

EKSISTENSI KAWASAN PASAR TELO KARANGKAJEN (PTK) DAN PENGHIDUPAN MASYARAKAT PEDAGANG KETELA DI YOGYAKARTA

Centauri Indrapertiwi
centa_aaron@yahoo.co.id

Alia Fajarwati
th_alia@yahoo.com

Abstract

The reserch objectives about describe the profile of PTK, assess stakeholder perceptions the existence of PTK, and learn livelihood strategies of cassava traders in PTK. The method in this research were census and snowballing sampling. The data were indepth interview and study of literature.

From the investigation results of this reserch indicate of PTK started up since 1957, which was pioneered by cassava traders moving from Pasar Ngasem. Everyone can't come in, because the business scope of the family business. During this PTK to cover the needs of people in DIY and to comply, imported merchandise from Central Java. Infrastructure conditions for PTK aren't provided, owned the current market is the result of self-employment through the community of market. The existence of PTK had been in a stagnant condition, doesn't allow to be removed or amended. Livelihood strategies undertaken during the yam trader is selling yams, cassava is the result of doing business has increased the assets of the household.

Key words: Existence, Livelihoods, Traders

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendiskripsikan profil Pasar Telo Karangkajen, mengkaji persepsi *stakeholder* terhadap keberlanjutan eksistensi PTK, dan mengetahui strategi penghidupan pedagang ketela di PTK. Metode ini menggunakan metode sensus untuk informan utama dan *snowballing sampling* untuk informan tambahan. Data digunakan dengan wawancara mendalam dan mengumpulkan studi literatur.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan PTK mulai berdiri semenjak tahun 1957 yang dirintis oleh pedagang ketela pindahan dari Pasar Ngasem. Tidak sembarangan orang bisa masuk, karena bisnis ketela merupakan lingkup bisnis keluarga. Selama ini PTK dapat menutupi kebutuhan masyarakat di DIY dan untuk memenuhinya, didatangkan dagangan dari daerah lokal dan Jawa Tengah. Kondisi

sarana prasarana bagi PTK tidak banyak disediakan oleh pemkot, sebagian besar adalah hasil dari kerja mandiri pedagang melalui kegiatan paguyuban. Eksistensi dari keberadaan PTK stagnan, tidak mungkin dihilangkan atau dikembangkan. Strategi penghidupan yang dilakukan pedagang ketela adalah berjualan ketela, hasil dari berbisnis ketela tersebut telah meningkatkan aset rumahtangganya, sehingga kebutuhannya terpenuhi.

Kata Kunci: Eksistensi, Penghidupan, Pedagang

PENDAHULUAN

Perkembangan suatu wilayah selama ini didukung oleh adanya berbagai kegiatan dalam bidang perekonomian, salah satunya adalah pasar tradisional. Salah satu pasar tradisional yang masih bertahan ditengah era modern di Kota Yogyakarta ini adalah Pasar Karangajen.

Pasar Karangajen tergolong kedalam pasar tradisional khusus, yang hanya menyediakan satu dagangan yaitu komoditas telo atau ketela yang memiliki nilai ekonomi rendah dibandingkan dengan bahan pangan yang lain seperti beras. Banyak orang mengenal wilayah Karangajen dengan Pasar Telo-nya, sehingga tidak heran jika selama ini Pasar Karangajen lebih sering disebut dengan Pasar Telo Karangajen (PTK). Sampai saat ini aktivitas bongkar muat yang setiap harinya terjadi di PTK tetap berjalan dengan lancar. Namun, kesempatan tersebut tidak didukung dengan adanya kondisi bangunan yang tertata dengan baik dan adanya peningkatan dari jumlah pedagang ketela itu sendiri, justru lebih banyak kios yang diduduki oleh pedagang diluar berdagang ketela, seperti warung makan, toko penjahit, maupun kelontong.

Disamping itu pola hidup konsumen memberikan tantangan tersendiri bagi pedagang ketela yang masih tetap bertahan. Selama ini pola hidup konsumen terhadap komoditas pangan yang dapat berubah kapanpun sesuai dengan perkembangan jaman dapat mempengaruhi pangsa pasar bagi pedagang ketela, sehingga di tengah persaingan tersebut tentunya akan banyak pihak pedagang ketela yang tak berdaya dan semakin terpuruk dari segi kesejahteraan hidupnya. Menurut Piliang (1997:203) dalam Badaruddin (2003) terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan konsumen sebelum mengkonsumsi (membeli) barang dan jasa diantaranya adalah harga barang, kualitas dan merek barang serta mode (model) barang. Karena itu pedagang sebagai individu dalam hal ini dituntut untuk dapat berfikir kreatif dan inofatif untuk mampu membaca dan memanfaatkan peluang agar mampu mencapai peningkatan kesejahteraan hidup atau sering disebut dengan strategi penghidupan.

Melihat pentingnya peranan PTK bagi masyarakat dan wilayahnya untuk kelangsungan kelestarian pasar tentunya perlu adanya upaya-upaya untuk mempertahankan keberlanjutan eksistensi PTK tersebut di masa depan.

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mendiskripsikan profil dari PTK; 2) mengkaji persepsi *stakeholder* terhadap keberlanjutan eksistensi PTK; dan 3) mengkaji strategi penghidupan para pedagang ketela di PTK.

Pendekatan studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan keruangan (*Spatial approach*) yang merupakan suatu metode untuk memahami gejala tertentu agar memiliki pengetahuan yang lebih mendalam melalui media ruang yang dalam hal ini variabel ruang mendapat posisi utama dalam setiap analisis (Yunus, 2010).

Menurut Chandler (1984, dalam Sadilah, 2011) mekanisme kegiatan pasar diwarnai oleh arus barang yang tersedia, dan menentukan karakteristik pasar itu sendiri berdasarkan jenis barang yang dijualbelikan.

Eksistensi dari keberlanjutan PTK tersebut juga tidak lepas dari persepsi *stakeholder* terkait. Persepsi setiap orang terhadap suatu obyek akan berbeda-beda, seseorang melihat suatu obyek atau persoalan yang dihadapinya tidaklah sama satu dengan yang lain, sehingga persepsi memiliki sifat yang subyektif. Menurut Brehm dan Kassin (1990) persepsi adalah evaluasi positif atau negatif dalam tingkatan intensitas terhadap suatu obyek.

Strategi merupakan rencana cermat tentang suatu kegiatan meraih suatu target atau sasaran (Kamus Besar Bahasa Indonesia, Tim Penyusun 2001). Strategi penghidupan adalah keseluruhan cara, taktik, mekanisme serta manipulasi yang dibangun oleh individu atau kelompok (rumah tangga) dalam mempertahankan kehidupan dan jika memungkinkan melakukan

konsolidasi atau meningkatkan derajat social ekonomi kehidupan (Dharmawan, A.H, 2007). Penghidupan terdiri dari beberapa modal (modal alami, fisik, manusia, ekonomi, dan modal sosial), aktifitas dan akses (melalui institusi dan relasi sosial) keduanya menentukan kehidupan individu atau rumah tangga).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode gabungan sensus dan *snowball sampling*. Model kajian dalam penelitian ini deskriptif kualitatif.

Responden dipilih berdasarkan jumlah keseluruhan subyek penelitian yang hanya terdapat 8 (delapan) pedagang ketela, sehingga sistem pengambilan sampel dilakukan secara sensus. Disamping itu sebagai sumber informasi tambahan untuk mendukung keterlibatan dalam persepsi *stakeholder* kali ini menggunakan teknik *snowball sampling* (sampling bola salju).

Hal ini digunakan untuk mengetahui susunan dan pembatasan informan yang mungkin dipilih agar memenuhi kriteria dari data yang dibutuhkan. Menurut Usman dan Akbar (2000), mengatakan bahwa sampling bola salju akan berkembang terus (*snowball*) secara bertujuan (*purposive*) sampai data yang dikumpulkan dianggap representatif.

1. Teknik pengumpulan data

Mengumpulkan data primer (hasil wawancara) dan data sekunder (literatur) yang berdasarkan pada tahapan observasi, wawancara mendalam, studi literatur dan dokumentasi.

2. Pengolahan dan analisis data

Analisa data dilakukan dengan mengolah hasil data primer dengan melakukan pengujian atau pemeriksaan derajat kepercayaan data berdasarkan teknik triangulasi atau pemeriksaan melalui sumber lainnya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan yang terjadi dilapangan, dimana dapat ditarik sebuah kesimpulan yang lebih mantap yang berasal dari beberapa cara pandang, sehingga dapat menarik kesimpulan yang lebih mantap dan lebih bisa diterima kebenarannya. Menurut Moeleong (2009), Triangulasi dilakukan dengan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; dan (3) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Pasar Telo Karangkajen (PTK)

1. Sejarah Pasar dan Profil Pasar

PTK terbentuk sejak tahun 1957 yang merupakan pindahan dari Pasar Ngasem, dengan 7 buruh gendong dan 1 pedagang ketela saja. Kemudian dari ketujuh buruh tersebut beralih profesi menjadi pedagang ketela. semanjak tahun 1970-an bermunculan pedagang ketela yang lain dan tahun 1980-an mulai meninggalkannya. Hingga saat ini tersisa 8 pedagang ketela saja, dimana 5 diantaranya merupakan pedagang generasi pertama di keluarga mereka yang berjualan ketela,

sedangkan 2 diantaranya adalah generasi kedua, dan terakhir adalah generasi ketiga. Pada awalnya pedagang generasi pertama tersebut merupakan para pekerja buruh gendong di Pasar Ngasem, namun setelah pindah ke Karangkajen beralih profesi menjadi seorang pedagang ketela.

Selama ini pekerjaan sebagai pedagang ketela di PTK merupakan bisnis turun temurun, tidak bisa dimasuki oleh sembarangan orang. Untuk masuk ke dalam dunia perdagangan ketela, seorang pedagang ketela harus mampu mengelola ketela, baik dari proses mendatangkan dagangan hingga menjualnya kembali. Selain itu, harus mampu menguasai berbagai teknik tersendiri, bagaimana cara mensortir atau memilah-milah jenis ketela manakah yang berkualitas bagus dan manakah yang berkualitas tidak bagus.

Pengalaman yang tidak sebentar untuk berkecimpung di dunia ketela merupakan bekal seseorang untuk memahami berbagai seluk beluk di dunia perdagangan ketela. Disamping memerlukan banyak pengalaman, banyak pedagang yang kurang berminat dengan bisnis ketela tersebut. Sebagian besar mereka tidak berniat karena selain sudah banyak yang berjualan ketela, mereka tidak memahami tentang seluk beluk berdagang ketela.

2. Profil Aktifitas Perdagangan

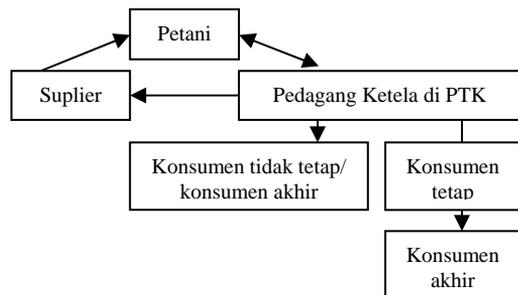
Setiap hari rata-rata pedagang mampu untuk menjual dagangannya hingga 2-15 ton dan setiap pedagang mendatangkan dagangannya dalam waktu 1-3 hari sekali. Ketika ramai

pembeli, dalam waktu sehari akan habis dan mendatangkan dagangan pada hari berikutnya. Berbagai jenis ketela yang disediakan oleh pedagang di PTK sangat bervariasi, seperti jenis singkong yang datang dari berbagai daerah, kemudian berbagai jenis ubi seperti ubi madu, ubi ungu, ubi remis, ubi jegros, ubi prol, kimpul, dan ubi tempel. Namun berdasarkan informasi yang banyak disukai konsumen adalah jenis singkong, ubi ungu dan ubi madu.

Bagi pedagang ketela untuk mempromosikan dagangan ketelanya bukanlah hal yang sulit, karena disetiap harinya konsumen mereka yang terdiri dari konsumen tetap (pedagang, pengusaha industri makanan, peternak) dan konsumen tidak tetap (individu/pengecer) datang dari penjuru Wilayah D.I. Yogyakarta sesuai dengan kebutuhannya. Rata-rata setiap satu kilogramnya, untuk ketela jenis ubi pedagang dapat mengambil keuntungan sebesar Rp 200,00 – Rp 500,00. Sedangkan untuk jenis singkong atau kasko dapat mencapai Rp 100,00 – Rp 600,00. Tingkatan besaran jumlah harga tersebut ditentukan oleh kriteria dari jenis ketela yang mereka jual belikan. Untuk ketela jenis kasko akan dihargai dengan nilai tinggi ketika memiliki kriteria bagus, yaitu dengan ukuran besar, masih segar, dan tidak berubah warna. Sedangkan untuk jenis ubi yang berkriteria bagus adalah ubi yang memiliki ukuran besar, tidak banyak berlubang, masih segar, dan tidak berubah warna.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, selain mendatangkan pasokan dagangan ketela dari lokal juga

didatangkan dari Jawa Tengah (Wonosobo, Magelang, Temanggung, Bandungan dan Tawangmangu). Hal ini disebabkan Kota Yogyakarta tidak memiliki lahan pertanian luas, akibat dari alih fungsi lahan pertanian menjadi bangunan. Selain itu banyak lahan pertanian yang semulanya ditanami dengan komoditi ketela beralih ditanami tanaman pangan yang lebih menguntungkan. Selama ini untuk mendatangkan dagangan tersebut pedagang lebih sering mengandalkan jasa para penebas sebagai sarana pensuply dagangan mereka dibandingkan langsung datang ke petani ketela, selain dikarenakan waktu mereka lebih banyak digunakan untuk menjaga dagangannya di kios, para penebas lebih menguasai kondisi lahan dibandingkan mereka.



Gbr 1. Jaringan Distribusi Ketela di Pasar Telo Karangajen

3. Profil Bangunan

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari beberapa informan, awalnya seluruh bagian bangunan di PTK dipenuhi oleh pedagang ketela. Namun semenjak pertengahan tahun 70an barulah bermunculan pedagang yang berdagangan dengan jenis usaha lain. Dari total bangunan 30 kios yang berdiri hanya terdapat 33,3% kios saja atau 10 unit kios dengan 8 pedagangnya yang masih setia

memperjual belikan ketela, sedangkan sisanya digunakan untuk berjualan diluar ketela, seperti tabel berikut:

No.	Peruntukan Kios	Jumlah Kios	Prosentase
1.	Ketela	10	33,3%
2.	Warung makan	7	23,3%
3.	Jasa	3	10 %
4.	Burung	2	6,6%
5.	Gudang	2	6,6%
6.	Kelontong	1	3,3%
7.	Sayur	1	3,3%
8.	Jamu	1	3,3%
9.	jajanan/es	1	3,3%
10.	Sapu	1	3,3%
11.	Kosong	1	3,3%
Jumlah		30	100%

Tabel 1. Jumlah dan Peruntukan Kios di Pasar Telo Karangkajen

B. Faktor-Faktor yang mempengaruhi tingkat eksistensi Pasar Telo Karangkajen

Perkembangan PTK dalam keberlangsungannya ditentukan oleh seberapa jauh tingkat eksistensi dari PTK itu sendiri didalam menjalankan perannya yang tidak terlepas dari hadirnya faktor-faktor internal dan eksternal. Berikut tabel yang menyajikan pengaruh faktor internal:

Permintaan naik	Penawaran tercukupi	Seretnya Regenerasi Pedagang Ketela	Peran Pengelola Pasar (administrasi tidak tercatat dengan baik)	Kondisi Pasar Saat Ini (keberlangsungan terancam)
Menarik perhatian pengusaha industri makanan Mempengaruhi pola makan konsumen Maraknya jungfood	Didatangkan pasokan dari lokal dan Jateng Permintaan meningkat	- Dari 8 pedagang, 5 diantaranya berusia > 70 th - Tidak sembarangan orang masuk - Anak-anak pedaaang ketela tidak banyak yang berminat - Banyak pedagang lain yang tidak berminat	Dilapangan hanya terdapat 24 pedagang yang aktif Tercatat 37 pedagang	Seretnya generasi 8 pedagang mampu memenuhinya Permintaan meningkat

Gbr 2. Faktor –faktor Internal Eksistensi di PTK

Berbagai faktor internal yang tidak mendukung, seperti seretnya regenerasi pedagang ketela dan admistrasi yang tidak tercatat dengan baik menjad

penyebab keberlangsungan PTK terancam. Ketika jumlah pedagang ketela bertambah banyak dapat mengurangi pendapatan mereka, sedangkan jika didiamkan saja tanpa adanya campur tangan pemerintah sebagai pihak yang berwenang dalam menentukan kebijakan bagi pengelolaan dan pengembangan pasar maupun pedagang, maka eksistensi PTK ini sebagai sentra pasar ketela akan terancam. Padahal dalam kenyataannya sampai sekarang ini bahan pangan jenis ketela ini masih dibutuhkan oleh masyarakat.

Faktor eksternal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah faktor-faktor dari luar lingkungan PTK yaitu peran dari institusi pemerintahan dan persepsi *stakeholder* terkait, yaitu 1) pemerintahan lokal (Kepala Desa dan Sekretaris Kecamatan); 2) institusi pemerintah yaitu pengelola pasar/lurah pasar, Dinlopas Kota Yogyakarta bidang PLPR dan Pengembangan, dan Disperindagkoptan Kota Yogyakarta bidang pertanian; 3) masyarakat sekitar pasar (warga Kelurahan Brontokusuman); 4) penyuply; dan 5) konsumen. Implikasi dari berbagai persepsi *stakeholder* sangat penting terhadap kehidupan Pasar Telo Karangkajen, baik persepsi yang negatif maupun positif. Ketika adanya persepsi negatif yang paparkan oleh *stakeholder* kemungkinan akan menimbulkan perilaku menolak eksistensi PTK atau justru sebaliknya.

Melihat fenomena yang terjadi di PTK selama ini, mendapat tanggapan yang beragam dari *stakeholder* mengenai pengetahuan, pemahaman, pengamatan dan pengalaman yang

mereka miliki terhadap eksistensi dari keberadaan PTK selama ini. Eksistensi yang dilihat dalam hal ini bukan hanya mengenai pangsa pasar maupun seretnya regenerasi pedagang ketela, tetapi lebih kepada dampak yang ditimbulkannya (*outcome*) keberadaan PTK baik terhadap wilayah tersebut maupun terhadap masyarakat sekitar PTK.

Pemerintah lokal bertanggung jawab secara langsung untuk mengawasi pengembangan dan pembangunan di wilayahnya. Peran sertanya untuk senantiasa mengawasi dan berpartisipasi dalam pengembangan PTK sangatlah penting bagi pasar tersebut, karena selama ini PTK merupakan salah satu potensi diwilayah mereka. Namun kenyataan menunjukkan bahwa selama ini dengan kontribusi PTK yang disumbangkan bagi wilayahnya sangat kecil mengakibatkan tidak adanya langkah-langkah khusus yang dilakukan untuk mengembangkannya.

Berdasarkan kebijakan bagi pengembangan pasar tradisional yang berada dibawah tanggung jawab Bidang Pengkajian Pengembangan dan Pemasaran Dinlopas. Hasil informasi yang didapatkan dari salah satu staff di bidang pengembangan tersebut, sampai saat ini PTK belum menjadi salah satu pasar yang diprioritaskan untuk dilakukan pengkajian lebih lanjut. Prioritasnya tergeser oleh pasar-pasar lainnya seperti Pasar Klitikan, Pasar Giwangan dan Pasar Bringharjo, maka tidak heran jika perencanaan pengembangan bagi PTK selama ini tersendat. Tanggapan yang serupa muncul dari Kabid Pemanfaatan Lahan

dan Pengelola Retribusi (PLPR) Dinlopas yang menegaskan bahwa retribusi yang didapatkan dari PTK selama ini sangat kecil, sehingga tidak heran jika selama ini kontribusi yang diberikannya kepada Pemerintah Kota juga sangat kecil. Salah satu yang menjadi pertimbangan untuk tetap mempertahankan keberadaan PTK selama ini tidak lain adalah untuk melayani masyarakat.

Untuk lebih jelasnya mengenai berbagai persepsi *stakeholder*, dapat dilihat pada diagram alir berikut:

Stakeholder	Persepsi Positif	Persepsi Negatif
Pemerintah	- Kekhasan Pasar Telo Karangkajen menjadi potensi bagi wilayah - Harus dipertahankan melihat kepentingan rakyat yang masih membutuhkan	- Minimnya kontribusi ke Pemkot - Pengalihan fungsi kios tidak dapat dihindari dan dicegah mengingat alur regenerasi pedagang ketela merupakan proses yang alami
Masyarakat	Pasar Telo karangkajen sebagai ciri khas daerah Karangkajen	Lingkungan pasar yang kumuh dan tidak tertata dengan rapi sering kali mengganggu kenyamanan penggunaan jalan raya
Konsumen	- Sebagai pasar induk di D.I.Yogyakarta - Tempat berladang usaha	Bagunan tidak tertata rapi
Suplier	Sebagai tempat berladang usaha	Lingkungan pasar yang kumuh dan tidak tertata dengan rapi sering kali mengganggu kenyamanan penggunaan jalan raya



Gbr 3. Persepsi Stakeholder

Secara umum, saat ini, *stakeholder* masih menerima keberadaan Pasar Telo Karangkajen sebagaimana adanya, namun perilaku yang mereka tunjukkan cenderung pasif, yaitu tidak ada

kepedulian dari pemerintah lokal untuk membantu kondisi pasar lebih baik dan berbagai kesan negatif dari warga Kelurahan Brontokusuman tentang pasar yang kumuh dan tidak tertata rapi menjadikan halangan mereka tidak ikut serta dalam pengembangan pasar.

1. Dukungan Pemerintah

Dalam hal ini dinlopas merupakan institusi Pemkot Yogyakarta yang berperan terhadap pengambilan kebijakan dalam pengelolaan seluruh pasar di Kota Yogyakarta yang tercantum dalam Perda Kota Yogyakarta No.2 Th 2009 tentang Pasar, Perda Kota Yogyakarta No.3 Th 2009 tentang Retribusi Pelayanan Pasar, Perwal Yogyakarta No.47 Th 2009 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda No.2 Th 2009 dan Perwal Yogyakarta No.48 Th 2009 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda No.3 Th 2009. Dalam kesempatan diskusi publik Dinlopas dan Forum Silaturahmi Paguyuban Pedagang Pasar Kota Yogyakarta (FSPPPY) dijelaskan bahwa Kepala Dinlopas, Drs. H. Ahmad Fadli memiliki rancangan kebijakan di tahun 2012 ini untuk membangun pasar rakyat yang kreatif, inovatif, produktif dan mandiri dengan menekankan visi dan misinya mengenai “Terwujudnya management modern pasar tradisional dengan meningkatkan fungsi pasar tidak hanya sebagai tempat aktivitas jual beli tetapi menjadi tempat wisata dan edukasi untuk meningkatkan kunjungan pasar dan omset pedagang”. Sebagai bentuk *support* pemerintah terhadap Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta adanya renovasi pada beberapa pasar di Kota

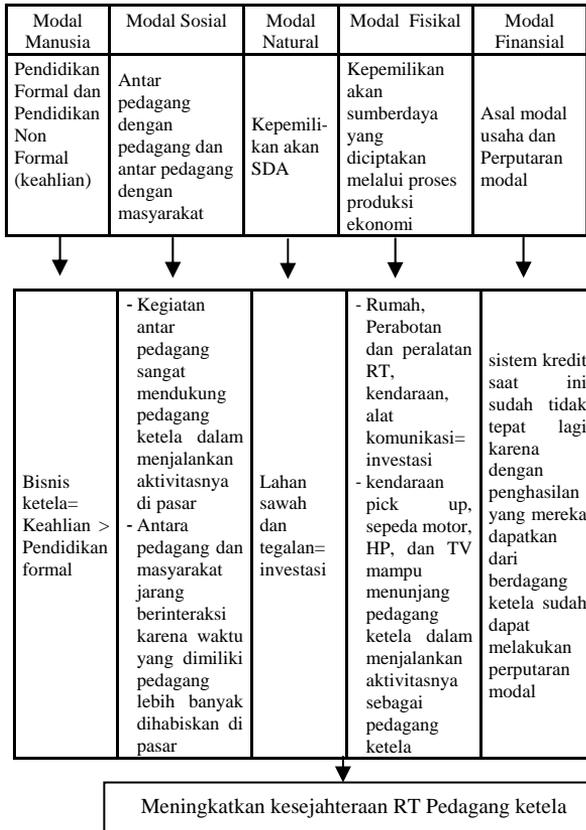
Yogyakarta khususnya PTK, pengolahan sampah, dan peluncuran media wartapasar sebagai sarana publikasi pasar tradisional dan menyuarakan suara pedagang.

Sedangkan Dinas Disperindagkoptan Kota Yogyakarta yang bergerak di bidang perindustrian, perdagangan, koperasi dan pertanian ini memiliki peran besar terhadap peningkatan daya beli masyarakat. Berbagai tugas telah diatur dalam Perwal No.82 Th 2008 pasal 26 untuk melaksanakan pemantauan, pembinaan dan pendampingan dengan memberikan pelatihan dan *skill* agar masyarakat dapat mandiri. Sebagai salah satu aplikasi dari rancangan tugas tersebut, disperindagkoptan membantu permodalan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha dan secara rutin diadakan pameran berbagai hasil karya, agar memudahkan pemasarannya

C. Karakteristik Penghidupan Pedagang Ketela di PTK

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa strategi penghidupan yang dilakukan pedagang ketela di PTK untuk memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan hidup mereka selama ini hanya bertindak sebagai pedagang ketela. Namun terdapat satu pedagang ketela yang mencari penghasilan lain sebagai makelar, akan tetapi pekerjaan tersebut bukan menjadi salah satu pekerjaan rutin melainkan pekerjaan sampingan, sehingga aktivitas tersebut hanya digeluti berdasarkan permintaan dari pengguna jasanya saja seperti menjualkan ketela, mencari tanah, mencarikan kost-kostan, maupun

mencarikan motor bekas. Jadi, sebagai pedagang ketela, penghasilan yang mereka dapatkan dapat menyeimbangi usaha dan kerja keras mereka, sehingga ketersediaan sumber nafkah bagi keluarganya terpenuhi.



Gb 4. Strategi Penghidupan Pedagang Ketela

Secara garis besar dapat dijelaskan bahwa strategi penghidupan yang dilakukan pedagang ketela selama ini adalah berjualan ketela, hasil dari berbisnis ketela tersebut telah meningkatkan aset rumahtangganya, sehingga kebutuhan sehari-harinya dapat terpenuhi. Selain aset digunakan sebagai investasi, aset yang meliputi keahlian, hubungan sosial antara pedagang di pasar, dan kepemilikan barang seperti alat komunikasi (hp),

kendaraan (*pick up*), dan alat hiburan (televisi) dapat menunjang aktivitasnya sebagai pedagang ketela di pasar.

KESIMPULAN

1. PTK mulai berdiri semenjak tahun 1957, yang dirintis oleh pedagang ketela pindahan dari Pasar Ngasem dan selama ini lingkup bisnis ketela di Pasar Telo Karangjaten merupakan bisnis keluarga/secara turun menurun, sehingga tidak setiap orang dapat menggeluti bisnis ketela di pasar tersebut.
2. Selama ini untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen di D.I.Yogyakarta, pedagang ketela di PTK mendatangkan dagangannya dari berbagai daerah di Jawa Tengah, karena pasokan dari daerah lokal mulai menipis akibat dari pengalihan fungsi lahan.
3. Kondisi sarana prasarana di PTK selama ini kurang memadai, sebagian besar sarana prasarana yang dimiliki pasar saat ini adalah hasil dari upaya mandiri para pedagang melalui kegiatan paguyuban pasar, karena untuk pasar kelas V seperti PTK tidak banyak fasilitas disediakan oleh pemkot.
4. Eksistensi dari keberadaan PTK yang berfungsi sebagai pusat kulakan dagangan ketela di D.I.Yogyakarta masih sangat bermanfaat bagi konsumen, namun dengan seretnya regenerasi sebagai penerus pedagang ketela dan tidak ada dukungan dari pemerintahan yang kuat merupakan kendala perkembangan di PTK (stagnan).

5. Lemahnya perkembangan di PTK disebabkan persepsi negatif dari masyarakat yakni belum adanya campur tangan dari pihak *stakeholder* terkait.
6. Penghasilan dari perdagangan ketela mampu meningkatkan penghidupan pedagang ketela seperti aset yang dimiliki, sehingga kesejahteraannya semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiquni, M. (2007). *Strategi Penghidupan di Masa Kritis*. Yogyakarta: Ideas Media
- Brehm. S.S., & Kassir. S.M. (1990). *Social Psychology*. USA: Houghton Mifflin Company
- Dinas Pengelolaan Pasar. (2009). *Buku Pedoman Pelayanan Pasar (Seri: Sosialisasi)*. Yogyakarta: Pemerintah Kota Yogyakarta
- Ellis, F. (2000). *Rural Livelihood and Diversity in Developing Countries*. Ioxford: Oxford University Press
- Moleong, Lexy. J. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Usman dan Akbar. (2000). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara