

INTISARI

Pasar tradisional merupakan wujud nyata perekonomian yang dilakukan oleh masyarakat secara langsung, dengan metode perdagangan yang masih menerapkan sistem tawar-menawar dalam bertransaksi. Dalam sistem perpasaran dikenal proses distribusi barang yang bertujuan untuk menyalurkan barang dagangan dari produsen ke konsumen akhir dengan atau tanpa peran dari perantara. Selain itu, dalam sistem perpasaran ada juga area pelayanan pasar atau jarak terjauh yang memungkinkan ditempuh oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Proses distribusi barang antar pasar di Kabupaten Bantul menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Bahkan tidak hanya pasar lokal saja, tetapi pasar dari luar kabupaten juga berpengaruh dalam proses distribusi ini. Terlebih dengan adanya peraturan daerah yang membatasi ruang gerak pasar modern untuk berkembang di Kabupaten Bantul menjadi kesempatan emas bagi berkembangnya pasar tradisional. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi sistem perpasaran pasar tradisional di Kabupaten Bantul yang mencakup bahasan tentang pola sebaran lokasi asal barang dan area pelayanan pasar.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deduktif kualitatif. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer yang berasal dari observasi lokasi pasar dan wawancara dengan pedagang 10 komoditi kebutuhan pokok serta 5 pembeli atau petugas pasar di masing-masing pasar, dan data sekunder yang berasal dari beberapa sumber pustaka buku serta data sekunder dari instansi terkait. Pasar yang menjadi unit amatan dalam penelitian ini terdiri dari 46 pasar tradisional yang tersebar di 17 kecamatan yang ada di Kabupaten Bantul. Analisis penelitian ini berdasarkan lokasi asal barang yang tersebar di seluruh pasar tradisional Kabupaten Bantul serta asal pembeli yang menunjukkan *catchment area* pasar tradisional.

Penelitian ini menghasilkan pola sebaran asal barang yang dipengaruhi oleh sifat barang yang didistribusikan. Semakin awet barang yang didistribusikan maka saluran distribusi barang tersebut juga semakin panjang, sebaliknya jika barang yang didistribusikan mudah basi maka saluran distribusi barang tersebut pendek. Tidak semua barang kebutuhan pokok didapatkan dari lokal area Kabupaten Bantul, banyak diantaranya yang diperoleh dari luar kabupaten bahkan luar provinsi DIY. Area pelayanan pasar tradisional tidak dipengaruhi oleh kelas pasar, tetapi daya tarik pasar terhadap pembeli. Semakin berkembang pasar, maka komoditi yang dijual juga semakin banyak, maka area pelayanannya semakin besar. Banyak diantara pembeli yang memilih suatu pasar sebagai tempat untuk berbelanja karena faktor lokasi yang dekat, harga yang lebih murah, atau bahkan karena sudah terbiasa berbelanja di pasar tersebut.

ABSTRACT

The traditional market is a realization of the economy undertaken by the public directly, with a trading method that still apply the bargaining system in the transaction. In the system of marketing known the distribution of goods which aims to deliver merchandise from the manufacturer to the end consumer with or without the role of intermediary. In addition, in the system of marketing there is also a service area of the market or the farthest distance that enables taken by communities to meet their needs. The distribution process of goods across markets in Bantul becomes an interesting thing to study. Moreover, not only the local market, but the market from outside the regency are also influential in this distribution process. Especially with the local regulations that restricting the motion of modern markets to thrive in Bantul Regency is a golden opportunity for the development of traditional markets. This study was conducted to identify the marketing system of traditional markets in Bantul Regency which includes a discussion of the distribution pattern of the location of the origin of goods and market service area.

This research was conducted with qualitative deductive method. Source of data used consist of primary data derived from the markets location observation and interviews with traders of 10 staple commodities and 5 buyers or attendant in each of the markets, and secondary data derived from several books library source, and secondary data from relevant agencies. Markets as the unit of observation in this study consisted of 46 traditional markets in 17 districts in Bantul. Analysis of this study based on the location of the origin of the goods scattered throughout Bantul traditional markets as well as the origin of the buyer indicating catchment area of traditional markets.

This research resulted in the distribution pattern of the origin of goods is influenced by the nature of the goods distributed. The more durable goods distributed the goods distribution channels are also getting longer, otherwise if the goods are perishable then distributed the goods distribution channel short. Not all principal commodity obtained from the local area of Bantul, many of which are derived from outside the district and even outside the province of DIY. Area service traditional markets are not affected by market class, but market appeal to buyers. Growing market, the commodity sold also more and more, the greater its service area. Many buyers who choose a market as a place to shop because of the close location, cheaper price, or even because it was used to shop at the market.