

BAB II

TINJAUAN PASAR GROSIR TEKSTIL PEKALONGAN DAN WISATA DAGANG

II.1. Tinjauan Kotamadya Pekalongan

II.1.1. Kondisi Geografis Kotamadya Pekalongan

Kotamadya Pekalongan terletak pada dataran rendah Pantai Utara Jawa Tengah dengan posisi geografis antara 109°37'53"-109°42'19" Bujur Timur dan 6°50'42"-6°55'44" Lintang Selatan serta koordinat 510-518 km membujur dan 517,75-526,75 km melintang dengan ketinggian ± 1 m dari permukaan laut. Luas lahan 4519,10 Ha, adapun batas administratif dari wilayah Kotamadya Pekalongan adalah sebagai berikut :

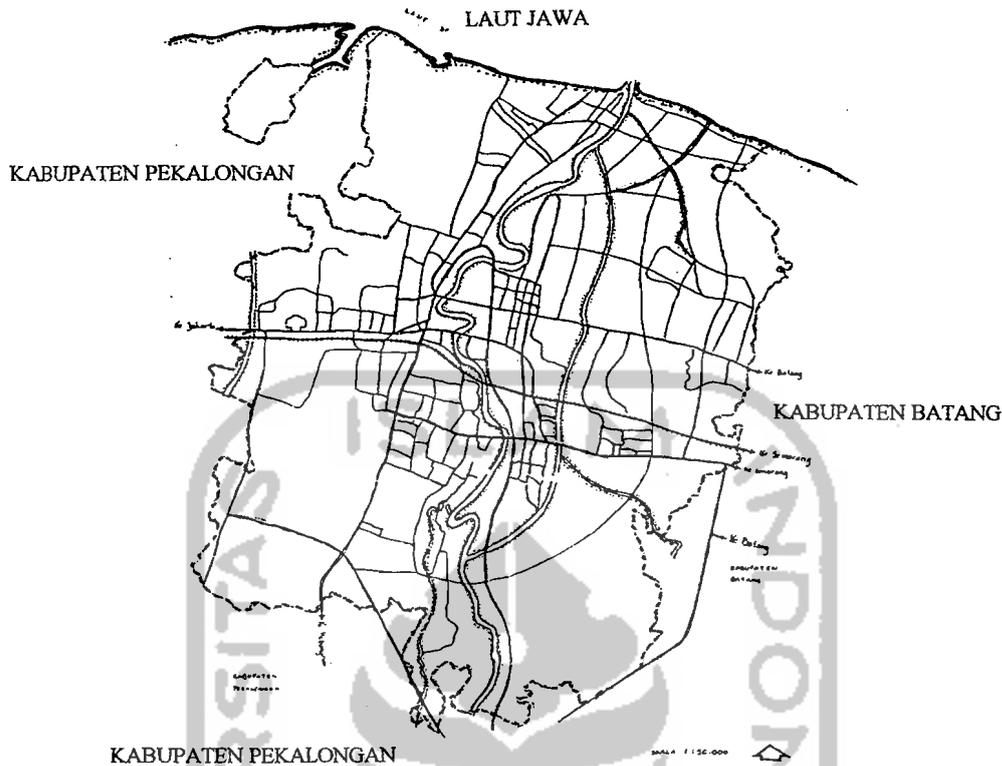
1. Sebelah Utara : Laut Jawa
2. Sebelah Barat : Kabupaten Pekalongan
3. Sebelah Selatan : Kabupaten Pekalongan
4. Sebelah Timur : Kabupaten Batang

Jarak kota Pekalongan dengan beberapa kota lain dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2.1. Jarak kota Pekalongan dengan beberapa kota lain

No.	Kota	Jarak
1.	Jakarta	384 km
2.	Bandung	266 km
3.	Brebes	78 km
4.	Tegal	65 km
5.	Pemalang	35 km
6.	Batang	5 km
7.	Semarang	101 km
8.	Surabaya	488 km

(Sumber : DTRK Kotamadya Pekalongan)



Gambar 2.1. Peta Kotamadya Pekalongan

II.1.2. Perkembangan Pasar Kotamadya Pekalongan

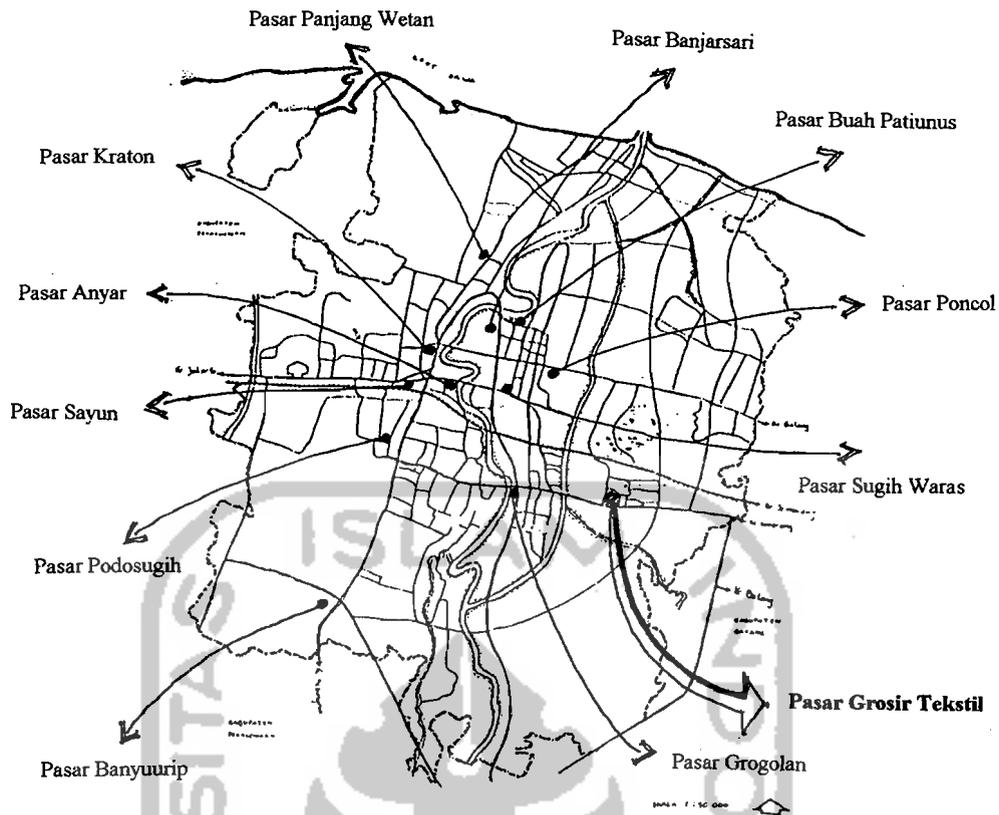
Dilihat dari kedudukannya Kotamadya Pekalongan merupakan kota yang ramai karena terletak pada jalur transportasi Jakarta-Semarang. Sedangkan ditinjau dengan daerah-daerah yang ada disekitarnya Pekalongan menjadi pusat dari perdagangan karena sebagian besar masyarakat yang ada disekitar Pekalongan berbelanja di Pekalongan. Kotamadya Pekalongan terbagi menjadi 4 Kecamatan yaitu : Pekalongan Timur, Pekalongan Barat, Pekalongan Selatan, dan Pekalongan Utara. Terdapat 12 pasar yang tersebar dengan jenis-jenis barang dagangan yang berbeda-beda.

Tabel 2.2. Klasifikasi pasar Kotamadya Pekalongan

No.	Nama Pasar	Macam Dagangan
1.	Pasar Banjarsari	9 macam kebutuhan pokok, tekstil, konveksi, buah-buahan, sepatu/sandal
2.	Pasar Buah Patunus	Buah-buahan
3.	Pasar Kraton	9 macam kebutuhan pokok
4.	Pasar Panjang Wetan	Besi-besi tua
5.	Pasar Anyar	9 macam kebutuhan pokok
6.	Pasar Sayun	Konveksi, sepatu/sandal, buah-buahan
7.	Pasar Hewan Podosugih	Binatang peliharaan
8.	Pasar Grogolan	9 macam kebutuhan pokok
9.	Pasar Sugihwaras	Peralatan Kendaraan
10.	Pasar Poncol	Bumbu dapur
11.	Pasar Banyuurip	9 macam kebutuhan pokok
12.	Pasar Grosir Tekstil	Batik, tenun, konveksi

(Sumber : Dinas Pasar Kotamadya Pekalongan)

Dilihat dari data antara pasar umum dan pasar khusus jumlahnya seimbang. 50% pasar yang ada diwilayah Kotamadya Pekalongan merupakan pasar umum yang menjual kebutuhan pokok dan jenis barang yang dijual heterogen. Sedangkan sisanya yang 50% merupakan pasar khusus yang menjual 1 jenis barang. Pasar khusus yang hanya menjual batik dan tenun hanya ada pada Pasar Grosir Tekstil.



Gambar 2.2. Peta penyebaran pasar Kotamadya Pekalongan

II.2. Tinjauan Pasar Grosir Tekstil Pekalongan

II.2.1. Pengertian Pasar Grosir Tekstil

Pasar mempunyai banyak pengertian :

1. Pasar adalah tempat jual beli, tempat aneka pertunjukan, kedai, warung, dll, lingkungan tempat suatu barang dagangan dapat laku, kurang baik muatan barangnya⁵.
2. Pasar adalah suatu mekanisme disaat pembeli dan penjual suatu komoditi mengadakan transaksi untuk menentukan harga dan kualitasnya⁶.

Sedangkan menurut Departemen Pekerjaan Umum (PU) artian pasar dibagi menjadi :

1. Secara Fungsional

⁵ Mohammad Ali, Kamus Bahasa Indonesia Modern, Pustaka Amani, Jakarta

⁶ Samuelson, 1995

- a. Dalam artian ekonomi, pasar merupakan tempat transaksi jual beli barang antar pedagang dan pembeli.
 - b. Dalam artian sosial, pasar merupakan kontak sosial masyarakat lingkungannya.
2. Secara Formal
- Dalam artian kelembagaan, pasar dapat dipandang sebagai suatu lembaga formal yang dikelola oleh pemerintah daerah yang secara resmi dipungut retribusinya oleh Dinas Pasar.

Berdasarkan macam fungsinya pasar dibedakan menjadi :

1. Pasar sebagai sumber pendapatan daerah
Dengan adanya penarikan retribusi kepada pedagang di pasar, Pemerintah daerah memperoleh pendapatan dari pasar tersebut.
2. Pasar sebagai tempat kesempatan kerja
Pasar sendiri merupakan penyedia lapangan pekerjaan yang sangat besar, dimana dalam operasionalnya pasar membutuhkan tenaga-tenaga sesuai dengan kebutuhannya.
3. Pasar sebagai tempat rekreasi
Masyarakat yang datang ke pasar tidak hanya semata-mata untuk berbelanja namun juga bermaksud untuk berekreasi, dengan cara melihat-lihat barang dagangan serta keadaan dan keramaian pasar, biasanya ini terjadi pada pasar-pasar khusus di setiap daerah.
4. Pasar sebagai tempat pendidikan
Pasar sebagai obyek studi bagi berbagai disiplin ilmu bagi mahasiswa atau peneliti. Demikian juga pasarpun dapat mengajarkan kepada para pedagang untuk bersikap jujur dalam melayani pembeli dan belajar bagaimana hidup bermasyarakat yang majemuk didalam sebuah pasar.

Berdasarkan jumlah barang yang dibeli, pasar dibedakan menjadi :

1. Pasar yang menjual barang dagangannya secara eceran
Biasanya terjadi pada pasar umum karena jenis barang yang dijual bersifat heterogen dan menjual barang-barang kebutuhan pokok.

2. Pasar grosir

Merupakan tempat transaksi jual beli barang dalam partai besar untuk kemudian diperdagangkan kembali. Biasanya terjadi pada pasar khusus.

Berdasarkan materi dagangan yang dipasarkan, pasar dibedakan menjadi :

1. Pasar umum

yaitu pasar dengan materi dagangan yang diperjualbelikan lebih dari satu jenis barang dagangan secara berimbang minimal tersedia pemenuhan kebutuhan pokok.

2. Pasar khusus

yaitu tempat jual beli barang dagangan yang bukan merupakan kebutuhan pokok dari warganya dan barang yang dijual bersifat homogen, misalnya pasar hewan, pasar seni, pasar tekstil.

Dari data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa :

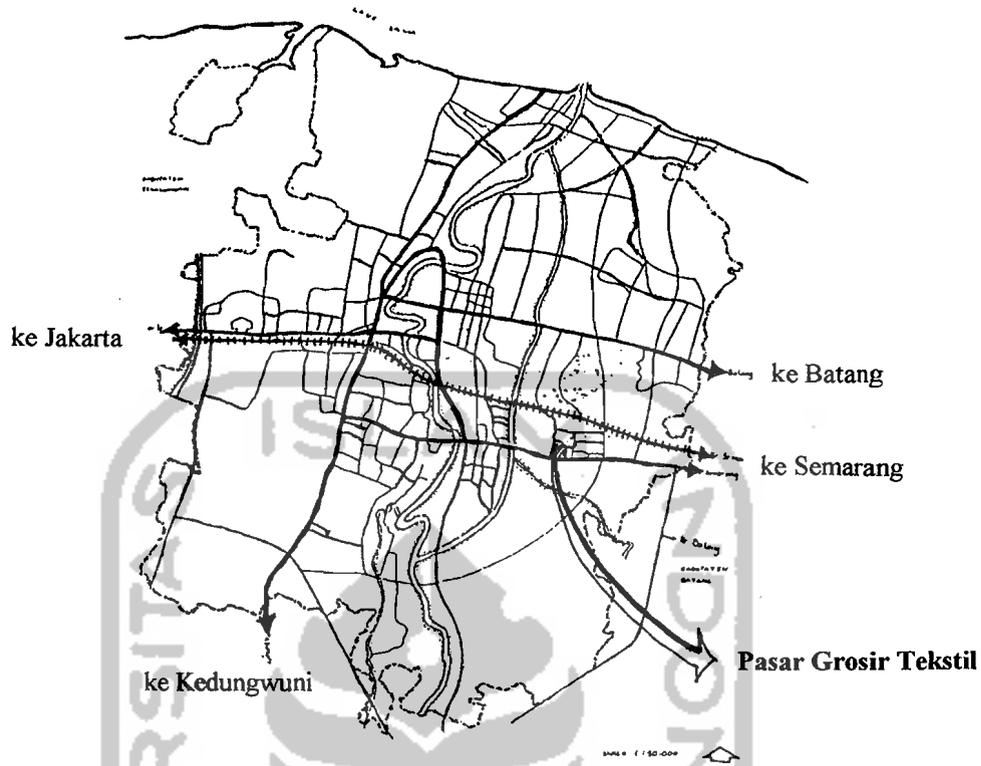
“Pasar grosir tekstil adalah tempat transaksi jual beli produk tekstil dalam partai besar untuk kemudian dipasarkan lagi”

Sedangkan untuk Pasar Grosir Tekstil yang ada di Pekalongan mempunyai pengertian *“tempat transaksi jual beli produk tekstil terutama batik dan tenun dalam partai besar atau kecil dengan harga grosir”*.

II.2.2. Kondisi Fisik Pasar Grosir Tekstil

II.2.2.1. Hubungan pasar dengan perkembangan kota

Pasar Grosir Tekstil terletak di pinggir kota Pekalongan yang merupakan wilayah perencanaan perkembangan tata kota Pekalongan. Pencapaian ke lokasi sangat mudah karena dilalui oleh kendaraan umum dan merupakan jalur utama transportasi Jakarta-Semarang sehingga akan menarik pengguna jalan untuk mengunjungi Pasar Grosir Tekstil ini



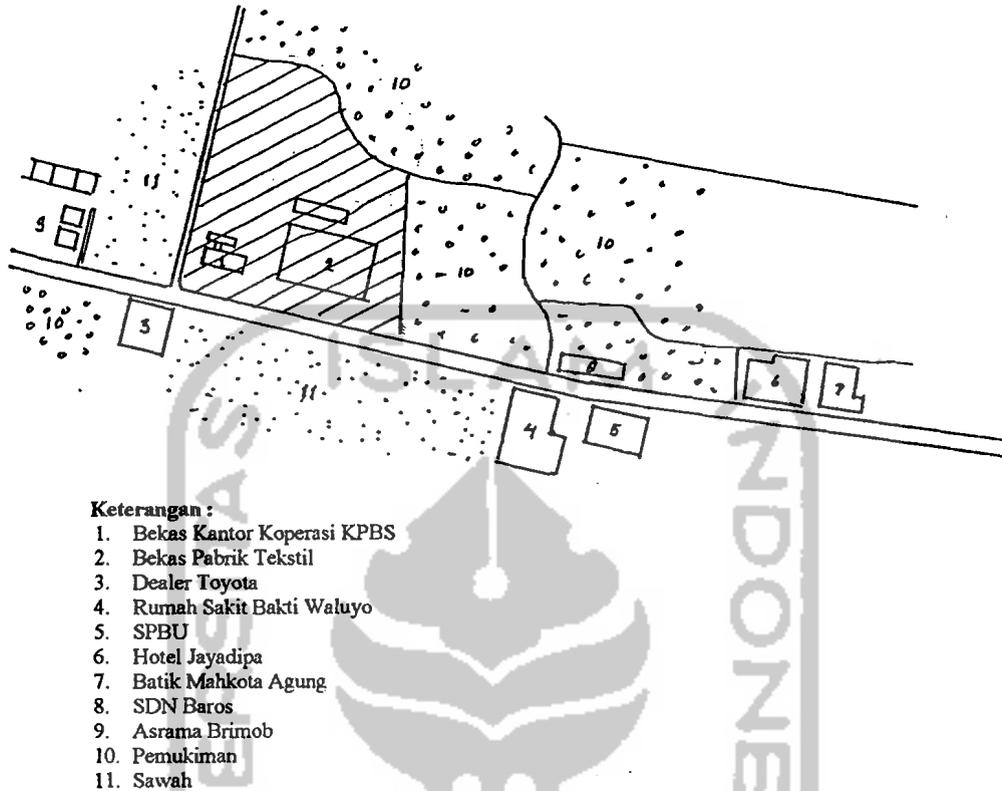
Gambar 2.3. Peta jalur transportasi

II.2.2.2. Hubungan Pasar Grosir Tekstil dengan kebutuhan lingkungan

Kota Pekalongan terkenal sebagai Kota Batik. Namun kenyataannya puluhan tahun tak memiliki Pasar Grosir Tekstil. Batik Pekalongan selama ini dipasarkan antara lain ke Bali dan Sala. Namun pada Juni ini impian masyarakat Pekalongan memiliki Pasar Grosir Tekstil terwujud di jalan raya Pekalongan-Batang⁷ pada jalur transportasi Jakarta-Semarang.

Pasar Grosir Tekstil terletak di wilayah yang tidak terlalu dekat dengan pemukiman penduduk, tetapi terletak di wilayah perkembangan kota Pekalongan sebagai wilayah industri. Bangunan yang digunakan sebagai Pasar Grosir Tekstil ini dulunya merupakan bangunan pabrik tekstil milik KPBS yang sudah lama tidak digunakan.

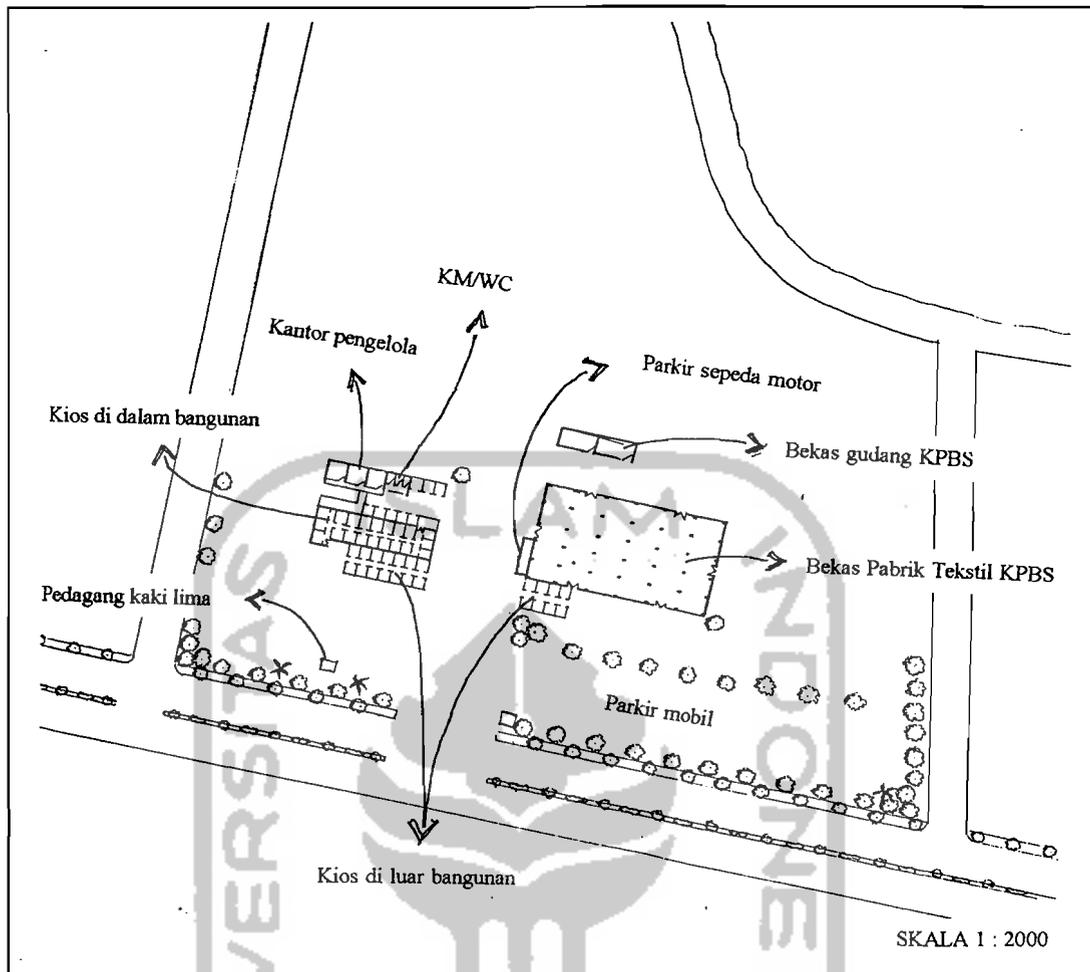
⁷ Suara Merdeka, Selasa 13 Juni 2000



Gambar 2.4. Peta situasi

II.2.2.3. Kondisi Fisik Bangunan Pasar

Pasar Grosir Tekstil ini merupakan milik swasta yaitu kerja sama antara yayasan Nagari dan KPBS. Sebagian kios-kiosnya menempati bangunan lama bekas koperasi KPBS dan sebagian lagi menempati kios-kios yang dibuat di depan dan belakang bekas koperasi KPBS. Kios-kios itu berukuran $9m^2$ terbuat dari papan sebagai penyekat antara kios-kios. Kios yang berada didalam gedung berjumlah 20 kios sedangkan yang berada di luar gedung berjumlah 30 kios.



Gambar 2.5. Peta Site

II.2.2.4. Klasifikasi jenis barang yang dijual

Materi barang yang dijual di Pasar Grosir Tekstil ini terbatas pada industri tekstil terutama batik dan tenun yang merupakan produk unggulan kota Pekalongan yang tentu saja akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Saat ini sudah ada 50 kios dengan luas 9m^2 yang sudah dipakai dengan perincian materi jenis barang yang dijual sebagai berikut :

a. Batik

Lebih dari 75% materi barang yang dijual adalah batik dengan cara berdagang grosir+eceran maksudnya para pedagang batik menjual secara eceran tetapi mereka juga menerima penjualan secara grosir . Disini tidak ada yang hanya menjual secara grosir saja ataupun secara eceran saja, karena biasanya mereka

melayani penjualan baik itu secara grosir ataupun eceran. Adapun materi dari jenis batik yang dijual adalah pakaian jadi meliputi kemeja, busana muslim, daster dan kaos serta kain batik meliputi kain sutera, kain kebaya, seprei, selendang dan sarung.

b. Tenun

Sedangkan 10% adalah menjual kain tenun dengan jenis materi tenun yang dijual adalah karpet, selendang, sarung, sarung bantal dan taplak meja. Untuk penjual tenun hanya ada 5 pedagang yang menjual secara grosir+eceran.

c. Pakaian jadi

Untuk pakaian jadi yang bukan terbuat dari kain batik hanya ada 4% karena sebagian besar yang dijual memang terbuat dari kain batik. Produk ini merupakan kain bordir buatan dari Pekalongan, biasanya untuk pakaian Muslim, Kebaya, dan baju Koko. Untuk pedagang pakaian jadi ini hanya ada 2 pedagang yang menjual secara grosir+eceran.

d. Jins

Untuk jins persentasenya sama dengan pakaian jadi yaitu 4%. Jins yang dijual merupakan jins produk lokal dari Pekalongan dalam bentuk celana, jaket dan rok. Untuk pedagang jins hanya ada 2 pedagang yang menjual secara grosir+eceran.

e. Kerajinan

Kerajinan disini meliputi kerajinan batik dan tenun serta kerajinan yang berasal dari Pekalongan. Kerajinan ini meliputi tas, sandal, sepatu, hiasan dinding dan lukisan. Untuk pedagang kerajinan hanya ada 3 pedagang yang menjual secara grosir+eceran.

Tabel 2.3. Klasifikasi pedagang Pasar Grosir tekstil

No.	Jenis pedagang	Jumlah pedagang			Materi barang yang dijual
		grosir	eceran	grosir+eceran	
1.	Batik	-	-	38	Pakaian jadi (kemeja, busana muslim, daster, kaos) Kain (kain sutera, kain kebaya, seprei, selendang, sarung)
2.	Tenun	-	-	5	Sarung, karpet, selendang, sarung bantal, taplak meja
3.	Pakaian jadi	-	-	2	Busana muslim, kebaya, baju koko
4.	Jins	-	-	2	Celana panjang, jaket, rok
5.	Kerajinan	-	-	3	Tas, sepatu, sandal, lukisan, hiasan dinding

(Sumber : Pasar Grosir tekstil)

II.2.3. Pelaku dan Kegiatan Pasar

II.2.3.1. Pelaku aktifitas

a. Pedagang

Pedagang yang dimaksud adalah orang yang mengadakan usaha perdagangan yaitu pedagang batik dan tenun.

b. Pengunjung

Pengunjung Pasar Grosir Tekstil adalah masyarakat dari daerah Pekalongan atau dari luar kota Pekalongan yang ingin membeli atau hanya melihat-lihat materi dagang yang dijual.

c. Pengelola

Pihak yang bertanggung jawab dan mengelola Pasar Grosir Tekstil agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan fungsinya. Kegiatannya mengatur dan mengorganisir seluruh kegiatan yang berlangsung di dalam Pasar Grosir Tekstil.

II.2.3.2. Macam Aktifitas

a. Kegiatan perdagangan

Meliputi kegiatan :

- 1) Jual beli langsung antara pedagang dengan pengunjung selaku pembeli
- 2) Pelayanan perdagangan pendukung.

b. Kegiatan Rekreasi

Meliputi kegiatan :

- 1) Berjalan-jalan santai sambil melihat-lihat dan menikmati aneka ragam batik dan tenun yang ditampilkan.

c. Kegiatan Pengelola

Meliputi kegiatan :

- 1) Kegiatan pengelolaan administrasi, meliputi keuangan, pembukuan, administrasi barang dan pedataan.
- 2) Kegiatan intern staff meliputi kegiatan di dalam kantor pengelola.

d. Kegiatan Pelayanan

Meliputi kegiatan :

- 1) Fasilitas umum seperti, parkir, lavatory, musholla, wartel.

e. Kegiatan Pelayanan Umum

Meliputi kegiatan :

- 1) Kegiatan mekanikal dan elektrikal.
- 2) Kegiatan pemeliharaan dan keamanan serta kebersihan bangunan dan lingkungan sekitarnya.

II.3. Tinjauan Wisata Dagang

II.3.1. Pengertian Wisata Dagang

Wisata merupakan bagian dari kata berdarmawisata atau pariwisata yang berarti⁸

1. Berpergian sendiri, bersama-sama untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, bertamasya.

⁸ WJS. Purwodarminto, Kamus Besar Bahasa Indonesia

2. Bepergian dari tempat tinggal atau rumah untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan.

Sedangkan dagang adalah kegiatan menjual barang dagangannya kepada para pembeli.

Jadi "*Wisata dagang adalah suatu kondisi dimana terjadi kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli dan kegiatan wisatawan untuk menikmati suasana yang ada*".

II.3.2. Pengertian Wisatawan

Banyak batasan mengenai apa yang dimaksud dengan wisatawan.

"*Wisatawan adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu*"⁹

Orang-orang yang berkunjung pada suatu tempat biasanya disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari orang-orang dengan berbagai macam motivasi kunjungan, termasuk didalamnya adalah wisatawan. Jadi tidak semua pengunjung adalah wisatawan.

Berdasarkan kategori pengunjung, batasan wisatawan adalah sebagai berikut:

1. Wisatawan ialah pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi berikut ini :
 - a. Pesiari (leisure) yaitu untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olahraga.
 - b. Hubungan dagang, sanak keluarga, handai taulan, konperensi-konperensi, misi.
2. Pelancong ialah pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar)

⁹ Instruksi Presiden Republik Indonesia No 9 Tahun 1969

II.3.2.1. Wisatawan sebagai pengguna fasilitas wisata

a. Ciri umum wisatawan

1) Anak usia 2-6 tahun

Mereka mulai belajar mengenal apa dan bagaimana akibat benda-benda terhadap dirinya, sehingga mereka memerlukan rekreasi berbentuk permainan yang dapat mengenal mereka pada benda-benda disekitarnya.

2) Anak usia 6-12 tahun

Mempunyai sifat ingin tahu, membayangkan dan berbuat apa saja yang difikirkan, senang berpetualangan, advonturer, senang mengumpulkan barang-barang yang menarik perhatiannya dan sudah mulai bisa bekerjasama sehingga mereka memerlukan rekreasi yang sedikit memerlukan keahlian dan pemikiran.

3) Remaja usia 12-21 tahun

Mempunyai karakter dinamis, kreatif dan senang bertualangan. Mereka memerlukan rekreasi yang mendukung sifatnya tersebut yaitu rekreasi yang mempunyai sifat aktif.

4) Orang dewasa usia 21 tahun keatas

Mempunyai karakter tenang dan sudah mempunyai hobi tetap sehingga mereka memerlukan rekreasi yang berupa penyegaran psikia dan penyaluran.

II.3.2.2. Motivasi wisatawan

Pada umumnya tujuan utama wisatawan adalah mendapat kesenangan. Namun wisatawan modern pada akhir-akhir ini selama perjalanan berwisata ingin meraih beberapa manfaat. Ada 2 faktor penting yang menentukan kepergian kemacetan untuk berwisata yaitu¹⁰:

a. Faktor pendorong

Faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kecepatan lalu lintas dan hiruk pikuk kesibukan dikota.

¹⁰ Chafid Fandeli, 1995. Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam

b. Faktor penarik

Faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerahnya atau ditempat tujuan wisata. Atraksi wisata ini dapat berupa kemasyhuran obyek, tempat-tempat yang banyak diperbincangkan orang, serta menjadi berita. Dorongan berkunjung ke tempat teman atau sanak keluarga atau ingin menyaksikan event-event tertentu yang sedang berlangsung di suatu tempat.

Tabel 2.4. Motivasi wisatawan untuk berwisata

No.	Kategori	Motivasi wisatawan
1.	Motivasi fisik	1) Menyegarkan kembali badan dan jiwa 2) Istirahat karena kesehatan 3) Olahraga 4) Rekreasi (bersenang-senang)
2.	Motivasi kebudayaan	1) Ingin mengetahui budaya, seni, musik, arsitektur, sejarah negara lain 2) Peristiwa penting (olahraga, pekan perdagangan, peristiwa lain bertaraf nasional/internasional)
3.	Motivasi individu	1) Mengunjungi keluarga, teman atau mencari teman baru 2) Perjalanan bersenang-senang 3) Kunjungan spiritual misal : ziarah 4) Mencari pengalaman baru pada lingkungan baru (fisik dan sosial)
4.	Motivasi prestasi dan status	1) Penyaluran hobi 2) Melanjutkan belajar 3) Konferensi, seminar 4) Pertemuan untuk menjalin hubungan personal

(Sumber : Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam, 1995)

II.3.3. Fasilitas Wisata Dagang

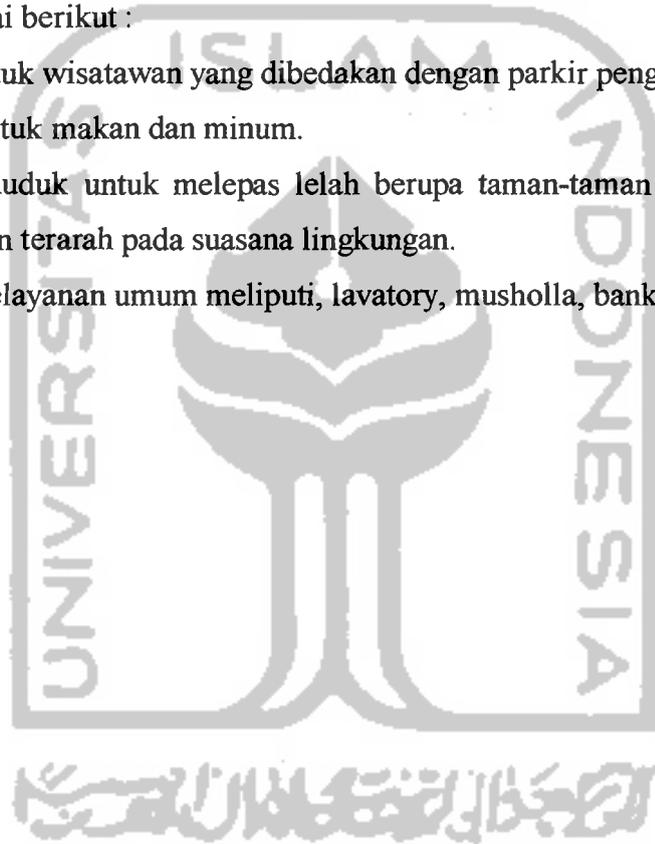
Fasilitas wisata adalah suatu wadah kegiatan yang berfungsi sebagai tempat untuk melakukan kegiatan wisata dimana fasilitas ini dimanfaatkan oleh pengunjung dalam melakukan aktifitasnya dalam berekreasi. Hal ini sangat

penting dalam usaha menciptakan suasana yang diinginkan pengunjung secara bebas¹¹. Adapun definisi lain dari fasilitas rekreasi adalah :

1. Sebagai suatu sarana pelayanan dalam membantu pengunjung melakukan rekreasi
2. Penyediaan fasilitas yang dapat atau sebagai tempat untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang ada di kawasan rekreasi.

Wisatawan yang berkunjung ke pasar grosir tekstil adalah wisatawan yang sifatnya sebentar dan tidak menetap, sehingga fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Parkir untuk wisatawan yang dibedakan dengan parkir pengelola dan barang.
2. Kantin untuk makan dan minum.
3. Tempat duduk untuk melepas lelah berupa taman-taman yang memberikan pandangan terarah pada suasana lingkungan.
4. Wadah pelayanan umum meliputi, lavatory, musholla, bank, wartel.



¹¹ Butler Hendry, Dictionary of Sociologi Philosophical, 1959 dalam buku Pandit Nyoman S, Pariwisata, Jakarta