

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Deskripsi Teori

#### 1. Hakekat Geografi

##### a. Definisi Geografi

Seminar Lokakarya di Semarang pada tahun 1988 mendefinisikan geografi sebagai ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kelingkungan dan kewilayahan dalam konteks keruangan (Suharyono dan Moch. Amin, 1994: 15). Menurut Bintarto (1991:30), geografi merupakan studi yang mempelajari hubungan kausal gejala-gejala di muka bumi dan peristiwa-peristiwa yang terjadi di muka bumi baik yang fisik maupun yang menyangkut makhluk hidup beserta permasalahannya, melalui pendekatan keruangan, ekologi, dan regional untuk kepentingan program, proses dan keberhasilan pembangunan.

Menurut Alexander dan Gibson, geografi adalah studi tentang variasi keruangan di muka bumi yang secara lengkapnya dikemukakan bahwa geografi merupakan disiplin ilmu yang menganalisis variasi keruangan dalam artian kawasan-kawasan (*regions*) dan hubungan antara variabel-variabel keruangan (Suharyono dan Moch. Amin, 1994: 12).

## b. Ilmu Geografi

Kajian geografi ortodoks membagi geografi menjadi 4 bidang utama yaitu filsafat, sistematik, regional, dan teknik. Geografi sistematik dibagi lagi menjadi dua yaitu geografi fisik yang mempelajari tentang geomorfologi, hidrologi, klimatologi, pedologi, dan geografi manusia yang kajiannya meliputi geografi ekonomi, geografi penduduk, geografi pedesaan, geografi kota, geografi kemasyarakatan, dan lain-lain (Bintarto dan Surastopo Hadisumarno, 1991: 8-10).

Salah satu cabang geografi yang terkait dalam arus barang dan perdagangan adalah geografi transportasi dan geografi ekonomi. Menurut Nursid Sumaatmadja (1981: 54), Geografi ekonomi adalah cabang geografi manusia yang bidang studinya struktur keruangan aktivitas ekonomi. Dapat disimpulkan bahwa geografi ekonomi adalah cabang dari geografi yang membahas tentang aktivitas ekonomi manusia.

Titik berat studi geografi ekonomi adalah aspek keruangan struktur ekonomi manusia yang di dalamnya bidang pertanian, industri-perdagangan-komunikasi-transportasi dan lain sebagainya. Hal ini berarti bahwa transportasi merupakan bagian dari geografi (Nursid Sumaatmadja, 1988: 54).

### c. Prinsip Geografi

Dalam studi geografi digunakan beberapa prinsip yang disebut dengan prinsip-prinsip geografi. Prinsip-prinsip tersebut digunakan sebagai dasar uraian, dasar pengkajian, dasar pengungkapan gejala dan fakta geografi (Nursid Sumaatmadja, 1981: 43-44). Prinsip-prinsip geografi ada 4 yaitu prinsip persebaran, prinsip interelasi, prinsip deskripsi, dan prinsip korologi. Namun dalam penelitian ini menggunakan 2 prinsip saja yaitu prinsip persebaran dan prinsip deskripsi.

#### 1) Prinsip Persebaran

Gejala dan fakta geografi tersebar tidak merata di permukaan bumi, baik yang berkenaan dengan gejala alam maupun gejala kemanusiaan. Dengan melakukan pengkajian dan menggambarannya pada peta, dapat diungkapkan hubungan gejala satu dengan yang lain. Penelitian ini menggunakan prinsip persebaran karena meneliti tentang persebaran daerah pemasok dan pemasaran barang di Pasar Induk Giwangan.

#### 2) Prinsip Deskripsi

Penjelasan atau deskripsi merupakan penggambaran lebih lanjut tentang gejala dan fakta geografi yang sedang dipelajari. Untuk memperjelas dan mempermudah penggambaran berbagai fenomena geografis tersebut maka dapat digunakan kata, peta, diagram, grafik, tabel, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan

prinsip deskripsi karena ingin menggambarkan arus masuk dan keluar barang di Pasar Induk Giwangan.

#### d. Konsep Dasar Geografi

Konsep dasar merupakan konsep-konsep penting yang menggambarkan sosok atau struktur ilmu. Konsep dasar ilmu sering diartikan sebagai konsep-konsep utama yang menggambarkan esensi ataupun hakikat ilmu. Konsep dasar dalam ilmu geografi menurut Suharyono dan Moch. Yamin (1994: 27-34) ada 10 yaitu konsep lokasi, jarak, keterjangkauan, pola, morfologi, aglomerasi, nilai kegunaan, interaksi/interdependensi, differensiasi areal, dan keterkaitan ruang. Akan tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 6 konsep dasar geografi yang meliputi:

##### 1) Konsep Lokasi

Konsep lokasi atau letak merupakan konsep utama yang sejak awal pertumbuhan geografi telah menjadi ciri khusus ilmu atau pengetahuan geografi dan merupakan jawaban atas pertanyaan pertama dalam geografi, yaitu “dimana?”. Secara pokok, konsep lokasi dibedakan menjadi 2 yaitu lokasi absolut dan lokasi relatif.

Lokasi absolut (bersifat tetap) menunjukkan letak berupa titik koordinat. Dalam penentuan lokasi absolut di muka bumi menggunakan koordinat garis lintang dan garis bujur yang dinyatakan dalam satuan derajat. Garis ekuator untuk garis lintang dan garis meridian untuk garis bujur. Lokasi relatif sering disebut letak geografis, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lokasi Pasar Induk Giwangan yang terletak di kampung Giwangan berbatasan dengan jalur lingkaran selatan (*ring road*) dan terminal Giwangan.

##### 2) Konsep Jarak

Jarak berkaitan erat dengan arti lokasi dan upaya pemenuhan kebutuhan hidup, pengangkutan barang dan

penumpang. Jarak sebagai pemisah antara dua tempat dapat berubah sejalan dengan kemajuan sarana komunikasi disamping sarana angkutan. Penelitian ini menggunakan konsep jarak untuk mengetahui pengaruh jarak terhadap volume barang yang masuk ke Pasar Induk Giwangan.

### 3) Konsep Keterjangkauan

Konsep keterjangkauan berkaitan dengan kondisi medan atau ada tidaknya sarana angkutan atau komunikasi yang dapat dipakai. Suatu tempat dapat dikatakan dalam keadaan terasing atau terisolasi kalau tempat itu sukar dijangkau (dengan sarana komunikasi atau angkutan) dari tempat-tempat lain meski tempat tersebut relatif tidak jauh dari tempat-tempat lain itu. Konsep ini digunakan untuk mengetahui keterjangkauan daerah asal pemasok barang dan daerah pemasaran dengan Pasar Induk Giwangan.

### 4) Konsep Pola

Pola berkaitan dengan susunan bentuk atau persebaran fenomena dalam ruang di muka bumi, baik fenomena yang bersifat alami (aliran sungai, persebaran vegetasi, jenis tanah, curah hujan) ataupun fenomena sosial budaya (permukiman, persebaran penduduk, pendapatan, mata pencaharian, jenis rumah tempat tinggal dan sebagainya). Pada penelitian ini menggunakan konsep pola karena hasil akhir dari penelitian ini nantinya adalah pola persebaran arus barang yang berupa peta.

##### 5) Konsep Interaksi/Interdependensi

Interaksi merupakan peristiwa saling mempengaruhi daya-daya, objek atau tempat satu dengan yang lain. Setiap wilayah/tempat memiliki potensi sumber dan kebutuhan yang berbeda-beda dengan wilayah lain. Oleh karena itu senantiasa terjadi interaksi bahkan interdependensi antara wilayah yang satu dengan wilayah yang lain. Pada penelitian ini, konsep interaksi/interdependensi digunakan karena berkaitan erat dengan interaksi yang terjadi antara wilayah pemasok dan pemasaran barang dengan Pasar Induk Giwangan.

##### 6) Konsep *Differensiasi Areal*

Setiap wilayah terwujud sebagai hasil dari integrasi berbagai unsur atau fenomena lingkungan baik yang bersifat alam atau kehidupan. Integrasi fenomena menjadikan suatu wilayah memiliki corak individualitas sendiri sebagai suatu wilayah yang berbeda dengan wilayah lain. Pada penelitian ini, konsep *differensiasi areal* digunakan karena berkaitan erat dengan perbedaan masing-masing wilayah yang memiliki karakteristik tersendiri sehingga menghasilkan barang yang berbeda dengan daerah lain.

#### e. Pendekatan Geografi

Dalam geografi terpadu (*Intergated Geography*) untuk mendekati atau menghampiri masalah dalam geografi digunakan bermacam-macam pendekatan yaitu:

##### a. Pendekatan Keruangan

Pendekatan keruangan merupakan suatu cara pandang atau kerangka analisis yang menekankan eksistensi ruang sebagai penekanan. Eksistensi ruang dalam pendekatan geografi dapat dipandang dari struktur (*spatial structure*), pola (*spatial pattern*), dan proses (*spatial process*). Pada pendekatan keruangan terdapat beberapa pendekatan antara lain pendekatan topik yaitu dalam mempelajari suatu masalah geografi di suatu wilayah tertentu dimulai dari suatu topik yang menjadi perhatian utama, pendekatan aktivitas manusia yaitu pendekatan yang diarahkan kepada aktivitas manusianya dan pendekatan regional yaitu pendekatan terhadap suatu masalah yang terletak pada region atau wilayah dimana masalah tersebut tersebar (Nursid Sumaatmaja, 1981:77-78).

##### b. Pendekatan Kelingkungan (Ekologi)

Pendekatan ekologi mempelajari mengenai interaksi antara organisme hidup dengan lingkungan. Dalam hal ini organisme hidup mengadakan interaksi dengan organisme hidup yang lain.

Menurut Nursid Sumaatmaja (1981: 82), pendekatan kelingkungan adalah suatu metodologi untuk mendekati, menelaah dan menganalisa suatu gejala atau suatu masalah dengan menerapkan konsep dan prinsip ekologi.

##### c. Pendekatan Kompleks Wilayah

Pendekatan kompleks wilayah merupakan kombinasi antara analisa keruangan dan analisa ekologi. Pada analisa ini, wilayah-wilayah tertentu didekati atau dihampiri dengan pengertian *areal differentiation*, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar wilayah akan berkembang karena pada hakekatnya suatu wilayah berbeda

dengan wilayah yang lain, oleh karena terdapat permintaan dan penawaran antar wilayah tersebut. Pada analisa demikian diperhatikan pula mengenai penyebaran fenomena tertentu (analisa keruangan) dan interaksi antara variabel manusia dan lingkungannya untuk kemudian dipelajari kaitannya (analisa ekologi). Ramalan wilayah dan perancangan wilayah merupakan aspek dalam analisa kompleks wilayah (Bintarto dan Surastopo Hadisumarmo, 1991: 24-25).

Dalam penelitian ini pendekatan geografi yang digunakan adalah pendekatan keruangan. Pendekatan keruangan merupakan suatu cara pandang atau kerangka analisis yang menekankan eksistensi ruang sebagai penekanan yaitu tentang peta arus barang yang berupa buah dan sayuran yang dikirim dari satu wilayah ke wilayah lain karena kebutuhan yaitu di Pasar Induk Giwangon.

## 2. Transportasi

### a. Pengertian Transportasi

Menurut Abbas Salim (2004: 6), transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi terlihat ada dua unsur yang terpenting yaitu:

- 1) pemindahan/ pergerakan (*movement*)
- 2) secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain.

Dalam hal ini, dengan menggunakan transportasi dapat menciptakan suatu barang atau komoditi yang mempunyai nilai



menurut ruang dan waktu jika barang tersebut dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain. Terdapat kategori dalam transportasi, yaitu:

Pertama: Pemindahan/pergerakan bahan-bahan dan hasil-hasil produksi dengan menggunakan alat angkut.

Kedua: Mengangkut penumpang dari suatu tempat ke tempat lain.

Menurut Fidel Mirro (2004: 4), transportasi diartikan sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau ,mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Dalam pengertian tersebut terdapat kata-kata usaha yang berarti bahwa transportasi juga merupakan sebuah proses yakni proses pindah, proses gerak, proses mengangkut dan mengalihkan.

#### b. Sistem Transportasi

Menurut Abbas Salim (2004: 8), sistem transportasi terdiri atas angkutan muatan (barang) dan manajemen yang mengelola angkutan tersebut.

##### 1) Angkutan Muatan

Sistem yang digunakan untuk mengangkut barang-barang dengan menggunakan alat angkut tertentu dinamakan moda transportasi (*mode of transportation*). Ada tiga moda yang dapat digunakan dalam pemanfaatan transportasi, yaitu:

- a) Pengangkutan melalui laut (*sea transportation*)
- b) Pengangkutan melalui darat (kereta api, bis, truk)

### c) Pengangkutan melalui udara

Tiap moda transportasi mempunyai sifat dan karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lain. Jumlah muatan yang diangkut untuk antarkota menggunakan berbagai jenis moda transportasi antara lain menggunakan kereta api, truk, *container* (sistem peti kemas), dan kapal. Distribusi pengangkutan barang-barang berbeda menurut volume yang diangkut, pengiriman barang dalam jumlah yang besar maupun kecil, jarak, serta berat dari muatan yang diangkutpun berbeda.

## 2) Manajemen

Manajemen sistem transportasi terdiri dari dua kategori yaitu:

### a) Manajemen pemasaran dan penjualan jasa angkutan

Manajemen pemasaran bertanggung jawab terhadap pengoperasian dan perusahaan di bidang pengangkutan. Selain itu, bagian penjualan berusaha untuk mencari langganan sebanyak mungkin bagi kepentingan perusahaan.

### b) Manajemen lalu lintas angkutan

Manajemen *traffic* bertanggung jawab untuk mengatur penyediaan jasa-jasa angkutan yang mengangkut dengan muatan, alat angkut dan biaya-biaya untuk operasi kendaraan.

### c. Peranan Transportasi

Menurut Morlok (1991: 34-55), peranan transportasi ada empat yaitu:

#### 1) Peranan transportasi dalam peradaban manusia

Manusia zaman batu berpindah dari satu tempat ke tempat lain untuk mencari makanan. Perpindahan yang terbatas dan primitif itu merupakan suatu awal dari cara hidup sekarang. Pada sebagian besar negara maju, sejumlah besar penduduk yang bekerja berpergian setiap hari dengan kendaraan mekanis ke dan dari tempat bekerja di samping perjalanan untuk berbelanja dan kegiatan sosial lainnya.

#### 2) Peranan ekonomi transportasi

Penduduk harus mempergunakan sumber daya alam di bumi ini untuk memenuhi kebutuhan hidup, menyediakan makanan, pakaian dan tempat tinggal. Namun, permukaan bumi ini tidak secara merata diisi oleh sumber daya alam, dan tidak ada satu daerah pun di dunia ini yang dapat memenuhi kebutuhannya akan sumber daya alam hanya dari sumber lokal. Oleh karena itu dibutuhkan adanya transportasi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

#### 3) Peranan sosial transportasi

Peranan sosial dari transportasi telah memungkinkan penduduk berubah dari makhluk yang hidup secara nomaden menjadi penghuni permukiman permanen. Dengan bertambah

mudahnya sarana transportasi, permukiman menjadi bertambah luas dan tidak terlalu bergantung pada sumber-sumber lokal untuk pendukungnya.

#### 4) Peranan politik transportasi

Transportasi mempunyai pengaruh yang cukup penting terhadap karakteristik politis suatu masyarakat, memungkinkan suatu wilayah yang luas untuk diatur dari satu pusat, dan memungkinkan pemerintahan dari suatu negara yang besar.

Sedangkan menurut Menurut Abbas Salim (2004: 11), terdapat tiga peranan dalam transportasi, yaitu:

##### 1) Transportasi dan kehidupan masyarakat

Transportasi bermanfaat bagi masyarakat, dalam arti hasil-hasil produksi dan bahan-bahan baku suatu daerah dapat dipasarkan kepada perusahaan industri. Hasil-hasil barang jadi yang diproduksi oleh pabrik dijual oleh produsen kepada konsumen. Untuk mengangkut bahan-bahan baku dan barang-barang jadi dibutuhkan jasa-jasa transportasi (darat, laut, dan udara).

##### 2) Spesialisasi secara geografis

Tiap-tiap daerah mempunyai kekhususan dalam arti spesialisasi yang berbeda untuk masing-masing daerah dan wilayah. Hasil-hasil tersebut akan dipasarkan apabila tersedia alat pengangkutan yang cukup serta memadai.

### 3) Produksi yang ekonomis

Suatu produksi akan bermanfaat dan ekonomis bila tersedia cukup moda transportasi. Ada kaitannya transportasi dengan produksi dalam arti untuk pelemparan komoditi tersebut ke pasar.

### 4) Pembangunan nasional dan hankamnas

Transportasi berperan dalam pembangunan nasional dan pembangunan seluruh wilayah Indonesia serta pemerataan pembangunan. Selain itu juga berperan dalam pertahanan dan ketahanan nasional bangsa Indonesia guna menciptakan dan meningkatkan standar kehidupan masyarakat secara menyeluruh.

## 3. Ilmu Ekonomi

Menurut William A. McEachern (2001: 2), ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia menggunakan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi keinginannya yang tidak terbatas.

Lain halnya yang dikemukakan oleh Professor Samuelson dalam Suherman Rosyidi (1996: 8), ilmu ekonomi adalah studi mengenai cara-cara manusia dan masyarakat dalam menentukan/menjatuhkan pilihannya, dengan atau tanpa menggunakan uang untuk menggunakan sumber-sumber produktif yang langka yang dapat mempunyai penggunaan-penggunaan alternatif, untuk memproduksi berbagai barang serta membagikannya untuk dikonsumsi baik untuk waktu sekarang maupun yang akan datang, kepada berbagai golongan dan kelompok di dalam masyarakat.

## 4. Aksesibilitas

Menurut Robinson Tarigan (2008: 140) aksesibilitas adalah kemudahan mencapai kota tersebut dari kota atau wilayah lain yang

berdekatan. Aksesibilitas suatu tempat perlu memperhatikan kemudahan dari transportasi yang baik ke tempat-tempat tertentu. Aksesibilitas suatu tempat dapat memudahkan hubungan satu tempat dengan lainnya yang didukung oleh transportasi.

Tingkat aksesibilitas dipengaruhi oleh berbagai unsur seperti kondisi medan, topografi suatu wilayah, jarak, jaringan jalan, kualitas jalan, ketersediaan alat transportasi, dan lain sebagainya. Apabila unsur-unsur tersebut terpenuhi maka tingkat aksesibilitas tinggi sehingga hubungan antar wilayah terjadi kelancaran.

## 5. Tinjauan tentang Pasar

### a. Pengertian Pasar

Berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 47 Tahun 2009, pasar adalah lahan dengan batas-batas tertentu yang ditetapkan oleh Walikota dengan atau tanpa bangunan yang dipergunakan untuk tempat berjual beli barang dan atau jasa yang berupa kios, los dan lapak.

Sedangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Tahun 2008, pasar merupakan area jual beli barang dengan penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar ditinjau dari kegiatannya dibedakan menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah pasar yang

dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Sedangkan yang dimaksud pasar modern berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 23/MPP/Kep/1/1998, pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, atau koperasi yang dalam bentuknya berupa *mall*, *supermarket*, *department store*, dan *shopping centre* dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi tabel harga pasti.

b. Pasar Induk

Pasar Induk merupakan pusat distribusi yang menampung hasil produksi petani dalam jumlah partai besar yang dibeli oleh para pedagang tingkat grosir. Komoditi pertanian tersebut kemudian dilelang atau dijual kepada para pedagang tingkat eceran untuk selanjutnya diperdagangkan di pasar-pasar eceran yang tersebar di berbagai tempat mendekati lokasi para konsumen.

Pasar Induk menempati area yang besar yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung seperti pergudangan, tempat pelelangan, pusat informasi pasar, perkantoran, bongkar muat dan parkir yang lapang.

Tujuan pembangunan Pasar Induk:

- 1) Untuk membantu pedagang grosir komoditi pertanian (sayuran mayur dan buah-buahan) mendapatkan tempat berdagang yang layak.
- 2) Untuk membina pedagang grosir menjadi pedagang yang tumbuh menjadi besar namun lebih profesional yang bisa memelihara mekanisme perdagangan yang sehat.
- 3) Menciptakan akses pasar dan transparansi harga bagi petani produsen sehingga mereka bisa lebih mengetahui kualitas yang dibutuhkan pasar serta lebih meningkatkan produksi dan pendapatannya.
- 4) Untuk membantu pemerintah kota / daerah dalam menata tata ruang wilayah serta membina pelaku usaha menjadi pelopor pembangunan ekonomi rakyat.
- 5) Untuk membantu pemerintah dalam menciptakan pasar dalam negeri yang terintegrasi antar wilayah. Disparitas harga antar wilayah menjadi kecil dan dengan cepat bisa dihilangkan. Ini bisa terwujud karena sistem distribusi menjadi lebih baik dan tersedia



informasi yang lebih akurat tentang dinamisme kebutuhan konsumen dan dinamisme produksi para petani.

- 6) Membantu agar margin distribusi menjadi lebih rendah dan tingkat fluktuasi harga konsumen lebih mudah dikendalikan.  
([www.depdag.go.id](http://www.depdag.go.id))

c. Kriteria Kelas Pasar

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Tentang Pasar Nomor 2 Tahun 2009 Bab VI pasal 8, berdasarkan kelengkapan fasilitasnya, pasar dibedakan menjadi 5 kelas sebagai berikut:

1) Pasar Kelas I

Pasar kelas I memiliki fasilitas utama yaitu kios dan atau los dengan luas minimal 2.000 m<sup>2</sup>. Selain itu juga memiliki fasilitas penunjang yang terdiri dari tempat parkir kendaraan, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi/wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, penerangan umum, dan radio pasar.

2) Pasar Kelas II

Pasar kelas II memiliki fasilitas utama yaitu kios dan atau los dengan luas minimal 1.500 m<sup>2</sup>. Selain itu juga memiliki fasilitas penunjang yang terdiri dari tempat parkir kendaraan, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi/wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan

kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, penerangan umum, dan radio pasar.

### 3) Pasar Kelas III

Pasar kelas III memiliki fasilitas utama yaitu kios dan atau los dengan luas minimal 1.000 m<sup>2</sup>. Selain itu juga memiliki fasilitas penunjang yang terdiri dari tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi/wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, penerangan umum, dan radio pasar.

### 4) Pasar Kelas IV

Pasar kelas IV memiliki fasilitas utama yaitu kios dan atau los dengan luas minimal 500 m<sup>2</sup>. Selain itu juga memiliki fasilitas penunjang yang terdiri dari tempat promosi, kantor pengelola, kamar mandi/wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

### 5) Pasar Kelas V

Pasar kelas V memiliki fasilitas utama yaitu kios dan atau los dengan luas minimal 50 m<sup>2</sup>. Selain itu juga memiliki fasilitas penunjang yang terdiri dari sarana pengamanan dan sarana pengelolaan kebersihan.

#### 4. Pedagang

Menurut Damsar (1997:106-108), pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang juga dapat diartikan sebagai salah satu unsur yang menghubungkan antara produsen dan konsumen serta berperan dalam perputaran barang karena pedagang yang mengusahakan pengadaan dari luar dan mendistribusikan pada konsumen. Para pedagang biasanya memiliki sifat, adat, pendidikan yang berbeda. Pelayanan yang diberikan oleh seorang pedagang biasanya seimbang dengan permintaan konsumen yang ada di dalam masyarakat.

Menurut jalur distribusi yang dilakukan, pedagang dibedakan menjadi:

##### a. Pedagang distributor (tunggal)

Yaitu pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.

##### b. Pedagang (partai) besar

Pedagang yang membeli suatu produk dalam jumlah besar yang dimaksud untuk dijual kembali kepada pedagang lain.

##### c. Pedagang eceran

Pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 77-100), pedagang dibedakan menjadi 2 yaitu :

##### a. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk kepentingan pribadi, nonbisnis konsumen.

b. Pedagang Grosir

Pedagang grosir adalah pedagang yang mendapatkan barang dan jasa yang berasal dari produsen untuk dijual kepada pedagang pengecer dan konsumen industri.

## B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian dari Rica Julia Surbakti (2010) yang berjudul “Dampak Relokasi Pasar Niten Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Niten, Desa Tirtonirmolo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul”. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui karakteristik sosial pedagang Pasar Niten lama, mengetahui perbedaan pendapatan pedagang Pasar Niten sebelum dan sesudah relokasi, mengetahui jalur distribusi masukan barang dagangan Pasar Niten.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa jalur distribusi barang di Pasar Niten sebagian besar berasal dari daerah di sekitarnya, yaitu 42.5% berasal dari kota Yogyakarta, 37.5 % berasal dari kabupaten Bantul, 15 % berasal dari kabupaten Sleman, dan 2.5 % berasal dari Solo dan Semarang.

2. Penelitian dari Yuanita Sari (2009) yang berjudul “Kajian Karakteristik Kegiatan Perdagangan di Pasar Beringharjo, Kota Yogyakarta”.

Menggunakan metode penelitian kualitatif quota sampling. Tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan ciri-ciri kegiatan perdagangan yang terdapat di Pasar Beringharjo, menganalisis strategi yang digunakan para pedagang dalam menghadapi persaingan dagang di pasar tradisional serta rekomendasi kebijakan bagi pengembangan Pasar Beringharjo, menganalisis keterkaitan Pasar Beringharjo dengan daerah sekitarnya.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Pasar Beringharjo memiliki tingkat keterkaitan yang tinggi terhadap daerah luar Provinsi sebagai daerah yang paling banyak memasok barang dagangan, sedangkan daerah pemasaran barang tertinggi berada di wilayah luar kota Yogyakarta namun masih dalam lingkup Provinsi DIY.

3. Penelitian dari Andri Yanuar Parawangsa (2000) yang berjudul “Kajian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Kegiatan Perdagangan Di Kecamatan Bawen, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitati dan analisis peta. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui perkembangan jumlah dan jenis fasilitas perdagangan yang terjadi di Kecamatan Bawen dalam kurun waktu 5 tahun (1995-1998), mengetahui riwayat perkembangan kegiatan perdagangan yang terjadi di Kecamatan Bawen dan kota-kota yang ada di sekitarnya, mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap perkembangan kegiatan perdagangan yang terjadi di Kecamatan Bawen.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa lokasi Kecamatan Bawen yang terletak di tengah-tengah dari empat lokasi pusat kegiatan

perdagangan yang telah berkembang menyebabkan aliran barang-barang perdagangan yang berasal dari Kecamatan Bawen berupa hasil-hasil pertanian tanaman perdagangan lebih banyak mengalir ke empat lokasi kegiatan pusat perdagangan tersebut dibanding dengan barang yang mengalir ke pusat perdagangan yang ada di wilayah Kecamatan Bawen sendiri. Hal ini karena permintaan pangsa Pasar di empat lokasi kegiatan pusat perdagangan tersebut lebih besar dibanding permintaan Pasar di wilayah pusat perdagangan Kecamatan Bawen.

4. Penelitian dari Zweisty Elvira Anggraeni (2005) yang berjudul “Pola Keruangan Pemasaran Hasil Perikanan Laut di Wilayah Pesisir Kabupaten Buton”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pola spasial pemasaran hasil perikanan laut, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya pola keruangan pemasaran hasil perikanan laut, menganalisis hubungan aksesibilitas desa terhadap pola keruangan pemasaran hasil perikanan laut, memberikan gambaran tingkat keuntungan dan komposisi keuntungan tiap pola pemasaran hasil perikanan laut, implikasi kegiatan perikanan laut terhadap pengembangan wilayah pesisir.

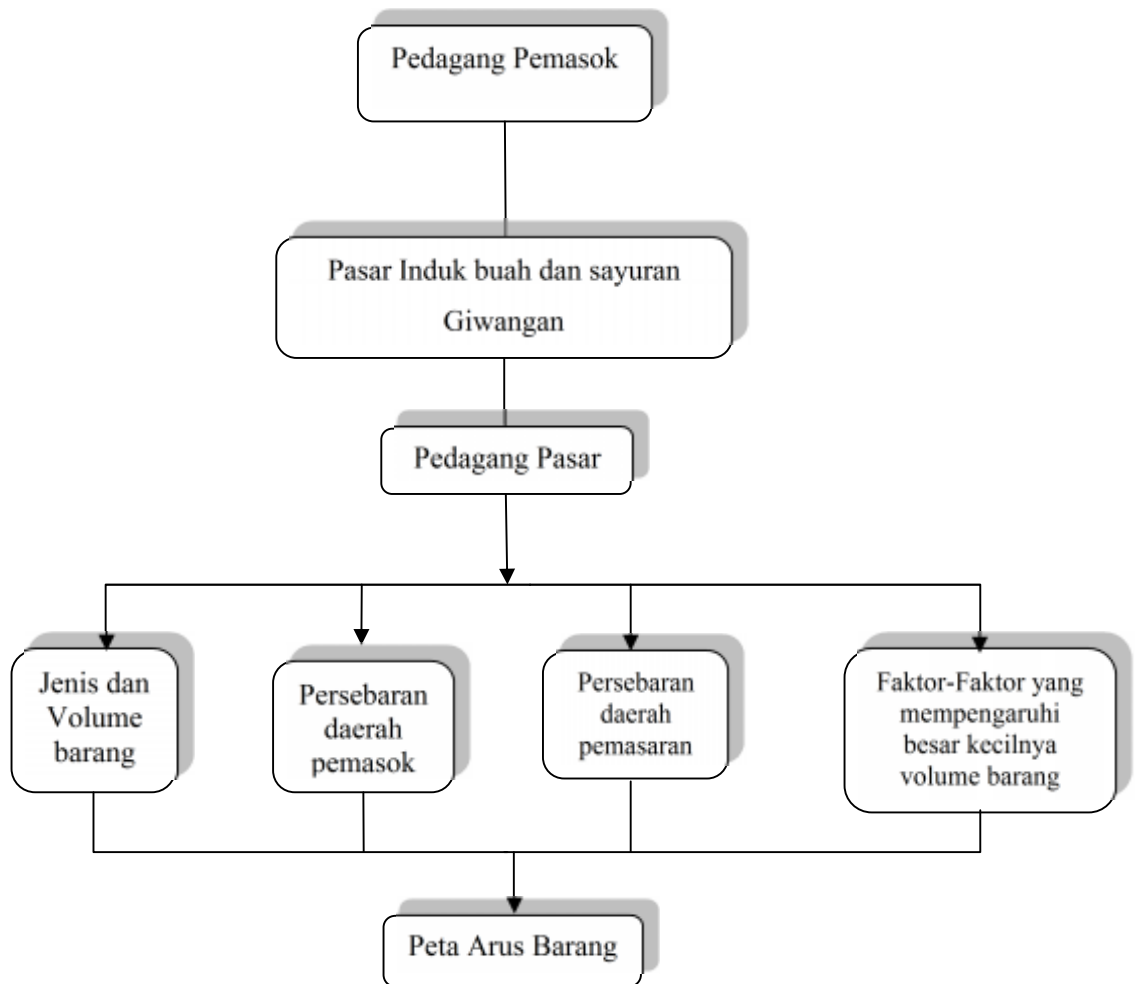
Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemasaran yang terbentuk didominasi oleh pemasaran pola panjang, dengan daerah pemasarannya meliputi desa di sekitarnya dan di beberapa kecamatan seperti Kecamatan Warneo, Wabula, dan Betoambari serta kota Bau-Bau yang banyak mengkonsumsi ikan. Terbentuknya pola keruangan pemasaran bentuk

panjang karena dipengaruhi oleh volume penjualan dan perilaku nelayan, sehingga berdasarkan jalur pemasarannya, aksesibilitas mempengaruhi panjang pendeknya pola pemasaran yang terbentuk.

### **C. Kerangka Berpikir**

Penelitian ini mencoba mengkaji tentang arus barang di Pasar Induk Giwangan. Pedagang pemasok menyuplai barang dagangan ke Pasar Induk Giwangan. Pedagang di pasar ini bermacam-macam, mulai dari pedagang buah, sayuran, daging, bumbu dapur, dan lain sebagainya. Penelitian ini difokuskan pada jenis barang dagangan berupa buah dan sayuran saja beserta volume yang masuk dan keluar di pasar ini. Selain itu, peneliti akan mengkaji tentang persebaran daerah pemasok barang, persebaran daerah pemasaran, serta faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya volume barang yang masuk ke Pasar Induk Giwangan. Berdasarkan jenis dan volume, persebaran daerah pemasok, persebaran daerah pemasaran dan serta faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya volume barang, maka akan diketahui arus barang yang ada di Pasar Induk Giwangan sehingga dapat menghasilkan peta arus barang.

Kerangka berpikir secara keseluruhan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Bagan Alir Kerangka Berpikir Penelitian



#### D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir, pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja jenis buah dan sayuran yang dipasok ke Pasar Induk Giwangan?
2. Berapa volume buah dan sayuran yang dipasok ke Pasar Induk Giwangan dalam satu bulan?
3. Berapa volume buah dan sayuran yang dipasarkan dari Pasar Induk Giwangan dalam satu bulan?
4. Darimana saja persebaran daerah pemasok buah dan sayuran di Pasar Induk Giwangan?
5. Kemana saja persebaran daerah pemasaran buah dan sayuran dari Pasar Induk Giwangan?
6. Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya volume buah dan sayuran yang masuk ke Pasar Induk Giwangan?