

Kota Gamping dan daerah tepinya memiliki jarak yang sangat dekat dengan Kota Yogyakarta. Kota Gamping terletak sekitar 5 km dari Kota Yogyakarta. Keadaan ini tampaknya memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap karakteristik dan pemanfaatan lembaga-lembaga pelayanan perdagangan Kota Gamping. Pada tahun 1986, Kota Gamping lebih didominasi oleh pedagang skala kecil yang pemanfaatannya hanya sebatas untuk memenuhi kebutuhan konsumsi penduduk dalam kota daripada pedagang besar yang mampu membangkitkan perekonomian daerah sekitarnya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam karakteristik lembaga-lembaga pelayanan perdagangan Kota Gamping dan pemanfaatannya bagi masyarakat yang terlibat dengan kegiatan perdagangan Kota Gamping.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survai. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Sementara itu, teknik analisa data yang digunakan mencakup teknik analisa kuantitatif dan kualitatif. Teknik analisa kuantitatif meliputi teknik analisa tabel frekuensi, tabel silang, dan uji statistik kai kuadrat.

Pada saat penelitian ini dilakukan (1996), lembaga-lembaga pelayanan perdagangan Kota Gamping ditandai oleh: (1) tidak dominannya pedagang kecil dibandingkan pedagang besar, tetapi yang dominan justru pedagang menengah; (2) masih kurangnya pembeli *kulakan*; (3) sebagian besar barang dagangan yang diperjualbelikan adalah barang dagangan berurutan rendah; (4) sebagian besar pembeli tidak lagi berasal dari dalam Kota Gamping; dan (5) sebagian besar pemasok barang dagangan berasal dari luar Kota Gamping. Menonjolnya pedagang kelas menengah disebabkan oleh semakin meningkatnya fungsi pasar Kota Gamping. Para pedagang pasar ini sebagian besar tidak hanya melayani pembeli akhir tetapi juga pembeli *kulakan*. Sementara itu, kurangnya pembeli *kulakan* karena toko-toko Kota Gamping hampir tidak ada yang melayani pembeli *kulakan*. Selanjutnya, besarnya pembeli yang berasal dari luar Kota Gamping karena semakin meningkatnya fungsi warung dan toko Kota Gamping dalam melayani pembeli. Sebagian besar pembeli tersebut tidak lagi berasal dari dalam Kota Gamping tetapi juga pembeli yang kebetulan melewati dan atau memanfaatkan fasilitas pelayanan sosial-ekonomi Kota Gamping. Jadi, keadaan tersebut terjadi bukan karena besarnya orientasi pembeli dari daerah tepi Kota Gamping terhadap Kota Gamping. Hasil penelitian ini juga menemukan adanya perbedaan yang signifikan pada besarnya keuntungan para pedagang menurut jenis lembaga-lembaga pelayanan perdagangan.

Berdasarkan uraian di atas, kebijakan pengembangan Kota Gamping untuk meningkatkan fungsi Kota Gamping sebagai pusat pelayanan perdagangan bagi Kawasan Yogyakarta bagian barat dan untuk meningkatkan fungsi Kota Gamping sebagai pusat pelayanan perdagangan bagi kawasan pengembangannya dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah pedagang-pedagang besar seperti pedagang-pedagang grosir.