

**ANALISIS BIAYA DAN PENDAPATAN USAHA
PEDAGANG SAYURAN DI PASAR TAMIN KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

ROMIDAH ASTUTI



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2018**

ABSTRACT

COST ANALYSIS AND BUSINESS REVENUES OF VEGETABLE TRADERS IN TAMIN MARKET BANDAR LAMPUNG CITY

By

ROMIDAH ASTUTI

This study aims to analyze the cost structure and to know the income level of vegetable traders in Tamin Market Bandar Lampung City. This research is conducted in Tamin Markets. The location of the research is chosen purposively by consideration that Tamin Market is a center of vegetable trade and the main market in Bandar Lampung City. The data is collected in March 2017, where the respondents are taken by purposive method with the amount of 15 vegetable traders who who are willing to be interviewed, respondents consist of five stall traders, five loser traders, and five street traders. Furthermore, the data is analyzed by descriptively qualitative and quantitative for cost and income analysis. The result shows : (1) The traders' business cost structure consist of fixed cost and variable cost. The propotion of variable cost is higher than the fixed cost. Variable costs include plastic cost, vegetable purchase, transport, labor, and information. Then fixed costs include rent cost, electricity and market facility fees. (2) The average income of stall traders is higher than the loser traders and the street traders.

Key words: cost structure, the level of income, vegetable traders

ABSTRAK

ANALISIS BIAYA DAN PENDAPATAN USAHA PEDAGANG SAYURAN DI PASAR TAMIN KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

ROMIDAH ASTUTI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur biaya dan mengetahui tingkat pendapatan usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tamin. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Pasar Tamin merupakan sentra perdagangan sayuran dan merupakan pasar induk di Kota Bandar Lampung. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Maret 2017, responden ditentukan secara sengaja dan bersedia diwawancaraidengan jumlah 15 responden yang terdiri dari lima pedagang kios, lima pedagang los amparan, dan lima pedagang ampran kaki lima. Selanjutnya, data penelitian dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk analisis biaya dan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Struktur biaya usaha pedagang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Proporsi biaya variabel lebih besar dibandingkan dengan biaya tetap. Biaya variabel terdiri dari biaya plastik, pembelian sayur, angkut, tenaga kerja, dan informasi. Biaya tetap yaitu biaya sewa, listrik, dan iuran fasilitas pasar. (2) Rata-rata pendapatan usaha pedagang sayuran kios lebih besar dibandingkan dengan pedagang los amparan dan ampran kaki lima.

Kata kunci: struktur biaya, tingkat pendapatan, pedagang sayuran

**ANALISIS BIAYA DAN PENDAPATAN USAHA
PEDAGANG SAYURAN DI PASAR TAMIN KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

ROMIDAH ASTUTI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2018**

**Judul Skripsi : ANALISIS BIAYA DAN PENDAPATAN
USAHA PEDAGANG SAYURAN DI PASAR
TAMIN KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Romidah Astuti

Nomor Pokok Mahasiswa : 1314131097

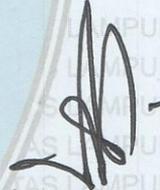
Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

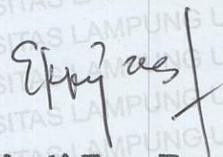
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.
NIP 196108261987021001


Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 196910031994031004

2. Ketua Jurusan / Program Studi

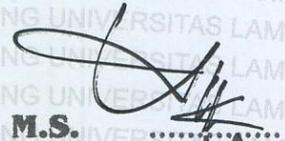

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP 196302031989022001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

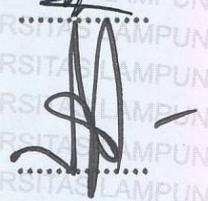
Ketua

: Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.



Sekretaris

: Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.



Penguji

Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S.

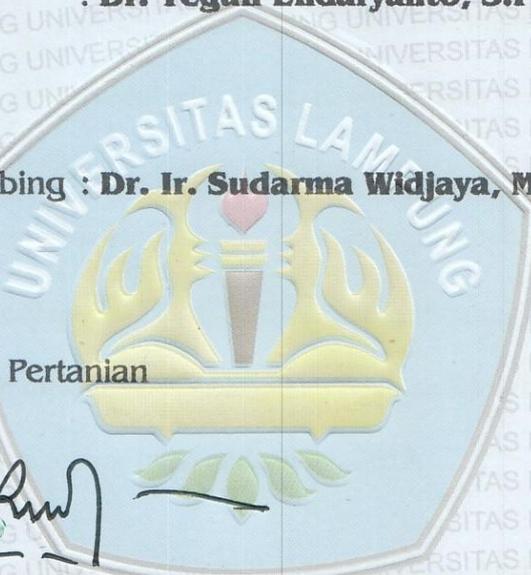


2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.

NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Januari 2018

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Desa Sipatuhu Kec. Banding Agung Kab. Ogan Komering Ulu Selatan Sumatera Selatan pada tanggal 2 Februari 1995. Penulis merupakan putri ke dua dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Suko dan Ibu Siti Mulyati. Riwayat pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah studi tingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Sipatuhu lulus pada tahun 2007. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 2 Banding Agung, lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Banding Agung lulus pada tahun 2013.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa regular pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2013 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Penulis pernah aktif sebagai anggota Bidang 1 (Pengembangan Akademik dan Profesi) pada organisasi HIMASEPERTA periode 2014/2015, dan Asisten Dosen Mata Kuliah Ekonomi Makro pada semester ganjil tahun ajaran 2015/2016 dan pada semester ganjil tahun ajaran 2016/2017, Mata Kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi pada semester genap tahun ajaran 2016/2017, Mata Kuliah Manajemen Agribisnis pada semester

ganjil tahun ajaran 2016/2017, dan Mata Kuliah Praktik Pengenalan Pertanian pada semester genap tahun ajaran 2016/2017. Pada tahun 2014, penulis mengikuti kegiatan *homestay* (Praktik Pengenalan Pertanian) selama 7 hari di Desa Pancasila Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Pada tahun 2016, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik di Desa Umbar Kecamatan Kelumbayan Kabupaten Tanggamus dan Praktik Umum (PU) selama 30 hari kerja efektif di Sentulfresh Indonesia yang berada di Kota Bogor.

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahilahi robbil 'alamin, segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Muhammad Rasulullah SAW, yang telah memberikan teladan dan mengubah zaman kegelapan menjadi zaman yang terang benderang. Banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasehat, serta saran-saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi yang berjudul **“Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Pedagang Sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung”**. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga nilainya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S., selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan semangat, bimbingan, masukan, arahan, dan nasihat hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku dosen pembimbing anggota yang telah memberikan semangat, bimbingan, masukan, arahan, dan nasihat hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Ir. Sudarma Widjaya, M.S., sebagai dosen penguji skripsi ini, atas masukan, arahan, dan nasihat yang telah diberikan.

4. Dr. Ir. Ktut Murniarti, M.T.A., selaku dosen Pembimbing Akademik atas arahan, nasehat dan motivasi yang telah diberikan selama menjalani perkuliahan.
5. Keluarga penulis tercinta, Ayahanda Suko dan Ibunda Siti Mulyati, kakakku tersayang Agus Harianto dan kedua adikku tersayang M. Ihwan Fauzi dan Deni Rizalul Fikri yang telah memberikan curahan kasih sayang, semangat, doa, motivasi, serta dukungan baik moril maupun materil tanpa henti dan tiada putus-putusnya yang tidak akan tergantikan dengan apa pun dan oleh siapa pun. Khusus untuk kakakku terima kasih atas segala kesabarannya mengasuh dan membimbing penulis hingga tercapainya gelar Sarjana ini.
6. Dr. Ir. F. E. Prasmatiwi, M.S., selaku Ketua Jurusan Agribisnis, atas arahan, bantuan, dan nasehat yang telah diberikan.
7. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
8. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Karyawan-karyawati di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Mba Ayi, Mba Tunjung, Mba Iin, Mas Boim, Mas Sukardi dan Mas Bukhari, atas semua bantuan yang telah diberikan.
10. Bapak dan Ibu Pedagang sayuran di Pasar Tamin yang telah banyak membantu dan memberikan informasi dalam pelaksanaan penelitian.
11. Sahabat seperjuangan kuliah, Jenisa Devy, S.P., Shintia Maria Williyani Sinaga, S.P., Rayssa Aditya Harbani dan Gita Marindra atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang luar biasa selama ini.

12. Sahabat-sahabat SMAku Ana Fajriah, S.Pd., Dewi Riyana, Amd.Keb., dan Mila Chaniago, S.Kep. atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.
13. Keluarga Just Speak Indonesia Kak Aulia, Kak Fadlan, Kak Ivo, Bang Reyhan, Epi, Susan, Ayuk Nisa, Novita lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan kebersamaan yang luar biasa selama ini.
14. Rekan-rekan seperjuangan Tiara, Selvy, Stella, Rahmi, Bella Aldila, Maria, Mera, Rika, Suf, Shima, Rani, Silva, Yuni Astika, Dwi Suryaningsih, Ayu Novita, Fiqoh, Yurista, Fitri Yuni, Asti, Hesti, Erika, Ade Akta, Dilla Bazai, Biha, Wardiah, Aisyah, Boim, Febriko, Haryadi, Mifta, Reki, Reza, Dhanar, Patar, Rizki, Rifa'i dan seluruh teman-teman Agribisnis 2013 yang tidak disebutkan satu persatu, semoga kesuksesan selalu menyertai kita semua.
15. Kanda, Yunda, dan Adinda AGB angkatan 2011, 2012, 2014, 2015, dan 2016.
16. Teman-teman KKN Desa Umbar : Kak Deva, Kak Yogi, Kak Reni, Kak Debi, Kiki dan Mae yang telah memberikan doa dan dukungan selama ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik kepada Bapak/Ibu, dan saudara/i atas segala bantuan yang telah diberikan. Semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, penulis meminta maaf jika ada kesalahan dan kepada Allah SWT penulis mohon ampun.

Bandar Lampung, Januari 2018

Penulis,

Romidah Astuti

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian	12
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Tinjauan Pustaka.....	13
1. Sistem Agribisnis dan Karakteristik Komoditas Sayur	13
2. Teori Pemasaran, Pasar, dan Pedagang.....	17
3. Teori Biaya dan Pendapatan	26
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran.....	37
III. METODE PENELITIAN	
A. Metode, Lokasi dan Waktu Penelitian	41
B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional	42
C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	46
D. Metode Analisis Data.....	47

1. Perhitungan Biaya Total	47
2. Analisis Pendapatan	49
IV. GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung	52
B. Gambaran Umum Pasar Tamin.....	60
1. Sejarah Singkat Pasar Tradisional Tamin	60
2. Keadaan Pasar Tamin	61
3. Aktivitas Perdagangan	62
4. Sarana dan Prasarana	65
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Umum Responden.....	68
1. Umur Responden	69
2. Tingkat Pendidikan	70
3. Lama Berdagang	71
4. Jumlah Tanggungan Keluarga	72
5. Banyaknya Jenis Sayuran yang dijual.....	73
6. Modal	75
B. Pola Transaksi, Siklus Penjualan, dan Margin Harga Penjualan.....	75
C. Biaya Usaha Dagang.....	86
1. Biaya Tunai	86
2. Biaya Diperhitungkan	93
3. Biaya Transaksi.....	95
D. Penerimaan, Pendapatan dan Keuntungan Usaha Dagang.....	103
1. Pedagang Kios	104
2. Pedagang Los Amparan	106
3. Pedagang Amparan Kaki Lima.....	109
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	112
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tingkat produksi sayuran di Provinsi Lampung tahun 2011-2015.....	3
2. Tingkat konsumsi sayuran di Provinsi Lampung tahun 2010-2015	4
3. Data harga sayuran di tingkat produsen dan konsumen di Provinsi Lampung bulan Desember 2016	6
4. Penyebaran jumlah pedagang sayuran pada pasar tradisional di Kota Bandar Lampung tahun 2015	9
5. Luas wilayah Kota Bandar Lampung menurut kecamatan tahun 2014	54
6. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung dirinci menurut kecamatan, jenis kelamin, dan <i>sex ratio</i> tahun 2015	55
7. PDRB per kapita Kota Bandar Lampung tahun 2010-2014 (Juta Rp)	56
8. Daftar nama pasar tradisional di Kota Bandar Lampung.....	58
9. Jumlah pedagang berdasarkan tempat dagang di Pasar Tamin, 2016.....	62
10. Jumlah pedagang berdasarkan jenis barang dagangan di Pasar Tamin tahun 2016.....	63
11. Jumlah responden menurut kelompok umur	69
12. Jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan	70
13. Jumlah responden berdasarkan lama berdagang.....	71
14. Sebaran pedagang berdasarkan jumlah tanggungan keluarga.....	72
15. Sebaran jumlah pedagang berdasarkan jumlah jenis dagangan	72

16. Rincian jumlah sayuran yang dijual oleh setiap pedagang sayuran di Pasar Tamin	74
17. Kisaran modal awal usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin.....	75
18. Rata-rata penjualan sayuran pada tiga kondisi penjualan di Pasar Tamin...	76
19. Pola transaksi tingkat penjualan sayuran di Pasar Tamin	77
20. Rata-rata margin harga sayuran di Pasar Tamin (Rp/kg).....	85
21. Rincian biaya iuran fasilitas pedagang sayuran di Pasar Tamin.....	88
22. Rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan oleh pedagang sayuran di Pasar Tamin (Rupiah)	90
23. Daftar harga peralatan yang digunakan oleh pedagang	94
24. Kisaran biaya investasi peralatan pedagang sayuran di pasar Tamin	94
25. Rata-rata biaya penyusutan pedagang sayuran di Pasar Tamin (Rp/hari) ...	95
26. Estimasi biaya transaksi yang dikeluarkan pedagang saat baru memulai usah dagang sayuran	101
27. Rata-rata penerimaan dan keuntungan pedagang sayuran (kios) di Pasar Tamin.....	104
28. Rincian biaya dan keuntungan pada pedagang kios.....	106
29. Rata-rata penerimaan dan keuntungan pedagang sayuran (los amparan) di Pasar Tamin.....	107
30. Rincian biaya dan keuntungan pada pedagang los amparan.....	108
31. Rata-rata penerimaan dan keuntungan pedagang sayuran (amparan kaki lima) di Pasar Tamin.....	109
32. Rincian biaya dan keuntungan pada pedagang amparan kaki lima	111
33. Karakteristik responden pedagang sayuran di Pasar Tamin	120
34. Rincian jenis dan jumlah sayuran yang dijual oleh pedagang sayuran di Pasar Tamin.....	121
35. Biaya investasi peralatan pedagang sayuran di Pasar Tamin.....	123
36. Penyusutan peralatan pedagang sayuran di Pasar Tamin.....	124

37. Pengeluaran biaya tetap (Rp/hari).....	127
38. Biaya tenaga kerja dalam keluarga (Rp/hari).....	127
39. Biaya diperhitungkan (Rp/hari)	128
40. Rata-rata tingkat penjualan tinggi.....	129
41. Rata-rata margin harga sayuran di Pasar Tamin (Rp/Kg).....	138
42. Biaya variabel pada tingkat penjualan tinggi (Rp/hari)	144
43. Total biaya tunai pada tingkat penjualan tinggi (Rp/hari)	151
44. Total biaya pada tingkat penjualan tinggi (Rp/hari)	153
45. Keuntungan pedagang terhadap biaya tunai pada tingkat penjualan tinggi (Rp/hari).....	155
46. Keuntungan pedagang terhadap biaya total pada tingkat penjualan tinggi (Rp/hari).....	157
47. Rata-rata tingkat penjualan normal	159
48. Rata-rata margin harga sayuran di Pasar Tamin (Rp/kg).....	168
49. Biaya variabel pada tingkat penjualan normal (Rp/hari)	174
50. Total biaya tunai pada tingkat penjualan normal (Rp/hari)	181
51. Total biaya pada tingkat penjualan normal (Rp/hari)	183
52. Keuntungan pedagang terhadap biaya tunai pada tingkat penjualan normal (Rp/hari).....	185
53. Keuntungan pedagang terhadap biaya total pada tingkat penjualan normal (Rp/hari).....	187
54. Rata-rata tingkat penjualan rendah	189
55. Rata-rata margin harga sayuran di Pasar Tamin (Rp/kg).....	198
56. Biaya variabel pada tingkat penjualan rendah (Rp/hari).....	204
57. Total biaya tunai pada tingkat penjualan rendah (Rp/hari).....	211
58. Total biaya pada tingkat penjualan rendah (Rp/hari).....	213

59. Keuntungan pedagang terhadap biaya tunai pada tingkat penjualan rendah (Rp/hari)	215
60. Keuntungan pedagang terhadap biaya total pada tingkat penjualan rendah (Rp/hari)	217
61. Rata-rata margin harga penjualan sayuran di Pasar Tamin (Rp/kg)	219
62. Rata-rata keuntungan pedagang kios pada tiga kondisi tingkat penjualan (Rp/hari)	220
63. Rata-rata keuntungan pedagang los amparan pada tiga kondisi tingkat penjualan (Rp/hari)	221
64. Rata-rata keuntungan pedagang amparan kaki lima pada tiga kondisi tingkat penjualan (Rp/hari)	222

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Perkembangan harga aneka sayur di Provinsi Lampung antara bulan Juli – Desember tahun 2016.....	7
2. Kerangka pemikiran analisis biaya dan pendapatan usaha dagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung	40
3. Rata-rata tingkat penjualan pada pedagang kios selama satu minggu	78
4. Rata-rata tingkat penjualan pada pedagang los amparan selama satu minggu	80
5. Rata-rata tingkat penjualan pada pedagang amparan kaki lima selama satu minggu	81

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk yang signifikan akan diikuti dengan kebutuhan konsumsi bagi penduduk itu sendiri. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya. Penduduk Indonesia telah mencapai 255.461.700 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk 1,49 % per tahun (Badan Pusat Statistik, 2016). Perkembangan penduduk Indonesia yang terus mengalami peningkatan berpengaruh pada meningkatnya kebutuhan bahan pangan bagi masyarakat. Selain bahan pangan pokok, sayuran merupakan bahan pangan yang harus dapat dipenuhi, pemenuhan tersebut meliputi permintaan pasar yang semakin tinggi.

Pemenuhan permintaan yang ada harus diikuti dengan ketersediaan sayuran melalui kegiatan budidaya yang dilaksanakan oleh petani. Kebutuhan akan sayuran tersebut menuntut petani untuk dapat berproduksi dengan kuantitas dan kualitas yang diinginkan oleh pasar. Kebutuhan sayuran bagi masyarakat erat kaitannya dengan kebutuhan akan gizi bagi kesehatan masyarakat itu sendiri. Sayuran merupakan sumber utama dalam pemenuhan gizi. Setiap sayuran akan memberikan manfaat gizi yang berbeda-beda,

sehingga pemenuhan sayuran secara seimbang sangat diperlukan.

Banyaknya kasus kekurangan gizi menjadi isu penting dalam pemenuhan sayuran di Indonesia, seperti pemenuhan vitamin A, B, C dan lainnya.

Menurut Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2015 – 2019, salah satu sasaran pokoknya adalah kesejahteraan masyarakat yang dicerminkan dengan meningkatnya akses dan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan terpenuhinya kebutuhan akan gizi masyarakat yang berkualitas, maka pemenuhan gizi bagi masyarakat khususnya melalui pemenuhan sayuran menjadi sangat penting dan memerlukan perhatian yang lebih mendalam. Pemenuhan sayuran bagi masyarakat baik secara kualitas dan kuantitas menjadi masalah tersendiri dalam bidang pemenuhan kebutuhan pangan penduduk.

Kebutuhan sayuran yang tersebar di seluruh daerah menjadi tantangan tersendiri dalam pendistribusian sayuran dari produsen ke konsumen. Daerah-daerah yang belum dapat memenuhi kebutuhan sayuran di daerahnya akan mengandalkan pasokan sayuran dari daerah lain yang berpotensi dalam menghasilkan sayuran. Pemenuhan kebutuhan sayuran di Kota Bandar Lampung sangat mengandalkan pasokan dari daerah lain yang menjadi penghasil sayuran. Daerah yang menjadi sentra sayuran merupakan daerah yang memiliki iklim yang sesuai dengan syarat tumbuh masing-masing sayuran. Daerah sentra sayuran di Provinsi Lampung adalah Lampung Barat dan Tanggamus, hal tersebut dibuktikan dengan produksi sayuran dari kedua daerah tersebut yang tinggi dan memegang peranan penting dalam

pemenuhan sayuran di Provinsi Lampung. Pemenuhan kebutuhan sayuran masyarakat Provinsi Lampung sangat bergantung pada jumlah produksi yang mampu dihasilkan oleh setiap daerah di Provinsi Lampung. Perkembangan produksi sayuran di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tingkat produksi sayuran di Provinsi Lampung tahun 2011-2015

No	Komoditas	Produksi (ton)				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Bawang merah	705	416	220	943	1.987
2	Bawang daun	6.261	5.458	4.747	4.737	41.316
3	Kentang	763	561	665	441	4.637
4	Kubis	14.656	13.803	16.021	12.045	124.734
5	Kembang kol	705	477	463	769	705
6	Petsai/sawi	15.154	14.765	14.630	12.780	105.158
7	Wortel	6.777	5.333	6.869	5.910	72.661
8	Kacang merah	2.105	1.370	1.202	1.113	1.523
9	Kacang panjang	17.870	17.572	20.579	17.977	168.876
10	Cabe besar	44.374	42.437	35.233	32.260	31.272
11	Cabe rawit	18.365	14.308	13.341	15.001	14.727
12	Tomat	18.420	16.801	22.392	23.776	244.900
13	Terung	24.458	24.641	29.564	27.492	255.499
14	Buncis	8.809	7.894	9.240	7.967	86.814
15	Ketimun	19.895	21.475	20.971	17.263	156.495
16	Labu siam	22.375	20.598	23.798	20.211	78.312
17	Kangkung	15.539	13.239	11.881	10.052	124.095
18	Bayam	7.191	6.151	7.063	6.948	59.228

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura, 2016

Berdasarkan Tabel 1 perkembangan produksi sayuran di Provinsi Lampung, dapat diketahui bahwa sebagian besar produksi sayuran mengalami peningkatan setiap tahunnya. Terdapat beberapa sayuran yang memiliki jumlah produksi di atas 100.000 ton pada tahun 2015. Sayuran tersebut adalah terung dengan produksi 255.499 ton, tomat dengan produksi 244.900 ton, kacang panjang dengan produksi 168.876 ton, ketimun dengan produksi 156.495 ton, kubis dengan produksi 124.734 ton, dan kangkung dengan produksi 124.095 ton. Produksi sayuran mengalami peningkatan produksi

yang sangat signifikan pada tahun 2015, namun terdapat sayuran yang mengalami penurunan produksi seperti kembang kol, cabe besar, dan cabe rawit. Kenaikan produksi sayuran tentu saja akan memberikan dampak baik pada pemenuhan kebutuhan sayuran bagi masyarakat, tetapi penurunan produksi pada beberapa komoditas sayuran menunjukkan adanya masalah dalam hal budidaya yang berkaitan dengan petani sebagai produsen sayuran.

Konsumsi sayuran menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi peningkatan produksi sayuran di Provinsi Lampung. Apabila tingkat konsumsi sayuran tinggi maka petani akan berlomba-lomba memproduksi sayuran karena dapat saja memberikan keuntungan yang besar dengan besarnya tingkat permintaan. Faktanya tingkat konsumsi sayuran di Provinsi Lampung terus mengalami penurunan seperti yang terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tingkat konsumsi sayuran di Provinsi Lampung tahun 2010-2015

Tahun	Tingkat Konsumsi (Kg/Kap/Tahun)
2010	76,9
2011	77,8
2012	71,8
2013	69,6
2014	64,2
2015	53,2

Sumber: Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung, 2016

Berdasarkan Tabel 2, tingkat konsumsi sayuran oleh penduduk Provinsi Lampung terus mengalami penurunan setiap tahunnya. Tabel 2 menunjukkan bahwa konsumsi sayuran di Provinsi Lampung pada tahun 2010 dan 2011

cukup tinggi yaitu 76,9 Kg/Kap/Tahun dan 77,8 Kg/Kap/Tahun, namun pada tahun selanjutnya terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2015 tingkat konsumsi sayuran mencapai 53,2 Kg/Kap/Tahun. Tingkat konsumsi yang masih rendah dapat saja disebabkan oleh beberapa hal yaitu kesadaran akan pentingnya mengonsumsi sayuran dan keadaan ekonomi yang menyebabkan suatu rumah tangga hanya mengonsumsi sayuran dalam jumlah yang sedikit, hal tersebut karena harga sayuran yang cukup tinggi serta berfluktuatif.

Harga sayuran yang tinggi di tingkat konsumen menyebabkan rendahnya daya beli masyarakat terhadap sayuran yang berujung pada rendahnya konsumsi sayuran masyarakat. Harga sayuran eceran yang tinggi tak hanya merugikan konsumen, tetapi juga petani sebagai produsen sayuran itu sendiri, hal tersebut dikarenakan petani hanya menerima sebagian kecil dari harga yang dibayarkan konsumen. Masalah kerugian yang dialami petani tersebut erat kaitannya dengan marjin harga yang tinggi antara harga di tingkat petani dan harga di tingkat konsumen. Marjin yang besar tersebut menunjukkan adanya kinerja yang kurang efisien dalam hal pemasaran sayuran dari produsen kepada konsumen. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran tersebut. Data harga sayuran di tingkat produsen dan konsumen pada bulan Desember tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan data harga sayuran di tingkat produsen dan konsumen pada Tabel 3, menunjukkan bahwa sebagian besar sayuran memiliki marjin yang cukup tinggi, hingga berkali-kali lipat dari harga yang diterima oleh petani sebagai produsen sayuran. Komoditas cabe merah keriting, tomat dan cabe rawit hijau bahkan memiliki marjin yang sangat tinggi dibandingkan komoditas lainnya yang mencapai Rp 10.380,00/Kg; Rp 27.893,00/Kg; dan

Rp 22.808,00/Kg. Komoditas wortel sendiri memiliki margin hingga enam kali lipat lebih dengan harga di tingkat produsen sebesar Rp 1.452,00/Kg dan harga di tingkat konsumen yaitu Rp 7.633,00/Kg.

Tabel 3. Data harga sayuran di tingkat produsen dan konsumen di Provinsi Lampung bulan Desember tahun 2016

Komoditas	Harga (Rp/Kg)		Margin (Rp/Kg)
	Produsen	Konsumen	
Bawang merah	26.556	34.125	7.569
Cabe merah besar	35.484	41.071	5.587
Cabe merah keriting	45.111	55.491	10.380
Cabe rawit merah	42.000	50.714	8.714
Wortel	1.452	7.633	6.181
Kol gepeng	2.611	9.033	6.422
Kol bulat	4.581	9.700	5.119
Tomat	4.661	32.554	27.893
Cabe rawit hijau	34.692	57.500	22.808

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura, 2017

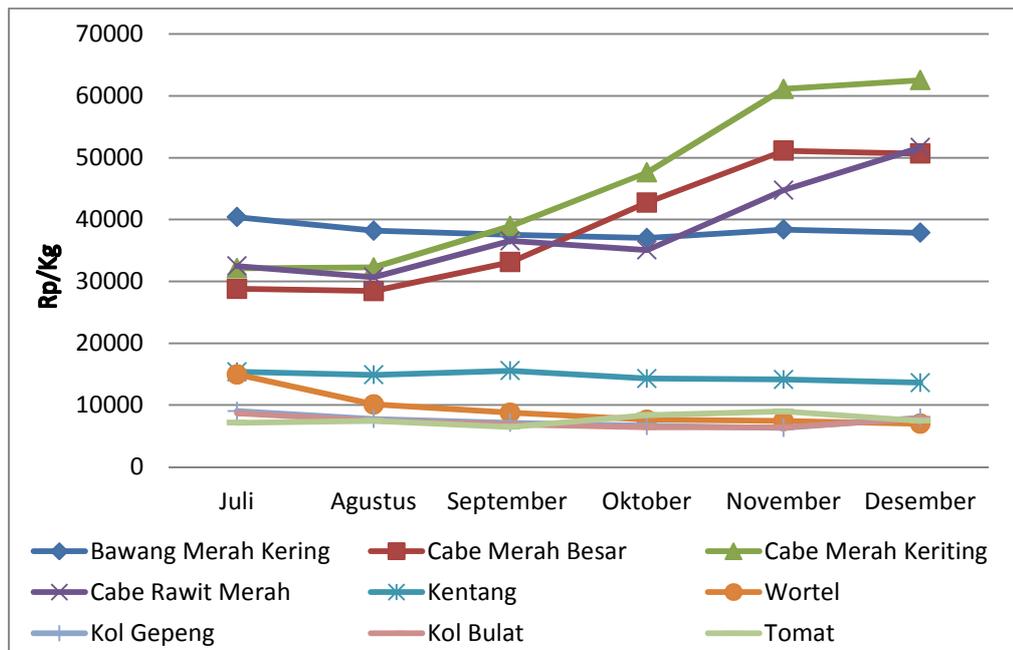
Masalah terkait harga sayuran lainnya adalah perubahan harga yang cukup fluktuatif di tingkat konsumen. Harga yang fluktuatif tersebut mengakibatkan produsen dan konsumen kesulitan dalam memperoleh informasi harga secara tepat karena perubahan harga yang tiba-tiba saja terjadi di pasar.

Perkembangan harga sayuran an di Provinsi Lampung antara bulan Juli – Desember tahun 2016 dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa beberapa komoditas sayuran seperti cabe merah keriting dan cabe merah besar mengalami kenaikan yang signifikan pada setiap bulannya. Komoditas lain seperti bawang merah kering, tomat, dan kol bulat memiliki harga yang cukup konstan dengan harga di bawah Rp 20.000,00/Kg untuk bawang merah kering dan harga dibawah Rp 10.000,00/Kg untuk komoditas tomat dan kol bulat. Sayuran lain seperti wortel justru mengalami penurunan harga yang cukup signifikan setiap

bulannya, mulai dari harga Rp 14.964,00/Kg menjadi Rp 6.978,00/Kg.

Penurunan harga di tingkat konsumen tentu akan menyebabkan penurunan harga di tingkat produsen pula, hal tersebut tentu akan menekan pendapatan yang diterima oleh petani sayuran itu sendiri.



Gambar 1. Perkembangan harga sayuran di Provinsi Lampung antara bulan Juli – Desember tahun 2016

Pada beberapa surat kabar *online* pun menyebutkan bahwa harga komoditas sayur tersebut terus mengalami kenaikan, seperti yang disebutkan dalam *saibumi.com* menyebutkan bahwa harga bumbu dapur merambat naik di Bandar Lampung yang terjadi pada bulan September 2016. Kenaikan harga tersebut meliputi harga komoditas cabe merah keriting, cabe rawit, bawang merah, dan kentang yang kenaikannya berkisar antara Rp 2.000,00 hingga Rp 5.000,00 per Kg. beberapa surat kabar lain juga menyebutkan terkait harga sayuran yang beranjak naik seperti *kupastuntas.co* pada bulan Mei 2016 terjadi kenaikan harga wortel, seledri, daun bawang, dan kentang.

Sayuran merupakan hasil pertanian yang mempunyai daya tahan yang lebih rendah dibandingkan dengan yang lainnya karena sayuran sifatnya lebih cepat membusuk. Sehingga untuk mencapai pemenuhan kebutuhan sayuran tersebut petani harus didukung dengan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat agar produk yang diinginkan oleh pasar dapat sampai tepat waktu dan sesuai dengan kebutuhan. Sifat-sifat dari sayuran antara lain adalah produksinya bersifat musiman, mempunyai risiko usahatani yang tinggi, perputaran modalnya cepat, letak lokasi usaha dari produsen ke konsumen harus dekat, karena sifat sayuran yang memiliki umur simpan yang pendek dan mudah busuk. Menurut Rahardi (2001) sifat alamiah dari sayuran mempengaruhi lamanya perputaran modal. Semakin cepat rusak jenis sayuran itu, maka pemasarannya juga harus dilakukan dengan cepat, sehingga modal dapat kembali dalam waktu yang relatif singkat.

Umumnya produsen atau petani sayuran tidak menjual hasil produksi mereka langsung kepada konsumen (pemakai) akhir, tetapi cenderung menjual kepada pedagang perantara yang nantinya akan menjualnya kembali di pasar. Hal tersebut yang menyebabkan munculnya pelaku-pelaku pemasaran yang mempengaruhi proses penyampaian produk pertanian kepada konsumen. Adanya pedagang perantara tentu memberikan kemudahan dalam menyebarkan sayuran kepada konsumen di berbagai daerah. Menurut Radiosunu (2001) di antara para produsen dan pemakai akhir terdapat sejumlah pedagang perantara yang menjalankan berbagai fungsi. Pedagang perantara tersebut berupa pedagang besar dan pedagang pengecer yang membeli, memiliki hak atas, dan menjual kembali barang yang bersangkutan.

Penyampaian sayuran dari pedagang umumnya terjadi di pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tempat terjadinya transaksi antara pedagang besar dengan pedagang pengecer dan pedagang pengecer dengan konsumen akhir pelaku rumah tangga dan industri. Pasar tradisional lebih memberikan gambaran proses alur produk pertanian yang lebih kompleks dan menyeluruh. Menurut Fuad (2000), pasar tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya bersifat tradisional dan ditandai dengan pembeli serta penjual yang bertemu secara langsung. Proses jual-beli biasanya melalui proses tawar-menawar harga, dan harga yang diberikan untuk suatu barang bukan merupakan harga tetap, dalam arti lain masih dapat ditawar, hal ini sangat berbeda dengan pasar modern. Data penyebaran jumlah pedagang sayuran pasar tradisional di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Penyebaran jumlah pedagang sayuran pada pasar tradisional di Kota Bandar Lampung tahun 2015

No.	Nama pasar	Tempat berdagang				Jumlah (org)
		Ruko	Toko/ kios	Los amparan	Amparan K-5	
1.	Panjang	-	11	11	15	37
2.	Gudang Lelang	-	-	31	-	31
3.	Kangkung	-	2	44	-	46
4.	Cimeng	-	-	31	16	47
5.	Tamin	-	12	16	10	38
6.	Pasir Gintung	-	1	54	38	93
7.	Smep (Baru)	-	-	19	6	25
8.	Bawah	-	-	9	-	9
9.	Tugu	-	1	50	27	78
10.	Way Halim	-	-	6	20	26
11.	Way Kandis	-	-	8	-	8
Jumlah		-	27	275	126	438

Sumber: Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung, 2016a

Berdasarkan Tabel 4, jumlah pedagang sayuran yang ada di sebelas pasar tersebut adalah 438 pedagang dengan keseluruhan dari pedagang toko/kios, los amparan dan amparan kaki lima. Pasar Tamin merupakan salah satu pasar yang menjadi sentra sayuran dan merupakan pasar induk yang ada di Kota Bandar Lampung. Pedagang sayuran yang berjualan di kios yang cukup banyak terdapat di Pasar Tamin yaitu dengan jumlah pedagang kios sebanyak 12 pedagang, 16 pedagang los amparan, dan 10 pedagang amparan kaki lima. Sayuran yang masuk ke Pasar Tamin pun dipasok dari berbagai daerah di Provinsi Lampung, bahkan ada pasokan yang berasal dari luar Provinsi Lampung dengan variasi dan jenis yang bermacam-macam. Hal tersebut melatarbelakangi para pelaku agribisnis sayuran kesulitan dalam menentukan sistem, perencanaan, dan harga jual kepada konsumen karena sumber sayuran yang banyak dan memiliki biaya yang berbeda-beda.

Kegiatan jual beli yang terjadi di Pasar Tamin melibatkan beberapa pelaku pemasaran seperti pedagang besar dan pedagang pengecer sayuran yang secara langsung mempengaruhi proses dan sistem penyampaian sayuran. Pedagang yang berinteraksi dengan konsumen secara langsung di suatu pasar tradisional adalah pedagang eceran. Menurut Sukirno (2006) pedagang pengecer adalah perusahaan yang menjual barang yang diproduksi oleh pihak lain dan berhubungan langsung dengan konsumen. Pedagang pengecer biasanya melakukan kegiatannya dengan memperlihatkan barangnya di toko yang dimilikinya atau disewanya. Pembeli dapat melihat sendiri berbagai jenis barang yang akan dibelinya. Jumlah barang yang dibeli oleh pedagang pengecer disesuaikan dengan jumlah modal yang dimilikinya. Peranan

pedagang pengecer lebih kompleks apabila dibandingkan dengan pedagang besar, karena pedagang pengecer merupakan perantara dalam sistem saluran pemasaran, sehingga pedagang pengecer harus dapat menjaga hubungan kerjasama dengan pemasok. Alur pemasaran di Pasar Tamin menunjukkan bahwa pedagang pengecer mendapatkan barang dari produsen atau pedagang besar, kemudian menjualnya kepada konsumen akhir. Pedagang pengecer sayuran sendiri memerlukan perhatian yang lebih, karena peranannya yang cukup besar dalam pemasaran sayuran di tingkat konsumen. Suatu usaha dagang dapat dikatakan berhasil apabila suatu usaha dagang yang dilakukan memberikan keuntungan. Keuntungan atau pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya total. Berdasarkan hal tersebut maka dalam penelitian ini difokuskan pada pedagang pengecer sayuran yang ada di Pasar Tamin.

Pedagang sayuran yang ada di Pasar Tamin merupakan pelaku yang terlibat dalam besarnya marjin yang ada antara harga di tingkat konsumen dan produsen. Pedagang sayuran pun merasakan akibat dari fluktuasi harga yang ada di pasar yang berpengaruh pada kinerja biaya dan kinerja pendapatan yang diterima oleh pedagang sayuran. Oleh karena itu, penelitian analisis biaya dan pendapatan usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung perlu dilakukan untuk mengetahui peluang-peluang dalam meningkatkan efisiensi pemasaran sayuran.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana struktur biaya usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung?
- 2) Bagaimana tingkat pendapatan usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Menganalisis struktur biaya usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung.
- 2) Mengetahui tingkat pendapatan usaha pedagang sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Bagi pemerintah dan instansi terkait, sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan mengenai pemasaran sayuran dan pelaku yang terlibat didalamnya.
- 2) Bagi peneliti lain, sebagai referensi dan informasi dalam melakukan penelitian sejenis dan pengembangan lebih lanjut.
- 3) Bagi pelaku pemasaran sayuran, sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan sebagai usaha peningkatan keuntungan dan perbaikan sistem pemasaran.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Sistem Agribisnis dan Karakteristik Komoditas Sayur

Sayuran merupakan bahan makanan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan (bahan makanan nabati). Bagian tumbuhan yang dapat dimakan dan dijadikan sayur adalah daun, batang, bunga dan buah muda sehingga dapat dikatakan bahwa semua bagian tumbuhan dapat dijadikan sayur (Sumoprastowo, 2000).

Menurut Kurnia (2004) bahwa sayuran dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok sebagai berikut:

- a. Sayuran buah adalah sayuran yang umumnya dikonsumsi buahnya.
- b. Sayuran daun adalah sayuran yang biasa dikonsumsi daunnya.
- c. Sayuran bunga adalah sayuran yang biasa dikonsumsi bunganya.
- d. Sayuran umbi adalah sayuran yang dikonsumsi umbinya.

Sayur merupakan sumber vitamin A, vitamin C, asam folat, magnesium, kalium dan serat serta tidak mengandung lemak dan kolesterol. Sayuran daun berwarna hijau dan sayuran berwarna jingga seperti wortel dan tomat mengandung lebih banyak provitamin A berupa betakaroten daripada

sayuran tidak berwarna. Sayuran berwarna hijau disamping itu kaya akan kalsium, zat besi, asam folat, dan vitamin C. Contoh sayuran berwarna hijau adalah bayam, kangkungm daun singkong, daun kacang, daun katuk dan daun pepaya. Semakin hijau warna daun, semakin kaya akan zat-zat gizi. Sayur juga dikonsumsi untuk memberi rasa segar dan melancarkan proses menelan makanan karena biasanya sayur dihidangkan dalam bentuk kuah. Dianjurkan sayuran yang dikonsumsi setiap hari terdiri dari campuran sayuran daun, kacang-kacangan dan sayuran berwarna jingga. Porsi sayuran dalam bentuk tercampur yang dianjurkan sehari untuk orang dewasa adalah sebanyak 150 – 200 gram (Almatsier, 2004).

Prospek pemasaran dalam negeri bagi komoditas sayuran sangat bagus, hal ini ditunjukkan dengan fakta sebagai berikut:

- a. Peningkatan jumlah penduduk mengakibatkan permintaan pasar dalam negeri terhadap komoditas sayuran semakin bertambah.
- b. Peningkatan jumlah penduduk kota dan bertambahnya kawasan industri dan pariwisata merupakan daerah pemasaran yang potensial bagi komoditas sayuran.
- c. Peningkatan pendidikan dan kesadaran akan pentingnya gizimembawa pengaruh positif terhadap permintaan akan sayuran.
- d. Arus pengunjung dari luar negeri ke Indonesia yang semakin deras membawa pengaruh pada jumlah, jenis maupun kualitas produksi sayuran yang dibutuhkan (Rukmana, 2005).

Menurut Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura (2002), komoditas sayuran sedikitnya memiliki tiga peranan strategis dalam pembangunan dan perekonomian Indonesia, yaitu :

1. Sebagai salah satu sumber pendapatan bagi masyarakat.
2. Sebagai bahan makanan masyarakat, khususnya sumber vitamin, mineral, dan serat.
3. Salah satu sumber devisa negara non-migas, sehingga pengembangan produksi dan sistem pemasaran, termasuk di dalamnya bagaimana cara agar produk dapat sampai kepada konsumen dalam keadaan masih layak dan baik.

Menurut Wijandi (2004), usahatani sayur-sayuran agak berbeda dengan tanaman pangan pokok, seperti padi dan palawija (jagung, kedelai, kacang tanah, dan lain-lain), terutama dalam fluktuasi harga. Hal ini terutama karena sayur-sayuran, seperti juga golongan hortikultura lainnya, sangat mudah rusak. Harga sering ditentukan oleh langka atau membanjirnya barang di pasar. Jika suplai banyak, harga langsung anjlok, sedangkan sedikit saja kekurangan suplai, harganya lalu naik. Pada kesempatan kali ini peneliti akan mencoba untuk menjabarkan sistem agribisnis sayuran berdasarkan subsistem-subsistem dalam agribisnis sebagai berikut.

a. Subsistem Pengadaan Sarana Produksi

Pada subsistem ini membahas mengenai berbagai sarana produksi yang diperlukan dan dibutuhkan dalam membudidayakan atau melaksanakan kegiatan usahatani sayuran. Pengadaan sarana produksi yang baik dan sesuai tentunya akan berdampak pada hasil produksi dari usahatani

sayuran yang optimal. Sarana produksi yang dibutuhkan dalam budidaya komoditi sayuran adalah bibit / benih unggul, pupuk organik, pestisida dan obat-obatan yang sesuai dengan komoditas ubi kayu yang dibudidayakan.

b. Subsistem Budidaya Sayuran

Teknik budidaya tanaman sawi meliputi pemilihan benih, pengolahan tanah, pembibitan, penanaman, pemeliharaan. Menurut Kurnia et al. (2004), pertumbuhan dan perkembangan tanaman sayuran tidak lepas dari pengaruh lingkungan seperti iklim dan topografi lingkungan lahan tanam. Secara umum, sentra produksi sayuran dataran tinggi terletak pada ketinggian 700-2500 m di atas permukaan laut (dpl), dengan suhu udara rata-rata sekitar 22°C. Selain itu, curah hujan di sentra produksi sayuran dataran tinggi berkisar 2.500 hingga 4.000 mm/tahun.

Budidaya sayuran meliputi pertumbuhan tanaman sayuran sangat dipengaruhi oleh keadaan fisik dan struktur lahan tanamnya, untuk itu perlu dilakukan pengolahan tanah. Kegiatan pengolahan tanah yang umum dilakukan sebelum penanaman adalah penggemburan tanah dan pembuatan bedengan. Penggemburan tanah dapat menciptakan kondisi lahan yang dibutuhkan oleh tanaman agar mampu tumbuh dengan baik. Tahap penggemburan meliputi pencangkulan untuk memperbaiki struktur tanah serta sirkulasi udaranya dan pemberian pupuk dasar (Haryanto, 2007).

c. Subsistem Pemasaran

Selain melaksanakan kegiatan budidaya, kegiatan pemasaran yang baik dalam memasarkan komoditas sayuran juga merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan atau memperoleh nilai tambah dari hasil produksi komoditas sayuran tersebut. Kegiatan pemasaran ini dapat berupa pendistribusian produk, penyimpanan produk saat musim panen dan menjualnya kembali saat harga yang tercipta di pasar terhadap produk pertanian tersebut telah relatif stabil dan lain sebagainya.

d. Subsistem Jasa Layanan Pendukung

Jasa layanan pendukung merupakan pihak yang turut berkontribusi terhadap pelaksanaan kegiatan usaha, karena dengan adanya berbagai bantuan dari jasa layanan pendukung dapat turut meningkatkan keuntungan usaha produksi sayuran. Jasa layanan pendukung ini dapat berupa bank yang meminjamkan modal usaha, lembaga penelitian, asuransi, transportasi, teknologi, lembaga pendidikan dan lain sebagainya.

2. Teori Pemasaran, Pasar dan Pedagang

a. Teori Pemasaran

Menurut William J. Stanton dalam Dharmmesta (2002) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran

merupakan suatu sistem interaksi yang berusaha menciptakan hubungan pertukaran. Tetapi, pemasaran bukanlah suatu cara yang sederhana sekedar untuk menghasilkan penjualan saja. Dalam hal ini, pertukaran hanyalah merupakan satu tahap dalam proses pemasaran. Sebenarnya, pemasaran itu dilakukan baik sebelum maupun sesudah pertukaran.

Menurut Sudiyono (2004), lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran ini timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang dilakukan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen.

Pengertian ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan lembaga atau perantara untuk dapat menyalurkan produknya kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran adalah penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir, dan yang menyelenggarakannya berupa lembaga atau badan-badan yang bertugas melaksanakan fungsi pemasaran itu sendiri atau memenuhi keinginan konsumen semaksimal

mungkin, sedangkan pihak konsumen akan memberikan imbalan berupa margin kepada lembaga pemasaran tersebut (Laksana, 2008).

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, maka lebih lanjut dapat dianalisa sebagai berikut. Harga yang dibayarkan konsumen merupakan harga ditingkat pengecer, yaitu merupakan perpotongan antara kurva permintaan primer dengan kurva penawaran turunan. Sedangkan harga ditingkat petani merupakan potongan antara kurva permintaan turunan dengan kurva penawaran primer (Sudiyono, 2004).

Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut dengan biaya pemasaran atau biaya fungsional (*functional cost*) dan keuntungan (*profit*) lembaga pemasaran. Apabila dalam pemasaran suatu produk pertanian terdapat lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran atau tata niaga komoditas pertanian adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan ditingkat pengecer (konsumen) dengan harga yang diterima oleh produsen (petani, nelayan, peternak). Dengan kata lain margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat konsumen (harga yang terjadi karena perpotongan kurva permintaan primer dan kurva penawaran turunan, dengan harga ditingkat konsumen (Rahim dan Hastuti, 2007).

b. Teori Pasar

Definisi pasar secara sederhana yang sering didengar di masyarakat, dimana pasar adalah suatu tempat pertemuan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Menurut Sudirmansyah (2011), pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk berbelanja serta kemauan untuk membelanjakannya.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang melakukan uang untuk membeli barang dengan harga tertentu. Syarat-syarat terjadinya pasar yaitu : 1) Ada tempat untuk berniaga, 2) Ada barang dan jasa untuk diperdagangkan, 3) Terdapat penjual barang tertentu, 4) Adanya pembeli barang, dan 5) Adanya hubungan dalam transaksi jual-beli.

Menurut Soeratno (2003), Pasar berperan sangat penting dalam suatu sistem ekonomi. Terdapat 5 fungsi utama pasar dan setiap fungsi mengandung pertanyaan yang harus dijawab oleh sistem ekonomi.

Fungsi pasar tersebut adalah:

- 1) Pasar menentukan harga barang. Pada sistem Ekonomi Pasar, harga merupakan ukuran nilai barang. Jika suatu barang permintaannya meningkat, berarti masyarakat membutuhkan lebih banyak. Dalam jangka yang relative singkat perusahaan tidak bisa menambah

- jumlah barang yang ditawarkan secara seketika. Akibatnya harga barang tersebut naik. Kenaikan harga suatu barang akan mendorong produsen memproduksi barang tersebut (jawaban masalah *what*).
- 2) Pasar dapat mengorganisasi produksi. Harga barang di pasar menjadi acuan perusahaan dalam menentukan metode produksi yang paling efisien (jawaban masalah *how*).
 - 3) Pasar mendistribusikan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (jawaban masalah *for whom*).
 - 4) Pasar melakukan penjatahan. Konsumsi saat ini dibatasi oleh jumlah barang dan jasa yang dapat dihasilkan saat ini.
 - 5) Pasar menyediakan barang dan jasa untuk masa yang akan datang. Tabungan dan investasi yang terjadi di pasar merupakan usaha untuk memelihara system dan memberikan kemajuan aktivitas ekonomi.

Menurut Sinungan dan Alexander (1987) dalam Nofvianto (2008) Salah satu karakteristik yang menonjol dari pasar tradisional adalah banyaknya pedagang yang menjual jenis barang dan jasa yang sama. Selain itu, penentuan harga dilakukan melalui proses tawar menawar. Walaupun harga barang relatif murah namun kualitas dan kebersihan barang kurang diperhatikan. Kebanyakan pedagang pasar tradisional tidak mempunyai catatan penjualan. Biaya produksi maupun ongkos-ongkos lainnya jarang sekali dihitung dengan seksama. Pengelolaan usaha yang dilakukan khususnya dalam menyediakan persediaan barang dagangan, para pedagang pasar berjalan sendiri-sendiri. Untuk

memenuhi kebutuhan modal biasanya berhubungan dengan sumber perkreditan informal.

Karakteristik lainnya adalah perbedaan waktu aktivitas masing-masing pasar memberikan keuntungan bagi para bakul karena mereka dapat menjual barang dari satu pasar kemudian berpindah ke pasar lain dalam waktu satu hari, tetapi ada juga bakul yang hanya berjualan disebuah pasar. Sebagai contoh, adalah arus komoditi sayuran. Sebelum sampai ketangan konsumen sayuran diangkut melalui berbagai pasar dan berbagai tipe. Pasar yang biasa dikunjungi bakul ada dua jenis yaitu pasar tempat membeli barang (kulakan) dan pasar tempat menjual barang. Pasar tempat kulakan biasanya merupakan tempat berkumpul petani yang menjual sendiri komoditi di pasar. Penebas atau bakul kecil-kecilan yang membawa barang hasil tebasan tetangga dalam jumlah terbatas. Para bakul yang mengambil barang dari pasar lain. Para juragan yang membeli barang dalam jumlah besar untuk dibawa ke pasar jauh.

c. Pedagang

Pedagang merupakan seseorang ataupun sekelompok orang yang menyediakan barang atau jasa bagi konsumen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. Pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil (Sudirmansyah, 2011).

Pedagang dapat dikategorikan menjadi :

- 1) Pedagang Grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan Pedagang eceran.
- 2) Pedagang Eceran, disebut juga pengecer menjual produk komoditas langsung kepada konsumen.

Menurut Hentiani (2011) dalam pasar tradisional pedagang dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios.

- 1) Pedagang Kios adalah Pedagang yang menempati bangunan kios di pasar.
- 2) Pedagang Non Kios adalah pedagang yang menempati tempat selain kios, yaitu dalam los, luar los, dasaran dan palyon.

Sukirno (2006) menjelaskan dalam melakukan kegiatan pemasaran pastinya terdapat institusi pemasaran yang dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu: pedagang besar (*wholesaler*), pedagang eceran (*retailer*), dan agen pemasaran (*agent*).

1) Pedagang Besar atau *Wholesaler*

Pedagang besar merupakan perusahaan perantara yang menghubungkan produsen dengan pedagang eceran. Jumlah barang yang dibeli dari produsen cukup besar yang nantinya akan dijual lagi ke pedagang pengecer. Pada umumnya pedagang besar tidak berhubungan langsung dengan konsumen. Penjualan kepada konsumen hanya kegiatan sampingan dan biasanya berlaku atas inisiatif konsumen. Dalam mendistribusikan barang, pedagang besar memberikan sumbangan penting kepada produsen, yaitu membantu

produsen mengurangi biaya pendistribusian, waktu untuk memasarkan barang, dan administrasi pemasaran. Kepada pengecer sumbangannya adalah dapat melakukan penjualan dengan kuantitas barang yang terbatas, dapat menyediakan barang dengan cepat apabila diperlukan dan adakalanya memberi kredit kepada pengecer.

2) Pedagang Eceran

Pedagang pengecer adalah perusahaan yang menjual barang yang diproduksi oleh pihak lain dan berhubungan langsung dengan konsumen. Perusahaan ini membeli berbagai jenis barang dalam kuantitas yang terbatas dan menjual barang-barang tersebut langsung kepada konsumen akhir. Pedagang eceran biasanya melakukan kegiatannya dengan memperlihatkan barangnya di toko yang dimilikinya atau disewanya. Dengan cara ini, para pembeli dapat melihat sendiri berbagai jenis barang yang akan dibelinya. Jumlah barang yang dibeli oleh perusahaan ini pun terbatas, yang dapat disebabkan oleh jumlah modal yang dimilikinya.

3) Agen Pemasaran

Agen pemasaran biasanya digolongkan sebagai pedagang besar oleh karena menjalankan fungsi seperti yang dijalankan oleh pedagang besar, yaitu berhubungan langsung dengan produsen dan bertugas sebagai perusahaan yang membantu menjual barang atau jasa yang dihasilkan produsen. Akan tetapi dalam kegiatan penjualan yang dilakukan, seringkali agen pemasaran berhubungan langsung dengan konsumen. Perbedaan penting di antara agen penjual dengan

pedagang besar dan pedagang pengecer adalah dalam pemilikan dan penjualan barang yang dipasarkannya. Agen penjual tidak membeli dan memiliki barang yang dipasarkannya, tetapi agen penjual bertindak sebagai promotor dan menerima pesanan dari pelanggan untuk barang yang diageninya. Untuk jasanya, agen penjualan akan mendapat komisi berdasarkan jumlah unit yang dijualnya atau nilai transaksi penjualan.

Kinerja dalam suatu perusahaan dapat diartikan sebagai prestasi yang diperlihatkan dalam rangka meningkatkan kuantitas maupun kualitas daripada output yang dihasilkan. Kinerja dari perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan, yaitu neraca perhitungan rugi/laba, laporan perubahan posisi keuangan dan catatan atas laporan keuangan (Wijayanti, 2008). Begitu pula dengan usaha pedagang pasar, kinerja pedagang adalah suatu proses inovatif dari pedagang untuk meningkatkan keuntungan usahanya. Berhasil tidaknya kinerja suatu perdagangan, dilihat dari besarnya laba yang diperoleh. Pada tingkat output keseimbangan, posisi seorang produsen ada 3 macam kemungkinan, yaitu (Boediono, 1982) :

- 1) Memperoleh laba. Apabila pada tingkat output tersebut besarnya penerimaan total (TR) lebih besar dari sebuah pengeluaran untuk biaya produksi baik biaya produksi tetap (FC) maupun biaya produksi tidak tetap (VC). Kondisi ini produksi tetap meneruskan usahanya.

- 2) Tidak memperoleh laba dan tidak menderita rugi $TR=TC$. Lebih baik meneruskan usahanya dibanding menutup usahanya.
- 3) Menderita kerugian $TR<TC$. Ada beberapa kemungkinan bagi produsen, tergantung besar-kecilnya kerugian yang ditanggung oleh produsen relatif dibandingkan dengan besarnya biaya produksi tetap perusahaan.

3. Teori Biaya dan Pendapatan

a. Teori Biaya

Biaya adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha untuk mengongkosi kegiatan produksi (Supardi, 2004).

Menurut Hernanto (1994) dalam Zulfahmi (2011) biaya produksi dalam usahatani dapat dibedakan berdasarkan:

- 1) Berdasarkan jumlah output yang dihasilkan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel (tidak tetap). Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi, misalnya pajak tanah, sewa tanah, penyusutan alat-alat bangunan pertanian, dan bunga pinjaman. Biaya variabel adalah biaya yang berhubungan langsung dengan jumlah produksi, misalnya biaya pengeluaran untuk benih, pupuk, obat-obatan, dan biaya tenaga kerja.
- 2) Berdasarkan yang langsung dikeluarkan dan diperhitungkan terdiri dari biaya tunai dan biaya tidak tunai. Biaya tunai adalah biaya tetap dan biaya variabel yang dibayar tunai. Biaya tetap misalnya pajak

tanah dan bunga pinjaman, sedangkan biaya variabel misalnya pengeluaran untuk benih, pupuk, obat-obatan, dan tenaga kerja luar keluarga. Biaya tidak tunai (diperhitungkan) adalah biaya penyusutan alat-alat pertanian, sewa lahan milik sendiri, dan tenaga kerja dalam keluarga.

Abdullah *et al.* (1998) dalam Hutabarat (2012), mengelompokkan biaya transaksi dalam manajemen perikanan menjadi tiga kategori, yaitu: (1) biaya informasi, (2) biaya pengambilan keputusan bersama, dan (3) biaya operasional. Kategori pertama dan kedua merupakan biaya transaksi sebelum kegiatan kontrak (*ex ante transaction cost*), sedangkan kategori ketiga merupakan biaya transaksi sesudah kegiatan (*ex post transaction cost*).

Definisi lain menurut Mburu dan Birner (2002) dalam Pambudi (2014) bahwa biaya transaksi dapat juga diartikan dalam tiga kategori yang lebih luas, yaitu biaya pencarian dan informasi; biaya negosiasi (*bargaining*) dan keputusan atau mengeksekusi kontrak; dan biaya pengawasan (*monitoring*), pemaksaan, dan pemenuhan atau pelaksanaan (*compliance*). Proses negosiasi sendiri bisa sangat panjang dan memakan banyak biaya di mana seluruh pelaku harus melakukan proses tawar-menawar antara pihak satu dengan lainnya. Sedangkan pengukuran (*measurement*) juga dapat sangat mahal karena menyangkut keinginan untuk mengetahui kondisi secara mendalam terhadap barang dan jasa yang akan diperjualbelikan.

Berdasarkan pengertian tersebut maka biaya transaksi dapat didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan selama melakukan pertukaran atau transaksi. Biaya tersebut dapat berupa uang maupun bukan uang, seperti waktu yang hilang, tenaga, dan pikiran yang dikeluarkan untuk melakukan transaksi. Sedangkan transaksi yang terjadi dalam penelitian ini adalah transaksi barang dagangan yang terjadi antara pedagang sayur dan pemasok. Pengorbanan yang dikeluarkan oleh pedagang sayur untuk bertransaksi dengan pemasok tersebut yang menjadi biaya transaksi dalam penelitian ini.

Menurut North dan Thomas (1973) dalam Anggraini (2005), biaya transaksi meliputi :

- 1) Biaya pencarian (*search cost*) yaitu biaya untuk mendapatkan informasi tentang keuntungan atau kerugian suatu transaksi (*cost of allocating information about opportunity of the exchange*).
- 2) Biaya negosiasi (*negotiation cost*) yaitu biaya merundingkan syarat – syarat suatu transaksi (*cost of negotiating the terms of the exchange*).
- 3) Biaya pelaksanaan (*enforcement cost*) yaitu biaya untuk melaksanakan suatu kontrak (*cost of enforcing the contract*).

b. Teori Pendapatan

Pendapatan adalah penerimaan bersih seseorang, baik berupa uang kontan maupun natura. Pendapatan atau juga disebut juga *income* dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya pada sector produksi. Sektor produksi ini

membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dengan harga yang berlaku dipasar factor produksi. Harga faktor produksi dipasar faktor produksi (seperti halnya juga untuk barang-barang dipasar barang) ditentukan oleh tarik menarik, antara penawaran dan permintaan (Suryananto, 2005).

Winardi (2002) menyatakan bahwa pendapatan adalah semua penghasilan yang diperoleh dari pihak lain sebagai tanda balas jasa yang diberikan dimana penghasilan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau perseorangan. Pendapatan merupakan suatu tujuan utama dari perusahaan karena dengan adanya pendapatan maka operasional perusahaan kedepan akan berjalan dengan baik atau dengan kata lain bahwa pendapatan merupakan suatu alat untuk kelangsungan hidup perusahaan. Winardi juga mengemukakan pengertian pendapatan adalah sebagai saluran penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun dari hasil sendiri yang dimulai dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu. Membahas dan membicarakan masalah pendapatan pemikiran orang selalu tertuju pada nilai uang yang diterima oleh seseorang bahkan masih banyak pengertian lain yang timbul dalam diri seseorang. Pengertian pendapatan yang dimaksud disini adalah semua barangbarang dan jasa jasa serta uang yang diterima baik secara individu maupun golongan masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Tinggi rendahnya pendapatan seseorang sangat tergantung pada ketrampilan, keahlian, luasnya kesempatan kerja dan

besarnya modal yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan tersebut dalam suatu periode tertentu yang juga sering disebut dengan investasi, jadi jika investasi besar maka pendapatan mereka juga akan bertambah.

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang adalah merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran. Selanjutnya, pendapatan juga dapat di definisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun), pendapatan terdiri dari upah, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden, serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tujangan sosial atau asuransi pengangguran.

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/*profit* (Sukirno,2000).

Salah satu tujuan dari perusahaan adalah mendapatkan laba (keuntungan), oleh karena itu perusahaan harus menjual produknya dengan harga yang lebih tinggi dari ongkos-ongkosnya. Pendapatan merupakan penerimaan perusahaan dari penjualan outputnya (Wijayanti, 2003). Keuntungan atau kerugian adalah perbedaan antara hasil penjualan dan biaya produksi. Keuntungan diperoleh apabila hasil penjualan melebihi dari biaya produksi, dan kerugian akan dialami apabila hasil penjualan kurang dari biaya produksi. Keuntungan yang maksimum dicapai apabila perbedaan diantara hasil penjualan dan biaya produksi mencapai tingkat yang paling besar (Sukirno, 2002).

Pendapatan (*income*) pedagang ditentukan oleh faktor penjualan barang yang diproduksi dan harga per unit dari masing-masing faktor produksi. Harga-harga ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan antara penjual dan pembeli di pasar. Pendapatan pedagang dalam penelitian ini disebut juga *Total Revenue* (TR) yang merupakan jumlah pendapatan yang diterima pedagang sebagai hasil dari total penjualan. Pendapatan dirumuskan sebagai hasil kali antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit (Gregory N. Mankiw, 2011). Jika dirumuskan secara matematis adalah sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Revenue (penerimaan total)

P = Price (harga barang)

Q = Quantity (jumlah barang)

Pendapatan pedagang ditentukan dari berapa banyak jumlah barang yang mampu dijual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli di pasar. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar dalam penelitian ini adalah jumlah yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang dari masing-masing jenis dagangan. Harga barang diperoleh dari hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli di pasar yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Menurut Nicholson (2002) dalam Hutagaol (2009), keuntungan ekonomis adalah perbedaan antara penerimaan total dengan biaya total. Total penerimaan didapat dari hasil perkalian antara jumlah output dengan harga produk. Biaya merupakan hasil perkalian dari harga input dengan jumlah input. Jika total penerimaan dinotasikan dengan TR dan total biaya dinotasikan dengan TC, maka keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$= TR - TC$$

Kriteria:

Jika total penerimaan > total biaya, maka usaha untung.

Jika total penerimaan = total biaya, maka usaha berada pada titik impas.

Jika total penerimaan < total biaya, maka usaha tersebut merugi.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menganalisis mengenai biaya dan pendapatan pedagang sayur pertanian, terdapat peneliti yang menganalisis biaya,

pendapatan, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, keuntungan dan faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan. Informasi penelitian tentang analisis biaya dan pendapatan pedagang sayur yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dijelaskan dalam uraian berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Suci Sundari (2014) yang berjudul “Analisis Penentuan Harga Jual oleh Pedagang Pengecer Sayuran Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung” dengan tujuan untuk mengetahui penentuan harga jual oleh pedagang pengecer sayuran, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual sayuran, dan mengetahui pendapatan pedagang pengecer sayuran di Pasar Pasir Gintung. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif tentang metode penentuan harga jual, analisis regresi linear berganda, dan analisis pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode yang digunakan pedagang dalam menentukan harga jual sayuran adalah metode *cost-plus pricing*, faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual sayuran sawi adalah harga beli dan biaya iuran fasilitas umum, kol adalah harga beli dan biaya iuran fasilitas umum, wortel adalah volume penjualan, harga beli, biaya angkut, dan biaya iuran fasilitas umum, kentang adalah harga beli, dan tomat adalah harga beli. Usaha penjualan sayuran oleh pedagang di Pasar Pasir Gintung menguntungkan, dengan pendapatan yang dihasilkan dalam satu hari penjualan pada pedagang eceran kios sebesar Rp 1.027.983,70 dan pada pedagang eceran kaki lima sebesar Rp 258.634,61

Penelitian lain yang dilakukan oleh Hutagaol (2009) dengan judul “Analisis Tingkat Keuntungan dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Dagang Jeruk Medan di Pasar BSD *City* Kecamatan Serpong, Kabupaten Tangerang”, menggunakan alat analisis rumus keuntungan, R/C rasio, dan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha dagang jeruk di pasar BSD *City* adalah menguntungkan dengan keuntungan rata-rata sebesar Rp 68.832,63 per hari, penerimaan rata-rata sebesar Rp 429.970, 95 per hari dan total biaya sebesar Rp 361.138,32 per hari. R/C *ratio* usaha dagang jeruk medan di pasar BSD *City* sebesar 1,21 %, berarti usaha dagang jeruk medan tersebut adalah efisien dan layak atau masih berpotensi untuk dikembangkan. Keuntungan usaha dagang di pasar BSD *City* dipengaruhi oleh harga beli buah (X_1), harga jual buah (X_2), volume penjualan buah (X_3) dengan hubungan positif dan signifikan pada taraf nyata lima persen.

Penelitian yang dilakukan oleh Zuhriski (2008) dengan judul “Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Keliling di Kelurahan Tegallega Kota Bogor” menunjukkan bahwa pendapatan tunai yang diperoleh oleh pedagang sayur di masing-masing wilayah terlihat bahwa pedagang sayur keliling di wilayah tiga memperoleh pendapatan tunai sebesar Rp 83.066,67 dengan pendapatan total sebesar Rp41.469,85. Sedangkan pendapatan tunai terendah terdapat pada wilayah empat dengan nilai sebesar Rp 58.100,00 dan pendapatan total sebesar Rp 20.283,07. Pendapatan tunai dipengaruhi oleh biaya-biaya yang diperhitungkan yang dikeluarkan oleh masingmasing pedagang sayur dimasingmasing wilayah berbeda. Hasil analisis pendapatan pedagang sayur

keliling yang diperoleh menunjukkan bahwa usaha pedagang sayur keliling dimasing-masing wilayah menguntungkan. Pedagang sayur keliling diwilayah tiga memiliki nilai R/C rasio sebesar 1,072. Sedangkan nilai R/C rasio terendah terdapat pada wilayah empat yakni sebesar 1,046. Dari kedua nilai R/C rasio dapat diketahui bahwa usaha pedagang sayur keliling menguntungkan karena nilai R/C rasio lebih dari satu. Perbedaan R/C rasio antar wilayah tidak terlalu besar, hal ini disebabkan oleh biaya tenaga kerja dimasukkan kedalam analisis.

Penelitian yang dilakukan oleh Pambudi (2014) yang berjudul “Biaya Transaksi dan Modal Sosial antara Pedagang dan Pemasok (Studi pada pedagang Sayur di Pasar Blimbing – Kota Malang)” menunjukkan bahwa unsure-unsur dari biaya transaksi meliputi biaya pencarian informasi, biaya pemilihan dan pemeriksaan barang dagangan, biaya negosiasi, dan biaya pencaerian pemasok langganan. Bentuk modal sosial dalam penelitian ini adalah kepercayaan, jaringan informasi, dan norma yang terbukti mampu mereduksi adanya biaya transaksi tersebut, diantaranya (1) dapat memperoleh barang dagangan dengan sistem utang, (2) penentuan harga barang tanpa proses tawar menawar, (3) tidak perlu dilakukan proses pemilihan dan pemeriksaan barang dagangan, (4) kemudahan memperoleh informasi mengenai harga kulakan dan harga jual barang dagangan dari relasi, (5) dapat memperoleh informasi pemasok yang bisa dijadikan langganan, (6) menjunjung norma kesopanan dalam kegiatan transaksi, (7) mematuhi komitmen yang telah disepakati bersama antara pedagang sayur dan pemasok.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Anggraini (2004) yang berjudul “Analisis Biaya Transaksi dan Penerimaan Nelayan dan Petani di Pelabuhan Ratu Kabupaten Sukabumi” dengan tujuan penelitian adalah menentukan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan rumah tangga nelayan dan petani, menganalisis struktur investasi dan biaya produksi nelayan dan petani, dan menganalisis struktur biaya transaksi dan faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya biaya transaksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan nelayan diesel dipengaruhi oleh variabel umur pemilik, pengalaman usaha, biaya investasi, jumlah tenaga kerja, jumlah jenis alat tangkap yang digunakan dan lama melaut. Penerimaan nelayan kincang dipengaruhi oleh variabel umur pemilik, umur mesin, jumlah tenaga kerja dan jumlah hari melaut selama setahun. Penerimaan petani dipengaruhi oleh variabel partisipasi anggota keluarga, luas lahan, frekuensi panen pertahun dan jumlah tenaga kerja. Dipandang dari aspek biaya produksi, usaha yang dijalankan oleh nelayan kincang menghasilkan biaya produksi rata-rata lebih rendah dibandingkan dengan nelayan diesel. Hal ini disebabkan nelayan kincang lebih fleksibilitas dalam mengambil keputusan yang menyangkut proses produksi dibandingkan nelayan diesel. Sementara di tingkat petani, usaha yang dijalankan oleh petani pemilik menghasilkan biaya produksi rata-rata yang lebih rendah dibandingkan petani penggarap. Biaya transaksi sulit dihindari dan ada di mana-mana. Dilihat dari rasio biaya transaksi – penerimaan dan rasio biaya transaksi – biaya total, usaha yang dijalankan nelayan lebih efisien dibandingkan petani. Di tingkat nelayan, biaya transaksi yang dikeluarkan nelayan diesel lebih rendah dibandingkan

nelayan kincang. Alasan utamanya adalah lemahnya posisi tawar nelayan kincang dalam pasara perikanan serta informasi yang asimetris sehingga mengeluarkan biaya perantara yang sangat besar. Sementara di tingkat petani, biaya transaksi yang dikeluarkan petani pemilik lebih besar dibandingkan petani penggarap. Faktor penyebabnya posisi tawar yang lemah dan informasi yang asimetris serta biaya mempertahankan kontrak (kepemilikan sumberdaya) yang harus dikeluarkan oleh pemilik.

C. Kerangka Pemikiran

Sayuran merupakan kebutuhan yang sangat penting selain bahan pangan pokok bagi penduduk. Kebutuhan akan sayuran tersebut menuntut petani untuk dapat memproduksi dengan kuantitas dan kualitas yang diinginkan oleh pasar. Kebutuhan sayur bagi masyarakat erat kaitannya dengan kebutuhan akan gizi bagi kesehatan masyarakat itu sendiri. Sayur merupakan sumber utama dalam pemenuhan gizi. Setiap sayur akan memberikan manfaat gizi yang berbeda-beda, sehingga pemenuhan sayur secara seimbang sangat diperlukan. Banyaknya kasus kekurangan gizi menjadi isu penting dalam pemenuhan sayur di Indonesia, seperti pemenuhan vitamin A, B, C dan lainnya. Kebutuhan sayur yang tersebar diseluruh daerah menjadi tantangan tersendiri dalam pendistribusian sayur dari produsen ke konsumen. Kebutuhan yang terus meningkat menjadikan kinerja produksi, konsumsi dan harga sayur perlu mendapatkan perhatian yang mendalam.

Umumnya produsen atau petani sayur tidak menjual hasil produksi mereka langsung kepada konsumen (pemakai) akhir, tetapi cenderung menjual

kepada pedagang perantara yang nantinya akan menjualnya kembali di pasar. Hal tersebut yang menyebabkan munculnya pelaku-pelaku pemasaran yang mempengaruhi proses penyampaian produk pertanian kepada konsumen. Adanya pedagang perantara tentu memberikan kemudahan dalam menyebarkan sayuran kepada konsumen di berbagai daerah. Menurut Radiosunu (2001) di antara para produsen dan pemakai akhir, terdapat sejumlah pedagang perantara yang menjalankan berbagai fungsi. Pedagang perantara tersebut berupa pedagang besar dan pedagang eceran, yang membeli, memiliki hak atas, dan menjual kembali barang yang bersangkutan.

Kegiatan jual beli yang terjadi di pasar tradisional melibatkan beberapa pelaku pemasaran seperti pedagang besar dan pedagang pengecer sayur yang secara langsung mempengaruhi proses dan sistem penyampaian sayur. Pedagang yang berinteraksi dengan konsumen secara langsung di suatu pasar tradisional adalah pedagang eceran. Menurut Sukirno (2006) Pedagang pengecer adalah perusahaan yang menjual barang yang diproduksi oleh pihak lain dan berhubungan langsung dengan konsumen. Pedagang eceran biasanya melakukan kegiatannya dengan memperlihatkan barangnya di toko yang dimilikinya atau disewanya. Dengan cara ini, para pembeli dapat melihat sendiri berbagai jenis barang yang akan dibelinya. Jumlah barang yang dibeli oleh perusahaan ini pun terbatas, yang dapat disebabkan oleh jumlah modal yang dimilikinya.

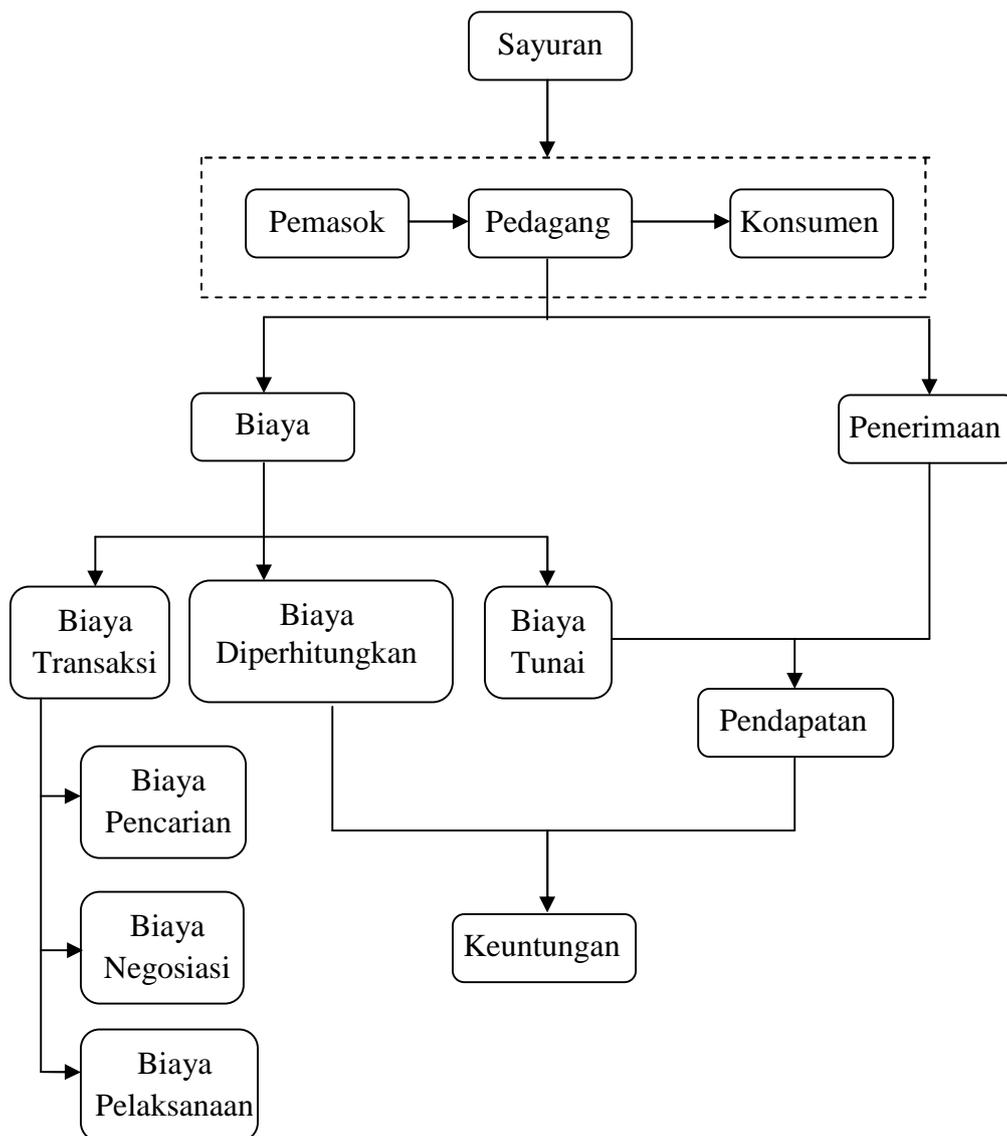
Alur pemasaran tradisional menunjukkan pengecer mendapatkan barang dari produsen dan atau pedagang besar, dan kemudian menjualnya kepada

konsumen akhir. Pedagang pengecer sayur sendiri memerlukan perhatian yang lebih, karena peranannya yang cukup besar dalam pemasaran sayur di tingkat konsumen. Suatu usaha dagang dapat dikatakan berhasil apabila diketahui pendapatan yang diperoleh pedagang yang berjualan di pasar tradisional. Pendapatan yang dihasilkan pedagang juga berawal dari biaya yang dikeluarkan, karena biaya juga menjadi penunjang untuk memperoleh pendapatan dari penjualan sayuran di pasar tersebut. Selanjutnya, penjualan diharapkan dapat menghasilkan laba maksimum bagi pedagang sayuran.

Menurut Yusuf, Evert, Hosang, dan Saputra (2006) pedagang merupakan perantara dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen dengan jalan melakukan fungsi-fungsi pemasaran, yang terdiri dari fungsi penyimpanan, pengangkutan, dan pengolahan. Fungsi fasilitas terdiri dari standarisasi dan grading, penanggungan resiko, pembinaan dan informasi pasar. Dengan melakukan fungsi tersebut pedagang berusaha mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh sayuran menjadi pertimbangan dalam usaha dagang di Pasar Tamin, sehingga peneliti ingin melihat bagaimana struktur biaya yang dikeluarkan oleh pedagang termasuk pula didalamnya biaya tetap, biaya variabel, dan biaya transaksi dalam melakukan kegiatan usahanya, dan bagaimana tingkat pendapatan yang akan diterima pedagang melalui usaha yang dijalankan tersebut. Berdasarkan uraian sebelumnya, maka kerangka pemikiran “Analisis Biaya dan

Pendapatan Usaha Pedagang Sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung”
dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran “Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Pedagang Sayuran di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung”

III. METODE PENELITIAN

A. Metode, Lokasi dan Waktu Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan wawancara dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utamanya.

Penelitian dilaksanakan di Pasar Tamin Kota Bandar Lampung. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) mencakup satu pasar tradisional, dengan pertimbangan bahwa Pasar Tamin merupakan sentra perdagangan sayuran dan merupakan pasar induk yang ada di Kota Bandar Lampung.

Pengambilan data pada penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2017. Total pedagang sayuran yang ada di Pasar Tamin dari pedagang kios hingga los amparan adalah sebanyak 38 pedagang, dalam penelitian ini jumlah pedagang sayuran yang dijadikan responden adalah sebanyak 15 responden pedagang sayuran yang ditentukan secara sengaja dan bersedia diwawancarai, yang terdiri dari lima pedagang kios, lima pedagang los amparan, dan lima pedagang ampran kaki lima. Jumlah responden sebanyak 15 diharapkan dapat memberikan gambaran responden secara keseluruhan karena sifat pedagang sayuran yang homogen di setiap jenis pedagang yaitu pedagang

kios, los amparan dan amparan kaki lima serta keterbatasan penelitian yang mengharuskan melakukan wawancara setiap hari di waktu pagi dan sore hari selama satu minggu penuh. Responden pedagang yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan secara *purposive sampling* dari seluruh pedagang sayuran di Pasar Tamin. Menurut Ridwan (2008), *purposive sampling* yaitu teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.

B. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisis data sehubungan dengan tujuan penelitian.

Sayuran adalah komoditas segar yang berasal dari tanaman yang beraneka ragam yang umumnya dijual oleh pedagang di pasar pada berbagai macam tingkat harga yang diukur dalam satuan rupiah.

Pemasaran adalah proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan di satu pihak dan kepuasan di pihak lain.

Saluran pemasaran adalah sekumpulan organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam memasarkan produk sayuran dari produsen ke konsumen.

Pasar tradisional adalah suatu tempat yang terdapat banyak penjual dan pembeli, di mana terdapat proses tawar menawar atas suatu barang tertentu dengan menggunakan uang untuk memperolehnya.

Pemasok adalah pihak yang menyediakan sayuran serta menyampaikannya kepada pedagang di pasar yang akan dilanjutkan kepada konsumen. Pemasok terdiri dari petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar.

Pedagang besar adalah pedagang yang menjual aneka sayur dalam jumlah atau kuantitas yang banyak atau besar, yang kemudian menjualnya kepada pedagang pengecer.

Pedagang pengecer adalah responden yang menjual berbagai macam sayuran di Pasar Tamin kepada konsumen secara langsung.

Konsumen adalah pihak yang membeli aneka sayur kepada pedagang pasar dengan tujuan untuk diolah dan dikonsumsi. Konsumen terdiri dari konsumen industri dan konsumen rumah tangga.

Modal usaha adalah biaya yang digunakan untuk memproduksi atau membeli barang dagangan dan operasional sehari-hari baik yang bersumber dari permodalan sendiri maupun permodalan dari sumber lain.

Struktur biaya adalah jenis dan besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang dalam kegiatan perdagangan yang dilakukan yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi dalam satuan rupiah. Biaya tetap terdiri dari biaya sewa tempat dagang, biaya iuran fasilitas umum, dan biaya listrik.

Biaya variabel adalah biaya yang berhubungan langsung dengan jumlah produksi dalam satuan rupiah. Biaya variabel terdiri dari biaya pembelian sayur, dan biaya perlengkapan penjualan aneka sayur.

Biaya tidak tunai atau diperhitungkan adalah biaya penyusutan peralatan, sewa kios milik sendiri, dan tenaga kerja dalam keluarga yang digunakan oleh pedagang sayuran yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Biaya tunai adalah biaya tetap dan biaya variabel yang dibayar tunai oleh pedagang sayuran yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Biaya transaksi adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang sayuran dalam melakukan pertukaran/transaksi barang dagangan/sayuran seperti biaya pencarian informasi, biaya negosiasi, dan biaya pelaksanaan dalam satuan rupiah.

Biaya informasi adalah biaya untuk mendapatkan informasi tentang keuntungan atau kerugian suatu transaksi/pertukaran sayuran seperti informasi harga, kualitas, dan kuantitas sayuran yang ditawarkan, dan dinyatakan dalam satuan rupiah.

Biaya negosiasi adalah biaya yang merundingkan syarat-syarat atau kesepakatan pada suatu transaksi yang dilakukan oleh pedagang sayuran yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Biaya pelaksanaan adalah biaya yang digunakan untuk melaksanakan suatu kontrak yang telah disepakati oleh pedagang sayuran dalam satuan rupiah.

Total biaya adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses penjualan sayuran dalam waktu satu hari baik biaya tunai maupun biaya diperhitungkan yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Harga barang diperoleh dari hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli di pasar yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Penerimaan pedagang pengecer adalah perkalian antara harga jual yang diterima pedagang dengan jumlah unit sayuran yang terjual yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Pendapatan atau keuntungan atas biaya tunai dalam penelitian ini adalah jumlah yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang dari masing-masing jenis dagangan dikurangi dengan biaya total yang dikeluarkan, atau selisih antara penerimaan total dengan biaya tunai.

Keuntungan atau keuntunagn atas biaya total adalah selisih antara penerimaan total dengan biaya total yang dikeluarkan oleh pedagang sayuran dalam kegiatan perdagangan sayuran per hari yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Lama usaha adalah lama waktu yang sudah dijalani oleh pedagang dalam menjalankan usahanya. Semakin lama pedagang menjalani usahanya maka semakin banyak pengalaman yang didapatkannya. Satuan variabel yang digunakan lama usaha adalah tahun.

Jenis pedagang adalah pembedaan pedagang berdasarkan tempat berdagang yang terdiri dari pedagang kios, los amparan dan amparan kaki lima yang ada di Pasar Tamin.

C. Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara secara langsung kepada para responden menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner sebagai panduan pengumpulan data yang telah disusun sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia, Direktorat Jendral Pertanian, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung, Pusat Data dan Informasi Pertanian, laporan penelitian, jurnal dan publikasi ilmiah, instansi terkait, dan pustaka lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

Guna memperoleh data yang lengkap untuk menunjang penulisan ini, maka diadakan pengumpulan data melalui :

1. Penelitian lapangan melalui wawancara. Wawancara dilakukan langsung dengan menggunakan kuisisioner kepada responden pedagang sayuran di

Pasar Tamin dengan memberikan daftar pertanyaan kepadanya dengan harapan akan member respon atas pertanyaan tersebut.

2. Penelitian Kepustakaan, dengan membaca literatur, laporan-laporan tertulis, jurnal-jurnal penelitian dan bahan-bahan referensi lainnya sebagai landasan teori dalam penelitian.

D. Metode Analisis Data

1. Perhitungan Biaya Total

Analisis data yang digunakan untuk menghitung struktur biaya pada pedagang sayur menggunakan perhitungan biaya total. Menurut Soekartawi (2003), biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani. Biaya usahatani dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap.

a. Biaya Tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak mempengaruhi jumlah produk yang dijual yang meliputi sewa tempat dagang dan iuran yang dinyatakan dalam rupiah. Menurut Soekartawi (2003), cara menghitung biaya tetap (*fixed cost*) adalah sebagai berikut:

$$TFC = \sum_{i=1}^n X \cdot P_{Xi}$$

Dimana:

TFC= Biaya tetap (*fixed cost*)
 X = Jumlah fisik yang membentuk biaya tetap
 Px = Harga input
 n = Macam input

b. Biaya Variabel (*variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya mempunyai pengaruh langsung terhadap jumlah produk yang dijual. Apabila biaya variabel ditambah maka produk yang dijual juga bertambah, begitu juga sebaliknya. Jika biaya variabel dikurangi maka jumlah produk yang dijual berkurang. Biaya variabel meliputi biaya pembelian sayuran dan biaya pengemasan. Menurut Soekartawi (2003), untuk menghitung biaya variabel (*variable cost*) dapat digunakan rumus:

$$TVC = \sum_{i=1}^n Bv$$

Dimana:

TVC = biaya tetap (*variable cost*)
 Bv = biaya variabel dari setiap input
 n = banyak input

c. Biaya Total (*total cost*)

Menurut Rahim dan Hastuti (2007), total biaya atau *total cost* adalah jumlah dari biaya tetap atau *fixed cost* dan biaya tidak tetap atau *variable cost*. Untuk menghitung total biaya (*total cost*) dapat digunakan rumus:

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana:

TC = Biaya total
 TFC = Biaya tetap total
 TVC = Biaya variabel total

Biaya tunai merupakan biaya yang dikeluarkan secara langsung oleh pedagang sayuran yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel

seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Biaya diperhitungkan merupakan biaya yang seharusnya dikeluarkan tetapi tidak dikeluarkan oleh pedagang sayuran namun tetap harus diperhitungkan.

Biaya total dapat juga diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$TC = \text{Biaya Tunai} + \text{Biaya Diperhitungkan}$$

Dimana:

$$\begin{aligned} TC &= \text{Biaya total} \\ \text{Biaya tunai} &= \text{Biaya tetap} + \text{biaya variabel (dikeluarkan langsung)} \\ \text{Biaya diperhitungkan} &= \text{Biaya tetap} + \text{biaya variabel (tidak dikeluarkan langsung)} \end{aligned}$$

Menurut North dan Thomas (1973) dalam Anggraini (2005), biaya transaksi (*transaction cost*) (TrC) meliputi :

- 1) Biaya pencarian (*search cost*) (Z_1) yaitu biaya untuk mendapatkan informasi tentang keuntungan atau kerugian suatu transaksi (*cost of allocating information about opportunity of the exchange*).
- 2) Biaya negosiasi (*negotiation cost*) (Z_2) yaitu biaya merundingkan syarat –syarat suatu transaksi (*cost of negotiating the terms of the exchange*).
- 3) Biaya pelaksanaan (*enforcement cost*) (Z_3) yaitu biaya untuk melaksanakan suatu kontrak (*cost of enforcing the contract*).

2. Analisis Pendapatan

Analisis data untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diperoleh pedagang aneka sayur adalah dengan menggunakan analisis pendapatan, sedangkan untuk mengetahui apakah usaha dagang sayur tersebut menguntungkan atau tidak adalah dengan menggunakan perhitungan

keuntungan. Pendapatan usaha adalah keuntungan yang diperoleh setelah penerimaan (dari hasil penjualan) produk sayuran dikurangkan dengan biaya yang dikeluarkan dalam proses kegiatan pemasaran. Analisis pendapatan digunakan untuk mengukur apakah kegiatan usaha saat ini menguntungkan atau tidak. Informasi yang dibutuhkan dalam analisis pendapatan usaha adalah total penerimaan dan total pengeluaran usaha dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Total penerimaan diperoleh dari total produk sayuran yang dijual lalu dikalikan dengan harga jual masing-masing produk sayuran. Total pengeluaran adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha penjualan sayuran. Total pendapatan adalah total penerimaan dikurangi dengan total biaya dalam suatu kegiatan usaha.

Menurut Mubyarto (1994), total penerimaan dari suatu usaha dapat dihitung dengan rumus:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total penerimaan (Rp/hari)
P = Harga produk (Rp/Kg)
Q = Jumlah produk yang terjual (Kg/hari)

Besarnya pendapatan/laba diperoleh dari:

$$\pi = TR - TC$$

Di mana:

π = Pendapatan (Rp/hari)
TR = Total penerimaan (Rp/hari)
TC = Total biaya (Rp/hari)

Kriteria:

Jika total penerimaan $>$ total biaya, maka usaha untung.

Jika total penerimaan = total biaya, maka usaha berada pada titik impas.

Jika total penerimaan $<$ total biaya, maka usaha tersebut merugi.

IV. GAMBARAN UMUM

A. Gambaran Umum Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung merupakan sebuah kota, sekaligus Ibu Kota Provinsi Lampung yang menjadi pintu gerbang utama Pulau Sumatera dan memiliki andil penting dalam jalur transportasi darat dan aktivitas pendistribusian logistik dari Jawa menuju Sumatera maupun sebaliknya. Berdasarkan peraturan daerah Kota Bandar Lampung Nomor 4 tahun 2012 tentang penataan dan pembentukan Kecamatan dan Kelurahan, Kota Bandar Lampung terdiri 20 kecamatan dan 126 kelurahan (Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2015a).

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung yang merupakan pusat sebagai Ibukota Provinsi Lampung, Kota Bandar Lampung menjadi pusat pemerintahan provinsi, pusat perdagangan regional, pusat pelayanan transportasi regional, pusat pendidikan dan kebudayaan regional dan pengolahan bahan baku pertanian serta pusat pengelolaan telekomunikasi. Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena letaknya di ujung Pulau Sumatera berdekatan dengan DKI Jakarta yang menjadi pusat perekonomian negara tepatnya kurang lebih 165 km sebelah barat laut Jakarta. Hal tersebut membuat Bandar Lampung menjadi daerah transit

kegiatan perekonomian antara pulau Sumatera dan Jawa, sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, industri dan pariwisata.

Secara geografis, kota ini terletak pada $5^{\circ}20'$ - $5^{\circ}30'$ Lintang Selatan dan $105^{\circ}28'$ - $105^{\circ}37'$ Bujur Timur. Secara administratif Bandar Lampung dibatasi oleh:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Betung.
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan.

(Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2015a).

Kota Bandar Lampung berada di bagian Selatan Propinsi Lampung (Teluk Lampung) dan ujung selatan Pulau Sumatera. Menurut kondisi topografi, Propinsi Lampung dapat dibagi ke dalam lima satuan ruang, yaitu:

1. Daerah berbukit sampai bergunung, dengan ciri khas lereng-lereng yang curam dengan kemiringan lebih dari 25 persen dan ketinggian rata-rata 300 meter dpl. Daerah ini meliputi Bukit Barisan, kawasan berbukit di sebelah Timur Bukit Barisan, serta Gunung Rajabasa.
2. Daerah berombak sampai bergelombang, yang dicirikan oleh bukit-bukit sempit, kemiringan antara delapan persen hingga 15 persen, dan

ketinggian antara 300 meter sampai 500 meter dpl. Kawasan ini meliputi wilayah Gedong Tataan, Kedaton, Sukoharjo, dan Pulau Pangung di Daerah Kabupaten Lampung Selatan, serta Adirejo dan Bangunrejo di Daerah Kabupaten Lampung Tengah.

3. Dataran alluvial, mencakup kawasan yang sangat luas meliputi Lampung Tengah hingga mendekati pantai sebelah Timur. Ketinggian kawasan ini berkisar antara 25 hingga 75 meter dpl, dengan kemiringan nol persen sampai tiga persen.
4. Dataran rawa pasang surut di sepanjang pantai Timur dengan ketinggian 0,5 hingga satu meter di atas permukaan laut.
5. Daerah aliran sungai, yaitu Tulang Bawang, Seputih, Sekampung, Semangka, dan Way Jepara.

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 m di atas permukaan laut dengan topografi yang terdiri dari :

1. Daerah pantai yaitu sekitar Teluk Betung bagian Selatan dan Panjang.
2. Daerah perbukitan yaitu sekitar Teluk Betung bagian Utara.
3. Daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat di sekitar Tanjung Karang bagian Barat yang dipengaruhi oleh Gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok di bagian Timur Selatan.
4. Teluk Lampung dan pulau-pulau kecil bagian Selatan.

Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah perairan $\pm 39,82 \text{ km}^2$ terdiri atas Pulau Pasaran dan Pulau Kubur, dan luas wilayah daratan sebanyak $197,22 \text{ km}^2$ yang terdiri dari 20 kecamatan dengan jumlah kelurahan atau

desa sebanyak 126. Luas Wilayah Kota Bandar Lampung pada masing-masing kecamatan di tahun 2014, disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Luas Wilayah Kota Bandar Lampung menurut Kecamatan Tahun 2014

No	Kecamatan	Luas (km ²)
1	Teluk Betung Barat	11,02
2	Teluk Betung Timur	14,83
3	Teluk Betung Selatan	3,79
4	Bumi Waras	3,75
5	Panjang	15,75
6	Tanjung Karang Timur	2,03
7	Kedamaian	8,21
8	Teluk Betung Utara	4,33
9	Tanjung Karang Pusat	4,05
10	Enggal	3,49
11	Tanjung Karang Barat	14,99
12	Kemiling	24,24
13	Langkapura	6,12
14	Kedaton	4,79
15	Rajabasa	13,53
16	Tanjung Senang	10,63
17	Labuhan Ratu	7,97
18	Sukarame	14,75
19	Sukabumi	23,60
20	Wayhalim	5,35
Jumlah		197,22

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2015a

Jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung pada tahun 2015 adalah 979.287 jiwa dengan dengan kepadatan penduduk 8.316 jiwa/km² dan tingkat pertumbuhan penduduk 1,79 persen per tahun serta jumlah penduduk laki-laki sebesar 493.411 jiwa dan jumlah penduduk perempuan sebesar 485.876 jiwa. Berikut ini adalah jumlah penduduk Kota Bandar Lampung dirinci menurut jenis kelamin, dan *sex ratio* berdasarkan wilayah kecamatan tahun 2015 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung dirinci menurut kecamatan, jenis kelamin, dan *sex ratio* tahun 2015

No	Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Rasio Jenis Kelamin
1	Teluk Betung Barat	15.363	14.436	29.799	106
2	Teluk Betung Timur	21.396	20.249	41.645	106
3	Teluk Betung Selatan	19.960	19.393	39.353	103
4	Bumi Waras	28.949	27.793	56.742	104
5	Panjang	37.936	36.570	74.506	104
6	Tanjung Karang Timur	18.520	18.588	37.108	100
7	Kedamaian	26.584	26.008	52.592	102
8	Teluk Betung Utara	25.300	25.293	50.593	100
9	Tanjung Karang Pusat	25.263	25.863	51.126	98
10	Enggal	13.684	14.400	28.084	95
11	Tanjung Karang Barat	27.724	26.986	54.710	103
12	Kemiling	32.683	32.954	65.637	99
13	Langkapura	17.129	16.815	33.944	102
14	Kedaton	24.495	24.560	49.055	100
15	Rajabasa	24.472	23.555	48.027	104
16	Tanjung Senang	22.900	22.875	45.775	100
17	Labuhan Ratu	22.606	22.237	44.843	102
18	Sukarame	28.487	28.434	56.921	100
19	Sukabumi	29.348	27.986	57.334	105
20	Wayhalim	30.612	30.881	61.493	99
	Total	493.411	485.876	979.287	102

Sumber : BPS Kota Bandar Lampung (2016)

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung pada tahun 2014 mencapai 979.287 jiwa dengan jumlah laki-laki sebesar 493.411 jiwa dan perempuan sebesar 485.876 jiwa dengan *sex ratio* 102 yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak daripada perempuan. Jumlah penduduk terbanyak, yaitu 74.506 jiwa pada Kecamatan Panjang, dan jumlah penduduk terbanyak ke dua, yaitu 65.637 jiwa pada Kecamatan Kemiling, sedangkan jumlah penduduk terkecil, yaitu 28.084 jiwa pada Kecamatan Enggal.

Penduduk yang tinggal di Kota Bandar Lampung terdiri dari berbagai macam suku. Mayoritas penduduk Kota Bandar Lampung berasal dari etnis Jawa

(79,12%). Etnis berikutnya yang cukup mudah ditemui di Kota Bandar Lampung yaitu etnis Sunda (10,72%) Lampung dan Bali (2,42%). Orang Jawa di Bandar Lampung tersebar di hampir semua kawasan kota dan umumnya telah membaur dengan orang dari etnis lain sedangkan orang Bali lebih mengelompok dengan mendiami beberapa kantong pemukiman Bali di Bandar Lampung. Selain itu terdapat pula etnis Tionghoa, Padang, Palembang, Bugis, Batak dan lain-lain. Bahasa yang digunakan masyarakat Bandar Lampung antara lain: bahasa Indonesia, bahasa Jawa, bahasa Sunda, bahasa Bali, bahasa Minang dan bahasa setempat yang disebut bahasa Lampung.

Produk Domestik Regional Bruto adalah jumlah produksi yang dihasilkan oleh suatu masyarakat dalam kurun waktu satu tahun yang berada di daerah atau regional tertentu. Produk Domestik Regional Bruto merupakan salah satu indikator ekonomi yang memuat berbagai instrumen ekonomi dan di dalamnya terlihat dengan jelas keadaan makro ekonomi suatu daerah dengan pertumbuhan ekonominya, pendapatan per kapita dan berbagai instrumen lainnya (BPS Provinsi Lampung, 2015). Data PDRB per kapita Kota Bandar Lampung (rupiah) tahun 2010-2014 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. PDRB per kapita Kota Bandar Lampung tahun 2010-2014 (Juta Rp)

Tahun	PDRB atas harga berlaku	PDRB atas harga konstan
2010	25,31	25,31
2011	27,51	26,33
2012	30,06	27,52
2013	32,72	28,79
2014	36,76	30,20

Sumber: BPS Kota Bandar Lampung (2015b)

Pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa jumlah PDRB per kapita Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan yang cukup signifikan baik menurut harga berlaku maupun harga konstan. Pendapatan PDRB per kapita menurut harga yang berlaku adalah nilai tambah dari barang atau jasa yang dihitung berdasarkan harga tahun yang sedang berjalan sedangkan PDRB per kapita harga konstan adalah nilai tambah dari barang atau jasa yang dihitung berdasarkan harga tetap di satu tahun dasar, yaitu harga tahun 2010 sebagai dasar pe nilaian. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi penduduk Kota Bandar Lampung atas produksi, pendapatan atau pengeluaran meningkat setiap tahun. PDRB per kapita tidak sepenuhnya dapat menggambarkan peningkatan pendapatan per orang penduduk setempat, namun dapat digunakan untuk menilai apakah upaya pembangunan ekonomi di suatu wilayah mampu meningkatkan capaian nilai tambah berdasarkan kreativitas masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia di suatu wilayah.

Lokasi geografis yang strategis membuat Kota Bandar Lampung memiliki prospek yang kuat untuk berkembang menjadi kota besar dalam skala regional, nasional, bahkan internasional. Saat ini Kota Bandar Lampung merupakan salah satu kota terbesar di Sumatera, sehingga Bandar Lampung memainkan peranan penting dalam pengembangan dan kegiatan ekonomi di Pulau Sumatera. Selain itu juga sebagai kota yang bergerak menuju kota metropolitan, Bandar Lampung menjadi pusat kegiatan ekonomi di Daerah Lampung.

Kota Bandar Lampung memiliki peluang yang besar untuk menjadi pusat perdagangan dan jasa pada skala Sumatera bagian Selatan. Sebagian besar penduduknya juga bergerak dalam bidang jasa, industri, dan perdagangan. Sarana perekonomian yang menunjang antara lain dengan adanya pasar tradisional. Pasar Tradisional menjadi salah satu pusat kegiatan perekonomian. Banyaknya pasar tradisional yang tersebar di Kota Bandar Lampung akan memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pasar tradisional sampai saat ini masih ramai dikunjungi. Daftar nama pasar tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Daftar nama pasar tradisional di Kota Bandar Lampung.

No	Nama Pasar	Alamat
1	Pasar Bambu Kuning	Jl. R.A Kartini
2	Pasar Gudang Lelang	Jl. Laks. Malahayati
3	Pasar Kangkung/Mambo	Jl. Hasanudin
4	Pasar Gintung	Jl. Pasir Gintung
5	Pasar Cimeng	Jl. RE. Martadinata
6	Pasar Way Kandis	Jl. Ratu Dibalau
7	Pasar Panjang	Jl. Laks. Yos Sudarso
8	Pasar Tamin	Jl. Tamin
9	Pasar Tugu	Jl. Hayam Wuruk
10	Pasar Way Halim	Jl. Raja Basa Raya
11	Pasar Bawah	Jl. Raden Intan
12	Pasar Kemiling	Jl. Teuku Cik Ditiro
13	Pasar Smep	Jl. Imam Bonjol
14	Pasar Tengah	Jl. Raden Intan
15	Pasar Koga	Jl. ZA Pagar Alam

Sumber : Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan, 2014

B. Gambaran Umum Pasar Tamin

1. Sejarah Singkat Pasar Tradisional Tamin

Menurut Dinas Pengelolaan Pasar (2016b), sebelum berdiri Pasar Tamin, lahan tersebut hanyalah padang ilalang yang kemudian dimanfaatkan menjadi pasar atau tempat kegiatan jual beli. Kegiatan jual beli di Pasar Tamin sebenarnya sudah dilakukan sejak tahun 1985, namun pendirian bangunan baru dilakukan pada tahun 1990 yang masih berupa bangunan sementara dari kayu atau belum permanen. Seiring berjalannya waktu mulailah dilakukan renovasi bangunan menjadi semi permanen pada tahun 1992 dan pada tahun 1994 dilakukanlah pembangunan kios-kios permanen yang ada di Pasar Tamin. Meskipun kegiatan jual beli telah dilakukan sejak tahun 1985, peresmian pasar oleh dinas yang bersangkutan baru dilakukan pada tahun 1990-an. Setelah mengalami renovasi dan perbaikan akhirnya Pasar Tamin dijadikan sebagai Pasar Induk di Kota Bandar Lampung.

Kegiatan jual beli di Pasar Tamin pada awal pendiriannya dilakukan hingga hampir 24 jam, hal tersebut dikarenakan pada malam harinya masih terjadi transaksi jual beli yang umumnya dilakukan oleh pedagang besar dan pedagang pengecer yang akan menjual kembali barang dagangannya yang umumnya berjenis sayuran atau hasil pertanian. Kegiatan tersebut terjadi hingga tahun 1994, yang kemudian mulai berkurang waktu kegiatan jual beli dikarenakan adanya peraturan-peraturan dari dinas setempat terkait jam operasional pasar. Sejak saat itu

operasional pasar umumnya dilakukan dari pukul 04.00 WIB dini hari sampai pukul 17.00 WIB sore hari, dengan jumlah pengunjung atau konsumen yang banyak.

2. Keadaan Pasar Tamin

Menurut Dinas Pengelolaan Pasar Tamin (2016), Pasar Tamin merupakan salah satu dari 12 unit pasar yang berada di Kota Bandar Lampung. Pasar Tamin merupakan pasar induk di wilayah Kota Bandar Lampung. Pasar Tamin terletak di Jalan Tamin, Kecamatan Tanjung Karang Pusat. Pasar ini merupakan tempat bertemunya penjual dari pasar-pasar lain yang ada di wilayah Kota Bandar Lampung. Meskipun Pasar Tamin hanya terdiri dari satu lantai, namun pada pukul empat pagi hingga pukul enam pagi merupakan jam sibuknya kegiatan di pasar ini. Bangunan Pasar Tamin sebagian besar adalah kios permanen yang dipergunakan untuk menjual barang sembako, pakaian, sayuran dan buah. Namun setelah pukul delapan pagi, kondisi pasar tidak begitu ramai seperti saat dini hari.

Pedagang yang terdapat di Pasar Tamin umumnya adalah pedagang besar, yang menjual dalam jumlah besar, baik sembako hingga produk hasil pertanian, hal tersebut tentu menarik perhatian pedagang eceran yang akan mencari barang dagangan. Harga yang ditawarkan di Pasar Tamin pun dapat dikatakan lebih murah dibandingkan pasar lainnya dikarenakan pembelian dalam jumlah besar. Jalur transportasi menuju Pasar Tamin juga cukup mudah, karena banyak kendaraan angkutan umum yang lewat

pasar tersebut dan terdapat juga pangkalan ojek, sehingga para pengunjung (konsumen) dapat dengan mudah belanja ke pasar tersebut.

3. Aktivitas Pedagangan

Aktivitas perdagangan yang ada di dalam Pasar Tamin cukup ramai, karena merupakan pasar induk yang berada di pusat Kota Bandar Lampung. Para penjual dan pembeli juga berasal dari beragam suku, usia, dan kalangan yang nantinya dapat melakukan interaksi untuk mendapatkan transaksi dari penjualan atau pun pembelian yang mereka inginkan. Transaksi yang dilakukan mereka adalah cara proses tawar menawar yang pada akhirnya dapat menimbulkan adanya kedekatan hubungan antara penjual dan pembeli sehingga memungkinkan untuk menjadi hubungan langganan.

Jenis barang yang diperdagangkan di Pasar Pasir Gintung antara lain adalah produk pertanian, (seperti; komoditas sayuran, buah-buahan), tempe, tahu, berbagai jenis ikan, (seperti ikan basah dan ikan asin), telur, beras, grabatan, pakaian, warung makan, bumbu dan lain sebagainya. Barang-barang tersebut merupakan barang kebutuhan pokok sehari-hari yang pastinya akan mudah untuk dijual ke konsumen. Menurut Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung (2016) jumlah pedagang yang melakukan kegiatan perdagangan di Pasar Tamin adalah 217 pedagang . Banyaknya pedagang karena adanya peluang dalam melakukan usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam kehidupan sehari-hari.

Jumlah pedagang yang berada di Pasar Pasir Gintung berdasarkan tempat berdagang disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah pedagang berdasarkan tempat dagang di Pasar Tamin, 2016

No	Tempat Dagang	Jumlah Pedagang (orang)
1	Toko/Kios	113
2	Los Amparan	77
3	Amparan Kaki Lima	27
	Total	217

Sumber: Dinas Pengelolaan Pasar (2016a)

Tabel 9 memperlihatkan jumlah pedagang berdasarkan tempat dagang yang digunakan, pada tabel dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang di Pasar Tamin berdagang di Toko atau Kios dengan jumlah pedagang sebanyak 113 orang dengan lokasi dagang di bangunan utama pasar dan bangunan yang mengelilingi bangunan utama pasar. Pedagang los amparan di Pasar Tamin berjumlah 77 pedagang yang tersebar di dalam bangunan utama gedung. Pedagang amparan kaki lima di Pasar Tamin berjumlah 27 Pedagang yang tersebar di seluruh pasar dengan lokasi dagang yang variatif seperti di emperan toko/kios yang ada dan diantara pedagang los amparan pada bangunan utama pasar.

Semua pedagang di Pasar Tamin menjual kebutuhan sehari-hari yang sangat variatif, mulai dari bahan makanan, pakaian, dan makanan jadi. Pedagang menjual jenis dagangan mulai dari yang jumlah eceran hingga dalam jumlah besar. Jumlah pedagang berdasarkan jenis dagangan di Pasar Tamin dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10 memperlihatkan jumlah pedagang yang berjualan di Pasar Tamin dengan berbagai macam jenis barang yang diperdagangkan. Sayuran merupakan jenis barang dagangan yang paling banyak diperdagangkan di Pasar Tamin memiliki persentase 17,51% dengan jumlah pedagang 38 orang, kemudian sembako memiliki persentase 11,98% dengan jumlah 26 pedagang. Jenis dagangan terdiri dari pedagang kelontongan, aksesoris, tas, penjahit, kosmetik, manisan, cincin, burung, plastik, rokok, pecah belah dan makanan ternak.

Tabel 10. Jumlah pedagang berdasarkan jenis barang dagangan di Pasar Tamin tahun 2016

No	Jenis dagangan	Jumlah Pedagang (orang)
1	Sayuran	38
2	Grabatan	17
3	Ayam potong	9
4	Buah-buahan	11
5	Ikan asin	4
6	Ikan basah	7
7	Bumbu dapur	11
8	Telur	5
9	Warung makan	22
10	Sembako	26
11	Beras	3
12	Makanan ringan	11
13	Kue	2
14	Pakaian	8
15	Sepatu	4
16	Tahu tempe	6
17	Lain-lain	33
Total		217

Sumber: Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung (2016a)

4. Sarana dan Prasarana

Pasar Tamin memiliki fasilitas penunjang berupa sarana dan prasarana yang cukup, demi kelangsungan dan kelancaran aktivitas perdagangan yang dilakukan setiap harinya. Sarana dan prasarana yang terdapat di Pasar Tamin antara lain lahan parkir yang cukup luas, tempat pembuangan sampah, sarana sanitasi, pos keamanan, ruang pengelola pasar, serta tempat berjualan yang terdiri dari kios-kios.

a. Ruang Kantor Pengelola

Ruang kantor pengelola Pasar Tamin adalah Kantor Dinas Pengelolaan Pasar Tamin, merupakan tempat kerja bagi pegawai (karyawan) yang bertugas di bagian pengelolaan Pasar Tamin.

b. Tempat Penjualan

Tempat penjualan di Pasar Tamin terdiri dari kios, los amparan dan amparan kaki lima, ada yang di dalam pasar dan ada juga yang berada di luar, yang mengelilingi bangunan utama Pasar Tamin. Keadaan amparan cukup bersih, namun di beberapa tempat penjualan masih terdapat sampah yang berserakan di sekitar amparan yang dapat menyebabkan bau dan mengundang serangga datang ke tempat penjualan. Tempat penjualan dilengkapi dengan fasilitas listrik, dengan jumlah lampu yang bervariasi tergantung pada kebutuhan pedagang.

c. Fasilitas Sanitasi

Fasilitas sanitasi terdiri dari sarana air bersih dan kamar mandi atau toilet. Air bersih yang terdapat di Pasar Tamin masih kurang dalam memenuhi kebutuhan pedagang dan pengunjung pasar, namun ketersediaannya cukup baik. Toilet/kamar mandi yang tersedia di Pasar Tamin berjumlah 3 buah, dan tidak dipisahkan antara toilet pria dan wanita.

d. Keamanan

Kondisi keamanan di Pasar Tamin terjaga dengan baik, karena Dinas Pengelolaan Pasar Tamin memiliki hubungan kerjasama dengan Pamong Praja dalam hal menertibkan dan mengamankan para pedagang yang melakukan aktivitas di pasar tradisional tersebut. Selain itu, keamanan di Pasar Tamin juga dapat mengantisipasi apabila terjadi perilaku kejahatan dan keributan. Sarana keamanan yang ada di Pasar Tamin cukup memadai seperti tersedianya pos keamanan di samping gedung utama Pasar Tamin.

e. Tempat Beribadah

Sarana beribadah yang ada di Pasar Tamin memang tidak secara langsung disediakan oleh pihak pasar, namun tempat beribadah yaitu masjid terletak berseblahan dengan pasar sehingga memudahkan pedagang dan pengunjung dalam menjalankan ibadah. Secara umum, fasilitas yang disediakan untuk kelengkapan alat sholat sudah cukup

baik, seperti tempat wudhu dan toilet yang disediakan juga cukup bersih.

f. Pengelolaan Sampah

Kebersihan dalam melakukan usaha perdagangan di pasar tradisional sangat penting untuk diperhatikan. Hal tersebut dikarenakan kegiatan yang terjadi di Pasar Tamin cukup menghasilkan limbah sampah yang cukup banyak. Tempat pasar yang bersih akan membuat para pengunjung (konsumen) dan juga para pedagang merasa aman dan nyaman dalam melakukan kegiatan di pasar tersebut. Untuk memberikan fasilitas kebersihan, maka terdapat pengelolaan sampah yang dilakukan tiap hari di pasar. Namun pelaksanaannya masih kurang baik, karena tidak ada satu pun pedagang yang melakukan proses pemisahan antara sampah organik dengan sampah anorganik.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan disimpulkan sebagai berikut:

1. Struktur biaya usaha pedagang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

Proporsi biaya variabel lebih besar dibandingkan dengan biaya tetap.

Biaya variabel terdiri dari biaya plastik, pembelian sayur, angkut, tenaga kerja, dan informasi. Biaya tetap yaitu biaya sewa, listrik, dan iuran fasilitas pasar.

2. Rata-rata pendapatan usaha pedagang sayuran kios lebih tinggi

dibandingkan dengan pedagang los amparan dan amparan kaki lima.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang sayuran di Pasar Tamin disarankan untuk mengestimasi volume pembelian terhadap tingkat penjualan dan menambah variasi komoditas sayur yang dijual agar dapat menambah konsumen serta meningkatkan keuntungan.
2. Bagi peneliti lain, disarankan untuk melakukan penelitian mengenai analisis manajemen stok dan risiko pedagang sayuran.

3. Bagi pemerintah, disarankan untuk memberikan pengawasan yang ketat terkait harga dan kegiatan perdagangan agar kegiatan jual beli yang terjadi di pasar tradisional yang ada di Kota Bandar Lampung dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Almatsier, S. 2004. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Anggraini, E. 2005. Analisis Biaya Transaksi dan Penerimaan Nelayan dan Petani di Pelabuhan Ratu Kabupaten Sukabumi. *Thesis*. Sekolah Pascasarjana IPB. Bogor.
- Arsyad, Lincoln dan Suratno. 2003. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta
- Artaman, D. M. A. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar. *Thesis*. Program Pascasarjana Universitas Udayana. Denpasar.
- Atun, N. I. 2016. Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Skripsi. Fakultas Ekonomi UNY. Yogyakarta.
- Badan Ketahanan Pangan. 2016. *Tingkat Konsumsi Pangan di Provinsi Lampung*. Badan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Statistik Indonesia tahun 2016*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2015. *Bandar Lampung Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- _____. 2016. *Kota Bandar Lampung dalam Angka Tahun 2015*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2015a. *Jumlah Penduduk, Kepadatan Penduduk Serta Luas Wilayah Kecamatan di Kota Bandar Lampung Tahun 2014*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- _____. 2015b. *Produk Domestik Regional Bruto ADHK 2010 Menurut Lapangan Usaha di Kota Bandar Lampung Tahun 2010-2014*. BPS Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.

- Basu Swastha. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty. Yogyakarta.
- Boediono. 1982. *Ekonomi Mikro Edisi Kedua*. BPFE. Yogyakarta.
- Dharmmesta dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*. Liberty. Yogyakarta.
- Dinas Pengelolaan Pasar. 2016a. *Data Penyebaran Jumlah Pedagang Sayur di Pasar Tradisional*. Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- _____. 2016b. *Sejarah Pasar Tamin*. Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2016. *Produksi Sayuran di Indonesia 2011-2015*. Direktorat Jenderal Hortikultura - Kementerian Pertanian. Jakarta
- _____. 2017. *Data Harga Aneka Sayur di Provinsi Lampung Menurut Bulan Tahun 2016*. Direktorat Jenderal Hortikultura - Kementerian Pertanian. Jakarta
- Fajar, L. 2008, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Fuad, M. 2000. *Pengantar bisnis*. PT Gramedia. Jakarta.
- Ghozali, I. 2002. *Ekonometrika*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan IV*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryanto, E., T. Suhartini, dan E, Rahayu. 2007. *Budidaya Kacang Panjang*. Penebar swadaya. Jakarta.
- Hentiani, Tri. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Informal Di Pasar Sentral Medan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hutabarat, R.C. 2012. Analisis Kelembagaan dan Biaya Transaksi dalam Pengelolaan Sumberdaya Perikanan di Kecamatan Labuhan Kabupaten Pandeglang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB. Bogor.

- Hutagaol, E. 2009. Analisis Tingkat Keuntungan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Dagang Jeruk Medan di Pasar BSD City Kecamatan Serpong, Kabupaten Tangerang. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Kurnia, U., H. Suganda, D. Erfandi, H.Kusnadi. 2004. *Teknologi Konservasi Tanah pada Budidaya Sayuran Dataran Tinggi dalam Teknologi Konservasi Tanah Lahan Kering Berlereng*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanah dan Agroklimat, Bogor. Bogor.
- Kurniawati, P. 2017. Jelang Ramadhan, Harga Sayur Mayur di Lampung Naik. Kupastuntas.co, 31 Mei 2016. <https://www.kupastuntas.co/2016/05/31/jelang-ramadan-harga-sayur-mayur-di-bandar-lampung-naik/>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2017.
- Mankiw, N. G. 2011. *Makroekonomi, Edisi Keenam*. Erlangga. Jakarta.
- Mantra, I.B. 2004. *Demografi Umum*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Mubyarto., 1994, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Nofvianto, H. 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Pasar Berinharjo Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta.
- Pambudi, N.T. 2014. Biaya Transaksi dan Modal Sosial antara Pedagang dan Pemasok (Studi pada Pedagang Sayur di Pasar Belimbing Kota Malang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Barwijaya. Malang.
- Peraturan Presiden RI no.112 tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran; Suatu Pendekatan Analisis, Edisi Kedua*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Rahardi, F., R. Palungkuan dan A. Budiarti. 2001. *Agribisnis Tanaman Sayur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahim, A. dan Hastuti. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ridwan. 2008. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Rukmana, R. 2005. *Budidaya dan Pengelolaan Pascapanen*. Kanisius. Yogyakarta.

- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Rajagrafindo Pustaka. Jakarta.
- _____. 2003. *Prinsip Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press. Jakarta.
- Sudirmansyah, 2011. *Pengertian dan Jenis-Jenis Pasar*. Diakses dari <http://www.sudirmansyah.com/artikel-ekonomi/pengertian-dan-jenis-jenispasar.html>. Diakses Tanggal 16 Januari 2017 Pukul 20.45 WIB.
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sukirno, S. 2000. *Makro Ekonomi Modern*. PT. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- _____. 2002. *Makroekonomi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2006. *Makroekonomi: Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI. Yogyakarta.
- Sumoprastowo. 2000. *Memilih dan Menyimpan Sayur Mayur, Buah Buahan dan Bahan Makanan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sunarjono. 2000. *Prospek Tanaman Buah*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sundari, S. 2014. Analisis Penentuan Harga Jual oleh Pedagang Pengecer Sayuran Pasar Tradisional Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Supardi, dan Anwar, S. 2004. *Dasar-dasar Perilaku Organisasi*. UII Press. Yogyakarta.
- Suryananto, G. 2005. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Konveksi*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Suryani, E. 2017. Harga Bumbu Dapur Merambat Naik di Bandar Lampung. *Saibumi.com*, 7 September 2016. <http://www.saibumi.com/artikel-79515-harga-bumbu-dapur-merambat-naik-di-bandar-lampung.html>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2017.
- Widarjono, A. 2009. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya, Edisi Ketiga*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Wahyudi, N. R. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Peddagang Pasar Tradisional di Kabupaten Sukoharjo. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Wijandi, S. 2004. *Pengantar Kewiraswastaan*. Sinar Baru Algesindo. Bandung.

- Wijayanti, I.D.S. 2008. *Manajemen*. Mitra Cendikia Press. Yogyakarta.
- Winardi. 2002. *Motivasi dan Pemasaran dalam Manajemen*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Yusuf, Evert, Y. Hosang dan U. A. Saputra. 2006. Analisis Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Gelondong Jambu Mete di Kabupaten Sikka Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, Vol. 9, No.2, Juli 2006. 140-151*.
- Zuhriski, H. 2008. Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Keliling di Kelurahan Tegallega Kota Bogor. *Skripsi*. Fakultas pertanian IPB. Bogor.
- Zulfahmi, M. 2011. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Model Pusat Pelatihan Pertanian Perdesaan Swadaya (P4S) Nusa Indah, Jakarta. *Skripsi*. Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.