pria pedagang daripada wanita pedagang. Walaupun para wanita pedagang mengetahui mudahnya memanfaatkan fasilitas perpustakaan ini, namun mereka tetap enggan menggunakannya semaksimal mungkin. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Khotima berikut ini :

“Katanya se nggak susah mbak, Cuma ngisi buku gitu kalau mau baca. tapi ya mending saya jualan aja mbak, daripada ninggal jualan saya”

Dari komentar Ibu khotima sebagai salah satu wanita pedagang, diketahui bahwa wanita pedagang menganggap prosedur membaca maupun meminjam buku di perpustakaan mini Puspa Agro tergolong mudah. Tetapi mereka masih tidak tergugah untuk mencoba meluangkan waktu ke perpustakaan mini karena mereka berpendapat lebih baik berdagang daripada melakukan pekerjaan yang tidak menghasilkan uang untuk mencukupi kebutuhan harian mereka.

#### d. Observabilitas (*Observability*)

Perpustakaan mini dibangun dengan tujuan untuk memberi tambahan ilmu baik bagi pedagang di Puspa Agro maupun masyarakat pada umumnya. Adanya perpustakaan mini ini ikut membantu mencerdaskan masyarakat. Dan diharapkan dengan bertambahnya ilmu para pedagang khususnya wanita mampu mengangkat status wanita baik dalam kehidupan bermasyarakat maupun aktivitas perdagangannya. Tetapi pada kenyataannya, masih banyak wanita pedagang yang masih belum menyadari pentingnya ilmu pengetahuan. Sebagian besar wanita pedagang di Puspa Agro tidak pernah memanfaatkan fasilitas perpustakaan mini tersebut. Menurut sebagian besar wanita pedagang yang belum pernah memanfaatkan perpustakaan mini, tidak ada manfaat atas adanya perpustakaan



mini tersebut selain membuang waktu berdagang mereka karena waktu adalah uang. Mereka berpendapat bahwa dengan memanfaatkan perpustakaan mini, tidak akan meningkatkan pendapatan mereka. Untuk beberapa wanita pedagang yang pernah memanfaatkan perpustakaan mini memandang bahwa memanfaatkan perpustakaan mini akan berimbas pada meningkatnya pendapatan mereka. Seperti yang diutarakan Ibu Yuli berikut ini :

“Menurut saya ya berpengaruh sama pendapatan saya mbak. Saya kan jadi tahu buah-buahan yang lagi disenangi orang-orang itu apa, terus kalau jualan kan saya bisa njelasin manfaatnya apa aja biar pembeli itu tertari gitu lo mbak”

Dapat diartikan bahwa dengan memanfaatkan perpustakaan mini, dengan memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual wanita pedagang dapat sedikit menjelaskan tentang khasiat dari produk yang dijual sebagai usaha yang persuasif agar pembeli tertarik untuk membeli. Dengan begitu pendapatan mereka akan sedikit demi sedikit meningkat.

Tidak semua wanita pedagang yang pernah menggunakan fasilitas perpustakaan ini menganggap bahwa dengan memanfaatkan perpustakaan akan berimbas pada peningkatan pendapatan. Hal ini diungkapkan oleh mbak ina yang memanfaatkan perpustakaan sebagai suatu hiburan untuk mengusir kepenakatan di Puspa Agro berikut ini :

“Nggak ada pengaruhnya kok sama pendapatan saya. Saya ke perpustakaan kan baca buku cerita lucu. Ya nggak pengaruh sama pendapatan saya. Buat hiburan aja kok mbak”

Dari kutipan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa menurut salah satu informan, pemanfaatan fasilitas perpustakaan ini tidak ada kaitannya dengan penambahan pendapatannya karena dalam pemanfaatannya perpustakaan digunakan sebagai sarana hiburan saja.

Berdasarkan beberapa pernyataan informan mengenai inovasi perpustakaan mini, dapat dikatakan bahwa persepsi wanita pedagang terhadap perpustakaan mini ini negatif. Dimana mayoritas wanita pedagang mengacuhkan

adanya perpustakaan mini dan merasa perpustakaan ini tidak bermanfaat dan tidak berpengaruh terhadap penjualan maupun pendapatan mereka.

### **6.3.2 Jaringan Internet**

#### **6.3.2.1 Proses Persepsi**

##### **1. Penerimaan rangsangan (informasi)**

Tidak jauh berbeda dengan proses penerimaan informasi tentang perpustakaan mini Puspa Agro, penerimaan informasi mengenai jaringan internet ini juga diterima melalui media indera penglihatan dan indera pendengaran. Untuk jaringan internet ini memang jika dilihat dari luar, orang tidak akan menangkap data-data informasi yang menjelaskan bahwa ruangan tersebut khusus untuk ruangan mengakses internet secara gratis. Tetapi jika sudah memasuki ruangan tersebut, orang akan mengetahui kalau ruangan tersebut adalah ruangan untuk jaringan internet. Begitulah proses penerimaan informasi mengenai jaringan internet yang ditangkap oleh indera penglihatan para wanita pedagang. Wanita pedagang menangkap informasi dengan melihat objeknya secara langsung. Sedangkan informasi yang ditangkap melalui indera pendengaran diperoleh dari sumber-sumber yang dianggap mampu mempengaruhi persepsi wanita pedagang terhadap jaringan internet. Dalam hal ini, sumber yang dimaksud tidak lain adalah kalangan pedagang sendiri. Jadi wanita pedagang mayoritas mengetahui adanya jaringan internet dari pembicaraan-pembicaraan pedagang yang lain.

##### **2. Penyeleksian rangsangan**

Penyeleksian informasi yang berkaitan dengan fasilitas jaringan internet dipengaruhi oleh faktor seperti kebutuhan serta kemampuan. Persepsi positif maupun persepsi negatif yang akan ditimbulkan tidak lepas dari faktor kebutuhan wanita pedagang sendiri. Mereka menyeleksi apa yang akan diinterpretasi mengenai jaringan internet tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka. Beberapa wanita pedagang merasa bahwa internet memang dibutuhkan untuk membantu kegiatan perdagangan mereka ataupun membantu kegiatan bermasyarakat mereka. Tapi untuk sebagian besar pedagang, menilai bahwa adanya internet yang disediakan tersebut tidak dibutuhkan oleh mereka. Begitu juga yang dipengaruhi faktor pengalaman. Beberapa pedagang menyeleksi akan berpersepsi positif atau



negatif terhadap jaringan internet tersebut berdasarkan kemampuannya. Wanita pedagang yang memiliki kemampuan mengakses internet ternyata lebih tertarik pada jaringan internet tersebut daripada wanita pedagang yang tidak bisa mengakses. Dengan begitu, kemampuan dalam mengakses digunakan oleh para wanita pedagang untuk mempertimbangkan serta memilih bagaimana tanggapan mengenai rangsangan (input) berupa jaringan internet yang disediakan Puspa Agro tersebut.

### 3. Penafsiran Rangsangan

Penafsiran rangsang dilakukan setelah wanita pedagang melakukan seleksi pada rangsangan-rangsangan yang diterima. Hasil seleksi informasi mengenai jaringan internet ditafsirkan (diinterpretasikan) menjadi sebuah persepsi negatif karena wanita pedagang tersebut tidak menerima (tidak tertarik) objek, dalam hal ini adalah jaringan internet Puspa Agro. Atau membentuk persepsi positif karena wanita pedagang menerima (tertarik) jaringan internet yang disediakan Puspa Agro tersebut. Bentuk persepsi negatif diwujudkan dengan tanggapan mengenai fasilitas tersebut. Wanita pedagang menunjukkan persepsi negatif karena penilaian negatif tentang jaringan internet Puspa Agro. Sehingga mereka tidak tertarik untuk menggunakan internet yang menurut mereka tidak sesuai dengan pekerjaan mereka sebagai pedagang dan kurang bermanfaat. Sedangkan interpretasi mereka yang membentuk persepsi positif ditunjukkan dengan penilaian positif tentang jaringan internet yang disediakan Puspa Agro tersebut.

#### a. Keuntungan Relatif (*Relative Advantages*)

Fasilitas lain yang dinilai cukup inovatif ialah jaringan internet. Pihak pengelola Puspa Agro menyediakan lima buah laptop untuk mengakses internet para wanita pedagang maupun kalangan umum. Dengan prosedur yang sangat mudah para wanita pedagang dapat mengakses segala informasi yang mereka butuhkan dengan mudah dan cepat. Jaringan internet yang disediakan atas kerjasama dengan PT Telkom ini kurang mendapat perhatian para wanita pedagang. Mereka cenderung fokus terhadap kegiatan perdagangan mereka. Jaringan internet ini lebih sering digunakan oleh pria pedagang serta kalangan umum seperti pengunjung serta anak sekolah sekitar yang sadar akan pentingnya informasi. Dan mereka berpendapat bahwa memanfaatkan internet tidak akan

mendatangkan keuntungan finansial. Tetapi tidak semua wanita pedagang mengacuhkan fasilitas tersebut. Beberapa wanita pedagang sesekali menggunakan akses internet untuk menambah wawasan terutama mengenai produk yang ia jual.

“Makek tapi kadang-kadang mbak. Buka-buka tentang buah-buahan yang tak jual. Buat nambah ilmu lah”

Mereka menilai bahwa dengan menggunakan internet di waktu senggang, mereka merasa mendapat informasi baru tentang komoditas yang mereka jual, kondisi pasar komoditas yang mereka jual dan banyak hal lainnya yang tentu saja sangat bermanfaat untuk menambah wawasan.

#### b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Prosedur penggunaan fasilitas internet dibuat semudah mungkin dan tanpa dipungut biaya agar semua orang dan kalangan dapat memanfaatkannya. Fasilitas ini berada di dalam perpustakaan grosir besar atau *Broadband Learning Center* (BLC). Seperti halnya perpustakaan mini, kebanyakan para wanita pedagang tidak mengetahui dimana letak fasilitas internet tersebut. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Ibu Hari berikut ini :

“Internet?? Ada ta mbak?? Nggak pernah pake mbak, tahu kalau ada internet ya baru dari mbak ini. Yang penting jualan mbak, tempatnya enak jualan bisa enak”

Jadi dapat dikatakan wanita pedagang cenderung tidak memanfaatkan fasilitas tersebut. Mereka menganggap penggunaan internet kurang bermanfaat untuk mereka dan kurang sesuai dengan bidang pekerjaan mereka. Apalagi sebagian besar dari mereka tidak dapat mengoperasikan jaringan internet tersebut. Dan lagi fasilitas ini dinilai hanya bisa dimanfaatkan oleh kalangan tertentu saja. Dengan kata lain, fasilitas internet dibuat untuk menarik penunjang saja. Seperti penuturan Ibu Julaiha berikut ini :

“Internatnya ada. Itu kan buat orang-orang yang datang mbak biar seneng kalau kesini. Kalau banyak yang kesini kan jualan juga banyak yang beli mbak”

Pernyataan di atas membuktikan bahwa informan menganggap fasilitas tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan informan sebagai



pedagang dan berpendapat bahwa jaringan internet disediakan untuk pengunjung saja. Walaupun demikian, informan tersebut tampak setuju dengan adanya penyediaan jaringan internet tersebut. Karena dengan adanya fasilitas internet gratis, orang-orang terutama warga sekitar tertarik untuk mengunjungi Puspa Agro untuk mencoba internet. Jika sudah mengunjungi Puspa Agro, pengunjung kemudian akan tergiur untuk membeli buah-buahan ataupun sayuran yang dijual. Sehingga dapat menguntungkan bagi pedagang.

### c. Kemudahan (*Complexity*)

Berdasarkan kondisi di lapang, dapat diketahui bahwa fasilitas internet termasuk inovasi yang sulit diaplikasikan oleh para pedagang khususnya wanita. Pengetahuan dan kesadaran wanita pedagang akan teknologi lebih rendah daripada pria pedagang. Sehingga sebagian wanita pedagang memilih untuk tidak memanfaatkan internet yang ada karena mereka tidak bisa mengoperasikan akses internet tersebut. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Ibu mimi sebagai berikut :

“Nggak pernah pake mbak, lha wong saya nggak bisa pake internetnya e mbak”

Kemampuan dan pengetahuan mayoritas wanita pedagang membatasi mereka dengan teknologi yang ada. Padahal kita dapat memanfaatkan teknologi untuk membantu pekerjaan. Teknologi dapat juga memperluas jaringan pelanggan pedagang. Oleh karena itu jika wanita pedagang tidak dapat memanfaatkan teknologi internet yang ada, mereka tidak akan menikmati manfaatnya. Atau jika membutuhkan fasilitas tersebut mereka akan tergantung dengan orang lain. Seperti yang terjadi pada Ibu Umi berikut ini :

“Waduh, jangan tanya aku mbak, tanya bapak aja.. aku ilo nggak pernah pakek internet. Kalau bapak (suami) sering soalnya buat email-emailan sama pelanggan lain. Kayak hotel-hotel gitu. Ini kan sayur-sayurnya juga dijual ke hotel tapi yang ngurusi bapak. Kalau saya bagian njual di sini aja. Mangkanya kalau saya ninggal stan nanti nggak ada yang beli.”

Kondisi Ibu Umi tersebut terjadi karena kemampuan Ibu Umi sebagai wanita pedagang yang terbatas akan teknologi sehingga

menimbulkan kesulitan dalam memanfaatkan fasilitas tersebut. Sehingga persepsi yang timbul adalah jaringan internet yang disediakan Puspa Agro sulit untuk dimanfaatkan.

d. Observabilitas (*Observability*)

Tidak berbeda jauh dengan persepsi para wanita pedagang di Puspa Agro mengenai perpustakaan mini, mereka memandang internet sebagai fasilitas yang tidak akan memberi pengaruh pada peningkatan pendapatan mereka. Oleh karena itu sebagian besar informan memilih untuk tidak menggunakan internet yang disediakan oleh pengelola Puspa Agro. Tetapi tidak semua wanita pedagang enggan menggunakan internet. Salah seorang informan yang menggunakan internet beranggapan bahwa jaringan internet akan membawa pengaruh bagi pendapatan mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Yuli sebagai berikut :

“Oh ya ada pengaruh mbak, kalau saya jualannya sambil bilang ke pembeli manfaatnya apa aja kan orang jadi pengen beli. Lah, khasiat buah-buahan yang saya jual kan liat dari internet tadi”

Dengan pengetahuan yang didapat dari dunia maya tersebut, wanita pedagang dapat mengasah pengetahuan mereka tentang produk yang sedang diminati oleh masyarakat serta dapat meningkatkan pengetahuan tentang produk yang dijual. Dengan demikian, pembeli akan tertarik untuk membeli bila mengetahui khasiat buah yang dijual.

Selain persepsi positif yang diuraikan, banyak persepsi negatif yang diutarakan oleh sebagian besar wanita pedagang di Puspa Agro. Seperti pada pernyataan Ibu Suci berikut ini :

“Dapet untung dari mana mbak. Ninggal stan kok malah untung. Kalau tak tinggal makek internet terus ada yang mau beli nggak jadi yo malah rugi kan mbak”

Dari argumen tersebut, Ibu suci menganggap bahwa dengan memanfaatkan internet yang ada, pendapatan serta penjualan tidak akan bertambah. Malah beliau berpendapat akan rugi jika harus meninggalkan stan untuk mengakses internet. Karena waktu adalah uang, beliau tidak mau menyia-nyaiakan waktu yang berharga untuk berjualan.



Pernyataan-pernyataan dari informan melalui kegiatan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan berpersepsi negatif terhadap adanya jaringan internet tersebut. Menurut mereka jaringan internet tersebut tidak sesuai dengan kebiasaan dan kemampuan mereka. Selain itu mereka menilai bahwa jaringan internet yang disediakan tidak menguntungkan serta tidak berpengaruh terhadap pendapatan mereka.

### **6.3.3 Peralatan Pendukung**

#### **6.3.3.1 Proses Persepsi**

##### **1. Penerimaan rangsangan (informasi)**

Penerimaan informasi mengenai peralatan pendukung diperoleh dari kegiatan promosi dan informasi dari mulut ke mulut. Kegiatan promosi yang dilakukan ke beberapa kota tersebut berupa pengenalan persuasif serta sosialisasi mengenai Puspa Agro beserta koperasi Puspa Agro yang mendukung kegiatan Puspa Agro seperti menyediakan peralatan-peralatan perdagangan. Dengan kegiatan promosi tersebut, wanita pedagang dapat menerima informasi tentang peralatan pendukung yang disediakan Puspa Agro sebagai input yang selanjutnya akan diseleksi dan diinterpretasikan menjadi informasi yang akan mempengaruhi persepsi yang terbentuk. Penerimaan data-data mengenai informasi tersebut dilakukan melalui media indera pendengaran. Dengan mendengarkan penjelasan dari tim promosi Puspa Agro saat kegiatan promosi berlangsung, para wanita pedagang akan menerima informasi mengenai keuntungan yang diperoleh dari memanfaatkan peralatan tersebut, kerumitan apa yang akan dihadapi hingga bagaimana peraturan dan syarat yang harus dipenuhi. Semua data-data yang diperoleh tersebut akan dikumpulkan di otak kemudian akan menjadi bahan pertimbangan untuk proses persepsi yang selanjutnya yaitu penyeleksian input.

##### **2. Penyeleksian rangsangan**

Proses penyeleksian informasi mengenai peralatan pendukung dilakukan dengan memperhatikan kemampuan dan pengaruh dari pedagang lain. Kemampuan dalam hal ini adalah kemampuan secara ekonomi untuk memanfaatkan peralatan tersebut. Para wanita pedagang cenderung memikirkan biaya yang dikeluarkan dalam memutuskan untuk memanfaatkan peralatan yang

disediakan oleh Puspa Agro. Sehingga pembentukan persepsi akan tergantung dengan seberapa mampu mereka mengeluarkan biaya untuk peralatan pendukung tersebut. Selain itu, Pengaruh dari pedagang lain atau orang lain juga akan menentukan persepsi yang akan dibentuk oleh wanita pedagang. Para wanita pedagang akan lebih memperhatikan apa yang dikatakan atau disarankan oleh orang-orang dengan kesamaan latar belakang profesi ataupun yang memiliki kedekatan dengan wanita pedagang seperti keluarga atau kerabatnya. Seperti halnya pada salah satu pedagang wanita bernama Ibu Yunhailis berikut ini :

“Saya kan jualannya sama anak saya, jadi ya rundingan dengan anak saya enaknya alat-alatnya kayak meja itu bikin sendiri atau enggak, terus kalau beli tuh belinya dimana, gitu mbak”

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari dalam maupun luar sangat berperan dalam proses penyeleksian rangsangan (input). Proses seleksi berjalan dengan pertimbangan-pertimbangan dari faktor pengaruh tersebut yang kemudian akan diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi.

### 3. Penafsiran rangsang

Dalam membentuk persepsi, proses yang paling utama adalah penafsiran rangsang. Proses penafsiran informasi mengenai peralatan pendukung ini dilakukan setelah proses seleksi yang melibatkan faktor internal maupun eksternal. Penafsiran ini dilakukan dengan memproses hasil seleksi untuk diinterpretasikan menjadi persepsi. Wanita pedagang akan menafsirkan rangsangan sebagai persepsi yang negatif jika mereka tidak memiliki pola pikir untuk ingin menggunakan peralatan pendukung tersebut. Dengan kata lain, mereka dikatakan membentuk persepsi negatif karena tidak tertarik untuk membeli peralatan pendukung kegiatan perdagangan yang disediakan oleh koperasi Puspa Agro dan berpikiran bahwa dengan membeli alat-alat yang disediakan oleh Puspa Agro, tidak akan memberi manfaat lebih bagi mereka. Untuk persepsi positif yang dibentuk beberapa wanita pedagang lainnya ditunjukkan dengan tanggapan mereka yang mendukung adanya penyediaan peralatan pendukung oleh koperasi Puspa Agro. Persepsi yang terbentuk diuraikan berdasarkan sifat-sifat inovasi.

#### a. Keuntungan Relatif (*Relative Advantages*)



Kegiatan perdagangan hasil pertanian tidak lepas dari peralatan-peralatan pendukung seperti timbangan, meja, keranjang dan lain lain. Maka dari itu, Puspa Agro berusaha semaksimal mungkin membantu kebutuhan pedagang yaitu dengan menyewakan alat-alat pendukung pertanian melalui koperasinya. Sehingga pedagang tidak perlu bersusah payah membawa peralatan dari luar, karena koperasi Puspa Agro siap membantu melayani keperluan para pedagang. Dengan adanya penyediaan peralatan pendukung, akan mempermudah para pedagang yang akan berjualan di Puspa Agro. Peralatan pendukung kegiatan perdagangan yang disediakan Puspa Agro seperti meja stan, timbangan dan lain-lain. Peralatan tersebut disediakan Puspa Agro melalui Koperasi Puspa Agro. Untuk memanfaatkan fasilitas tersebut, para pedagang harus membayar sebesar Rp 3 juta rupiah untuk sewa selama masa kontrak yaitu 10 tahun. Namun, pengurus koperasi menyatakan bahwa pembayaran tersebut merupakan pembelian bukan biaya sewa. Hal ini menunjukkan perbedaan persepsi antara para pedagang dengan pengelola atas informasi yang diterima mengenai peralatan perdagangan yang disediakan Puspa Agro tersebut sehingga mengakibatkan kesalahpahaman (*miss understanding*).

Wanita pedagang di Puspa Agro pada umumnya mengetahui adanya fasilitas ini. Namun menurut mereka, peralatan yang disediakan tersebut kurang menguntungkan. Karena menurut mereka harga sewa yang dirasa cukup mahal menjadi alasan kebanyakan wanita pedagang untuk memilih membuat sendiri meja stan daripada harus menyewa. Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Ibu Ina berikut ini :

“ Ini buat sendiri kok mbak. Kalau buat sendiri paling dua juta nggak sampai mbak, terus bisa di pakai sak tuwuke. Kalau nyewa harga tiga juta buat 10 tahun. Nanti sewae habis mejanya dikembalikan”

Padahal pengurus koperasi menyatakan bahwa alat-alat yang disediakan oleh koperasi Puspa Agro bukan disewakan melainkan untuk dibeli oleh para pedagang. Pembayarannya pun dapat dicicil tanpa batasan waktu. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pedagang dengan kondisi perekonomian yang

dirasa masih kurang mampu untuk membayar secara kontan. Seperti pernyataan Mas Ima sebagai pengurus koperasi Puspa Agro berikut ini :

“Alat-alat yang ditawarkan oleh koperasi Puspa Agro ini untuk dibeli pedagang mbak bukan disewa. Untuk masalah pembayarannya ya...dicipil. Bayarnya kapan aja. Mereka bisanya kapan ya silakan dibayar. nggak dibatasi harus lunas kapan. wong pedagang mbak, dapet e dikit. Kasihan kalau harus dibatasi“

Tidak semua beranggapan bahwa peralatan yang disediakan tidak akan memberikan keuntungan. Beberapa informan memilih menyewa dengan pertimbangan hemat energi dan hemat waktu seperti yang dilakukan Ibu Yunhailis melalui pernyataannya sebagai berikut.

“Ya biar sekalian mbak. Nggak usah repot-repot bikin. Soalnya suami saya juga repot ma kerjaannya. Jadi ya ga ada yang bantu.”

Walaupun jumlah wanita pedagang yang memanfaatkan fasilitas ini tidak banyak, tapi mereka yang ikut menyewa merasa diuntungkan dengan biaya sewa yang ditawarkan. Beberapa wanita pedagang ini mengaku tidak ingin susah payah menyiapkan alat-alat perdagangannya khususnya meja stan.

#### b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Peralatan pendukung di Puspa Agro disediakan untuk mempermudah pedagang dalam melakukan kegiatan perdagangan. Syarat-syarat untuk membeli peralatan seperti meja stan dan timbangan cukup dengan menyerahkan fotokopi KTP. Pihak Puspa Agro menganggap cara ini mudah dan murah untuk membantu memfasilitasi kegiatan perdagangan para pedagang. Namun para pedagang tidak bisa menerima terutama para wanita pedagang. Mereka beranggapan bahwa penyediaan peralatan oleh Puspa Agro dirasa terlalu mahal dan dirasa tidak sesuai dengan kondisi ekonomi kebanyakan wanita pedagang. Hal ini dibenarkan oleh Ibu Suci melalui penuturannya berikut ini :

“Saya beli diluar mbak timbangannya. Terus mejanya buat sendiri, nyuruh tukang. La yo opo mbak, nek beli di Puspa Agro mahal.”

Pernyataan tersebut sekaligus menunjukkan bahwa untuk ukuran wanita pedagang dengan modal yang tidak terlalu banyak belum mampu membayar peralatan dagang yang disediakan, padahal sistem pembayaran peralatan tersebut



dapat dicicil. Tetapi, beberapa wanita pedagang beranggapan bahwa peralatan tersebut dimiliki dengan sistem sewa. Sehingga mereka berpikir akan rugi jika harga semahal itu hanya untuk biaya sewa. Lebih baik membuat sendiri atau membeli sendiri biaya sebesar itu tetapi menjadi milik sendiri.

Menurut sebagian besar wanita pedagang, biaya pembelian peralatan memang mahal sehingga banyak wanita pedagang yang enggan memanfaatkannya. Berbeda halnya dengan penuturan Ibu Hari berikut ini :

“Saya nggak beli di sini mbak. Beli diluar lebih bagus, kuat. Habisnya dulu *encene* mahal beli diluar. Tapi ya itu tadi lebih kuat kayunya. Sama kalau beli di sini kan bentuknya nggak kayak gini”

Kesesuaian dalam bentuk juga dipertimbangkan wanita pedagang dalam membeli alat-alat terutama meja yang disediakan koperasi Puspa Agro. Seperti Ibu Hari yang rela mengeluarkan biaya lebih mahal untuk membeli alat-alat perdagangan yang sesuai dengan selera dan keinginannya. Tentu saja karena kemampuan ekonomi yang mendukung Ibu Hari untuk memutuskan membeli meja stan yang lebih bagus dengan harga yang lebih mahal.

### c. Kemudahan (*Complexity*)

Kemudahan suatu inovasi untuk digunakan merupakan salah satu faktor dalam penentuan sebuah persepsi. Kemudahan prosedur dalam membeli peralatan perdagangan yang disediakan Puspa Agro akan menilai seberapa mudah inovasi tersebut diterima oleh para wanita pedagang. Oleh sebab itu, prosedur penggunaan peralatan pendukung kegiatan perdagangan diatur semudah mungkin. Pedagang yang ingin membeli cukup memberikan fotokopi KTP. Pেমayarannya pun dengan sistem angsur sehingga tidak akan memberatkan wanita pedaganga yang ingin mmbeli. Hal ini diutarakan oleh Mas Ima selaku pegawai koperasi Puspa Agro :

“Kalau mau beli alat-alatnya ya syaratnya cuma fotokopi KTP ae mbak. Wes nggak macem-macem.....Untuk masalah pembayarannya ya...dicicil. Bayarnya kapan aja. Mereka bisanya kapan ya silakan dibayar. nggak dibatasi harus lunas kapan. wong pedagang mbak, dapet e dikit. Kasihan kalau harus dibatasi ”

Para wanita pedagang menganggap prosedur tersebut memang cukup mudah. Tapi sebagian besar dari mereka lebih memilih menyediakan sendiri alat-

alat karena alasan biaya. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Julaiha melalui pernyataannya sebagai berikut :

“Mejanya dibuatin mbak, habisnya kira-kira nggak sampai 2 juta. Timbang beli di sini mahal 3 juta”

Biaya pembelian mereka persiapkan sebagai biaya untuk menyewa peralatan. Biaya dirasa cukup mahal sehingga kebanyakan wanita pedagang memutuskan untuk menyiapkan sendiri peralatan berdagang mereka.

#### d. Observabilitas (*Observability*)

Pada pembahasan sebelumnya yaitu mengenai keuntungan relatif, dikatakan bahwa banyak wanita pedagang yang memutuskan untuk tidak menggunakan peralatan pendukung dari Puspa Agro karena masalah biaya yang dianggap mahal. Secara tidak langsung hal ini menunjukkan bahwa adanya penyediaan peralatan dari Puspa Agro akan mempengaruhi pendapatan mereka. Seperti yang diungkapkan Ibu Julaiha berikut ini :

“Lha bedanya keliatan mbak kalau beli sendiri sama beli di sini (Puspa Agro) mahal di sini. Ya nanti bayarnya lebih mahal bisa-bisa ngurangi untung”

Dengan mengeluarkan biaya yang menurut mereka mahal maka akan mengurangi penerimaan yang diperoleh sehingga akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan. Tetapi informan wanita pedagang ini menganggap bahwa seberapa bagus peralatan yang digunakan tidak akan mempengaruhi kuantitas penjualan mereka.

Dari beberapa pernyataan informan mengenai peralatan pendukung yang disediakan Puspa Agro, diketahui bahwa sebagian besar informan menganggap peralatan pendukung yang disediakan tidak menguntungkan mengingat harga jual yang menurut mereka tinggi. Sehingga mereka lebih memilih membeli di luar atau membuat sendiri dengan harga yang lebih murah.

### 6.3.4 Strategi Pemasaran

#### 6.3.4.1 Proses Persepsi



### 1. Penerimaan rangsangan (informasi)

Kegiatan promosi Puspa Agro dilakukan untuk memberikan input-input yang dibutuhkan dalam membentuk persepsi termasuk dalam pembentukan persepsi mengenai strategi pemasaran. Dengan kegiatan promosi yang diadakan Puspa Agro tersebut, calon pedagang dapat menerima data-data informasi tentang strategi pemasaran dengan menggunakan media indera pendengaran. Sebagian wanita pedagang menerima informasi dari sesama pedagang atau dari kerabat mereka yang mengetahui informasi tersebut. Dengan mendengar dari sumber yang memiliki kesamaan serta kedekatan, informasi yang disampaikan lebih mudah di terima oleh wanita pedagang.

### 2. Penyeleksian rangsangan

Sebelum terbentuk persepsi, proses seleksi terlebih dulu berjalan. Dalam proses seleksi informasi mengenai strategi pemasaran, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seperti minat, kemampuan, maupun pengaruh dari luar seperti pengaruh dari pedagang lain atau keluarga. Mayoritas wanita pedagang memang dipengaruhi minat dan kemampuan mereka dalam proses seleksi ini daripada pengaruh dari luar. Besar kecilnya keinginan untuk menerapkan strategi dan kemampuan untuk menerapkannya menjadi pertimbangan khusus dalam membentuk persepsi di kalangan wanita pedagang. Sedangkan pengaruh dari luar memang ada walaupun hanya sebagian kecil pedagang yang proses seleksi rangsangan (input) dipengaruhi oleh faktor eksternal. Hal ini terjadi pada wanita pedagang anggota gapoktan yang mengikuti kegiatan promosi yang diadakan Puspa Agro di beberapa daerah. Dengan dukungan serta pengaruh dari anggota-anggota lain pedagang akan tertarik dan mulai berpikir untuk memilih menerapkan strategi tersebut.

### 3. Penafsiran rangsangan

Pembentukan persepsi mengenai strategi pemasaran ini sebelumnya melalui proses penafsiran atau interpretasi rangsangan yang telah diseleksi. Proses ini dilakukan dengan memberi arti pada berbagai informasi atau rangsangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran tersebut. Hasilnya akan membentuk persepsi

yang bervariasi sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Dengan begitu akan diketahui bagaimana pola pikir wanita pedagang mengenai strategi pemasaran yang disarankan Puspa Agro tersebut yang diuraikan berdasarkan sifat inovasi sebagai berikut :

a. Keuntungan Relatif (*Relative Advantages*)

Konsep Puspa Agro yang ketiga adalah sentra dagang yang nyaman dan inovatif. Salah satu bentuknya ialah penerapan strategi pemasaran yang efisien. Strategi pemasaran dengan memotong rantai distribusi yaitu tengkulak akan membantu baik petani, pedagang maupun konsumen untuk memperoleh keuntungan lebih. Tetapi untuk mayoritas wanita pedagang tidak beranggapan demikian. Seperti pernyataan Ibu Yuli yang merupakan salah satu pedagang di Puspa Agro.

“Sementara ini *kulaknya* langsung ke agen mbak. Enak, dianter kok. Kalau ke petani takutnya bayar ongkos nambah. Kalau agen kan ongkosnya cuma sini Surabaya. Kalau dari petani lak bisa Batu (Malang). Jauh, ongkose nambah lagi.”

Mereka cenderung masih memanfaatkan tengkulak atau agen buah daripada langsung membeli ke petani. Karena menurut mereka, jika memilih untuk memasok langsung ke petani, pedagang harus mengambil sendiri komoditi yang akan dijual. Sehingga memerlukan biaya tambahan yang akan mengurangi keuntungan wanita pedagang itu sendiri.

b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Strategi pemasaran yang disarankan oleh pihak Puspa Agro ialah strategi pemasaran yang efisien dimana rantai distribusi dibuat lebih pendek yaitu dengan menghilangkan peran tengkulak sebagai penyalur hasil panen segar dari petani ke konsumen akhir. Dalam mendukung strategi ini, pihak pengelola Puspa Agro menyediakan Koperasi Puspa Agro. Melalui koperasi inilah Puspa Agro menghubungkan antara petani dengan pedagang maupun sebaliknya. Hal ini diungkapkan oleh Mas Ima selaku pengurus koperasi Puspa Agro berikut ini :

“Ya kita dari Puspa Agro lewat koperasi sejauh ini sudah mencoba membantu. Kita sediakan beberapa *link* petani yang bisa diajak kerjasama dengan pedagang. Kalau mereka (pedagang) minta kita bisa bantu. Tapi untuk sementara ini memang masih belum banyak



pedagang yang mau *kulak* langsung dari petani. Ya itu terserah mereka. Pokoknya kalau mereka mau kita bersedia membantu”

Walaupun pihak Puspa Agro telah memfasilitasi terkait dengan penerapan strategi pemasaran ini, tetapi para pedagang khususnya wanita belum sepenuhnya menerapkan strategi ini. Di lihat dari prosesnya, jika komoditi yang dijual tersebut dipasok langsung dari petani, para wanita pedagang akan kerepotan. Hal ini disebabkan karena komoditi yang dipasok langsung dari petani biasanya terganjal oleh kendala transportasi. Pedagang yang memasok biasanya langsung menemui petani pemasok tersebut. Wanita pedagang cenderung memiliki mobilitas yang terbatas apalagi jika skala usahanya tidak terlalu besar dan lagi profesinya berbeda dengan sang suami akan mengalami kesulitan dalam distribusi produknya dari petani. Seperti yang diungkapkan Ibu Julaiha berikut ini :

“Haduh mbak, repot. Pake ke petani. Nggak ada yang bantu ke petaninya. Suami kan juga kerja. Nggak sempet juga mbak. Wong habis jualan, pulang ngurus anak”

Karena selain melaksanakan peran produktifnya sebagai pedagang, para wanita pedagang yang kebanyakan sudah berkeluarga harus membagi waktu untuk memenuhi peran domestiknya sebagai seorang ibu dan seorang istri. Jadi dapat dikatakan bahwa strategi ini dirasa kurang sesuai bagi beberapa wanita pedagang yang menurut sepengetahuan mereka produk yang dipasok di ambil sendiri ke petani yang bersangkutan. Untuk sebagian pedagang menganggap strategi ini sesuai dengan mereka. Pasalnya produk yang akan mereka jual di Puspa Agro dikirim langsung sendiri oleh petani. Sehingga mereka tidak perlu direpotkan oleh masalah transportasi. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Suci yang memasok produk dagangannya langsung dari petani di Ponorogo :

“Ya..kalau habis ya dianter mbak. Nanti kalau mau habis dihubungin. Terus langsung di antar”

Menanggapi pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sesuai tidaknya aturan mengenai strategi pemasaran tersebut tergantung perjanjian atau kesepakatan wanita pedagang dengan petani. Terutama kesepakatan terkait dengan masalah transportasi dalam pendistribusian produk.

c. Kemudahan (*Complexity*)

Strategi pemasaran efisien yang disarankan oleh Puspa Agro dianggap oleh beberapa wanita pedagang agak rumit digunakan. Kerumitan tersebut dalam hal jaringan dengan petani. Wanita pedagang kebanyakan tidak mengetahui dimana saja lokasi petani yang dapat memasok produk pertanian untuk dijual oleh mereka di Puspa Agro. Jadi kebanyakan dari wanita pedagang mendapat pasokan produk dari agen. Ibu Ina menuturkan bahwa dirinya langsung dari agen dikarenakan belum tahu dimana petani yang dapat diajak kerjasama untuk memasok produk dagangannya.

“Langsung dari agennya. Kalau beli di petani beli dimana lo juga nggak tahu mbak”

Hanya segelintir wanita pedagang saja yang memasok produknya langsung dari petani karena memang beliau bekerjasama dengan gapoktan yang dikoordinir oleh Puspa Agro untuk menjualkan hasil pertaniannya ke pedagang di Puspa Agro. Seperti yang terjadi pada Ibu Umi berikut ini :

“Saya kan awalnya di kasih tahu gapoktan buat jualan di sini buat jual hasilnya itu. Jadi kalau habis ya ambil dari gapoktan langsung. Di ambil langsung ke Malang”

Sedikitnya wanita pedagang yang menerapkan strategi pemasaran tanpa tengkulak tersebut serta melihat komentar-komentar dari beberapa wanita pedagang menunjukkan bahwa kerumitan dalam penerapan strategi ini terletak pada mencari jaringannya dengan petani. Sehingga wanita pedagang enggan menerapkan strategi ini.

#### d. Observabilitas (*Observability*)

Strategi pemasaran yang disarankan oleh Puspa Agro ini, menurut sebagian informan tidak mempengaruhi peningkatan pendapatan mereka. Strategi yang menghilangkan peran tengkulak sebagai distributor produk pertanian dari tangan petani ke tangan pedagang ini dapat mengefisienkan margin pemasaran. Biaya yang dikeluarkan tiap pendistribusiannya akan lebih kecil sehingga harga jual akan lebih murah. Tidak hanya harga jual pada konsumen akhir tetapi pada pedagang. Dengan strategi pemasaran yang efisien, pedagang akan mendapat harga dari petani yang lebih murah daripada harus memasok dari agen/ tengkulak. Biaya pemasokan produk akan lebih kecil sehingga pengurangan biaya akan lebih



kecil pula. Tetapi pada kenyataannya, informan yang menerapkan strategi distribusi ini menyatakan bahwa baik melalui tengkulak/ agen maupun langsung dari petani pada intinya sama saja. Jumlah keuntungan yang didapat jika cenderung sama. Seperti pada pernyataan Ibu Suci berikut ini :

“Beli di tengkulak sama di petani sama aja kok mbak, harganya nggak beda jauh”

Begitu pula dengan pernyataan dari Ibu Umi yang berpendapat bahwa harga jual sayur-sayurannya yang dipasok dari Gapoktan dijual dengan harga yang tidak jauh dengan harga di pasaran. Hal ini dimaksudkan agar banyak pengunjung yang tertarik untuk membeli. Daripada harus menaikkan harga tetapi tidak laku sampai produk tersebut busuk dan tidak dapat dijual lagi.

“Jualnya ya nggak mahal-mahal mbak, jadi untungya juga sama aja kayak beli di tengkulak. Saya nggak jual mahal takut nggak habis. *Timbangane bosok* ya. Malah rugi ”

Dari uraian serta kutipan wawancara mengenai strategi pemasaran yang disarankan Puspa Agro di atas menunjukkan sebagian besar wanita pedagang berpendapat bahwa penerapan strategi pemasaran dengan melibatkan tengkulak lebih efektif dan efisien daripada strategi tanpa melibatkan tengkulak. Karena pendapatan yang dihasilkan antara penerapan strategi melalui tengkulak dan penerapan strategi tanpa tengkulak dirasa para wanita pedagang sama saja.

### **6.3.5 Layanan Perbankan**

#### **6.3.5.1 Proses Persepsi**

##### **1. Penerimaan rangsangan (informasi)**

Wanita pedagang menerima data-data mengenai layanan perbankan salah satunya melalui Bank Jatim keliling. Yaitu kegiatan untuk memperkenalkan pelayanan yang disediakan oleh Bank Jatim Puspa Agro dengan berkeliling Puspa Agro dari satu stan ke stan yang lain untuk mengajak setiap pedagang memanfaatkan layanan perbankan ini. Dengan begitu data-data informasi dapat diterima melalui indera penglihatan mereka dengan melihat langsung bentuk-bentuk fasilitas melalui brosur yang disediakan. Selain itu, dengan mendengar data-data mengenai layanan perbankan dari pihak Bank Jatim wanita pedagang

dapat mengumpulkan input-input mengenai layanan perbankan Bank Jatim Puspa Agro. Kemudian input (data) yang diterima tersebut akan membentuk persepsi mengenai layanan perbankan.

## 2. Penyeleksian rangsangan

Input mengenai layanan perbankan yang diterima oleh para wanita pedagang selanjutnya diseleksi sebelum diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi. Dalam proses penyeleksian ini tentu saja dipengaruhi oleh faktor-faktor yang terkait. Faktor yang mendominasi dalam seleksi rangsangan (input) ini adalah faktor minat serta kemampuan ekonomi. Wanita pedagang akan membuat pertimbangan-pertimbangan dalam memutuskan apakah pendapat mereka mengenai layanan perbankan tersebut. Jika mereka berpikiran berminat untuk memanfaatkan layanan perbankan tersebut maka persepsi yang akan terbentuk adalah persepsi yang sifatnya negatif begitu pula sebaliknya. Tetapi ada pula wanita pedagang yang mempertimbangkan kemampuan ekonomi dalam menyeleksi input mengenai layanan perbankan tersebut. Dalam kondisi ini wanita pedagang merasa pendapatan yang diterima selama berdagang masih terlalu kecil sehingga tidak akan cukup bila ditabung.

## 3. Penafsiran rangsangan

Proses selanjutnya setelah proses seleksi terhadap rangsangan yang diterima ialah proses penafsiran rangsangan. Dalam proses ini, rangsangan yang telah diseleksi diatur (diorganisir) untuk kemudian diinterpretasikan. Hasil interpretasi tersebut membentuk tanggapan-tanggapan yang menunjukkan bagaimana pandangan wanita pedagang terhadap layanan perbankan Puspa Agro serta apakah layanan perbankan tersebut diterima oleh sebagian wanita pedagang. Persepsi yang terbentuk diuraikan secara rinci berdasarkan sifat-sifat inovasi.

### a. Keuntungan Relatif (*Relative Advantages*)

Layanan perbankan disediakan Puspa Agro untuk membantu kegiatan perkreditan dan perbankan masyarakat khususnya pedagang Puspa Agro. Untuk mempermudah para pedagang dalam memanfaatkan pelayanan tersebut, pihak Bank Jatim mengadakan bank keliling. Dimana petugas Bank Jatim berkeliling



untuk melayani setiap pedagang yang ingin menabung. sehingga para pedagang tidak harus kerepotan meninggalkan stannya jika akan melakukan penyetoran.

Melihat usaha pihak pengelola Puspa Agro yang bekerjasama dengan Bank Jatim dalam meningkatkan pelayanan perbankan di Puspa Agro, para wanita pedagang menanggapi dengan positif. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya wanita pedagang yang berminat untuk memanfaatkan layanan perbankan ini. Mayoritas wanita pedagang puas akan pelayanan Puspa Agro berkaitan dengan kegiatan perbankan mereka salah satunya adalah kegiatan penabungan. Mereka merasa benar-benar di permudah oleh layanan bank keliling dari Bank Jatim ini. Kegiatan perbankan terlaksana, kegiatan perdagangan merekapun tidak perlu ditinggalkan. Seperti yang dirasakan Ibu Ina melalui pernyataannya berikut ini :

“Enak. Orangnya yang keliling ndatengi stan, njelas-njelaskan. Jadi nggak usah pake ke bank-nya”

Banyaknya minat wanita pedagang atas layanan perbankan yang disediakan Puspa Agro dan Bank Jatim, tidak diimbangi dengan banyaknya minat wanita pedagang dalam melakukan perkreditan. Seperti pada Ibu Khotima yang berpersepsi bahwa melakukan kredit membutuhkan ekonomi yang kuat.

“Waduh mbak, belum berani kredit. Ni hasil jualan ae cuma dapet dikit. Kalau buat kredit takut nggak bisa bayar.”

Selama ini kredit dianggap menjadi tanggungan yang harus di bayar oleh para wanita pedagang beserta dengan bunga yang menyertainya. Oleh karena itu, mereka merasa belum tertarik untuk melakukan perkreditan.

#### b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Dibangunnya Bank Jatim memang memperoleh tanggapan positif dari para pedagang terutama wanita pedagang. Artinya, persepsi yang dibentuk cukup menunjukkan bahwa inovasi ini diterima karena sesuai dengan kemampuan mereka dan kebutuhan mereka. Sesuai dengan pernyataan Ibu Yunhailis berikut ini :

“Saya ikut nabung mbak, *masio* cuma dikit yang penting ditabung. Mumpung ada bank di sini”

Hal ini dibuktikan oleh banyaknya wanita pedagang yang memanfaatkan jasa Bank Jatim untuk menyimpan uang mereka. Mereka merasa terbantu dalam hal penyimpanan uang. Beberapa wanita pedagang yang belum pernah menabung merasa tertarik setelah mengetahui manfaat dari menabung itu sendiri serta kemudahan-kemudahan yang ditawarkan seperti setoran awal yang rendah dan biaya administrasi bulanan yang ringan. Artinya adanya Bank Jatim tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan para wanita pedagang.

c. Kemudahan (*Complexity*)

Banyaknya wanita pedagang yang memanfaatkan Bank Jatim untuk melakukan penyimpanan uang menunjukkan bahwa prosedur dalam membuka rekening serta melakukan transaksi perbankan dianggap tidak rumit oleh sebagian besar wanita pedagang di Puspa Agro. Mereka merasa prosedur yang ditetapkan serta aturan-aturannya tidak memberatkan. Hal ini dibenarkan oleh Ibu Hari berikut ini :

“Ya Cuma fotokopi KTP mbak, udah itu tok”

Berbeda dengan prosedur dalam membuka rekening untuk penyimpanan uang, Prosedur perkreditan Bank Jatim oleh beberapa wanita pedagang dianggap sulit terutama bagi warga luar kota. Persyaratan untuk melakukan perkreditan salah satunya adalah memiliki KTP dalam kota (Sidoarjo). Sehingga warga selain dari Sidoarjo mengalami kesulitan dalam melakukan perkreditan di Bank Jatim Puspa Agro. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Umi asal Batu-Malang berikut ini :

“Saya nabung mbak, tapi nggak ikut kredit-kreditan lha wong KTP saya KTP Batu, jadinya nggak bisa. Kan syaratnya harus KTP sini”

Melihat pernyataan salah satu informan di atas, dapat diketahui bahwa prosedur dalam melakukan perkreditan dianggap rumit terutama bagi wanita pedagang yang berasal dari luar kota.

d. Observabilitas (*Observability*)



Dalam membantu manajemen keuangan masyarakat khususnya wanita pedagang, Puspa Agro mengadakan kerjasama dengan Bank Jatim. Pengelola menyediakan fasilitas pelayanan perbankan dengan setoran awal yang ringan. Hal ini dilakukan untuk meringankan para wanita pedagang dalam melakukan kegiatan perbankannya. Selain itu, dengan adanya Bank Jatim di Puspa Agro para wanita pedagang dapat menikmati perkreditan serta transaksi perbankan yang lain. Diharapkan dengan adanya pelayanan perbankan oleh Bank Jatim Puspa Agro tersebut mampu membantu mengatur keuangan para wanita pedagang.

Berkaitan dengan hal tersebut, wanita pedagang di Puspa Agro menanggapi positif adanya layanan perbankan tersebut. Mereka menerima fasilitas tersebut karena dengan adanya layanan perbankan tersebut, wanita pedagang dapat mengendalikan pemanfaatan pendapatan mereka. Akan tetapi informan berpendapat bahwa layanan dari Bank Jatim tersebut tidak akan berdampak pada penjualan maupun pendapatan yang mereka terima. Berikut pernyataan dari Ibu Mimi :

“Ya menurut saya nggak pengaruh mbak. Kalau itu tergantung banyaknya yang datang ke pasar ini bukan banyaknya kita nabung”

Para wanita pedagang yang salah satunya adalah Ibu Mimi menganggap bahwa adanya Bank Jatim tidak mempengaruhi banyaknya penjualan maupun pendapatan yang diterimanya. Menurut mereka Bank Jatim tersebut hanya sekedar tempat menyimpan uang hasil berdagang mereka. Jadi dapat dikatakan bahwa tidak ada kaitannya kegiatan menabung mereka dengan hasil yang akan mereka dapat dari hasil berdagang. Hal ini diperkuat dengan komentar singkat dari Ibu Ina berikut ini :

“Nggak ngaruh i mbak”

Komentar singkat tersebut menunjukkan bahwa Ibu Ina dan wanita pedagang lain memang tidak merasakan perubahan terhadap pendapatan yang diterima selama melakukan transaksi penabungan di Bank Jatim Puspa Agro. Pengaruhnya lebih kepada pengeluaran yang dilakukan wanita pedagang dalam pemanfaatan pendapatannya. Walaupun mereka menilai bahwa adanya layanan

perbankan tersebut tidak ada pengaruhnya pada pendapatan, tetapi mereka senang dapat menyimpan hasil kerja mereka di Bank Jatim Puspa Agro tersebut.

Uraian serta kutipan pernyataan informan mengenai layanan perbankan yang disediakan Bank Jatim menunjukkan bahwa persepsi sebagian besar wanita pedagang cenderung positif. Mereka menganggap adanya Bank Jatim tersebut dapat membantu mengendalikan keuangan mereka terutama layanan untuk kegiatan penabungan. Sedangkan layanan perkreditan para wanita pedagang tidak menyamut positif karena mereka menilai bahwa layanan tersebut tidak sesuai dengan kondisi ekonomi mereka yang belum siap untuk melakukan perkreditan.

### **6.3.6 Prosedur Berjualan**

#### **6.3.6.1 Proses Persepsi**

##### **1. Penerimaan rangsangan (informasi)**

Input-input yang berkaitan dengan prosedur berjualan disampaikan melalui kegiatan promosi yang diadakan Puspa Agro. Dengan adanya kegiatan promosi tersebut, wanita pedagang menerima informasi-informasi yang diserap melalui indera pendengaran. Mereka mendengar setiap penjelasan dari pengelola Puspa Agro mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan prosedur berjualan di Puspa Agro.

Selain mendengar dari pihak pengelola melalui kegiatan promosi, wanita pedagang menerima informasi dengan mendengar penjelasan dari kerabat mereka maupun pedagang lain yang mengetahui informasi tersebut. Dengan mendengar, wanita pedagang dapat mengumpulkan input-input tersebut untuk mendukung terbentuknya persepsi terhadap prosedur berjualan yang ditetapkan oleh Puspa Agro.

##### **2. Penyeleksian rangsangan**

Seleksi rangsang (input) yang berkaitan dengan prosedur berjualan dilakukan oleh wanita pedagang dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam menentukan seleksi, faktor kemampuan, minat serta ajakan atau dukungan orang terdekat sangat berperan. Kemampuan secara ekonomi menjadi salah satu alasan



untuk memutuskan persepsi apa yang akan dibentuk oleh masing-masing wanita pedagang. Rangsangan (input) yang diterima akan diseleksi berdasarkan kemampuan ekonomi tersebut. Selain itu, minat atau kemauan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi proses seleksi. Dengan kemauan atau minat orang akan cenderung tertarik untuk menanggapi informasi tersebut lebih jauh dan akan berimbas pula pada pembentukan persepsi. Ajakan ataupun dari orang lain dapat dilihat dari kegiatan promosi. Setelah wanita pedagang mengikuti kegiatan promosi sebagai proses penerimaan input, dilanjutkan dengan proses seleksi input dimana proses seleksi yang berlangsung dipengaruhi oleh ajakan serta penjelasan dari pengelola Puspa Agro.

### 3. Penafsiran rangsangan

Setelah proses seleksi berlangsung, dilanjutkan dengan proses penafsiran rangsangan (interpretasi). Informasi atau rangsangan berkaitan dengan prosedur berjualan di Puspa Agro yang telah melewati proses seleksi tersebut diorganisir. Kemudian diinterpretasikan berdasarkan sifat-sifat inovasi dalam hal ini adalah prosedur berjualan. Hasil interpretasi akan membentuk persepsi mengenai prosedur berjualan yang ditetapkan oleh Puspa Agro. Persepsi tersebut menunjukkan bagaimana wanita pedagang menanggapi serta menilai prosedur berjualan tersebut.

#### a. Keuntungan Relatif (*Relative Advantages*)

Dalam menyewa stan di Puspa Agro terdapat beberapa prosedur yang harus diikuti. Langkah yang harus dilakukan pedagang cukup mengisi formulir pengajuan untuk menyewa stan serta mengumpulkan fotokopi KTP. Untuk masalah biaya sewa berbeda dengan pasar induk lainnya, biaya sewa di Puspa Agro menggunakan sistem kontrak ditetapkan untuk 10 tahun. Biaya ditetapkan berdasarkan luasan stan yang disewa. Pembayaran sewa stanpun dapat dilakukan dengan cara mencicil. Hal ini dirasa pihak pengelola Puspa Agro cukup memudahkan para pedagang yang ingin mengadakan kegiatan perdagangan di Puspa Agro sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Tossy selaku marketing Puspa Agro :

“Biaya sewa dibebankan menurut luas stan yang disewa. Rp5000/m<sup>2</sup>-nya. Itu berlaku untuk 10 tahun dan sistem pembayarannya boleh di cicil. Kurang murah apa mbak? Tempatnya juga bersih dan luas, jadi jualan bisa nyaman. Kemudian ada biaya iuran harian sebesar Rp 15.000. Itu untuk biaya operasional seperti listrik, air, kebersihan. Jadi ya dengan kenyamanan-kenyamanan itu bisa dibilang cukup murah kok sebenarnya”

Berdasarkan penuturan dari marketing Puspa Agro, banyak keuntungan yang di peroleh pedagang dalam berjualan di Puspa Agro. Wanita pedagang dapat menikmati kenyamanan mengingat pasar Puspa Agro merupakan pasar yang bersih dan luas. Dengan biaya sebesar itu pantas saja bila memiliki kenyamanan yang tidak didapat ditemui di pasar lain.

Mayoritas wanita pedagang menganggap bahwa prosedur yang ditetapkan pihak pengelola memang tidak begitu memberatkan. Hanya saja untuk biaya sewanya, para wanita pedagang merasa terbebani mengingat Puspa Agro belum seramai pasar induk lain. Mereka malah merasa mengalami kerugian karena tidak seimbang biaya sewa dengan hasil penjualan mereka. Seperti yang diutarakan oleh Ibu Julaiha berikut ini :

“Kalau sepi terus kayak gini ya bisa dibilang rugi mbak, bayarnya sama hasil jualan nggak seimbang gini”

Sebagian besar wanita pedagang berpersepsi sama dengan persepsi Ibu Julaiha. Biaya yang ditetapkan tergolong mahal. Pendapatan hasil berdagang yang mereka terima tidak sebanding dengan mahalnya biaya menyewa stan tersebut. Sehingga jika kondisi pendapatan mereka sedang turun, dana yang dialokasikan untuk pembayaran sewa tergolong kecil (kurang).

#### b. Kesesuaian (*Compatibility*)

Prosedur berjualan yang dibuat Puspa Agro dianggap beberapa wanita pedagang tidak sesuai dengan kebiasaan mereka. Karena mereka merasa tidak ada prosedur yang memberatkan mereka kecuali masalah biaya sewa stan. Masalah biaya sewa yang di rasa oleh beberapa wanita pedagang agak memberatkan, mereka atasi dengan berjualan di luar Puspa Agro pada hari tertentu yang dianggap sepi pengunjung dan berjualan di Puspa Agro dengan jam kerja penuh



pada akhir pekan saja. Seperti yang dilakukan Ibu Yuli melalui pernyataannya berikut ini :

“Di sini kalau rame cuma hari sabtu sama minggu mbak, kalau bukan hari libur sepi. Mangkanya saya kalau hari senin sampai kamis nggak seharian di sini. Pagi sampai siang jualan di tempat lain. Nanti jam 12an balik jualan kesini lagi”

Atau menyewa stan kepada tangan pertama penyewa stan yang biayanya lebih murah dari biaya aslinya. Yang dimaksud tangan pertama di sini adalah pedagang atau orang umum yang menyewa stan tetapi mereka tidak melaksanakan kegiatan perdagangan melainkan disewakan untuk pedagang lain dengan harga yang lebih murah. Dengan cara tersebut, para wanita pedagang mampu menutupi biaya sewa yang tinggi tersebut.

Untuk wanita pedagang yang sebelumnya memang tidak bekerja atau tidak berdagang dan tidak ada masalah dengan pembiayaan sewa tersebut tentu saja berpersepsi positif tentang salah satu prosedur berjualan di Puspa Agro. Mereka menganggap biaya sebesar itu memang pantas dan sesuai dengan kenyamanan yang di tawarkan. Hal ini dibenarkan oleh Ibu Hari melalui pernyataannya berikut ini :

“Ya murah mbak. Wajar, Wong bayar segitu tempatnya udah bersih, besar, nggak sumpek, nggak becek kayak pasar lain. Jadi saya jualan kan juga enak”

Komentar Ibu Hari tersebut menunjukkan bahwa prosedur berjualan terutama biaya sewa stan sudah sesuai dengan kenyamanan yang diberikan. Dengan biaya sebesar itu mampu membantu mendukung kegiatan pedagang seperti penyediaan air, listrik, kebersihan dan sebagainya.

### c. Kemudahan (*Complexity*)

Para wanita pedagang menganggap bahwa prosedur untuk berjualan di Puspa Agro tidak rumit. Pedagang hanya diwajibkan mengisi formulir dan memberikan fotokopi KTP sebagai syarat. Setelah itu dilakukan pembayaran sewa dengan cara dicicil. Kemudian pedagang memperoleh sertifikat hak sewa untuk melegalkan perjanjian sewa tersebut. Semua wanita pedagang merasa prosedur dalam memulai berjualan di Puspa Agro ini tergolong mudah. Maka dari itu,

mereka merasa tertarik untuk berjualan di Puspa Agro seperti Ibu Yunhailis berikut ini :

“Gampang kok mbak nggak ruwet. Cuma Fotokopi KTP, bayar uang sewa terus nanti dapat sertifikat hak sewa...terus bayarnya boleh dicicil tiap bulan. Udah gitu tok mbak”

Kemudahan prosedur tersebut dapat meningkatkan semangat wanita pedagang dalam menjalankan peran produktifnya. Dengan prosedur yang tidak rumit, wanita pedagang akan tertarik untuk berdagang di Puspa Agro. Sehingga dapat dikatakan bahwa mudahnya prosedur berjualan dapat meningkatkan minat para wanita pedagang untuk berjualan di Puspa Agro.

#### d. Observabilitas (*Observability*)

Dalam berdagang di Puspa Agro, terdapat beberapa prosedur yang harus dipenuhi oleh pedagang. Salah satunya adalah kewajiban membayar sewa stan untuk berdagang. Informan penelitian dalam hal ini wanita pedagang menyatakan bahwa prosedur berupa biaya sewa stan cukup mempengaruhi pendapatan mereka karena menurut mereka harga sewa stan tergolong mahal. Mengingat pembeli di Puspa Agro belum sebanyak di pasar-pasar lainnya. Maka jika dihitung-hitung alokasi penerimaan mereka sebagian dipotong untuk membayar sewa stan. Hal ini diutaran oleh Ibu Ani sebagai berikut :

“Ya pengaruh mbak, nanti hasil saya jualan dibuat bayar sewa kalau harga sewanya mahal kan untung saya jadi cuma dikit. Kalau dapetnya banyak se gak pa pa mbak, kalau dapetnya dikit buat bayar sewa perbulannya kan nggak cukup...kalau nggak cukup gitu ya terpaksa pinjem pinjem dulu mbak. Malah nggak dapet hasilnya saya”

Melihat pernyataan di atas, bila penerimaan mereka sedikit maka mau tidak mau harus mengeluarkan biaya sewa yang dicicil setiap bulannya. Dan pendapatan yang mereka terima setelah dikurangi biaya-biaya seperti biaya sewa yang dijelaskan di atas akan menjadi semakin kecil.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pernyataan-pernyataan informan mengenai prosedur berjualan adalah para wanita pedagang memiliki persepsi positif tentang prosedur berjualan. Tetapi untuk harga sewa lapak (stan) dirasa



cukup mahal mengingat kondisi pasar yang masih sepi pengunjung sehingga pendapatan yang mereka peroleh dengan biaya sewa stan tidak seimbang.

#### **6.4 Peran Produktif Wanita Pedagang di Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis)**

Peran wanita sudah mulai diperhitungkan terutama perannya sebagai pencari nafkah dalam rumah tangga. Tak hanya menjalankan kodratnya sebagai wanita yang menjadi seorang Ibu rumah tangga dengan segala aktivitas domestiknya, tetapi juga bertindak sebagai pengambil keputusan dalam segala aspek termasuk aspek yang berhubungan dengan kegiatannya dalam menjalankan peran produktif salah satunya dalam perdagangan yaitu sebagai wanita pedagang di Puspa Agro.

Melalui analisis gender yang terdiri dari aspek aktivitas, aspek akses, aspek kontrol dan aspek manfaat serta menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi, akan dikaji profil wanita pedagang di Puspa Agro. Sehingga akan terlihat seberapa besar peran wanita dibandingkan dengan peran suaminya dalam aktivitas berdagang di Puspa Agro.

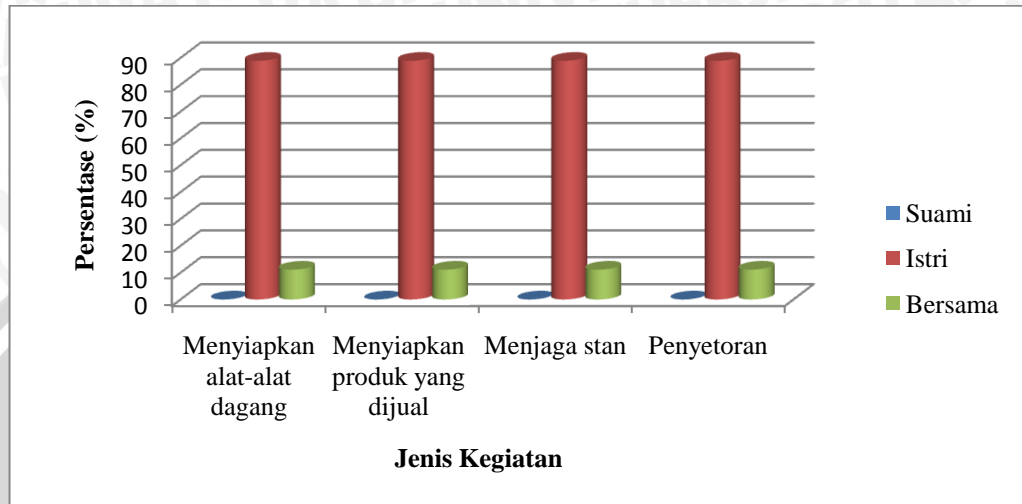
##### **6.4.1 Aspek Aktivitas Wanita Sebagai Pedagang**

Analisis aspek aktivitas dilakukan untuk mengetahui aktivitas wanita dalam peran produktifnya sebagai pedagang. Dan melihat seberapa dominan aktivitasnya sebagai pedagang dibandingkan dengan aktivitas pria (suami) dalam hal pembagian kerja, alokasi waktu, penjadwalan, dan kegiatan lain yang bersifat teknis.

Bentuk aktivitas wanita sebagai pedagang di Puspa Agro diwujudkan dalam kegiatan pembagian kerja berdasarkan alokasi waktu. Beberapa pedagang memutuskan untuk membagi waktunya dengan yang lain untuk menjaga stan. Mereka membagi kerjanya dengan karyawan mereka, anak mereka, bahkan suami mereka. Tetapi dalam penyajian aspek aktivitas berikut, pembagian kerja dibandingkan dengan peran suaminya.

Sebagian besar wanita dapat menjalankan aktivitasnya tanpa bantuan suami. Namun diantara 9 informan, hanya 1 wanita pedagang yang masih melibatkan suami dalam menjalankan aktivitasnya sebagai pedagang di Puspa Agro. Keterlibatan peran suami secara langsung dalam aktivitas perdagangan ini

karena mata pencaharian suami sama dengan sang istri yaitu sebagai pedagang dalam satu lokasi pasar induk Puspa Agro. Jika sudah seperti ini, peran suamilah yang lebih mendominasi. Untuk mempermudah dalam melihat aktivitas wanita pedagang di Puspa Agro dapat di lihat pada gambar 11 berikut.



Gambar 11. Diagram aktivitas wanita pedagang dan suami  
*Sumber : Data primer, 2011*

Berdasarkan persentase rata-rata diketahui bahwa mayoritas wanita pedagang lebih mendominasi segala aktivitas yang menyangkut kegiatan perdagangan mereka tanpa turut campur sang suami. Pada kasus seperti ini para suami bekerja di bidang yang berbeda dengan istri sehingga mereka tidak tahu apa saja yang dilakukan dalam memenuhi perannya sebagai wanita pedagang. Mereka cenderung membagi kerjanya dengan anak mereka, karyawan atau saudara mereka tanpa mengganggu pekerjaan suami. Hal ini seperti yang diungkapkan Ibu Hari yang berjualan bersama karyawan yang merupakan saudaranya sendiri :

“Suami nggak ikut campur masalah jualan saya mbak. Uda repot ngurusi pekerjaannya sendiri jadi dosen, jadi ya saya ngurus-ngurus sendiri. Paling kalau jualan ditemani sama adik saya, sekalian bantu ekonomi adik saya”

Jika Ibu Hari melaksanakan kegiatan perdagangannya dengan saudaranya, lain halnya dengan Ibu Yunhailis yang berjualan bersama anak perempuannya. Berikut penuturannya :



“Ini sama anak saya mbak, daripada nganggur di rumah. Bapaknya ya nggak bisa bantu, kerja sendiri. Jadi kalau ada apa-apa ya sama anak saya ini mbak ”

Selain itu, pada beberapa wanita pedagang walaupun memiliki dominasi dalam pembagian kerja sebagai pedagang, tapi masih ada andil sang suami walaupun tidak secara langsung. Suami memberikan rekomendasi tempat serta lokasi dimana produk didapat untuk dijual. Tetapi dalam pelaksanaannya dilakukan seratus persen oleh sang istri. Seperti yang terjadi pada Ibu yunhailis berikut ini :

“Saya tahu tempat ini ya di kasih tau suami saya, suami saya dari temannya. Tempat kulakan juga dikasih tahu sama suami saya, lah suami saya dari temannya. Terus yang kulakan ya saya sendiri mbak. Kalau jualan juga suami nggak ikut-ikut. Paling di bantu sama anak saya yang perempuan itu. Suami saya yang ngurusin kerjanya sendiri mbak”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan wanita di Puspa Agro dilakukan tanpa bantuan suami. Dominasi aktivitas ada pada wanita pedagang sebagai istri. Untuk lebih jelas dalam melihat proporsi aktivitas antara wanita pedagang (istri) dan suami dapat dilihat pada gambar 12 berikut ini :



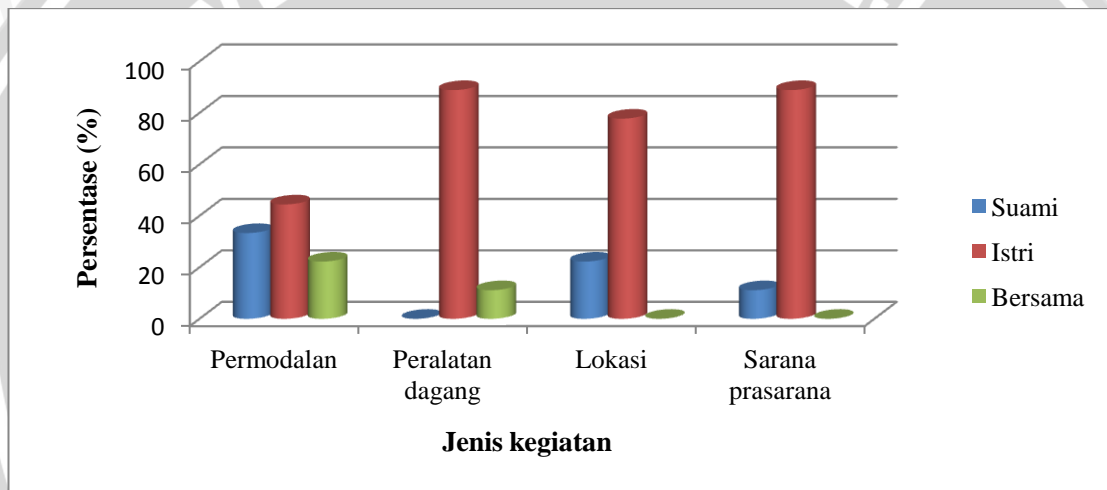
Gambar 12. Diagram Proporsi aktivitas antara wanita pedagang dan suami  
*Sumber : Data primer, 2011*

Dari beberapa pernyataan dan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa aktivitas wanita dalam peran produktifnya sebagai pedagang ternyata lebih dominan daripada aktivitas pria (suami). Hal ini berarti wanita memiliki peran lebih besar dalam kegiatan perdagangannya dan mereka dapat melakukan sendiri kegiatan perdagangannya tanpa mengikutsertakan peran suami di dalamnya.

#### 6.4.2 Aspek Akses Wanita Sebagai Pedagang

Dalam menjalankan peran produktifnya sebagai pedagang, wanita dituntut memiliki akses untuk mendukung terlaksananya kegiatan perdagangan. Akses yang dimaksud berupa akses terhadap modal, waktu kerja, peralatan dagang, lokasi pemasokan produk, akses terhadap sarana prasarana serta akses terhadap informasi.

Analisis akses wanita pedagang diperlukan untuk melihat seberapa besar akses wanita terhadap sumberdaya dan seberapa besar akses yang dimiliki oleh pria (suami) dalam aspek-aspek yang mendukung kegiatan perdagangan mereka. Berikut ini adalah diagram yang menunjukkan akses antara wanita pedagang (istri) dengan suami mereka.



Gambar 13. Diagram akses wanita pedagang dan suami terhadap sumber daya  
*Sumber : Data primer, 2011*

Persentase menunjukkan hampir semua informan wanita pedagang menguasai akses dalam mendukung kegiatan perdagangan mereka. Akses mengenai lokasi baik lokasi dagang yaitu Puspa Agro maupun lokasi dimana produk dipasok, sebanyak 77,78% informan menyatakan mengetahui lokasi tersebut tanpa bantuan suami. Mereka mengetahui sendiri lokasi tersebut dari teman mereka serta kerabat mereka. Sedangkan sebanyak 22,22% dari keseluruhan informan dalam perolehan informasi mengenai lokasi-lokasi tersebut menyerahkan kepada suami.



Untuk akses terhadap peralatan dagang, 88,89% wanita pedagang memperolehnya sendiri tanpa campur tangan dari suami. Peralatan tersebut meliputi meja stan, alat timbangan dan lain-lain. Para wanita pedagang kebanyakan membuat sendiri meja stan dengan bantuan teman atau kerabat mereka tanpa bantuan suami. Karena suami mereka sudah disibukkan dengan pekerjaannya sendiri. Sehingga kebanyakan wanita pedagang turun tangan untuk mengurus sendiri apa saja yang dibutuhkan untuk kegiatan perdagangan mereka. Beberapa informan tidak mau direpotkan untuk membuat meja stan sendiri. Mereka memutuskan menyewa meja stan melalui koperasi Puspa Agro karena menurut mereka dengan menyewa meja stan dari koperasi, mereka tidak harus melibatkan suami mereka ataupun orang lain dalam mempersiapkan alat-alat perdagangan. Sebaliknya, 11,11% informan atau seorang informan melibatkan suami dalam perolehan informasi mengenai peralatan perdagangan. Keterlibatan suami informan dalam akses terhadap peralatan perdagangan dikarenakan kesamaan profesi antara informan dengan suami yaitu sama-sama sebagai pedagang di Puspa Agro. Seperti yang dinyatakan oleh Ibu Umi berikut ini:

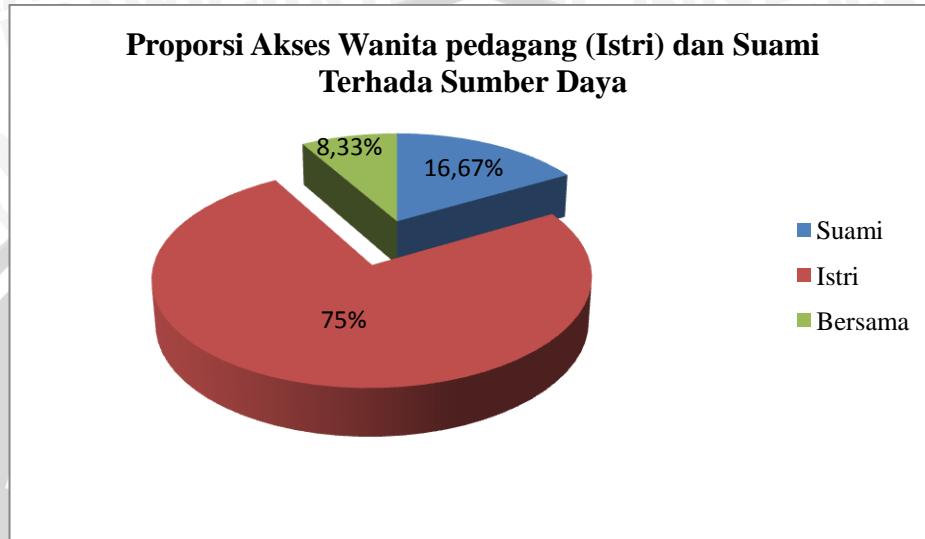
“Tahunya kalau di sini jual alat-alat dari suami. Suami saya kan anggota Gapoktan. Pas promosi ke kota-kota kan diundang, jadinya tahu mbak kalau di sini disediakan alat-alat buat dijual ke pedagang kayak meja sama timbangan”

Dalam akses terhadap permodalan, 44,44% informan menangani sendiri masalah permodalan. Mereka berusaha memperolehnya sendiri karena mereka memang sudah tidak memiliki suami yang dapat membantu dalam hal permodalan. Mereka memperoleh modal dari pekerjaan mereka sebelum berdagang di Puspa Agro. Lain halnya dengan apa yang diutarakan ibu Julaiha berikut ini:

“Modal buat jualan pake uangnya suami mbak, la wong saya sebelum jualan ini nggak kerja kok. Jadi yang ngasih modal ya suami saya”

Berdasarkan Argumen di atas diketahui bahwa akses terhadap modal yang dipegang penuh oleh suami (sebanyak 33,33%). Artinya akses suami dalam permodalan lebih mendominasi daripada istri. Hal ini dilakukan karena pria

(suami) keadaan ekonomi suami lebih mencukupi untuk permodalan daripada wanita pedagang (istri). Rendahnya akses modal pada wanita (istri) ini disebabkan karena sebelumnya informan belum pernah bekerja baik menjadi pedagang maupun yang lainnya. Sehingga kurang kuat bila harus menyiapkan modal sendiri untuk berdagang di Puspa Agro.



Gambar 14. Diagram proporsi akses wanita pedagang dan suami terhadap sumber daya

Sumber : *Data primer, 2011*

Dilihat dari beberapa penjelasan mengenai aspek akses wanita sebagai pedagang melalui gambar 10 tersebut, dapat dikatakan bahwa wanita pedagang sebagai istri memiliki cukup akses dalam mendukung kegiatan perdagangannya di Puspa Agro sehingga mereka tidak memerlukan banyak peran suami dalam mendapatkan akses.

#### **6.4.3 Aspek Kontrol Wanita Sebagai Pedagang di Puspa Agro**

Analisis terhadap aspek kontrol diperlukan untuk mengetahui seberapa besar penguasaan atau wewenang atau kekuatan wanita pedagang dalam mengambil keputusan. Aspek yang akan dianalisis serta dibandingkan porsinya antara suami dengan istri (wanita pedagang) meliputi kontrol dalam penentuan alokasi waktu kerja, penentuan *partner* kerja untuk menjaga stan, pemilihan alat perdagangan, penentuan banyaknya produk yang akan dijual, penentuan harga produk hingga penentuan besar dan sumber modal.



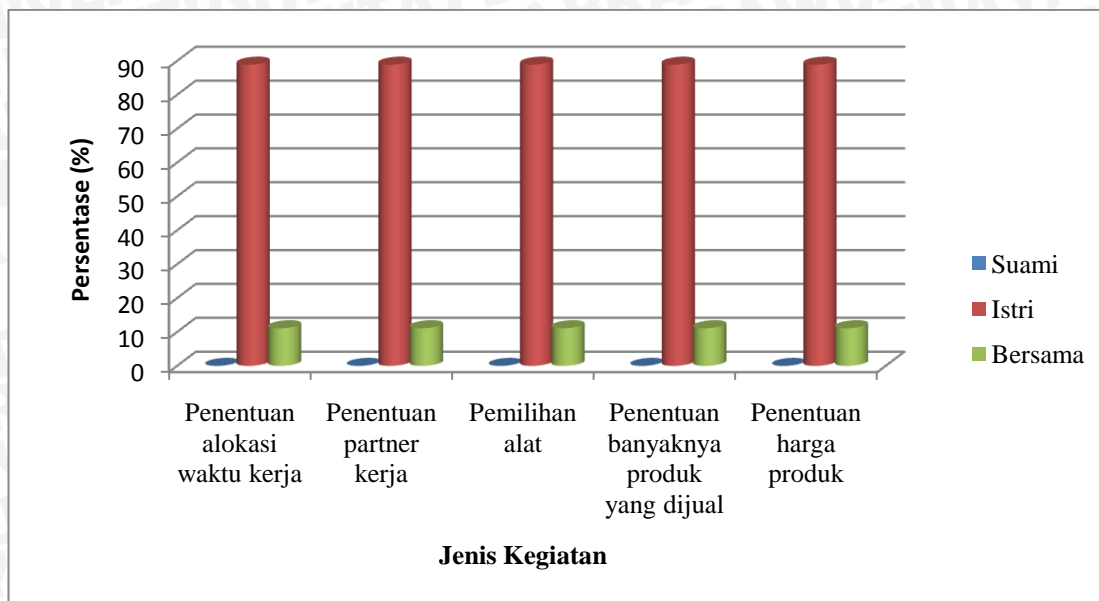


Diagram 15. Aspek Kontrol Antara Wanita Pedagang dengan Suami  
 Sumber : Data primer, 2011

Berdasarkan diagram macam-macam kontrol di atas dapat dicermati bahwa sebagian besar kontrol dipegang oleh informan atau wanita pedagang (istri). Walaupun masih ada informan yang kontrolnya masih dilakukan sepenuhnya oleh suami yaitu kontrol dalam penentuan besar dan sumber modal. Penentuan besar dan sumber modal oleh suami dilakukan karena beberapa alasan seperti terbatasnya modal yang dimiliki oleh istri karena istri belum pernah melakukan pekerjaan sebelumnya. Sehingga keuangan sepenuhnya dikendalikan oleh suami. Hal ini seperti pernyataan dari Ibu Yunhailis berikut ini :

“ Yang ngasih modal buat mulai jualan ya bapak (suami) mbak. Ini saya kan baru pertama kali jualan. Jadi sebelumnya ya belum pernah megang uang. Uangnya kan dari bapak terus dikasih ke saya gitu mbak”

Kontrol dalam penentuan alokasi waktu kerja, penentuan *partner* kerja untuk menjaga stan, pemilihan alat perdagangan, penentuan banyaknya produk yang akan dijual dan kontrol dalam penentuan harga produk sebagian besar dilakukan oleh informan sebagai istri. Persentase rata-rata menunjukkan bahwa dominasi dipegang oleh wanita pedagang sebagai istri. Hal ini didasari oleh masing-masing suami dan istri memiliki kesibukan dan tanggungjawab sendiri pada pekerjaan masing-masing. Oleh karena itu, mau tidak mau istri harus bisa menangani langsung kontrol terhadap aspek-aspek yang dibutuhkan dalam

menjalankan kegiatan perdagangan mereka. Dan sebagian besar informan mampu melakukannya tanpa bantuan suami. Informan yang melakukan kontrol bersama dengan suami sebanyak 11,11%. Informan melibatkan langsung suami pada kontrol karena pekerjaan suami dan istri sama-sama berdagang di Puspa Agro. Sehingga peran suami dan istri saling memberi keputusan dan masukan untuk menjalankan kegiatan perdagangan mereka. Proporsi kontrol yang dimiliki wanita pedagang, suami maupun bersama disajikan pada gambar 16 berikut.



Gambar 16. Diagram proporsi aspek kontrol antara wanita pedagang dengan suami

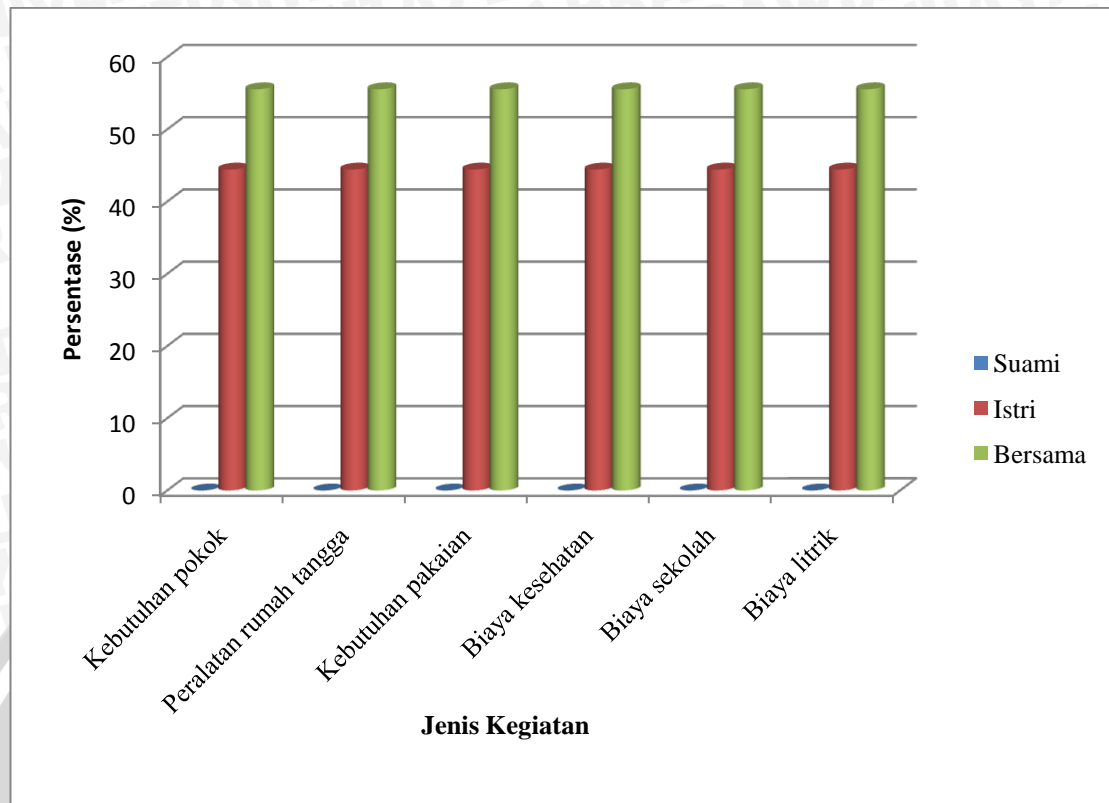
Sumber : Data primer, 2011

Diagram di atas menunjukkan bahwa wanita pedagang memiliki kontrol yang cukup besar dibandingkan dengan kontrol yang dimiliki oleh suami dan kontrol bersama. Ini berarti wanita memiliki cukup wewenang dan kekuatan untuk mengendalikan dan mengatur sumberdaya yang mendukung kegiatan perdagangannya.

#### 6.4.4 Aspek Manfaat Wanita Sebagai Pedagang di Puspa Agro

Analisis aspek manfaat diperlukan untuk memperlihatkan apakah sumber daya yang telah diakses dapat dinikmati secara optimal oleh pedagang pria maupun wanita. Sehingga akan diketahui apakah manfaat atau hasil yang diperoleh tersebut diterima oleh suami atau istri atau bahkan keduanya.





Gambar 17. Diagram Pemanfaatan Hasil Berdagang Antara Wanita Pedagang dan Suami

Sumber : Data primer, 2011

Dapat dilihat dari gambar 17 di atas, sebagian besar informan mengelola manfaat dari hasil perdagangan tersebut bersama dengan suami. Semua kebutuhan rumah tangga tanpa terkecuali diatur secara bersama-sama karena mereka merasa memiliki tanggungjawab untuk mengatur kebutuhan yang diperlukan dalam rumah tangga mereka. Hal ini diperkuat dengan pengakuan ibu Julaiha berikut ini

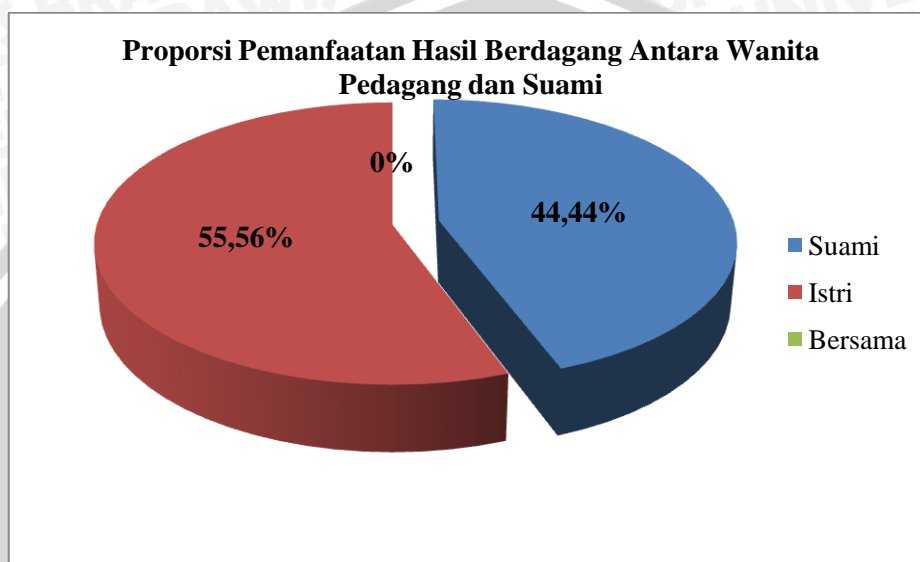
“Ya ngaturnya sama suami mbak, bareng-bareng. Wong cari uang ini juga dipake bareng-bareng buat kebutuhan kok”

Sedangkan sebanyak 44,44% informan mengelola sendiri hasil dagang mereka untuk seluruh kebutuhan rumah tangga. Seperti yang diutarakan Ibu Suci sebagai berikut :

“Saya sendiri yang ngatur mbak. Buat bayar listrik, air, semua pokoknya. Kadang dibantu anak-anak juga.”

Kutipan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa wanita lebih dominan dalam mengelola dan menggunakan pemanfaatan hasil berdagangnya. Mereka

tidak melibatkan suami dalam hal pengelolaan manfaat ini karena informan memang mengurus sendiri keperluan rumah tangga tanpa seorang suami. Mereka hanya ditemani anak-anak, saudara ataupun orangtua mereka. Sehingga untuk urusan pengelolaan manfaat dilakukan tidak dengan suami melainkan anggota rumah tangga lain.



Gambar 18. Diagram proporsi pemanfaatan hasil berdagang antara wanita pedagang dan suami

Sumber : Data primer, 2011

Gambar 18 di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan hasil didominasi oleh wanita pedagang sebagai istri yaitu sebesar 55,56%. Hal ini berarti wanita dapat mengatur hasil berdagangnya secara mandiri dikarenakan kondisi rumah tangga yang tidak memungkinkan untuk dikelola dengan suami karena wanita pedagang dalam kategori ini memang tidak memiliki suami. Sehingga pengelolaan dan pemanfaatan hasil dilakukan bukan dengan suami melainkan dengan anggota rumah tangga lain.

### 6.5 Kontribusi Wanita Pedagang Terhadap Pendapatan Rumah Tangga

Sosok wanita lebih dikenal sebagai tokoh penting dalam dunia domestik. Tetapi semakin berkembangnya zaman, peran wanita tidak selalu hanya dikaitkan dengan peran domestiknya saja dalam rumah tangga. Wanita memiliki peran produktif yang salah satunya diwujudkan dalam pekerjaannya sebagai pedagang di Puspa Agro. Dengan menjalankan peran produktifnya, wanita dapat



menghasilkan pendapatan sendiri untuk mendukung kebutuhan rumah tangga. Dengan kata lain wanita dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada tabel 6 berikut ini menunjukkan persentase besarnya pendapatan rata-rata setiap anggota rumah tangga yang diambil dari 9 informan penelitian.

Tabel 6. Pendapatan Rumah Tangga Pedagang Puspa Agro

Sumber pendapatan	Jumlah pendapatan rata-rata (Rp)	Persentase (%)
Istri	1.157.756,8	32,9
Suami	1.761.111,1	50,0
Anggota RT lain	600.000	17,1
<b>Total</b>	<b>3.518.867,9</b>	<b>100,0</b>

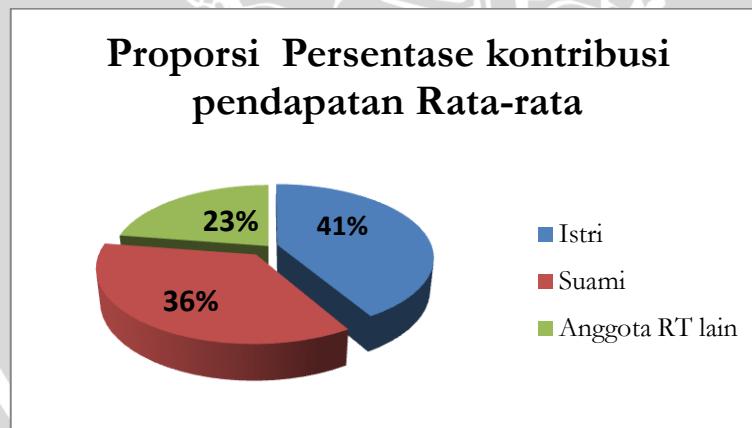
*Sumber : Data primer, 2011*

Jika diamati, tabel 6 di atas menunjukkan pendapatan rata-rata informan (wanita pedagang di Puspa Agro) sebesar Rp 1.157.756,8 atau 32,9%. Untuk pendapatan suami informan rata-rata sebesar Rp 1.761.111,1 dengan persentase yaitu 50,0%. Persentase pendapatan suami menunjukkan jumlah paling tinggi mengingat selama ini suami sebagai sumber utama pendapatan rumah tangga. Dimana bekerja merupakan sebuah tuntutan bagi seorang suami sedangkan bagi istri, bekerja bukan merupakan prioritas utama melainkan hanya untuk membantu memberi tambahan pemasukan ekonomi rumah tangga saja. Beberapa anggota rumah tangga secara tidak langsung memang telah membatasi aktivitas mencari nafkah antara suami maupun isteri bahkan masih banyak rumah tangga yang membatasi secara tegas aktivitas produktif isteri. Para pria sebagai suami lebih mendominasi peran sebagai sumber pencari nafkah dalam rumah tangga sesuai dengan budaya patriarkal yang banyak diterapkan di Indonesia. Sedangkan istri sebagai wanita pedagang di Puspa Agro membatasi aktivitas mereka dalam bekerja sebagai pedagang mengingat peran wanita selain menjalankan peran produktifnya, wanita harus melaksanakan peran domestiknya dalam rumah tangga yang merupakan peran paling penting yang harus dilaksanakan oleh seorang wanita. Berbeda halnya dengan informan yang tidak memiliki suami sebagai sumber pendapatan utama, yang menjadi tulang punggung untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga adalah istri (wanita) atau anggota rumah tangga lain

seperti anak, saudara atau kerabat. Dalam hal ini, tinggi rendahnya pendapatan tergantung dari besarnya pendapatan anggota rumah tangga lain.

Pada tabel 6, terdapat poin ketiga yaitu pendapatan anggota rumah tangga lain. Jika dicermati, sumber pendapatan tidak selalu berasal dari suami dan istri saja dalam sebuah rumah tangga tetapi juga dapat bersumber dari anggota rumah tangga lain seperti ayah, Ibu, anak, adik maupun kakak. Besar pendapatan yang dihasilkan oleh anggota rumah tangga selain suami dan istri rata-rata sebesar 17,1 % atau Rp 600.000. Untuk informan yang tidak memiliki suami sebagai sumber pendapatan, pendapatan anggota rumah tangga lain cukup membantu mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari.

Kontribusi pendapatan merupakan besar pendapatan yang diperoleh untuk wanita pedagang dari kegiatan perdagangannya di Puspa Agro yang dialokasikan ke rumah tangga guna memenuhi kebutuhan rumah tangga. Besarnya kontribusi pendapatan rumah tangga wanita pedagang dilihat dan dibandingkan dengan kontribusi pendapatan anggota rumah tangga lain seperti suami, anak, orang tua maupun saudara. Untuk membandingkan besarnya rata-rata proporsi kontribusi pendapatan antara suami, istri (wanita pedagang) serta anggota rumah tangga lainnya dapat dicermati pada diagram berikut.



Gambar 19. Proporsionalitas persentase kontribusi pendapatan rumah tangga rata-rata

Sumber : Data primer, 2011

Besarnya persentase pendapatan istri sebagai wanita pedagang menunjukkan proporsi kontribusi pendapatan yang dihasilkan oleh informan sebagai istri juga sebagai pencari nafkah. Hasil rata-rata sebesar 41% tersebut



ternyata lebih tinggi dari kontribusi pendapatan rata-rata suami yang hanya selisih 6%. Hal ini membuktikan bahwa peran wanita sebagai pedagang sangat penting. Tidak dapat dipungkiri dengan pendapatan yang dihasilkan oleh informan dari kegiatan berdagang, mampu membantu mendukung perekonomian rumah tangga sehingga kebutuhan-kebutuhan rumah tangga yang semakin hari semakin meningkat mampu di atasi. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Ibu Yuli berikut ini :

“Ya lumayan mbak bisa buat nambah-nambah penghasilan, itung-itung bantu suami. sekarang kan sembarang naik”

Pernyataan tersebut membuktikan bahwa peran produktif wanita dapat membantu memperbaiki perekonomian rumah tangga. Sehingga dalam suatu rumah tangga tidak hanya mengandalkan sumber pendapatan dari suami saja melainkan istri sebagai anggota rumah tangga juga harus berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga.

Walaupun pendapatan yang diperoleh dari berdagang tidak sebanding dengan pendapatan suami, kegiatan berdagang juga dapat dimanfaatkan sebagai pengisi waktu luang. Sehingga informan tidak begitu memperhatikan berapa besar kontribusinya terhadap pendapatan rumah tangga. Hal ini seperti yang diungkapkan Ibu Hari berikut ini :

“Suami saya jadi dosen lepas di ITS sama jadi kepala sekolah swasta. Kalau ditanya pendapatannya besar siapa ya jelas suami saya mbak. Saya ini dagang kan buat ngisi waktu luang. Soale udah pensiun mbak, nggak ada kerjaan. Jadi poko ke ada kegiatan. Jualan nggak ngoyo nemen kok”

Melihat pernyataan Ibu Hari terlihat bahwa Ibu bekerja hanya mengisi waktu luang saja, tidak begitu memprioritaskan pendapatan yang diperoleh. Sedangkan bagi suami dan istri yang berprofesi sebagai pedagang seperti Ibu Umi kontribusi pendapatan rumah tangga setiap bulannya bisa berubah-ubah tergantung dari siapa yang memperoleh hasil berdagang lebih tinggi. Untuk saat ini, penjualan Ibu Umi di Puspa Agro menurun sehingga kontribusi pendapatannya jauh lebih kecil dari kontribusi pendapatan suami. Untuk wanita pedagang yang suaminya berprofesi sebagai karyawan swasta seperti Ibu Yuli, kontribusinya berbeda tipis dengan kontribusi pendapatan suaminya yaitu sebesar Rp 2.000.000/bulan-nya. Tetapi salah satu informan menunjukkan kontribusi yang

lebih besar dari suami. Ibu Julaiha misalnya, kontribusi pendapatannya sebagai wanita pedagang lebih besar daripada suami karena pendapatan Ibu memang lebih besar daripada suaminya yang bekerja sebagai pegawai swasta. Besar kecilnya kontribusi antara wanita pedagang dengan suami tergantung hasil penjualan produk mereka. Karena pendapatan dari berdagang tidak bisa dipastikan setiap bulannya sedangkan pendapatan suami mereka yang rata-rata sebagai pegawai memang sudah pasti jumlah tiap bulannya. Berikut pernyataan yang dilontarkan oleh Ibu Julaiha :

“Pendapatan saya kadang lebih besar, kadang juga lebih kecil mbak. Wong nek dagang kan dapet e nggak mesti mbak. Kadang dapet banyak pas rame. Kadang kalau sepi dapetnya nggak seberapa. La kalau suami saya gajinya kan tetep tiap bulan”

Untuk informan yang sumber pendapatannya tidak didukung dari pendapatan suami melainkan didukung oleh anggota rumah tangga lain seperti Ibu Ina dan Ibu Mimi proporsi pendapatannya dapat dikatakan lebih tinggi (seperti Ibu Ina) jika pendapatan informan lebih besar daripada pendapatan anggota rumah tangga lainnya. Karena dalam kondisi Ibu Ina ini, kakak Ibu Ina hanya bekerja menjual kue pesanan dengan pendapatan rata-rata sebesar Rp 800.000. Sehingga, pendapatan yang diterima lebih tinggi Ibu Ina yang bekerja sebagai pedagang di Puspa Agro. Sebaliknya proporsi kontribusi pendapatan informan dikatakan lebih rendah (Ibu Mimi) jika pendapatan anggota rumah tangga lain lebih tinggi. Anggota rumah tangga lain Ibu mimi merupakan adik kandungnya bekerja di pabrik Maspion dengan pendapatan perbulan sebesar Rp 2.000.000. Sehingga bila dibandingkan dengan Ibu Mimi yang pendapatan perbulannya rata-rata hanya Rp 800.000 masih jauh lebih tinggi saudara Ibu Mimi tersebut. Untuk informan yang tidak memiliki suami atau anggota rumah tangga lain sebagai sumber pendapatan seperti Ibu Suci dan Ibu Khotima yang menjadi sumber pendapatan satu-satunya untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga, proporsi kontribusi pendapatannya jelas paling tinggi yaitu mencapai 100%.



## BAB VII

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Puspa Agro (Pusat Perdagangan Agrobis) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

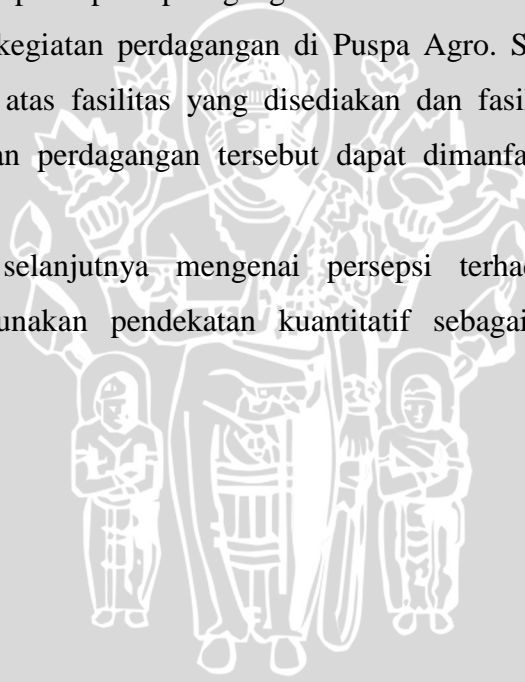
1. Peran produktif wanita pedagang di Puspa Agro dilihat dari keempat aspek gender menunjukkan bahwa sebagian besar kegiatan perdagangannya di Puspa Agro dilakukan sendiri oleh mereka. Kegiatan tersebut seperti menyiapkan alat-alat untuk berdagang, memperoleh akses tanpa bantuan suami, mengambil keputusan yang menyangkut harga jual, pembelian produk yang akan dijual. Hanya saja untuk masalah penyediaan modal wanita pedagang memutuskan untuk menerima dari suami. Sedangkan dalam menikmati hasil pendapatan, sebagian besar wanita pedagang menyatakan bahwa pemanfaatan hasil untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga diatur bersama-sama dengan suami.
2. Persepsi wanita pedagang terhadap pembangunan Puspa Agro melalui inovasi yang disediakan seperti perpustakaan mini, jaringan internet, peralatan pendukung, layanan perbankan dan strategi pemasaran berdasarkan sifat-sifat inovasi *relative advantages*, *compatibility*, *complexity* dan *observability* cenderung kurang menunjukkan tanggapan positif. Dapat dilihat dengan tanggapan-tanggapan sebagian besar wanita pedagang di Puspa Agro terhadap fasilitas-fasilitas inovatif yang kurang tertarik sehingga kurang dimanfaatkan dengan baik. Bahkan beberapa wanita pedagang tidak tahu akan inovasi tersebut. Wanita pedagang menganggap Puspa Agro sebagai pasar wisata biasa seperti yang lain. Sehingga mereka tidak mementingkan apa saja dan untuk apa fasilitas tersebut ada. Mereka menganggap fasilitas tersebut semata-mata untuk para pengunjung Puspa Agro saja. Yang terpenting bagi mereka adalah produk yang mereka jual banyak dibeli oleh para pengunjung.
3. Dalam menjalankan peran produktifnya sebagai pedagang di Puspa Agro, wanita pedagang mampu memberikan kontribusinya terhadap pendapatan rumah tangga dengan nilai rata-rata sebesar 41%. Dengan proporsi kontribusi

sebesar itu wanita pedagang telah merasa mampu membantu suami dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga.

## 7.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Para wanita pedagang sebaiknya memiliki kesadaran untuk memanfaatkan fasilitas yang disediakan dengan sebaik-baiknya karena fasilitas-fasilitas tersebut juga dibuat untuk membantu kegiatan perdagangan para wanita pedagang yang akan berimbas pada pendapatan mereka.
2. Pihak pengelola sebaiknya mengadakan sosialisasi ulang atau penjelasan sedetail-detailnya kepada para pedagang berkaitan fasilitas yang disediakan untuk mendukung kegiatan perdagangan di Puspa Agro. Sehingga tidak ada kesalahan persepsi atas fasilitas yang disediakan dan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan perdagangan tersebut dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin.
3. Untuk penelitian selanjutnya mengenai persepsi terhadap Puspa Agro diharapkan menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai pelengkap hasil penelitian ini.





## DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. 2010. **Puspa Agro Pasar Agrobisnis Terbesar Di Indonesia.**  
(<http://Solo.cybercity.wordpress.com/.../>)
- \_\_\_\_\_. 2001. **Bunga Rampai Bahan Pembelajaran Pelatihan Pengarusutamaan Gender.** Biro Kesehatan Reproduksi Dan Kependudukan. Jakarta
- Anonymous. 2005. ([www.bapedalda-diy.go.id](http://www.bapedalda-diy.go.id))
- Arikunto, Suharsimi. 1990. **Manajemen Penelitian.** Rinerka Cipta. Yogyakarta
- Atkinson L.Rita dan Atkinson C. Richard. 1997. **Pengantar Psikologi.** Erlangga. Jakarta
- Den Ban, Van dan HS Hawkins. 1999. **Penyuluhan Pertanian.** Kanisius. Yogyakarta
- Bierlin, J.G and M.W Woolverton. 1991. **Agribusiness Marketing: The Management Perspective.** New Jersey: Prentice-Hall
- Downey,W.D dan S.P Erickson. 1992. **Manajemen Agribisnis: Edisi kedua terjemahan R.Ganda S. dan A.Sirait.** Erlangga. Jakarta
- Effendi, Tadjudin Nur. 1995. **Sumber Daya Manusia, Peluang Kerja, Dan Kemiskinan.** PT Tiara Wacana. Yogyakarta
- Faisal, Sanapiah. 2003. **Format-Format Penelitian Sosial.** Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Gibson, J. L Ivan Erich. J. M. Donnely J. H. 1996. **Organisasi, Perilaku Struktur Dan Proses.** Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta
- Hanafi, Abdillah. 1981. **Memasyarakatkan Ide-Ide Baru.** PT Usaha Nasional. Surabaya
- Iskandar. 2009. **Metodologi Penelitian Kualitatif.** Gaung Persada Press. Jakarta
- Kantor Menteri Negara Peranan Wanita. 1998. **Gender dan Permasalahannya.** Modul Pelatihan Analisis Gender. (<http://www.Mennegpp.go.id>)
- Khairuddin. 1985. **Sosiologi Keluarga.** Nur Cahaya. Yogyakarta
- Kotler, P dan Amstrong. J. 1997. **Marketing Management.** Prentice hall Inc. Conneticut

- Kurniawati, Eli. 2007. **Peranan Perempuan Dalam Industry Rumah Tangga Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Di Desa Sukowati Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik**. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang
- Kyle, Robert C & Baird, Floyd M. 1995. **Property Management, Fifth Edition, Education Company**. A Division Of Bearborn Financial Publishing, inc.
- Leavitt, H. J. 1992. **Psikologi Management: Sebuah Pengantar bagi Individu dan Kelompok dalam Organisasi**. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Lilananda, Rudy. 1997. **Transformasi Pasar Tradisional Di Perkotaan Surabaya**. Penelitian Universitas Kristen Petra. (<http://digilib.petra.ac.id/viewer.php>)
- Mulyana, Deddy. 2004. **Ilmu Komunikasi**. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Nanath. 2008. **Kuliah Komunikasi**. (<http://www.KuliahKomunikasi.com>)
- Nugroho, Riant. 2008. **Gender Dan Strategi Pengarus-Utamaannya Di Indonesia**. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Nurdiana, Lilis. 2001. **Peran Tenaga Kerja Perempuan Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Dalam Agroindustri Jamu Tradisional. Jurusan Sosial Ekonomi**. Skripsi S1 Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang
- Pareek, Udai. 1996. **Perilaku Organisasi**. PT. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta
- Prasetyo, Sandis Wahyu. 2006. **Peranan Perempuan Dalam Agribisnis Jahe Instan Dan Masyarakat Luas Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumah Tangga**. SKR FPUB. Malang
- Puspa Agro. 2010, Edisi Oktober. **Dekati Kastamer Buka Capem Di Puspa Agro**. Hal 15
- Puspa Agro. 2010, Edisi Oktober. **Puspa Agro Dilengkapi Perpustakaan Berbasis Internet**. Hal 2
- Saladin, Djaslim. 1996. **Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran**. Mandar Maju. Bandung.
- Sarwono, S.W. 2001. *Teori-teori psikologi sosial*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta



- Saragih, Bungaran. 2000. **Kebijakan Pertanian untuk Merealisasikan Agribis Sebagai Penggerak Utama Perekonomian Negara**. Centre Policy of Agro Studies, Paper on Planel Discussion: tanggal 14 November 2000. ([http:// www. Agroindonesia.com/news/launcing/jafar%20Hafsah.htm](http://www.Agroindonesia.com/news/launcing/jafar%20Hafsah.htm))
- Sigit, Soehardi. 1987. **Marketing Praktis**. Armurrita. Yogyakarta
- Simamora, Bilson. 2002. **Panduan Riset Perilaku Konsumen**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. **Metode Penelitian Survai**. LP3ES. Jakarta
- Soedarmanto. 1992. **Dasar-dasar Pengelolaan dan Penyuluhan Pertanian**. Unibraw. Malang
- \_\_\_\_\_. 2003. **Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian Teori dan Penerapannya**. FPUB. Malang
- Sudarta, Wayan. 2010. Peranan Wanita Dalam Pembangunan Berwawasan Gender. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Udayana. Bali**
- Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)**. Alfabeta. Bandung
- Sumarwan, Ujang. 2004. **Perilaku Konsumen**. Ghalia Indonesia. Bogor
- Supriyanti. 2007. **Persepsi Petani Tantang Alih Fungsi Lahan Hutan Menjadi Lahan Pertanian Dan Partisipasi Petani Dalam Program GN-RHL**. Skripsi S1 Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang
- Suratiyah, Ken. 1994. **Pekerja Wanita Pada Industri Rumah Tangga Pangan (Kasus Kabupaten Bone Sulawesi Selatan)**. WSP No 2 vol IV. Jakarta
- Swara rahima. 2005. **Perempuan Bekerja, Dilema Tak Berujung?**. (<http://www.menegpp.go.id>)
- Syadia. 2010. **Jenis-Jenis Pasar**. (<http://syadiashare.com/jenis-jenis-pasar.html>)
- Theodorson, George A, and Achilles G. Theodorson. 1979. **A Modern Dictionary of Sociology**. New York, Hagerstown, San Francisco, London: Barnes & Noble Books
- Thoha, M. 1992. **Perilaku Organisasi**. Rajawali Press. Jakarta

repository.ub.ac.id

Tim Pusat Studi Wanita Universitas Udayana. 2003. **Konsep Gender dan Pengarusutamaan Gender**. Materi Sosialisasi Gender dan Pengarusutamaan Gender untuk Toga dan Toma di Provinsi Bali. (<http://www.ejournal.unud.ac.id/>)





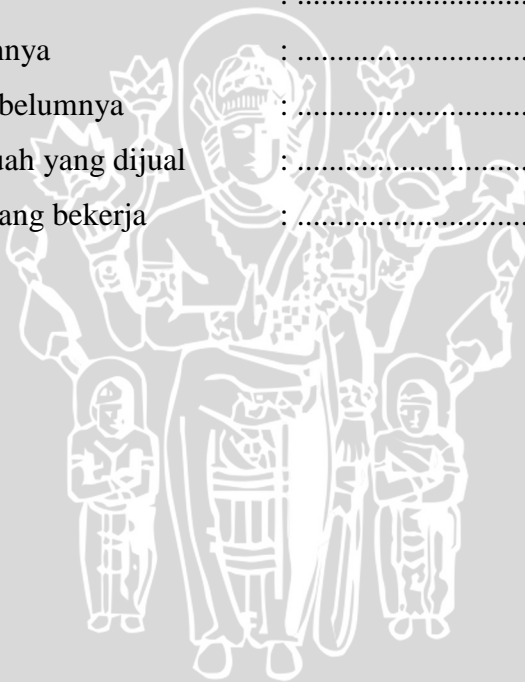
**Lampiran 1**

**PEDOMAN WAWANCARA**

**Persepsi Pedagang Wanita Terhadap Pasar Induk Puspa Agro (Pusat  
Perdagangan Agrobis) Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Rumah  
Tangga**

**DATA INFORMAN**

1. Nama : .....
2. Usia : .....
3. Pendidikan terakhir : .....
4. Alamat rumah : .....
5. No.telpon : .....
6. Pekerjaan sebelumnya : .....
7. Tempat bekerja sebelumnya : .....
8. Komoditi sayur/buah yang dijual : .....
9. Jumlah keluarga yang bekerja : .....orang



## ANALISIS USAHA

### 1. Pendapatan Rumah Tangga

No.	Nama	Usia	Status dalam keluarga	Jenis Pekerjaan	Pendapatan/bulan
JUMLAH					

### 2. Perhitungan total biaya pengeluaran wanita pedagang

No.	Jenis Biaya	Jumlah	Harga satuan	Biaya
1.	Biaya produksi - - - - -			
2.	Biaya sewa			
3.	Retribusi			
4.	Biaya penyusutan : a. Meja dan kursi Nb (Nilai beli) Ns (Nilai sisa)  b. Timbangan Nb (Nilai beli) Ns (Nilai sisa)			
5.	Biaya transportasi			
6.	Biaya tenaga kerja			
JUMLAH				



## PERSEPSI PEDAGANG TERHADAP PUSPA AGRO

- **Perpustakaan mini**

- a) Keuntungan relative (*relative advantage*)

1. Bagaimana menurut anda tentang adanya perpustakaan mini? Apa saja manfaatnya untuk anda?
2. Apakah Anda pernah memanfaatkan perpustakaan mini yang disediakan oleh pengelola ?
3. Apakah perpustakaan yang dibangun cukup bermanfaat untuk Anda? Jelaskan!
4. Apakah alasan Anda berjualan di Puspa Agro karena perpustakaan mini yang disediakan? Jelaskan pendapat Anda!
5. Apakah dibangunnya perpustakaan mini yang dibangun memberi keuntungan untuk anda? Jelaskan!
6. Apakah perbedaan dari perpustakaan mini di Puspa Agro dengan perpustakaan yang pernah anda temui sebelumnya?

- b) Kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan individu/wanita pedagang (*compatibility*)

1. Apakah aturan yang dibuat dalam perpustakaan mini sesuai dengan kebiasaan Anda?
2. Jika tidak, Jelaskan menurut pendapat anda letak ketidaksesuaiannya!
3. Bagaimana aturan yang menurut anda sesuai?
4. Apakah perpustakaan mini yang disediakan sesuai dengan kebutuhan anda?
5. Apakah buku-buku yang disediakan sudah sesuai dengan kebutuhan anda dalam hal ini kegiatan perdagangan?

- c) Tingkat kerumitan dalam penerapannya (*complexity*)

1. Bagaimana menurut Anda tentang prosedur dalam membaca atau meminjam buku di perpustakaan yang disediakan? (rumit/tidak)
2. Jika rumit, menurut anda bagaimana seharusnya?
3. Apakah buku-buku yang disediakan mudah dimengerti?
4. Sebaiknya buku-buku yang seperti apa yang disediakan di perpustakaan mini?
5. Apakah letak perpustakaan tersebut mudah dijangkau?

- d) Dapat diamati hasilnya (*observability*)

1. Bagaimana pengaruh pembangunan perpustakaan mini terhadap kegiatan perdagangan Anda ?
2. Bagaimana pengaruh adanya perpustakaan mini dengan tingkat pendapatan anda?

- **Jaringan internet**

- a) Keuntungan relative (*relative advantage*)

1. Bagaimana menurut anda tentang adanya jaringan internet?
2. Apakah Anda pernah memanfaatkan jaringan internet yang disediakan oleh pengelola ?
3. Apakah alasan Anda berjualan di Puspa Agro karena jaringan internet yang disediakan? Jelaskan pendapat Anda!
4. Apakah dengan adanya jaringan internet akan memberi keuntungan untuk anda terutama terhadap kegiatan perdagangan anda? Jelaskan!

- b) Kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan individu/wanita pedagang (*compatibility*)
  1. Apakah aturan yang dibuat dalam menggunakan jaringan internet sesuai dengan kebiasaan Anda?
  2. Jika tidak, Jelaskan menurut pendapat anda letak ketidaksesuaiannya
  3. Apakah fasilitas jaringan internet yang disediakan sesuai dengan kebutuhan anda?
  4. Bagaimana seharusnya sistem penggunaan jaringan internet menurut anda?
  5. Apakah penyediaan jaringan internet yang disediakan sudah sesuai dengan kebutuhan anda dalam membantu kegaitan perdagangan?
- c) Tingkat kerumitan dalam penerapannya (*complexity*)
  1. Bagaimana menurut Anda tentang prosedur dalam menggunakan jaringan internet yang disediakan? (rumit/tidak)
  2. Jika rumit, bagaimana seharusnya menurut anda?
  3. Apakah letak ruang akses internet tersebut mudah dijangkau (strategis)?
- d) Dapat diamati hasilnya (*observability*)
  1. Bagaimana pengaruh penyediaan jaringan internet terhadap kegiatan perdagangan Anda ?
  2. Bagaimana pengaruh adanya jaringan internet dengan tingkat pendapatan anda?
- **Peralatan pendukung**
  - a) Keuntungan relative (*relative advantage*)
    1. Apakah Anda pernah memanfaatkan peralatan pendukung yang disediakan oleh pengelola ?
    2. Apakah peralatan pendukung yang disediakan cukup menguntungkan untuk Anda?
    3. Apa saja keuntungan yang anda peroleh dari penyediaan peralatan oleh pihak pengelola Puspa Agro?
    4. Apakah alasan Anda berjualan di Puspa Agro karena peralatan pendukung yang disediakan? Jelaskan pendapat Anda!
  - b) Kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan individu/wanita pedagang (*compatibility*)
    1. Apakah aturan yang dibuat dalam menggunakan peralatan pendukung sesuai dengan kebiasaan Anda?
    2. Jika tidak, Jelaskan menurut pendapat anda letak ketidaksesuaiannya
    3. Bagaimana menurut anda aturan yang sesuai berkaitan dengan penggunaan peralatan pendukung?
    4. Apakah penyediaan peralatan pendukung sesuai dengan kebutuhan anda?
    5. Menurut anda, alat apa saja yang sesuai yang harus disediakan untuk mendukung kegiatan perdagangan?
  - c) Tingkat kerumitan dalam penerapannya (*complexity*)
    1. Bagaimana menurut Anda tentang prosedur dalam memanfaatkan peralatan pendukung yang disediakan? (rumit/tidak)
    2. jika rumit, bagaimana seharusnya?
  - d) Dapat diamati hasilnya (*observability*)
    1. Bagaimana pengaruh penyediaan peralatan pendukung terhadap kegiatan perdagangan Anda?



2. Bagaimana penyediaan peralatan pendukung terhadap tingkat pendapatan anda?
- **Strategi pemasaran**
    - a) Keuntungan relative (*relative advantage*)
      1. Bagaimana menurut anda tentang strategi pemasaran yang disarankan oleh pihak pengelola?
      2. Apakah perbedaan strategi pemasarn di Puspa Agro dan di Pasar induk lain?
      3. Apakah strategi pemasaran yang disarankan cukup menguntungkan untuk Anda terutama terhadap kegiatan perdagangan anda? Jelaskan!
      4. Apakah alasan Anda berjualan di Puspa Agro karena strategi pemasaran yang disarankan? Jelaskan pendapat Anda!
    - b) Kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan individu/wanita pedagang (*compatibility*)
      1. Apakah aturan yang dibuat dalam menerapkan strategi pemasaran sesuai dengan kebiasaan Anda?
      2. Jika tidak, Jelaskan menurut pendapat anda letak ketidaksesuaiannya
      3. Bagaimana menurut anda strategi pemasaran yang sesuai?
      4. Apakah penerapan strategi pemasaran sesuai dengan kebutuhan anda?
    - c) Tingkat kerumitan dalam penerapannya (*complexity*)
      1. Bagaimana menurut Anda tentang prosedur dalam menerapkan strategi pemasaran? (rumit/tidak)
      2. Jika rumit, bagaimana seharusnya menurut anda?
    - d) Dapat diamati hasilnya (*observability*)
      1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran yang disarankan terhadap kegiatan perdagangan Anda?
      2. Bagaimana strategi pemasaran yang disarankan terhadap tingkat pendapatan anda?
  - **Layanan Perbankan**
    - a) Keuntungan relative (*relative advantage*)
      1. Bagaimana menurut anda tentang dibukanya Bank Jatim di areal Puspa Agro?
      2. Apakah adanya Bank Jatim di Puspa Agro cukup menguntungkan untuk Anda? Jelaskan!
      3. Apakah alasan Anda berjualan di Puspa Agro karena adanya Bank Jatim di areal Puspa Agro? Jelaskan pendapat Anda!
      4. Bagaimana layanan perbankan di Pasar lain?
    - b) Kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan individu/wanita pedagang (*compatibility*)
      1. Apakah aturan perkreditan di Bank Jatim cabang Puspa Agro sesuai dengan kebiasaan Anda?
      2. Jika tidak, Jelaskan menurut pendapat anda letak ketidaksesuaiannya!
      3. Bagaimana menurut anda aturan perkreditan yang sesuai?
      4. Apakah adanya layanan perbankan di areal Puspa Agro sesuai dengan kebutuhan anda dalam kegiatan perdagangan?
    - c) Tingkat kerumitan dalam penerapannya (*complexity*)
      1. Bagaimana menurut Anda tentang prosedur perkreditan di Bank Jatim Puspa Agro? (rumit/tidak)

2. Jika rumit, bagaimana seharusnya menurut anda?
  3. Apakah letak Bank Jatim di areal Puspa Agro tersebut mudah dijangkau (strategis)?
- e) Dapat diamati hasilnya (*observability*)
1. Bagaimana pengaruh adanya Bank Jatim di areal Puspa Agro terhadap kegiatan perdagangan Anda?
  2. Bagaimana adanya Bank Jatim di areal Puspa Agro terhadap tingkat pendapatan anda?
- **Prosedur Berjualan**
- a) Keuntungan relative (*relative advantage*)
1. Bagaimana menurut anda tentang prosedur berjualan di Puspa Agro?
  2. Apakah prosedur berjualan yang diajukan cukup menguntungkan untuk Anda? Jelaskan!
  3. Apakah alasan Anda berjualan di Puspa Agro karena prosedur berjualan yang diajukan? Jelaskan pendapat Anda!
  4. Bagaimana perbedaan prosedur berjualan di Puspa Agro bila dibandingkan prosedur berjualan di Pasar lain?
- b) Kesesuaian dengan nilai dan kebutuhan individu/wanita pedagang (*compatibility*)
1. Apakah aturan dalam prosedur berjualan yang diajukan sesuai dengan kebiasaan Anda?
  2. Jika tidak, Jelaskan menurut pendapat anda letak ketidaksesuaiannya!
  3. Bagaimana menurut anda prosedur yang sesuai?
  4. Apakah prosedur berjualan sesuai dengan kebutuhan anda dalam kegiatan perdagangan?
- c) Tingkat kerumitan dalam penerapannya (*complexity*)
1. Bagaimana menurut Anda tentang prosedur berjualan di Puspa Agro? (rumit/tidak)
  2. Jika rumit, bagaimana seharusnya menurut anda?
- d) Dapat diamati hasilnya (*observability*)
1. Bagaimana prosedur berjualan yang diajukan pihak pengelola terhadap kegiatan perdagangan Anda?
  2. Bagaimana prosedur berjualan yang diajukan pihak pengelola terhadap tingkat pendapatan anda?



## PERAN PRODUKTIF WANITA

### A. Aspek aktivitas

1. Bagaimana bentuk pembagian tugas dalam berjualan sayur/buah dengan rekan Anda ?
2. Apakah dalam sehari Anda menjual sayur/buah sendiri? Jika iya, dengan siapa Anda berjualan ?

### B. Aspek Akses

1. Bagaimana Anda mengetahui tempat memasok sayur/buah yang Anda jual ?
2. Bagaimana Anda mengetahui adanya Puspa Agro?
3. Bagaimana proses awal Anda berjualan di Puspa Agro?
4. Berapa jam dalam sehari Anda berjualan di Puspa Agro ?
5. Bagaimana Anda mendapat modal untuk berjualan di Puspa Agro ?

### C. Aspek Kontrol

1. Siapa yang menentukan berapa banyak sayur/buah yang dibeli dari produsen?
2. Siapa yang mengatur waktu berjualan anda ?
3. Siapa yang menetapkan harga sayur/buah untuk dijual?
4. Diserahkan ke siapa kegiatan perdagang sayur/buah?
5. Siapa yang menentukan uang hasil berdagang digunakan untuk kebutuhan apa?

### D. Aspek Manfaat

1. Siapa yang mengelola pembelanjaan untuk kebutuhan pokok?
2. Siapa yang mengelola pembelanjaan untuk kesehatan?
3. Siapa yang mengelola pembelanjaan untuk biaya sekolah?
4. Siapa yang mengelola pembelanjaan untuk kebutuhan rumah tangga lainnya?

**Lampiran 2**

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PIMPINAN BAPEL PUSPA AGRO**

**Nama** : .....

1. Mengapa Pasar Puspa Agro didirikan?
2. Usaha apa saja yang dilakukan dalam menjaring para pedagang agar mereka tertarik untuk melakukan kegiatan perdagangan di Puspa Agro?
3. Apa yang membedakan Puspa Agro dengan Pasar Induk lain?
4. Fasilitas-fasilitas apa saja yang dibuat untuk membantu kegiatan perdagangan di Puspa Agro? Jelaskan!
5. Bagaimana menurut anda tentang akses menuju Puspa Agro?
6. Bagaimana menurut anda mengenai fasilitas yang disediakan? Apakah sudah cukup membantu hasil penjualan para pedagang?
7. Apa langkah selanjutnya untuk membantu meningkatkan hasil penjualan (pendapatan) para pedagang di Puspa Agro sekaligus menarik minat pedagang lainnya untuk berdagang di Puspa Agro?



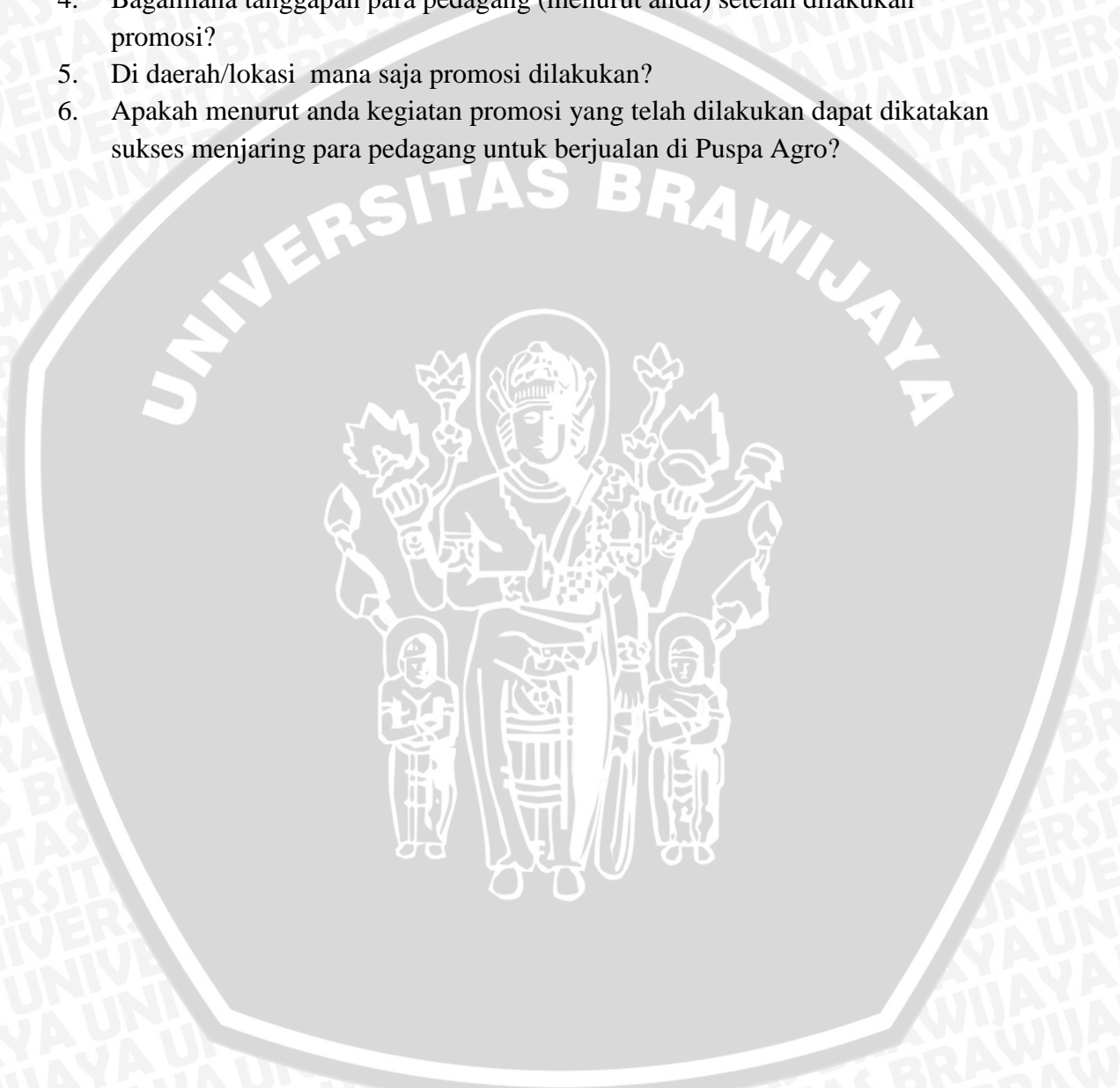


**Lampiran 3**

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK MARKETING PUSPA AGRO**

**Nama :** .....

1. Melalui media apa yang digunakan untuk melakukan promosi?
2. Kapan Promosi dilakukan?
3. Siapa saja yang melakukan promosi ? dari instansi mana saja? Jelaskan !
4. Bagaimana tanggapan para pedagang (menurut anda) setelah dilakukan promosi?
5. Di daerah/lokasi mana saja promosi dilakukan?
6. Apakah menurut anda kegiatan promosi yang telah dilakukan dapat dikatakan sukses menjangkau para pedagang untuk berjualan di Puspa Agro?

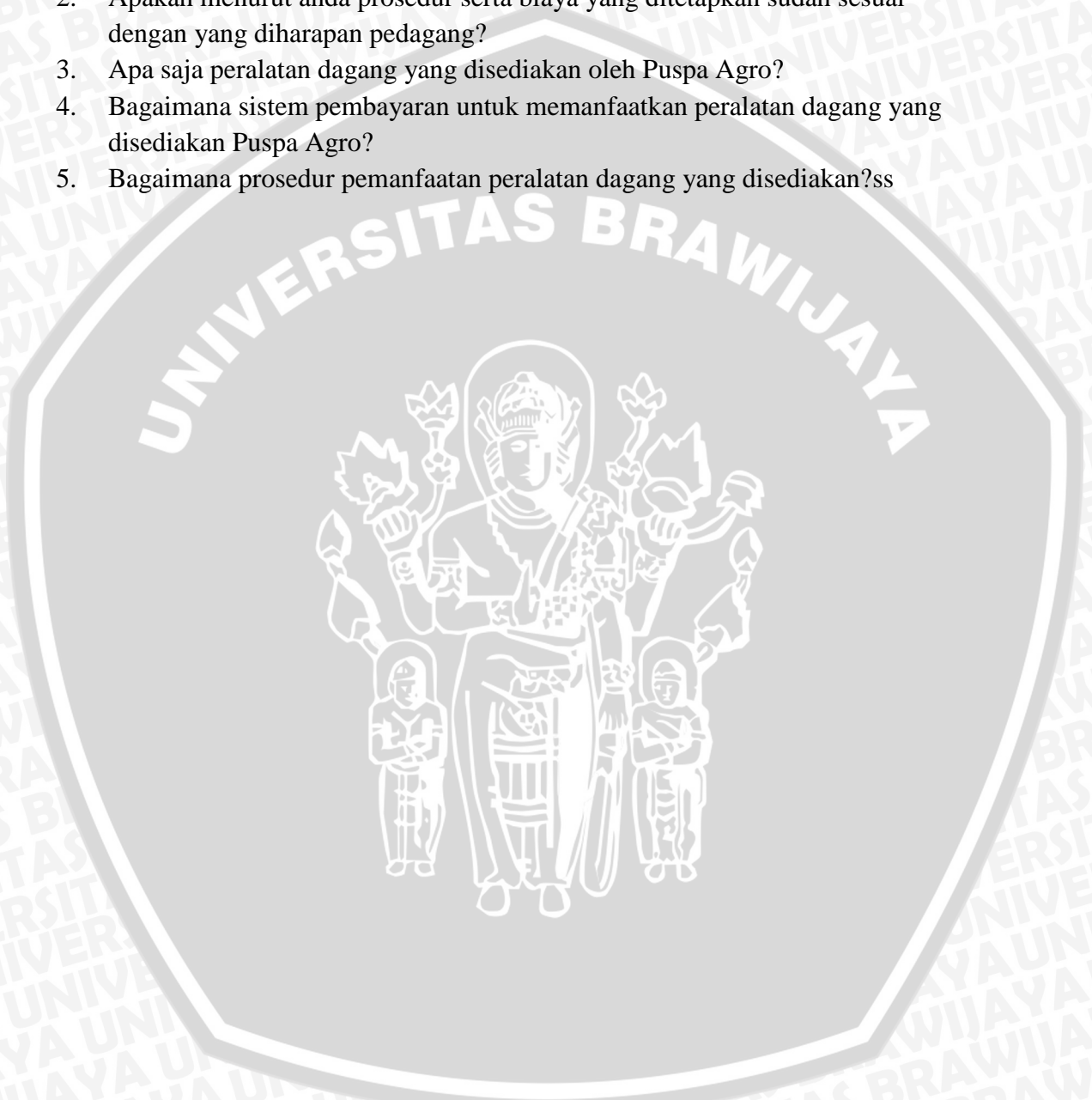


**Lampiran 4**

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGELOLA KOPERASI PUSPA AGRO**

**Nama :** .....

1. Bagaimana prosedur berjalan di Puspa Agro?
2. Apakah menurut anda prosedur serta biaya yang ditetapkan sudah sesuai dengan yang diharapkan pedagang?
3. Apa saja peralatan dagang yang disediakan oleh Puspa Agro?
4. Bagaimana sistem pembayaran untuk memanfaatkan peralatan dagang yang disediakan Puspa Agro?
5. Bagaimana prosedur pemanfaatan peralatan dagang yang disediakan?ss





**Lampiran 5**

Perhitungan Pendapatan Wanita Pedagang Puspa Agro

No	Nama	Sewa	Retribusi	Biaya penyusutan						Total penyusutan	Biaya produksi	Transportasi	Tenaga kerja	Total biaya	Penerimaan	Pendapatan
				Meja+kursi			Timbangan									
				Nb	Ns	Penyusutan	Nb	Ns	Penyusutan							
1	Umi	50000	450000	1200000	50000	164285,71	115000	70000	9000	173285,71	9760000	640000	500000 100000	11573286	11740000	166714,29
2	Suci	50000	450000	1500000	75000	203571,43	100000	35000	13000	216571,43	4980000	1800000	0	8496571,4	7280000	-1216571,43
3	Mimi	-	450000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	800000
4	Hari P	200000	450000	3500000	1000000	357142,86	200000	125000	15000	372142,86	24400000	600000	800000	26822143	30300000	3477857,14
5	Ina	41666	450000	1700000	75000	232142,86	125000	70000	11000	243142,86	5016000	720000	500000 130000	6970808,9	9328000	2357191,14
6	Julaiha	75000	450000	1700000	75000	232142,86	175000	80000	19000	251142,86	4660000	600000	0 100000	7336142,9	6740000	-596142,86
7	Yunhailis	166666	450000	3000000	100000	414285,71	200000	125000	15000	429285,71	9150000	600000	0	11795952	15100000	3304048,29
8	Yuli astuti	50000	450000	2000000	150000	264285,71	115000	70000	9000	273285,71	17700000	600000	500000	19573286	21200000	1626714,29
9	Siti khotima	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500000
														Rata-rata		1157756,77

Keterangan :

Nb = Nilai beli

Ns = Nilai sisa

Biaya penyusutan =  $Nb - Ns / \text{umur barang}$

Pendapatan = Total biaya - total penerimaan

**Lampiran 6**

## Perhitungan Kontribusi Pendapatan Wanita Pedagang Puspa Agro

No	Nama	Sumber pendapatan			Total pndptan ART	%kontribusi istri	%kontribusi suami	%kontribusi ARTL
		Suami	Istri	Anggota RT lain				
1	Umi	2000000	166714,29	900000	3066714,29	5,44	65,22	29,35
2	Suci	0	-1216571,43	0	-1216571,43	100	0	0
3	Mimi	0	800000	2000000	2800000	28,57	0	71,43
4	Hari P	9800000	3477857,14	0	13277857,14	26,19	73,81	0
5	Ina	0	2357191,14	800000	3157191,14	74,66	0	25,34
6	Yunhailis	1000000	-596142,86	500000	903857,14	-65,96	110,64	55,32
7	Julaiha	1050000	3304048,29	1200000	5554048,29	59,49	18,91	21,61
8	Yuli astuti Siti	2000000	1626714,29	0	3626714,29	44,85	55,15	0
9	khotima	0	500000	0	500000	100	0	0
	Jumlah	15850000	10419810,86	5400000	31669810,86			
	Rata-rata	1761111,11	1157756,76	600000	3518867,873	41,47	35,97	22,56

Keterangan :

%kontribusi = jumlah pendapatan/Total pendapatan rumah tangga x 100%

RT : Rumah Tangga

ART : Anggota Rumah Tangga

ART : Anggota Rumah Tangga Lain



Lampiran 7

Dokumentasi Penelitian



Gambar a. Kegiatan wawancara Informan

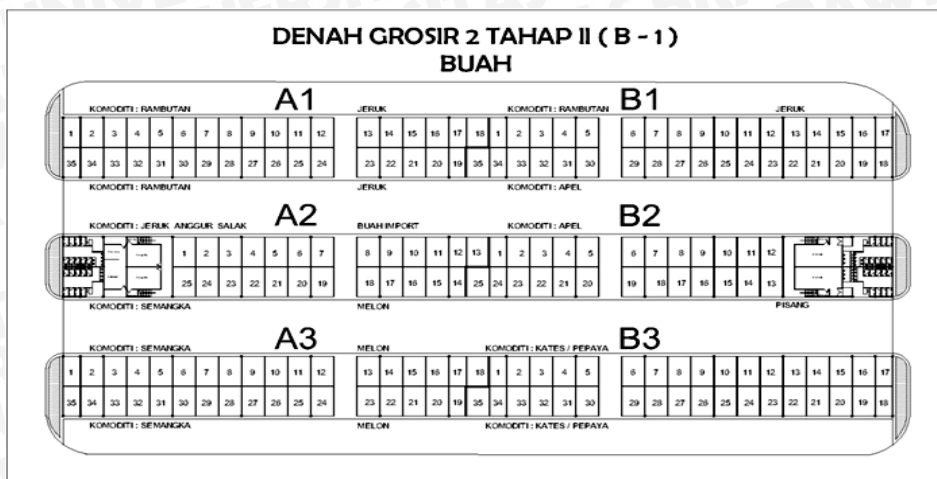


Gambar b. Loss Grosir Besar Tahap I

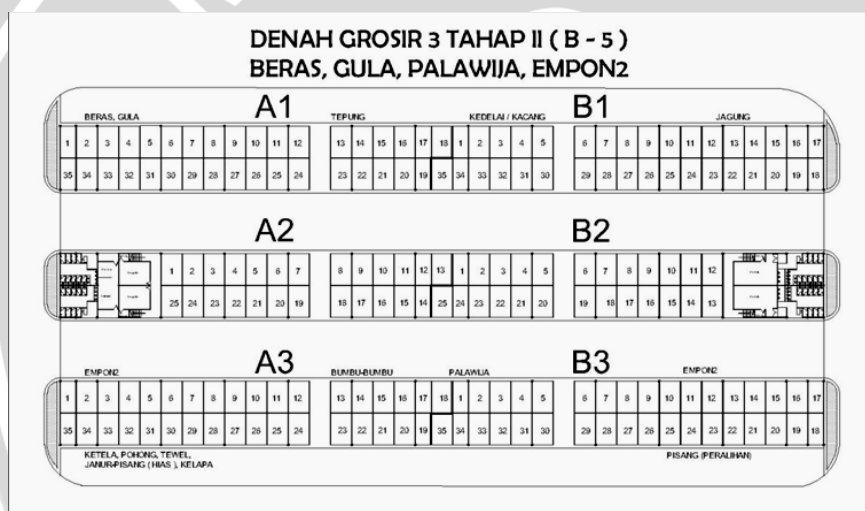








Gambar f. Loss grosir tahap II untuk komoditas buah



Gambar g. Denah loss grosir beras, gula, palawija

**Lampiran 8**  
**Daftar Nama Informan**

No	Nama	Asal	Umur (tahun)	Pendidikan
1	Ina	Jombang	20	SMP
2	Yunhailis	Taman- Sidoarjo	63	SMA
3	Siti khotima	Sukodono- Sidoarjo	40	SD
4	Ibu julaiha	Sambibulu,Taman- Sidoarjo	38	SMP
5	Yuli astuti	Kebraon, Karang pilang- Sidoarjo	30	SMA
6	Umi	Batu- Malang	30	SMA
7	Suci	Ponorogo	46	SD
8	Mimi	Driyorejo- Gresik	46	SMA
9	Hari purwanto	Perum Taman Asri Permai- Sidoarjo	50	SMA

**Daftar Nama Informan Kunci**

No.	Nama	Jabatan	Asal
1	Abdullah Muchibuddin,SE,M.Ak	Pimpinan Bapel Puspa Agro	Perum Ypk Pandugo II,j.3
2	Hadi Santoso (Tossy)	Sales dan marketing	Perum Taman Pinang Indah
3	Ima	Pengelola Koperasi Puspa Agro	Driyorejo- Gresik

