



Strategi Kerjasama Pedagang di Pasar Tradisional Pakong Pamekasan dalam Meningkatkan Pendapatan

Ubaidullah Muayyad

Institut Ilmu Keislaman Annuqayah, Sumenep, Indonesia

Nuzulul Alief Rifky

Institut Ilmu Keislaman Annuqayah, Sumenep, Indonesia

Maksum

Institut Ilmu Keislaman Annuqayah, Sumenep, Indonesia

Corresponding author: ubaid.asthow91@gmail.com

Abstract : *Cooperation between merchants has actually been going on for a long time but it runs naturally. We can see things that naturally happen, namely cooperation in terms of helping to promote, assisting in terms of funding and the like that we can find in people's markets. This research is a field research using a qualitative approach. To get the data, the writer uses the media of interview, observation and documentation. The result of this research is that the cooperation carried out by traders in the Pakong market is dominated by a cooperation system based on mutual assistance and mutual assistance, namely spontaneous cooperation, such as combining capital, taking goods or stocking up. goods first and then pay later according to the agreement, and also help each other promote, this is intended to increase sales intensity and increase revenue. One of the factors that influence the income of traders in the Pakong market is the cooperation system. Cooperation more or less has a very significant impact on most traders. Cooperation helps with systems and agreements that are mutually beneficial for both parties. The agreement is the key to the cooperation system, how in the agreement no one is harmed.*

Keywords: *Cooperation, Merchant, Income Increase*

Abstrak: Kerja sama diantara pedagang-pedagang sebenarnya sudah sejak lama berlangsung tetapi berjalan secara alamiah. Kita dapat melihat hal yang alamiah terjadi yakni kerja sama dalam hal membantu mempromosikan, membantu dalam hal pendanaan dan semacamnya yang dapat kita temui di pasar rakyat. Di pasar Pakong Pamekasan telah terjadi kondisi demikian, kondisi dimana kerja sama para pedagang telah melakukan kerja sama yang secara alamiah, sebagian ada yang melalui kontrak, sebagian juga Karena adanya peguyuban yang mendorong adanya kerja sama tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di

pasar tradisional kec. Pakong kab. Pamekasan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah kerjasama yang dilakukan oleh pedagang dapat meningkatkan pendapatan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk mendapatkan data penulis menggunakan media wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Kerja sama yang dilakukan oleh pedagang di pasar pakong lebih didominasi dengan dengan sitem kerja sama yang didasari oleh saling membantu dan saling tolong menolong, yaitu kerja sama spontan (Spontaneous Cooperation), seperti menggabungkan modal, mengambil barang atau men-stok barang lebih dulu lalu membayar dikemudian sesuai kesepakatan, dan juga saling membantu mempromosikan, hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan intensitas penjualan peningkatan pendapatan. Pendapatan pedagang di pasar pakong salah satu yang mempengaruhinya adalah sistem kerja sama. Kerja sama sedikit banyak memberikan dampak yang sangat signifikan pada Sebagian besar pedagang. Kerja sama membantu dengan sistem dan kesepakatan-kesepakatan yang sama-sama memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Kesepakatan tersebut adalah kunci pada sistem kerja sama, bagaimana dalam kesepakatan tersebut tidak ada yang dirugikan.

Kata Kunci: Kerjasama, Pedagang, Peningkatan Pendapatan

PENDAHULUAN

Pasar adalah bagian penting pendukung sektor ekonomi. Kegiatan yang didalamnya sangat berdampak terhadap keberlangsungan hidup masyarakat secara luas, karena kebutuhan bahkan keinginan dapat terpenuhi. Pasar menjadi bagian penting yang tak bisa terlepas dalam kehidupan masyarakat. Pasar memberi peluang kepada siapapun untuk meningkatkan taraf hidupnya. Bahkan pasar menjadi tolak ukur taraf hidup masyarakatnya. Pasar dalam artian adalah pasar konkret.

Secara definitif pasar memiliki banyak klasifikasi, diantaranya; pasar dalam bentuk atau wujud yaitu bertemunya produsen dan konsumen disebut sebagai pasar konkret. Pasar dimana konsumen dan produsen bertransaksi tanpa betatap muka disebut sebagai pasar abstrak. Dalam perkembangannya ada pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional Menurut Perpres No.112 Tahun 2007, Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik

Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok.

Pasar tradisional menjadi media atau menjadi suatu ruang paling mendukung terciptanya kegiatan ekonomi yang dinamis dan terciptanya kemudahan bagi masyarakat. Tentunya sebagai dimensi yang menjadi pendukung terpenuhinya kebutuhan masyarakat, Pasar tradisional harus terus berinovasi agar kegiatan ekonomi yang berlangsung terus prospek. Sebagaimana kaidah para ekonom, bahwa ekonomi yang mapan adalah ekonomi yang terus bergerak dan melesat atau bisa disebut sebagai ekonomi dinamis. Pasar pasti berkaitan dengan pelaku pasar, pelaku pasar adalah produsen dan konsumen, keduanya memberikan dampak yang sangat vital terhadap pasar bahkan keduanya menjadi syarat untuk menjadikan pasar sebagai sebuah pasar. Tanpa produsen pasar tidak utuh sebagai pasar, begitupun sebaliknya. Maka keduanya seperti dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan.

Pedagang menjadi bagian penting dalam pasar tradisional, pedagang atau pelaku pasar tentunya menginginkan keuntungan yang lebih atau paling tidak, ingin meningkatkan usaha bisnisnya. Maka dari itu pedagang harus lebih peka melihat seluruh aspek yang berkaitan dengan kemajuan dan peningkatan suatu bisnisnya. Melihat tantangan dan peluang yang terjadi di lapangan, dengan demikian pedagang tidak hanya berperan sebagai penunggu bola, tapi lebih pada upaya-upaya yang dilakukan untuk mendukung terciptanya kondisi bisnis yang bersaing.

Kerja sama adalah koordinasi dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan

bersama. Dalam dunia industri dan bisnis kerja sama sering dilakukan, alih-alih untuk bisa membuat kondisi bisnis lebih baik. Bahkan barangkali bisa menambah keuntungan yang diperoleh. Kerja sama dimaksud dapat memberikan dampak keuntungan bagi pelaku ekonomi

Setiap pelaku pasar atau dalam fokus ini adalah pedagang, menginginkan keuntungan dan porpek usaha bisnis yang dibangun lebih baik. Maka dianggap perlu aktualisasi kerja sama antar pedagang. Tentu bentuk kerja sama antar pedagang berbeda-beda disesuaikan dengan kondisi bisnisnya. Keberhasilan dalam usaha bisnis tidak berkunci pada modal usaha saja, tentu juga dengan kerja sama yang dilakukan oleh antar pedagang.

Dalam pasar tradisional tentu banyak sekali pedagang dengan jenis usaha bisnis yang bermacam-macam. Dengan begitu, Tentunya animo pedagang untuk bersaing lebih kompetitif. Apalagi laju perkembangan di dunia bisnis sangat pesat dengan bentuk yang berbeda. Maka untuk tetap dalam laju track yang bisa bersaing membutuhkan satu bentuk yang bisa mendukung tetap Kondisi seimbang atau bahkan meningkat.

Pasar yang kumuh menjadi ciri pasar tradisional, kondisi los, toko, yang saling hampir berdampingan memberikan dampak masing-masing. Ketidaknyamanan pembeli mungkin dampak pertama yang dirasakan konsumen, tetapi karumunan dan berdampingannya los, toko dan semacamnya melahirkan satu kondisi keakraban antara pedagang satu dengan pedagang yang lain, bahkan pedagang dengan penjual.

Jenis perdagangan di pasar tradisional Pakong beragam, tetapi bisa terkategori oleh penullis dalam tiga poin. Pertama, pedagang yang jenis dagangannya berupa kebutuhan sandang, seperti pedagang baju, sarung kopiah dsb. Kedua, pedagang yang jenis dagangannya berupa pangan, berupa pedagang beras, pedagang minyak, pedagang buah dsb. Ketiga, pedagang yang jenis dagangannya berupa keinginan, seperti pedagang mainan pedagang alat olahraga

dsb.

Keakraban ini melahirkan satu kondisi harmoni dari setiap penjual atau pedagang, yang kemudian mengarahkan pada situasi untuk saling membantu, atau peneliti bisa memberikan istilah kerja sama. Kerja sama terjalin dengan alami, ada yang juga melalui kesepakatan-kesepakatan. Kerja sama ini kemudian memberikan dampak harmoni sosial dan meningkatnya pendapatan secara finansial.

Pedagang di Pasar Tradisional Pakong adalah satu pelaku dari pada konsep fenomena kerja sama tersebut. Di pasar tersebut semuanya tidak harus bersaing, ada cara- cara yang lebih praktis dan lebih mendukung yaitu kerja sama. Kegiatan saling membantu atau saling bekerja sama terjalin. Sebagian bentuk kerja samanya berbentuk kontrak dan sebagian berjalan alamiah. Bentuk kerja sama yang dilakukan bermacam-macam dan ini secara tidak langsung membantu terhadap pendapatan dari pada pedagang yang berada di pasar.

Kerja sama ini tentu tidak serta merta hanya berorientasi pada profit semata, sebagian pedagang memandang bahwa kondisi pedagang yang terjadi sama-sama untuk menghidupi dan menafkahi keluarga, maka pedagang menyadari bahwa kondisi ini harus saling mendukung maka terlahirlah kondisi kerja sama antar pedagang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai adalah lapangan (*field reseach*) karena sangat tepat dengan kondisi penelitian yang diharapkan. Kartini Kartono mengemukakan “penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat”¹. Penelitian lapangan sangat tepat digunakan karena metode ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi di lapangan.

¹ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: CV Mundur Maju, 1996), hal.32.

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu upaya menggambarkan kondisi yang terjadi dilapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang memiliki sasaran penelitian yang terbatas tetapi dengan keterbatasannya dapat digali sebanyak mungkin data mengenai sasaran penelitian²

deskriptif kualitatif ialah penelitian yang menggambarkan sifat sesuatu secara alamiah dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk mendapatkan kesimpulan. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu³.

PEMBAHASAN

Kerja sama diartikan sebagai kegiatan yang di lakukan secara bersama-sama dari berbagai pihak untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Kerja sama merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh beberapa orang (lembaga, pemerintah, dan sebagainya) untuk mencapai tujuan bersama⁴. Pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang ialah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan⁵. Sedangkan Kerja sama pedagang adalah Kerja sama yang dilakukan oleh pedagang dengan tujuan untuk meningkatkan profit atau meningkatkan usaha itu sendiri.

Persaingan di dunia usaha atau bisnis menjadi satu hal yang lumrah. Maka tak

² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University, 2001), 29.

³ Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012)

⁴ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).

⁵ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), hlm. 231

jarang sebagian pelaku usaha berlomba-lomba meningkatkan dengan memperbaiki baik tata Kelola dan hal-hal yang berkaitan dengan usaha itu sendiri. Tetapi akhir-akhir ini banyak orang yang menyadari bahwa untuk menjadi yang pemenang tidak semuanya harus dilalui dengan cara bersaing, ada cara-cara yang lebih efektif dan harmoni untuk menuju sebuah kondisi yang lebih baik. Yakni dengan melakukan Kerja sama.

Kerja sama adalah satu cara yang dilakukan oleh seseorang atau pedagang yang untuk meingkatkan taraf dan kualitas. Maka memilih melakukan Kerja sama adalah adalah cara untuk meningkatkan taraf dan kualitasnya, Menjaga keberlangsungan usaha bagi pedagang adalah seperti menjaga keberlangsungan hidup. Hal itu yang kemudian dilakukan oleh pedagang di pasar pakong.

Sebenarnya Kerja sama yang terjadi pada pedagang di pasar pakong masih lumayan minim berdasar pengamatan penluis, karena terlihat dari beberapa pedagang dengan jenis dagangan yang terbilang banyak hanya segelintir yang melakukan Kerja sama. Akan tetapi terdapat Sebagian kerja sama diterapkan oleh para pedagang, misalkan Kerja sama saling membantu mempromosikan usaha dari pada temannya lumayan masih banyak, seperti Kerja sama pedagan hewan yang dilakukan oleh Bapak Raup⁶.

Bentuk Kerja sama yang dijalankan oleh pedagang yaitu:

1. Kerja sama Spontan (Spontaneous Cooperation)

Kerja sama spontan adalah kerja sama yang timbul secara spontan, artinya serta merta tanpa adanya perintah, atau dalam Bahasa saling membantu, tolong menolong⁷. Saling tolong menolong adalah satu hal mendasar yang seharusnya menjadi karakter manusia, sebagai makhluk yang berhakikat lemah dan pasti akan membutuhkan pertolongan atau bantuan yang lain.

⁶ Wawancara dengan bapak Raup, selaku pedagang kambing di pasar Pakong, tanggal 2 Juni 2022.

⁷ Mulyadi Dkk, Panduan Sosiologi Untuk SMA Kelas X. (Yudhistira, 2012), hlm 49

Sama halnya dalam konteks pedagang, saling membantu dan saling tolong menolong adalah satu kondisi yang seharusnya terjalin antar pedagang. Baik dalam kepentingan usaha maupun dalam hal kemanusiaan.

Kondisi kerja sama yang terjadi di pasar pakong sangat relevan dengan teori ini, berdasar temuan peneliti. Kondisi saling membantu dan saling tolong menolong masih terjalin dengan sangat baik. Seperti yang dilakukan oleh pedagang hewan.

Pedagang hewan ini dalam hal kerja sama diatas masih lumayan banyak. Kerja sama spontan atau dalam istilah sederhana kerja sama saling membantu dan tolong salah satunya dalam modal. Modal bagi semua usaha usaha menjadi satu hal penting, tak terkecuali bagi pedagang hewan.³¹ Untuk mensiasati berbagai masalah dalam hal modal maka pedagang hewan menggunakan system kerja sama dalam upaya meminimalisir hal-hal yang mengundang polemik dalam hal modal.

Semisal pedagang sapi, sebagian pedagang sapi meskipun modal yang dimiliki sudah tetapi dalam rangka untuk mendorong dan membantu pedagang sapi yang kurang dalam hal modal atau kurang ulet dalam berdagang, maka dibantulah dengan cara melakukan penggabungan modal⁸. Di satu sisi sistem ini membantu untuk keberlangsungan usaha pekerjaan pedagang sapi yang kurang dalam modal dan keterampilan. Disisi lain kondisi dengan sistem kerja sama seperti membantu keberlangsungan hidupnya atau lebih kepada kepedulian dalam kemanusiaan. Kondisi seperti itu menciptakan romastime dan harmoni dalam hidup. Selain itu pedagang kambing juga melakukan kerja sama hal yang sama, yakni dalam hal modal. Tetapi dengan system dan kesepakatan yang berbeda.

Selain itu pedagang sapi juga bekerjasama dengan jagal, bentuk kerja sama yang dilakukan adalah menjual sapi dengan transaksi bayar dikemudian hari^{1.33}

⁸ wawancara dengan saudara Maskur, selaku pedagang sapi di pasar Pakong, tanggal 2 Juni 2022.

Dalam artian kerja sama ini membantu para jagal untuk bisa bertahan dalam hal usahanya. Karena bentuk kerja sama yang demikian membantu terhadap perputaran uang lebih awal, dari pada mengeluarkan uang lebih awal. Dan secara tidak langsung memberi harapan yang lebih untuk para jagal dalam mempertahankan bisnis atau usaha tersebut agar terus berlanjut.

System kerja sama yang berasas saling membantu dan saling tolong menolong memang akan sangat banyak dijumpai pada beberapa jenis dagangan di pasar pakong. Bahkan jika jika prosentasekan semua pedagang di pasar pakong melakukan melakukan konsep dan teori ini.

Seperti pedagang baju, pedagang baju untuk meningkatkan dan mempertahankan pembelinya, mereka saling membantu untuk mengarahkan pembelinya itu kepada pedagang baju lain yang dalam stok barang lebih lengkap. Pun juga ketika barang sedang sould out maka pedagang satu meminjam barang kepada sesama pedagang pedagang baju lain yang sudah saling mengenal.³⁴

Seperti halnya juga yang dilakukan oleh pedagang batu akik, pedagang batu akik di pasar pakong Sebagian kecil punya peguyuban. Peguyuban punya peran untuk meningkatkan intensitas penjualan dan promosi. Peguyuban ini meskipun sedikit tetapi sangat membantu terhadap porpek penjualan batu akik. Selain membantu peningkatan penjualan dan promosi, para supplier memberikan dorongan untuk para mitranya yang kurang dalam hal modal.³⁵

Dorongan tersebut tercover dengan mengambil keuntungan dari pada penjualan tanpa mengeluarkan modal. Dalam istilah dewasa dikenal dengan Dropship. Yakni menjadi mediator pembelian tanpa harus memiliki barang yang ingin di beli oleh costumernya. Para mitra yang menggunakan konsep demikian sangat terbantu karena bisa mengambil keuntungan dari system bagi hasil.

Selain itu system kerja sama dengan mengambil barang dan membayar dikemudian hari seseuai kesepakatan lebih banyak dijumpai pada beberapa jenis dagangan. Seperti pedagang buah, pedagang konveksi, pedagang daging,

pedagang ikan, dsb. System kerja sama yang demikian berdasar wawancara dengan beberapa responden sangat membantu terhadap keberlangsungan usaha yang sedang tekuni. Sebagian pedagang banyak dengan latar belakang yang dalam hal modal minim, maka system tersebut memberi kemudahan dan keringanan. Pada intinya kerja sama yang berasas saling membantu dan saling menolong sudah menjadi prinsip pada sebagian besar pedagang di pasar pakong kabupaten Pamekasan. Yang kemudian berdampak romantisme dan harmonisasi para pedagang satu dengan pedagang lainnya.

2. Kerja sama Langsung (Directed cooperation)

Kerja sama langsung adalah kerja sama yang terjadi karena adanya perintah atasan atau penguasa⁹. Kerja sama seperti ini pada domine atau wilayah pasar yang kecil sangat jarang terjadi, karena sebagian besar pedagang di pasar rakyat atau pasar tradisional lebih mengandalkan pemahaman-pemahaman sederhana tentang sebuah pasar. Jadi peneliti tidak menemukan system kerja sama langsung (Directed Cooperation) di pasar pakong kabupaten Pamekasan.¹⁰

3. Kerja sama Kontrak (kontraktual cooperation)

Kerja sama adalah kerja sama yang berlangsung atas dasar ketentuan tertentu yang disetujui bersama untuk jangka waktu tertentu.³⁸ Kerja sama ini lebih mengarah pada hal-hal yang bersifat kesepakatan dan kesepakatan-kesepakatan.

Pada pedagang pasar pakong kerjasama kontrak memang juga sangat banyak dilakukan. Tetapi kesepakatan dan persetujuan itu peneliti menulis tidak menemukan sama sekali dalam bentuk tertulis, para pedagang melakukan kerjasama hanya menggunakan lisan. Terlihat pada kerja sama kontrak yang dilakukan

⁹ Mulyadi Dkk, Panduan Sosiologi Untuk SMA Kelas X. (Yudhistira, 2012), hlm 49

¹⁰ Hasil observasi yang dilakukan peneliti selama 15 hari di Pasar tradisional Pekong dari tanggal 3-18 Meret 2022

pedagang hewan. Pedagang hewan mengikat diri dengan beberapa kontrak yang dilakukan dengan pedagang pedagang hewan lainnya. Semisal pedagang sapi, pedagang sapi melakukan kontrak dengan pedagang sapi lainnya lainnya pada waktu pembelian dan penjualan sapi. Pedagang sapi mengikat dirinya dengan pedagang lain, system penggabungan modal terbangun dengan kesepakatan. Semisal bagaimana sistem pembagian keuntungan dan kerugian yang terjadi, hal itu kemudian diatur pada kesepakatan dan persetujuan antara kedua belah pihak. Pada pedagang sapi kontrak terbatas pada saat melakukan transaksi pembelian dan penjualan, di luar itu kontrak kesepakatan tersebut tidak berlaku. Semisal juga pada system kerja sama pedagang sapi dengan jagal, kontrak menjadi penentu. Kontrak adalah batas pembayaran atas kesepakatan yang dilakukan. Pada intinya kontrak bisa dikatakan nota kesepahaman antar kedua belah pihak.⁴⁰

Kontrak pada pedagang buah. pada pedagang buah kerja sama yang dilakukan adalah dalam pembayaran, kontrak pembayaran sama halnya yang dilakukan pedagang sapi dengan jagal, kerjasama kontrak kontrak berlaku pada hal yang sifatnya pembayaran. Begitupun yang kepada pedagang yang lainnya.

Kerja sama Kontrak pada pedagang pasar lebih kepada batas-batas suatu kontrak, bukan kepada kontrak tetap kepada seseorang, tetapi kepada batas-batas kesepakatan. Dari hal tersebut, Teori ini relevan dengan Sebagian pedagang yang secara system kerja sama mirip dengan pengertian dalam teori kerjasama kontrak tersebut

4. Kerja sama Tradisional (Tradisional cooperation)

Kerja sama ini terbentuk karena adanya sistem tradisi yang kondusif. Kerjasama ini merupakan unsur unsur kerukunan dari sistem sosial.⁴¹ Semua pedagang dalam konteks system kerja sama tradisional sudah mengakar. Pada dasarnya system ini adalah salah satu ciri dari pada masyarakat tradisional yang cenderung dan lebih suka melakukan kerja sama.

Kerjasama ini sebenarnya hampir mirip dengan kerja sama spontan, hanya

saja ini lebih kepada tradisi. Tetapi kalau bisa ditarik teori sebelumnya, substansinya juga mengarah pada kerjasama spontan, ketika kerjasama spontan terus terjalin maka ia akan mengakar dan ia akan menjadi sebuah tradisi. Ketika ia menjadi satu tradisi maka ia menjadi paradigma, paradigma itulah yang kemudian menciptakan ruang ekspresif kerja sama tradisional ini.

Maka dari teori ini sangat relevan dengan kondisi pedagang pasar pakong kabupaten pamekasan. Dengan melihat kebiasaan dan tradisi para pedagang yang sering dan suka membantu, dan tolong menolong.

Pendapatan pedagang Pasca Melakukan Kerja sama di Pasar Tradional Pasar Pakong

Pendapatan atau dalam istilah sederhana adalah penghasilan, penghasilan secara lebih mendasar dipahami bahwa selisih yang meningkat dari modal awal, atau dalam literature Pendapatan disini adalah laba bersih setelah dikurangi beban biaya¹¹. Sedangkan Menurut Winardi pengertian pendapatan adalah sebagai metode 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.¹²

Pendapatan pedagang ini adalah penerimaan uang atas hasil dari pada penjualan. Pendapatan adalah dampak dari pada aktifitas penjualan memanfaatkan faktor-faktor produksi, distribusi untuk bisa bertahan diri dan pertumbuhan. Tujuan dari pada penjualan adalah salah satunya yaitu untuk mendapatkan laba.

Ada satu faktor yang mempengaruhi meningkatnya suatu pendapat dari seorang pedagang, khususnya pedagang di pasar pakong. yaitu aktifitas

¹¹ Indah Sundari, "Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk Kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi" Skripsi Jurusan Ekonomi Syaiah Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Shultan Thaha Syaifuddin. (2019) hlm. 37.

¹² Winardi, Pengantar Ilmu Ekonomi. Cet. Ke-7 (Bandung, 2002) 110

kerjasama. Kerja sama mempunyai dampak yang sedikit banyak membantu terhadap peningkatan pendapatan. Dampak sangat terasa lebih-lebih para pedagang yang dalam hal modal kurang, dengan melakukan kontrak kerja tanpa mengeluarkan uang mereka bisa mendapatkan keuntungan. Seperti yang dirasakan oleh saudara inul selaku pedagang buah. Sama halnya dengan yang dirasakan oleh pedagang batu akik, system kerja sama tanpa modal membantu terhadap meningkatnya pendapat, selain meminimalisir pengeluaran yang banyak, bisa terbantu juga dengan system penjualan dan promosi yang dilakukan.

Perolehan peningkatan pendapatan itu tidak serta merta hanya bertolak kepada peningkatan usaha itu sendiri, tetapi juga berdampak terhadap perokomian keluarga para pedagang. Dalam artian meningkatnya pendapatan juga meningkatkan ekonomi sebuah keluarga.

Tabel Pendapatan Pedagang pra dan pasca kerjasama

No.	Jenis Pedagang	Pendapatan		Ket
		Pra-Kerjasama	Pasca-Kerjasama	
01.	Pedagang Sapi	Rp. 300.000	Rp. 300.000	
02.	Pedangan Kambing	Rp. 200.000	Rp.300.000-400.000	
03.	Pedagan Ayam	Rp. 150.000	Rp. 200.000-250.000	
04.	Pedagang konveksi	Rp. 200.000	Rp. 300.000-400.000	
05.	Pedagan batu Akik	Rp. 500.000	Rp. 700.000	
06.	Pedagang Daging	Rp. 1.000.000	Rp.2.000.000-2.500.00	
07.	Pedagang Sayur	Rp. 150.000	Rp. 400.000-500.000	
08.	Pedagan Buah	Rp. 250.000	Rp. 400.000-500.000	
09.	Pedagang Bahan Kue	Rp. 200.000	Rp. 400.000-500.000	
10.	Pedagang Ikan	Rp. 300.000	Rp.300.000	

Sumber: diolah dari hasil wawancara dengan pedagang

KESIMPULAN

Setelah melalui pengamatan dan penelitian, penulis menemukan bentuk kerjasama yang dilakukan oleh pedagang masih terbilang sedikit. Adapun bentuk paling sederhana yang sering dilakukan pedagang di pasar pakong diantaranya; *pertama*, men-stok barang atau mengambil barang lebih dahulu dengan pembayaran dikemudian hari sesuai kesepakatan. Bentuk kerja sama ini lebih dominan dilakukan oleh sebagian besar pedagang, lebih-lebih pedagang yang dalam hal kurang. *Kedua*, menggabungkan modal, menggabungkan modal ini lebih sering dilakukan oleh pedagang hewan, penggabungan modal ini dimaksudkan untuk membantu terhadap pedagang hewan yang kurang mampu dalam modal atau kurang ulet dalam pembelian dan penjualan. *Ketiga* membantu dalam hal promosi, promosi ini lebih kepada mengarahkan pembeli kepada pedagang yang saling mengenal, hal ini dimaksudkan untuk saling membantu dan saling tolong menolong. Bentuk tersebut adalah kerjasama yang leboh sering digunakan di pasar pakong. Dampak kerja sama yang dilakukan oleh pedagang sangat membantu terhadap meningkatnya pendapatan, berdasar wawancara penulis dengan beberapa pedagang. Bentuk kerja sama yang terbilang sangat sederhana memberikan dampak terhadap peningkatan baik prospek usaha itu sendiri lebih-lebih terhadap peningkatan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini juga berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara, 1994
- Budiarti. *Sosiologi Kontekstual Untuk SMA & MA*, Pusat Pembukuan Departemen Pendidikan Nasional, 2009
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University, 2001)
- Chandra, Erbin, "Peranan Kerja sama Bisnis Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Toko Media Print Pematangsianta" *Sultanist* Nomor 2 Vol. 2 (2014)

Cahyadi Putra, Gede dkk, "Faktor Internal Dan Eksternal Yang Berpengaruh Pada Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Setelah Berkembangnya Pasar Oleh- Oleh Modern Di Kabupaten Gianyar", *Jurnal Akuntansi Juara* Nomor 1 Vol. 6 (2016)

Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).

Damayanti, Ifany "Analisis Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Gede Kota Surakarta", *Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret*. (2011)

Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006),

Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: CVMundur Maju, 1996)

Kensil, C.S.T. dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)

Marsuki, *Metode Rresearch*, (Cet. III ; Yogyakarta : Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Indonesia, 1983),

Marsuki, *Metode Reseach* (Yogyakarta : Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Indonesia, 1983),

Mardiyatno, *Ekonomi 1* (Yudhistira, 2010)

Mulyadi Dkk. *Panduan Sosiologi Untuk SMA Kelas X*, (Yudhistira, 2012),

Nurlita, Hanum, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang" *Jurnal Samudra*. (2017)

Rahmad Wahyudi, Nur, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kabupaten Sukoharjo (Studi Kasus Di Pasar Ngute Kecamatan Nguter)" *Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret* (2010)

Surminah, Iim "Pola Kerja sama Lembaga Litbang Dengan Pengguna Manajemen Litbang (Kasus Balai Penelitian Tanaman Pemanis Dan Serat)" *Bina Praja* Nomor 2 Vol.5 (Juni 2013)

Sujatmiko, Eko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014)

- Sundari, Indah "Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi" *Skripsi* Jurusan Ekonomi Syaiah Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Shultan Thaha Syaifuddin. (2019)
- Sudrajat, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim: Studi Pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagasatru Cirebon". *Addin* Nomor 1 volume 8 (2014).
- Sujatmiko, Eko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014),
- Sundari, Indah, "Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penghasilan Untuk kesejahteraan Keluarga Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arif Rahman Hakim Telanaipura Kota Jambi" *Skripsi* Jurusan Ekonomi Syaiah Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Shultan Thaha Syaifuddin. (2019)
- Winardi, Pengantar Ilmu Ekonomi. Cet. Ke-7 (Bandung, 2002)
- Wijayanti, Retno Dewi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keuntungan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Sukoharjo". *Skripsi* FE UNS. 2005