

NASKAH PUBLIKASI JURNAL

**ADAPTABILITAS PASAR SAYUR KECIL TERHADAP PERTUMBUHAN
PASAR SAYUR SKALA BESAR
DI MALANG, JAWA TIMUR**

***SMALL MARKET OF VEGETABLES ADAPTABILITY IN FACE OF
GROWING LARGE SCALE VEGETABLE MARKET
IN MALANG, EAST JAVA***

Oleh :

MEDEA RAMADHANI UTOMO



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2012**

NASKAH PUBLIKASI JURNAL

**ADAPTABILITAS PASAR SAYUR KECIL TERHADAP PERTUMBUHAN
PASAR SAYUR SKALA BESAR
DI MALANG, JAWA TIMUR**

***SMALL MARKET OF VEGETABLES ADAPTABILITY IN FACE OF
GROWING LARGE SCALE VEGETABLE MARKET
IN MALANG, EAST JAVA***

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Oleh

**MEDEA RAMADHANI UTOMO
0810440102-44**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI NASKAH JURNAL

**ADAPTABILITAS PASAR SAYUR KECIL TERHADAP
PERTUMBUHAN PASAR SAYUR SKALA BESAR
DI MALANG, JAWA TIMUR**

***SMALL MARKET OF VEGETABLES ADAPTABILITY IN FACE OF
GROWING LARGE SCALE VEGETABLE MARKET
IN MALANG, EAST JAVA***

Nama Mahasiswa : MEDEA RAMADHANI UTOMO
NIM : 0810440102
Jurusan : SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
Program Studi : AGRIBISNIS
Minat : KOMUNIKASI DAN PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

Prof. Dr. Ir. Kliwon Hidayat, MS.
NIP. 19550626 198003 1 004

Mangku Purnomo, SP. M.Si. PhD.
NIP. 19770402 200501 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Dr. Ir. Syafrial, MS
NIP. 19580529 198303 1 001

**ADAPTABILITAS PASAR SAYUR KECIL TERHADAP PERTUMBUHAN
PASAR SAYUR SKALA BESAR
DI MALANG, JAWA TIMUR**

***SMALL MARKET OF VEGETABLES ADAPTABILITY IN FACE OF GROWING
LARGE SCALE VEGETABLE MARKET
IN MALANG, EAST JAVA***

Medea Ramadhani Utomo¹⁾, Kliwon Hidayat²⁾, Mangku Purnomo²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang

²⁾Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya Malang

E-mail : MedFabregas@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is analyzing the adaptability of small vegetables market to the growth of big scale of vegetables market in Malang, East Java by using descriptive-qualitative analysis. This research was done on April to July 2012 in Kedung Boto Village, Pakis District, Malang City. From that general purpose, it has been developed to three substantial thing, that is : 1) The developing of market actor strategy to build social network in Kedung Boto Market. 2) Build a social network to increase the efficiency of some kind transaction in Kedung Boto market's economics activity. 3) Optimize the effort of market actor to defend the sustainability of Kedung Boto's Market. By its competitive power, Kedung Boto's market has become the competitive and adaptive market to the challenge of grocery market push in Malang. With these competitive condition, Kedung Boto Market could grow well and getting better in every year, so that the level of competitive condition which have happened in Malang grocery market made Kedung Boto Market gets their existence on the line. Beside that, Kedung Boto market has become the center of vegetable market, especially in sawi, kangkung, and spinach around Malang, moreover the scale of this market has spread around Surabaya. This can be included on trader's strategy and tactic in developing the market network which part of social networking and communication strategy in lobbying negotiation to customer for optimizing the efficiency of transaction cost.

Keywords : Vegetable of Market, Social Network, Trader, Efficiency of transaction cost

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah menganalisis adaptabilitas pasar sayur kecil terhadap pertumbuhan pasar sayur skala besar di Malang, Jawa Timur dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan pada periode bulan April-Juli 2012 di Desa Kedung Boto Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. Dari tujuan secara umum tersebut dikembangkan dalam tiga hal yang substansial diantaranya: 1) Pengembangan strategi pelaku pasar dalam membangun jaringan sosial di Pasar Kedung Boto. 2) Membangun jaringan sosial untuk meningkatkan efisiensi berbagai jenis biaya transaksi pada aktifitas ekonomi di Pasar Kedung Boto. 3) Mengoptimalkan upaya-upaya pelaku-pelaku pasar untuk mempertahankan keberlangsungan Pasar Kedung Boto. Keunggulan bersaing yang dimiliki, membuat Pasar Kedung Boto menjadi pasar yang kompetitif dan adaptif terhadap tantangan dan gempuran-gempuran dari berbagai pasar perkulakan di Malang.

Dengan adanya persaingan tersebut Pasar Kedung Boto dapat bertumbuh dengan baik dan semakin berkembang di setiap tahunnya, sehingga besarnya tingkat persaingan yang terjadi pada pasar perkulakan di Malang membuat Pasar Kedung Boto semakin terjaga eksistensinya dan mampu menjadi *icon* pasar sayur khususnya sawi, kangkung dan bayam di Malang dan sekitarnya, bahkan jangkauan pasar telah menjalar sampai di Surabaya dan sekitarnya. Hal ini tidak terlepas dari strategi dan taktik pedagang dalam membangun jaringan-jaringan pasar yang merupakan bagian dari jaringan sosial dan strategi komunikasi dalam negosiasi lobyng terhadap pembeli untuk pengoptimalan efisiensi biaya transaksi.

Kata Kunci : Pasar Sayur, Jaringan Sosial, Pedagang, Efisiensi biaya transaksi

PENDAHULUAN

Kedung Boto sebagai pasar yang tumbuh dan berkembang tanpa campur tangan pemerintah, mampu bertahan di tengah pertumbuhan pasar modern, sedangkan Pasar sayur skala besar yang menjadi kompetitor Pasar Kedung Boto seperti Pasar Blimbing dan Pasar Gadang. Demikian meskipun kuatnya pasar pesaing yang menandingi Pasar Kedung Boto menjadikan Pasar Kedung Boto lebih berkembang dan mampu mempertahankan keberhasilan pasar. Hal ini yang menjadi keunikan, dimana pasar tradisional yang lokasinya dipinggir kota, tetapi dapat bertahan dari gempuran pasar-pasar besar di Malang. Yang menarik untuk diamati Pasar Kedung Boto tetap berjalan aktif dan memberikan kontribusi yang besar pada pelaku pasar sayur di Malang dan bertahan sampai sekarang.

Selain pedagang sebagai pelaku yang aktif membangun jaringan sosial, pasar sendiri sebagai sebuah institusi sosial juga memiliki daya adaptasi untuk mempertahankan keberadaannya di Pasar Kedung Boto. Pasar Kedung Boto merupakan salah satu pasar yang mampu menjadi sentra pasar sayur salah satu penyuplai pasar tradisional di wilayah Malang dan Surabaya. Berdasarkan atas kondisi di atas, bagaimana Pasar Kedung Boto sebagai institusi sosial serta pedagang sebagai pelaku utama membangun strategi untuk mempertahankan eksistensi pasar penting untuk diteliti.

METODE PENELITIAN

Penentuan Lokasi

Pada penelitian ini Pasar Kedung Boto, Desa Kedung Boto Kecamatan Pakis dijadikan sebagai daerah studi kasus, karena lokasi tersebut merupakan salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan pasar perkulakan yang relatif tinggi dan mengalami perubahan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun belakangan ini. Pasar Kedung Boto memiliki beberapa keistimewaan sehingga cukup menarik untuk dijadikan studi kasus penelitian, yang pertama Pasar Kedung Boto sebagai pasar tradisional memegang peranan penting dalam saluran distribusi sayuran dengan jumlah besar, yang fokus pada komoditas sawi, kangkung dan bayam. Kedua terjadi aktifitas sosial dan ekonomi yang mempengaruhi berbagai jenis biaya transaksi dan jaringan sosial. Ketiga yaitu adanya

upaya pelaku-pelaku pasar untuk mempertahankan keberlangsungan pasar sehingga terjadi adaptabilitas pasar di Pasar Kedung Boto. Ketiga alasan tersebut menjadi faktor penting yang membedakan Pasar Kedung Boto dengan pasar yang lain, sehingga menjadi penentu dalam pemilihan lokasi studi kasus penelitian tersebut.

Analisis Deskriptif Kualitatif

Untuk melihat perkembangan pertumbuhan pasar perkulakan Kedung Boto sebagai produsen dan pembeli yang terjadi di Kecamatan Pakis digunakan data jumlah pasar perkulakan dan transaksi biaya di Pasar Kedung Boto Kecamatan Pakis Kabupaten Malang, menggunakan analisis deskriptif kualitatif, karena Analisis Deskriptif lebih berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data, serta penyajian hasil peringkasan tersebut. Penelitian kualitatif ini juga bisa diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif jauh lebih subyektif dari pada penelitian atau survei kuantitatif dan menggunakan metode sangat berbeda dari mengumpulkan informasi, terutama individu, dalam menggunakan wawancara secara mendalam dan grup fokus. Teknik pengumpulan data kualitatif diantaranya adalah *interview* (wawancara), *questionere* (pertanyaan-pertanyaan/kuesioner), *schedules* (daftar pertanyaan), dan observasi (pengamatan, *participant observer technique*).

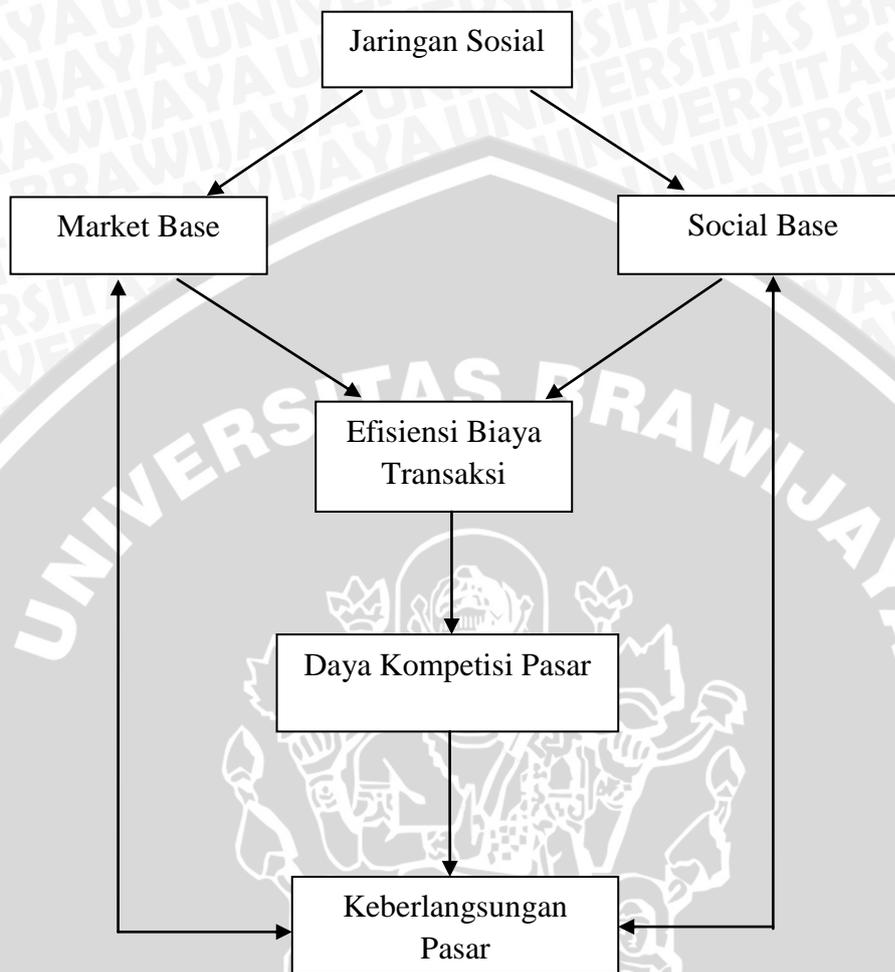
Dalam penelitian ini, data yang didapat berasal dari kondisi lapang dan fenomena sosial yang bersifat tanggapan dan pandangan terhadap pelaksanaan program perkuatan serta kondisi lingkungan sosial ekonomi dan daerah sample yang terjadi di studi kasus. Data-data tersebut kemudian diringkas dengan baik dan teratur, baik dalam bentuk table dan pengkategorian skor, hal ini dilakukan sebagai dasar untuk berbagai pengambilan keputusan. Kemudian dalam proses penggunaan analisis ini ditujukan untuk memperkaya pemahaman tentang variabel-variabel penelitian, pemahaman terhadap variabel akan lebih dapat dilakukan sehingga analisa akan lebih mendalam pada inti permasalahan sehingga ditemukan solusi yang tepat.

Tabel 1. Metode yang digunakan dalam Penelitian

| No. | Metode | Jenis Data | Analisis |
|-----|--------------------|---------------|-----------------------|
| 1 | Wawancara mendalam | Data Primer | Deskriptif Kualitatif |
| 2 | Studi Literatur | Data Sekunder | Deskriptif Kualitatif |
| 3 | Observasi | Data Primer | Deskriptif Kualitatif |

Berdasarkan metode yang digunakan (table 1), merupakan penggunaan metode yang efektif dalam pengambilan data sebagai bahan penelitian dan penggalian informasi secara fakta yang ada di lapang. Untuk mengetahui perkembangan yang ada di Pasar Kedung Boto dengan menggunakan teknik wawancara, menggunakan studi literatur yang tepat, dan observasi secara menyeluruh akan mempermudah peneliti dalam pengambilan data. Kemudian data yang telah ada akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang akan menjelaskan secara lebih dalam dan akurat kondisi di lapang.

KERANGKA KONSEPTUAL



Keterangan :

Tanda panah → = hubungan variabel yang di pengaruhi oleh variabel lain

Tanda panah ↔ = hubungan variabel yang saling mempengaruhi

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Adaptabilitas Pasar Kedung Boto terhadap Pertumbuhan Pasar Perkulakan Besar di Malang.

HASIL PENELITIAN

Sejarah dan Perkembangan Pasar Kedung Boto

Pasar Kedung Boto beroperasi di Desa Kedung Boto sekitar 15 tahun. Beberapa pedagang sekitar 5 sampai 10 pedagang menggagas dan menginisiasi berdirinya Pasar Kedung Boto untuk mengembangkan pasar sayuran menjadi sentra perdagangan sayur di Malang. Pasar tersebut awalnya berada di bagian Barat Desa Kedung Boto. Sekitar 12 tahun berjalan Pasar Kedung Boto berpindah tempat di bagian Timur Desa Kedung Boto yang lebih dekat dengan lahan produksi. Seiring berjalannya waktu Pasar Kedung Boto semakin berkembang dan jumlah pedagang semakin bertampah sampai sekarang sekitar 150 pedagang. Barang yang di produksi juga mengalami perkembangan yaitu terpenuhinya persediaan sayur yang berkualitas dengan kapasitas yang besar. Berkembangnya pasar Kedung Boto juga didukung oleh gaya hidup masyarakat yang cenderung mengkonsumsi sayur karena dianggap penting bagi kesehatan.

Karakteristik Pasar Kedung Boto

Pasar Kedung Boto memiliki kemampuan dalam menjangkau pasar konsumen yang cukup luas efisiensi rantai pemasaran dan memanfaatkan jaringan-jaringan yang ada. Intensitas persaingan di Pasar Kedung Boto terhadap pasar perkulakan di Malang terjadi cukup dinamis dan di perkuat dengan posisi Pasar Kedung Boto yang cukup strategis. Karena dijadikan sebagai sentra perdagangan sayur, menjadikan Pasar Kedung Boto unggul dalam menyediakan stok sayur dalam jumlah besar, karena posisinya yang berdekatan dengan lahan produksi sehingga membuat pasar cukup produktif. Posisi ini menjadi kekuatan yang mengunggulkan Pasar Kedung Boto untuk bersaing dengan pasar-pasar perkulakan di Malang.

Daya Dukung dan Luas Wilayah Suplai Sayur Pasar Kedung Boto

Lokasi lahan produksi untuk Pasar Kedung Boto memiliki keunggulan masing-masing komoditas seperti di Kecamatan Pakis untuk komoditas sawi dan kangkung sentra produksinya terdapat di Desa Kedung Boto, Desa Ampel Bento dan Desa Karang Nongko. Kemudian untuk komoditas kangkung dan bayam terdapat di Desa Banjar Rejo dan Desa Bungut.

Di Kecamatan Tumpang terdapat lokasi lahan produksi yang memiliki keunggulan komoditas di masing-masing desa. Pada sentra produksi komoditas sawi dan kangkung terdapat di Desa Tamiajeng, Desa Nongko Songo dan Desa Pandan Ajeng. Kemudian untuk sentra produksi komoditas sawi dan bayam terdapat di Desa Bokor, Desa Pandan Ajeng dan Desa Kambangan. Dari keterangan tersebut dapat diketahui lokasi-lokasi lahan produksi yang menjadi sentra produksi dimasing-masing komoditas yang menjadi unggulan.

Tabel 2. Kategori Profesi Pedagang berdasarkan Mata Pencaharian

| Kategori | Pedagang dan Petani | Petani murni | Peternak dan Petani | Jumlah Keseluruhan |
|----------|---------------------|--------------|---------------------|--------------------|
| Jumlah | 76 orang | 52 orang | 25 orang | 153 orang |

Sumber Data : Data Primer (20

Pedagang yang berprofesi sebagai pedagang dan petani lebih dominan dikarenakan banyaknya daya dukung di profesi tersebut yang dapat memberi keuntungan secara ekonomi. Faktor yang pertama karena dapat meminimalisir rantai distribusi yang mempengaruhi efisiensi biaya transaksi Kedua terjadi efisiensi tenaga karena tidak memerlukan tenaga perantara atau tambahan serta lebih efisien waktu karena segala tahap aktifitas mulai dari lahan produksi sampai di Pasar dilakukan sendiri. Ketiga dapat terjadi efisiensi biaya transportasi dan biaya operasional lainnya.

Spesialisasi Jenis Dagangan

Dari hasil penelitian, terbentuknya jaringan sosial pasar Kedung Boto yang kuat, diawali dari keadaan komoditas di Pasar Kedung Boto yang beragam yaitu sawi, kangkung, bayam, kubis, wortel. Tomat, cabai, dll sehingga para pelaku pasar Kedung Boto kurang menemukan pola yang efektif dan tidak fokus dalam membangun jaringan sosial dengan pembeli karena banyaknya komoditas yang digerakkan. Kemudian cara yang efektif yaitu dilakukan spesialisasi pada tiga komoditas yaitu sawi, kangkung dan bayam sehingga para pelaku pasar lebih fokus pada ketiga komoditas tersebut dan dapat membangun jaringan secara efektif di tiga komoditas tersebut.

Pedagang menentukan jenis dagangan yang akan menjadi keunggulan Pasar Kedung Boto melihat kondisi dan kebutuhan pasar. Sawi, kangkung dan bayam menjadi jenis dagangan yang di perdagangkan di Pasar Kedung Boto. Jenis dagangan menjadi diunggulkan karena memiliki karakteristik produk yang dapat mendukung volume penjualan yang besar, dikarenakan juga produk memiliki orientasi, kualitas dan nilai jual produk yang cukup mendukung intensitas pembelian dari para pembeli, sehingga tercapai pendapatan yang cukup layak bagi para pelaku Pasar Kedung Boto. Pedagang memilih komoditas tertentu guna mendapatkan keuntungan yang optimal dalam penjualan sayurnya. Terbagi empat kategori pola pedagang menjual jenis dagangannya yaitu fokus menjual komoditas sawi, komoditas kangkung, komoditas bayam, dan adapun yang menjual secara campuran artinya menjual ketiga komoditas tersebut (Tabel 3).

Tabel 3. Jenis dagangan

| Jenis dagangan | Jumlah Pedagang (orang) | Volume dagangan perorang/perpedagang (buntul) |
|----------------|----------------------------|--|
| Sawi | 30 | ± 100 buntul |
| Kangkung | 24 | ± 80 buntul |
| Bayam | 24 | ± 70 buntul |
| Campuran | 75 | ± 120 buntul |
| Total pedagang | 153 | |

Sumber Data : Data Primer (2012)

Berdasarkan tabel diatas dapat membuktikan bahwa jenis dagangan campuran menjadi jenis dagangan yang lebih banyak dijual oleh sebagian besar pedagang. Dengan menjual secara campuran, pedagang mendapatkan keuntungan secara optimal dan resiko kerugian lebih kecil, karena jika komoditas kangkung dan bayam tidak ada permintaan, maka komoditas sawi menjadi komoditas yang diunggulkan dalam penjualan saat itu.

Pola Pedagang Menjual Dagangan

Komoditas yang dijual di Pasar Kedung Boto dijual dalam bentuk buntilan. Pedagang memilih menjual barang dagangan dengan buntilan karena lebih praktis dalam penjualannya. Kedua lebih efisien waktu saat proses pemanenan dilahan sampai didistribusikan ke Pasar Kedung Boto. Ketiga lebih cepat dalam proses transaksinya karena menjual dalam ukuran buntilan dengan hitungan yang cepat dibandingkan dengan hitungan kilogram (kg) yang cenderung lebih lama karena satuannya lebih besar.

Karakteristik dan Bentuk Keterlibatan Pelaku Pasar dalam Jaringan Sosial

Secara umum karakteristik pelaku pasar dan jaringan sosial Pasar Kedung Boto memiliki pengaruh besar terhadap segala keterlibatan pelaku pasar dan usaha-saha menjalankan mekanisme pasar. Pedagang dan pembeli terlibat secara langsung mempengaruhi biaya transaksi dengan efisiensi biaya panen, biaya distribusi, biaya transportasi dan biaya pengangkutan sayur. Kemudian usaha dalam efisien waktu yaitu dengan meminimalisir tenaga distribusi untuk efisien waktu dan Menggunakan transportasi berkapasitas besar guna efisien waktu. Pelaku pasar yang terbagi dari Kepala Desa, Petugas dinas pasar, dan petugas non formal terlibat tidak langsung yang juga mendukung Pasar Kedung Boto.

Penjual dan pembeli memiliki keterlibatan langsung dalam aktifitasnya dipasar. Keterlibatan itu dilakukan dalam bentuk komunikasi langsung dan transaksi langsung antara pedagang dan pembeli yang dilakukan di Pasar Kedung Boto. Penjual di Pasar Kedung Boto merupakan pedagang yang berperan sebagai pelaku pasar sekaligus mengatur segala proses perjalanan di Pasar Kedung Boto mulai dari persiapan barang yang diambil dari lahan produksi sampai pada proses transaksi yang penuh dengan dinamika dalam bernegosiasi dan tawar menawar.

Pedagang memiliki kekuatan monopsoni sehingga mereka dapat mengendalikan harga beli dari petani. Pada pasar Kedung Boto selisih antara harga yang dibayar konsumen dan harga yang diterima petani lebih rendah dibanding pada kondisi pasar monopsoni, dengan kata lain, margin pemasaran akan semakin besar jika terdapat kekuatan monopsoni. Pada kondisi pasar monopsoni transmisi harga dari pasar konsumen kepada petani juga berlangsung secara tidak sempurna. Pola transmisi harga seperti ini menyebabkan korelasi harga di tingkat konsumen dan di tingkat petani akan semakin rendah dan fluktuasi harga di pasar produsen akan lebih rendah dari pada di pasar konsumen, maka dari itu perlu peran pelaku pasar dan jaringan sosial Pasar Kedung Boto untuk terlibat dalam efisiensi biaya transaksi (tabel 4).

Tabel 4. Karakteristik Pelaku Pasar dan Jaringan Sosial Pasar Kedung Boto

| Pelaku Pasar | Terlibat langsung | | Terlibat tidak langsung | | |
|-----------------|---|--|--|--|--|
| | Pedagang | Pembeli | Kepala Desa | Petugas dinas Pasar | Petugas non formal |
| Biaya Transaksi | Efisiensi biaya panen dan biaya distribusi | Efisiensi biaya transportasi dan pengangkutan sayur | Memberikan kebijakan parkir secara gratis | Memberikan kebijakan dalam bebas bertransaksi secara efisien | Menetapkan biaya pengelolaan parkir secara efisien |
| Waktu | Meminimalisir tenaga distribusi untuk efisiensi waktu | Menggunakan transportasi berkapasitas besar guna efisiensi waktu | Memberikan kebijakan waktu efektif dalam berdagang | Memberi kebijakan kebebasan waktu untuk berdagang | Menjaga keberlangsungan aktifitas berdagang selama jam aktif pasar |

Sumber Data : Data Primer (2012)

Secara umum karakteristik pelaku pasar dan jaringan sosial Pasar Kedung Boto memiliki pengaruh besar terhadap segala keterlibatan pelaku pasar dan usaha-usaha menjalankan mekanisme pasar. Pedagang dan pembeli terlibat secara langsung mempengaruhi biaya transaksi dengan efisiensi biaya panen, biaya distribusi, biaya transportasi dan biaya pengangkutan sayur. Kemudian usaha dalam efisien waktu yaitu dengan meminimalisir tenaga distribusi untuk efisien waktu serta menggunakan transportasi berkapasitas besar guna efisien waktu. Pelaku pasar yang terbagi dari Kepala Desa, petugas dinas pasar, dan petugas non formal terlibat tidak langsung yang juga mendukung Pasar Kedung Boto.

Tabel 5. Karakteristik Pembeli Sayuran Pasar Kedung Boto

| Tempat Asal | Jenis Dagangan yang di Beli | Volume Dagangan (buntul) |
|--------------|-----------------------------|--------------------------|
| Pakis | Sawi, Kangkung, Bayam | ± 300 |
| Karang Ploso | Sawi, Kangkung | ± 250 |
| Tumpang | Sawi, Kangkung, Bayam | ± 300 |

Sumber Data : Data Primer (2012)

Berdasarkan tabel diatas, pembeli lebih memilih sayuran di pasar tradisional termasuk Pasar Kedung Boto karena lebih terjangkau secara harga dan tersedia sayur dalam kapasitas besar. Munculnya persepsi pembeli terhadap keunggulan sayur Kedung Boto dibandingkan dengan sayur yang lainnya, merupakan penilaian pembeli yang dilihat dari harga, kualitas, kebersihan dan kesegaran yang membuat pertimbangan nilai yang terbaik. Pembeli yang berasal dari Pakis, Karang Ploso dan Tumpang memiliki kriteria dalam menilai pilihan yang akan dibeli dengan volume dagangan yang dibeli oleh masing-masing pembeli.

Pengaruh Jaringan Sosial terhadap Efisiensi Biaya Pasar

Biaya-biaya yang harus di tanggung petani dan pedagang dalam menjalankan aktifitasnya di Pasar Kedung Boto diantaranya yang pertama biaya panen Biaya di Pihak Petani dan Pedagang

Secara umum pengaruh jaringan sosial terhadap efisiensi biaya pasar akan memberikan dampak pada perkembangan Pasar Kedung Boto. Pihak yang terlibat dalam transaksi yaitu pedagang dan pembeli. Jenis transaksi yang berkaitan meliputi biaya rantai pemasaran, biaya penyelenggaraan dan biaya lain-lain.

Tabel 6. Pengaruh Jaringan Sosial terhadap Efisiensi Biaya Pasar

| Jenis transaksi | Pihak yang terlibat transaksi | |
|----------------------------|---|---|
| | Pedagang | Pembeli |
| Biaya rantai pemasaran | Biaya Transportasi | Biaya Transportasi dan Komunikasi |
| Biaya penyelenggaraan | Biaya Panen | Biaya Kuli/Pengangkutan Sayur |
| Biaya lain-lain (keamanan) | Biaya Petugas Keamanan dan Biaya Parkir | Biaya Petugas Keamanan dan Biaya Parkir |

Peran pedagang dalam biaya pemasaran yaitu dengan cara mengefisienkan biaya transportasi, untuk biaya penyelenggaraan dengan mengefisienkan biaya panen, untuk biaya lain-lain dengan cara meminimalisir biaya keamanan dan biaya parkir.

Peran pembeli dalam biaya rantai pemasaran yaitu dengan mengefisienkan biaya transportasi dan komunikasi. Untuk biaya penyelenggaraan dengan cara mengefisienkan biaya kuli/pengangkutan sayur, untuk biaya lain-lain dapat dilakukan dengan cara biaya petugas keamanan dan biaya parker

Market Base dan Sosial Base

Pada kondisi pasar Pasar Kedung Boto petani cenderung menerima harga yang tinggi akibat perilaku pedagang yang berusaha memaksimumkan keuntungannya dari pembeli. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pemasaran komoditas dengan kekuatan monopsoni/oligopsoni cukup efisien karena kepentingan petani sebagai produsen tidak dapat dirugikan.

Tabel 7. Usaha-Usaha Pelaku Pasar untuk Mempertahankan Keberlangsungan Pasar

| Strategi | Market base | Social base |
|----------|---|--|
| Pedagang | Pedagang mempengaruhi biaya transaksi meliputi biaya panen, biaya parkir, dan biaya transportasi. | Menjalin hubungan sosial dengan Pembeli, Petani, Pengelola Parkir, dan Pemilik lahan produksi. |
| Pembeli | Pembeli mempengaruhi biaya transaksi pasar meliputi biaya parkir, biaya pengangkutan, dan biaya transportasi. | Menjalin Hubungan sosial dengan, Penjual/Pedagang, Pengelola Parkir dan Pemerintah desa. |

Sumber Data : Data Primer (2012)

Secara umum usaha-usaha pelaku pasar untuk mempertahankan keberlangsungan pasar dapat dilakukan dari strategi pedagang dan pembeli yang mempengaruhi mekanisme pasar *market base* dan hubungan sosial *social base*. Pedagang mempengaruhi biaya transaksi meliputi biaya panen, biaya parkir dan biaya transportasi untuk mempertahankan keberlangsungan pasar. Dalam hubungan sosial untuk menjaga keberlangsungan pasar, pedagang menjalin hubungan sosial dengan pembeli, petani, pengelola parkir, dan pemilik lahan produksi. Pembeli mempengaruhi biaya transaksi pasar meliputi biaya parkir, biaya pengangkutan, dan biaya transportasi untuk menjalankan transaksi sehingga terjadi aktifitas yang aktif di Pasar Kedung Boto. Hubungan sosial yang terjadi pada strategi pembeli untuk mempertahankan keberadaannya sebagai pembeli yaitu dengan menjalin hubungan sosial dengan pedagang, pengelola parkir dan pemerintah desa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Cara pelaku Pasar Kedung Boto dalam membangun jaringan sosial melalui dua cara yaitu jaringan sosial dengan pelaku langsung dan tidak langsung. Bentuk keterlibatan tersebut terbagi atas keterlibatan langsung dan keterlibatan tidak langsung. Pedagang dan pembeli merupakan pelaku pasar yang termasuk dalam bentuk keterlibatan langsung. Pelaku pasar yang termasuk dalam keterlibatan yang tidak langsung yaitu petugas dinas pasar, pengelola parkir dan petugas non formal seperti petugas keamanan. Melalui pelaku pasar yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi jaringan sosial di Pasar Kedung Boto.

Pengaruh jaringan sosial terhadap efisiensi biaya pasar dapat menunjukkan keberhasilan pasar secara ekonomi, dengan melihat jenis transaksi yang meliputi biaya rantai pemasaran, biaya penyelenggaraan dan biaya lain-lain seperti biaya keamanan. Di pihak pedagang dipihak yang terlibat transaksi, untuk biaya yang dikeluarkan saat pemasaran yaitu biaya transportasi, untuk biaya penyelenggaraan yaitu biaya pada saat panen dan yang dipergunakan dalam biaya lain-lain yaitu biaya petugas keamanan dan biaya parkir. Di pihak pembeli biaya transportasi dan komunikasi teralokasikan dalam aktifitas pemasaran, biaya penyelenggaraan. Pembeli mengeluarkan untuk kuli/pengangkutan dan biaya lain-lain dipergunakan untuk petugas keamanan dan pengelola parkir. Dari proses transaksi tersebut akan terjadi efisiensi biaya transaksi dalam kestabilan pasar.

Usaha-Usaha Pelaku Pasar untuk Mempertahankan Keberlangsungan Pasar dipengaruhi secara langsung oleh pedagang dan pembeli. Pedagang dan Pembeli memiliki peran penting dalam mekanisme pasar *market base* dan jaringan sosial *social base*. Pedagang berperan dalam mekanisme pasar untuk menjadikan Pasar Kedung Boto menjadi Pasar Sentra atau Pasar Grosir yang mampu menjual sayur dengan volume penjualan yang besar dan menyediakan sayur untuk didistribusikan ke pasar-pasar perkulakan di Malang dengan kapasitas yang besar dan juga didukung letak atau posisi pasar yang strategis karena dekat dengan lahan produksi. Dalam jaringan sosial pedagang memiliki strategi menjalin hubungan dengan pembeli, petani, pengelola parkir, dan

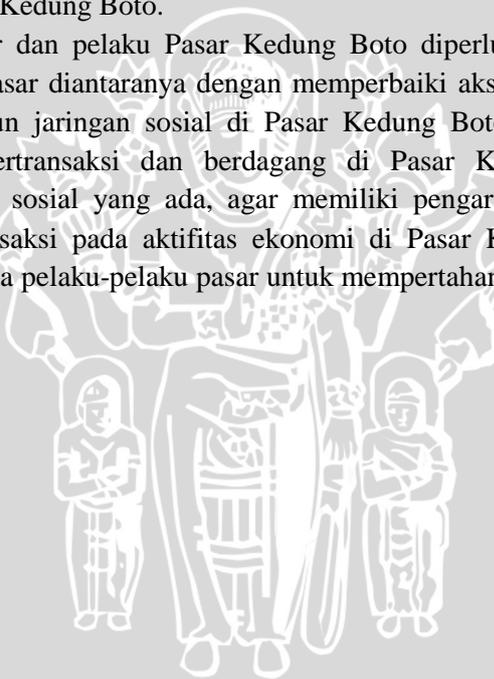
pemilik lahan. Pembeli juga memiliki strategi dalam menjalin hubungan dengan penjual/pedagang, pemerintah desa, dan pengelola parkir. Segala usaha-usaha tersebut dalam rangka mengembangkan Pasar Kedung Boto dan jaringan sosial, sehingga dapat mempertahankan keberlangsungan pasar yang merupakan bagian dari adaptabilitas pasar.

Saran

Pada kasus penelitian ini memerlukan telaah secara teoritis dan empiris dengan memperhatikan kegiatan-kegiatan sosial yang ada dengan mengkaji suatu kondisi sosial yang ada di Pasar Kedung Boto. Selain itu diperlukan pemahaman atas aktifitas-kegiatan ekonomi sehingga terbentuknya sistem ekonomi di Pasar Kedung Boto. Dengan mengetahui kondisi-kondisi tersebut maka segala kejadian dalam suatu permasalahan lebih jelas dan akurat.

Upaya-upaya yang aktif dalam membangun jaringan sosial yang aktif pada pelaku pasar khususnya pedagang dan pembeli, memiliki peranan penting dalam mempermudah transaksi antar pedagang dan pembeli. Kemudian perlu adanya pengembangan jaringan sosial dengan maksud untuk keberlangsungan pasar sehingga terjadi adaptabilitas Pasar Kedung Boto.

Fokus pada pasar dan pelaku Pasar Kedung Boto diperlukan beberapa upaya untuk keberlangsungan pasar diantaranya dengan memperbaiki akses pelaku pasar yang efektif, dalam membangun jaringan sosial di Pasar Kedung Boto untuk memperkuat posisi pedagang saat bertransaksi dan berdagang di Pasar Kedung Boto. Kedua mengoptimalkan jaringan sosial yang ada, agar memiliki pengaruh terhadap efisiensi berbagai jenis biaya transaksi pada aktifitas ekonomi di Pasar Kedung Boto. Ketiga meningkatkan upaya-upaya pelaku-pelaku pasar untuk mempertahankan keberlangsungan Pasar Kedung Boto.



DAFTAR PUSTAKA

- Agil, Ahmad. 2010. *Analisis Efisiensi Pemasaran*. Skripsi Perpustakaan Jurusan Sosial Ekonomi UB. Malang.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Corbin, Arnold. 1985. *Penerapan Konsep Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Dalimartha, Narton Erawan. 1978. *Bagaimana Menciptakan Pasar*. Bhatara Karya Aksara. Jakarta
- Destarini, Dita Puteri. 2010. *Analisis Perbandingan Efisiensi Kinerja Reksa Dana Dengan Metode Data Envelopment Analysis*. FE Undip Semarang.
- Hartati, Widi. 2006. *Pergeseran Subsektor Perdagangan Eceran dari Tradisional ke Modern di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB, Bogor.
- Kuncoro, Mudrajat. 2008. "Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional Kadin Indonesia". Kadin, Indonesia.
- Kurnia, Akhmad Syakir. 2006. *Model Pengukuran Kinerja dan Efisiensi Public*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 11 No.2, hal 1-20. Juli 2010
- Luthfi Malik, Muhammad. 2010. *Pasar Dalam Perspektif Institusi Sosial dan Ekonomi*. FISIP UI, Jakarta.
- Menon A, Bharadwaj S.G, Adidam P, J, Edison S.W; (1999)" Antecedents and Consequence of Marketing Strategy Making : Model and Tes ". *Journal of Marketing*. Vol 63.p.18-40.
- Nachrowi, Djalal dan Usman, Hardius.2007. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. LP FE UI, Depok.
- Nurmalasari, Devi. 2007. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing dan Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja di Pasar Tradisional*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB, Bogor.
- Pitt, L. F. and Kannemeyer (2000) ". The Role of Adaptation in Microenterprise Development : a Marketing Perspective ". *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Vol 5.(2.)
- Susilowati, Yunita. 2005. *Analisis Determinan Jumlah Omset Ritel Modern di Indonesia Pasca Liberalisasi Perdagangan*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB, Bogor.
- Widodo. 2010. *Kreativitas Strategi dalam Konteks Adaptabilitas Lingkungan*. Fakultas Ekonomi UNISULLA Semarang.
- Williamson, O.E. 2000. *The New Institutional Economics*. Taking Stock, Looking Ahead. *Journal of Economic Literature*. Vol. 38, pp. 595-613.