**Analisis Posisi Pedagang Terhadap Pendapatan Di Lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik**

**Dinia Alifatuzzahra**

S1 Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya

Email: [diniaalifatuzzahra.21060@mhs.unesa.ac.id](mailto:diniaalifatuzzahra.21060@mhs.unesa.ac.id)

**Prof. Dr. Rindawati, M.Si.**

Dosen Pembimbing Mahasiswa

**Abstrak**

Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik merupakan kawasan yang berkembang sebagai pusat perdagangan tanaman hias, namun belum seluruh pedagang memperoleh pendapatan yang merata karena terdapat perbedaan posisi pedagang yang berkaitan dengan tingkat pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi pedagang terhadap pendapatan di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip dengan meninjau dari aspek aksesibilitas, visibilitas, dan letak stand menggunakan metode deskriptif kuantitatif melalui observasi langsung dan wawancara terhadap 70 pedagang. Kondisi tersebut mencerminkan adanya diferensiasi spasial dalam pemanfaatan ruang yang tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi fisik wilayah, tetapi juga pertimbangan sosial ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pedagang yang menempati lokasi strategis justru memiliki pendapatan rendah, dan hanya sebagian kecil yang mencapai pendapatan tinggi, sementara pedagang di lokasi kurang strategis memperoleh pendapatan dalam kategori rendah hingga sedang, yang mencerminkan adanya ketimpangan spasial dalam struktur ruang ekonomi. Temuan tersebut tidak sepenuhnya sejalan dengan teori Von Thunen yang menyatakan bahwa lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas selalu memiliki nilai ekonomi tinggi, namun lebih sesuai dengan teori August Losch yang menegaskan bahwa keberhasilan usaha tidak semata ditentukan oleh lokasi, melainkan juga dipengaruhi oleh potensi pasar, daya beli konsumen, strategi usaha, serta faktor sosial ekonomi lainnya. Dengan demikian, posisi pedagang memang memiliki peran penting dalam struktur ruang ekonomi, namun bukan menjadi satu-satunya faktor yang menentukan tingkat pendapatan.

**Kata Kunci** : Posisi pedagang, Aksesibilitas, Visibilitas, Letak, Pendapatan

***Abstract***

*The Banyuurip Village Ornamental Plant Center, Kedamean District, Gresik Regency is a developing area as a center for ornamental plant trade, but not all traders receive equal income due to differences in their income levels. This study aims to analyze the position of traders in relation to income at the Banyuurip Village Ornamental Plant Center by reviewing aspects of accessibility, visibility, and stand location using quantitative descriptive methods through direct observation and interviews with 70 traders. This condition reflects the existence of spatial differentiation in the use of space that is not only influenced by the physical conditions of the area, but also socio-economic considerations. The results of the study indicate that some traders occupying strategic locations actually have low incomes, and only a small number achieve high incomes, while traders in less strategic locations earn incomes in the low to medium category, which reflects the existence of spatial inequality in the structure of economic space. This finding is not entirely in line with Von Thunen's theory which states that locations close to activity centers always have high economic value, but is more in line with August Lösch's theory which emphasizes that business success is not solely determined by location, but is also influenced by market potential, consumer purchasing power, business strategy, and other socio-economic factors. Thus, the position of traders does have an important role in the structure of economic space, but is not the only factor that determines income levels.*

***Keywords****: Trader Position, Accessibility, Visibility, Stand Location, Income,.*

*.*

**PENDAHULUAN**

Lokasi adalah posisi suatu objek di permukaan bumi yang dapat diidentifikasi melalui koordinat geografis atau hubungan dengan objek lain. Menurut Tarigan (2005), Lokasi merupakan kajian yang mempelajari pola penyebaran aktivitas ekonomi di ruang geografis, termasuk bagaimana sumber daya yang terbatas dialokasikan serta keterkaitannya dengan penempatan berbagai jenis usaha dan kegiatan lain, baik dalam bidang ekonomi maupun sosial.

Lokasi merupakan strategi pemasaran yang harus diperhatikan dalam menjalankan suatu usaha, ketepatan dalam pemilihan lokasi merupakan strategi yang harus diperhatikan secara matang agar tujuan usaha dapat tercapai secara baik (Safitri, 2021). Keberhasilan suatu usaha dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah pemilihan lokasi yang tepat. Dalam konteks perdagangan tanaman hias, aksesibilitas dan visibilitas lokasi dapat mempengaruhi jumlah pengunjung dan pendapatan pedagang (Kuncoro, 2018). Lokasi yang strategis berperan penting dalam memengaruhi biaya operasional dan pendapatan, sehingga menjadi kunci dalam perumusan strategi bisnis. Penempatan usaha pada lokasi yang tepat bertujuan untuk mengoptimalkan keuntungan yang dapat diperoleh oleh para pedagang (Heizer & Rander, 2015). Pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan kinerja penjualan suatu usaha. Penempatan bisnis di lokasi strategis yang ramai dikunjungi dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik konsumen (Wibowo, 2019).

Lokasi dalam konteks ekonomi merujuk pada posisi geografis suatu kegiatan usaha atau perdagangan yang dapat mempengaruhi aksesibilitas, biaya operasional, serta potensi pasar yang dapat dijangkau. Suatu usaha yang berlokasi di wilayah dengan kepadatan penduduk tinggi memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian konsumen, yang pada akhirnya dapat mendorong minat untuk melakukan pembelian (Mianto, 2018). Hal ini juga terkait dengan ketersediaan fasilitas yang mendukung, termasuk akses pasar yang lebih luas dan pemanfaatan teknologi yang dapat membantu pemasaran, baik di tingkat lokal maupun nasional. Pasar sebagai bagian dari kegiatan ekonomi berfungsi sebagai wadah terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli dalam rangka memenuhi kebutuhan dengan pertukaran nilai yang sepadan (Syahrial, 2022).

Salah satu contoh nyata pemilihan lokasi usaha dapat dilihat pada posisi pedagang di lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, yang telah berkembang menjadi salah satu sentra utama tanaman hias di Kabupaten Gresik. Pada 30 Maret 2021, Bupati Kabupaten Gresik, Gus Fandi Ahmad Yani, meresmikan Desa Banyuurip sebagai sentra tanaman hias tropis terbesar di Kabupaten Gresik, menandai peran strategisnya dalam pengembangan sektor hortikultura di wilayah tersebut. Sentra tanaman hias Desa Banyuurip merupakan pusat produksi dan perdagangan tanaman hias yang signifikan di wilayah tersebut. Desa ini terdiri dari empat dusun, yakni Dusun Miru dan Dusun Pendem sebagai sentra utama penghasil tanaman hias. Sentra tanaman di Desa Banyuurip menyajikan kondisi lingkungannya khas pedesaan yang didominasi pemukiman yang lestari dan persawahan, sebagian penduduk desa Banyuurip berprofesi sebagai petani dan pedagang tanaman hias, jenis tanaman yang dibudidayakan yaitu tanaman hias bunga, tanaman hias buah, cemara, palem, anthurium, aglaonema, keladi, adenium (Zakia & Suparta, 2024).

Lokasi Sentra Tanaman di Desa Banyuurip yang strategis, dekat dengan jalan raya utama dan akses tol Krian, memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mengakses sentra tanaman hias. Lokasi pedagang tanaman di sentra ini tersebar di sepanjang jalan raya Miru- Pendem Banyuurip, dengan posisi stand bagian depan berada tepat di sepanjang jalan raya, sementara stand lainnya terletak lebih ke dalam setelah melewati gerbang gapura sentra tanaman hias. Perbedaan posisi pedagang di lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip menjadi perhatian dalam analisis keruangan. Letak stand pedagang yang bervariasi menunjukkan adanya dinamika dalam penyebaran aktivitas ekonomi dan tingkat pendapatan yang diperoleh. Secara umum, pedagang yang berlokasi di dekat jalan raya lebih mudah terlihat, kondisi perbedaan letak stand pedagang yang tidak selalu berbanding lurus dengan pendapatan yang diperoleh sehingga pertanyaan mengenai sejauh mana posisi pedagang benar-benar memengaruhi pendapatan mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian mengenai pengaruh posisi pedagang terhadap pendapatan di lokasi sentra tanaman hias Desa Banyuurip. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi para pedagang dalam mengoptimalkan pemanfaatan lokasi usaha, guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka peneliti mengangkat judul ‘’Analisis Posisi Pedagang Terhadap Pendapatan Di Lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik’’.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei yang bertujuan untuk menganalisis posisi pedagang terhadap pendapatan di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara terstruktur terhadap 70 pedagang, terdiri atas pedagang di dalam sentra dan di luar sentra tanaman hias.

Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan menggambarkan, menjelaskan, dan membuktikan fenomena yang sedang diteliti dengan menggunakan metode pengumpulan data secara terstruktur (Ramadhan, 2021). Metode survei adalah teknik penelitian yang bertujuan memperoleh data mengenai peristiwa yang telah terjadi, sedang berlangsung, maupun yang diperkirakan akan terjadi, yang berkaitan dengan keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, serta menguji hipotesis berdasarkan sampel yang mewakili suatu populasi tertentu. (Sugiyono & Lestari, 2021)

Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling, dengan perhitungan jumlah sampel mengacu pada rumus Slovin, menghasilkan 67 responden yang kemudian digenapkan menjadi 70 orang untuk memperoleh data yang lebih representatif. Variabel dalam penelitian ini meliputi posisi pedagang yang ditinjau dari aspek aksesibilitas, visibilitas, dan letak stand, serta pendapatan pedagang yang dihitung berdasarkan hasil wawancara dan dikategorikan menjadi pendapatan rendah, sedang, dan tinggi.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Hasil Penelitian**

Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean secara administratif memiliki luas wilayah sekitar 5,62 km2, dengan karakteristik ruang yang didominasi oleh kawasan permukiman, lahan pertanian, dan kawasan sentra tanaman hias yang tersebar di sepanjang jalan utama desa. Desa ini dikenal sebagai sentra tanaman hias terbesar di Kabupaten Gresik, di mana sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai pedagang tanaman hias, baik sebagai usaha utama maupun sampingan. Penelitian ini berfokus pada kajian keruangan yang melibatkan aspek aksesibilitas, visibilitas, dan letak stand pedagang di lokasi sentra tanaman hias Desa Banyuurip serta hubungannya dengan tingkat pendapatan pedagang, untuk melihat bagaimana posisi pedagang dalam struktur ruang memengaruhi aktivitas ekonomi lokal.

Secara demografi, Desa Banyuurip memiliki jumlah penduduk sebanyak 8.632 jiwa yang tersebar di empat dusun, dengan mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai pedagang tanaman hias dan petani. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas berusia 51 tahun ke atas dan didominasi oleh laki-laki sebesar 80%. Tingkat pendidikan responden umumnya berpendidikan dasar (SD), dengan lama menjalankan usaha lebih dari 5 tahun. Rata-rata jam kerja pedagang di lokasi tersebut berkisar antara 5 hingga 8 jam per hari.

Tingkat aksesibilitas di sentra tanaman hias Desa Banyuurip umumnya tergolong sangat mudah hingga mudah, karena berada di sepanjang jalan utama yang dekat dengan akses tol dan pusat keramaian. Berdasarkan hasil observasi, sebanyak 37 pedagang (52,9%) menempati lokasi usaha yang sangat mudah dijangkau oleh pembeli, 30 pedagang (42,9%) berada di lokasi yang mudah diakses, dan hanya 5 pedagang (7,1%) yang menempati lokasi yang agak sulit dijangkau

Visibilitas stand pedagang sebagian besar berada dalam kategori sangat terlihat dan cukup terlihat, terutama bagi stand yang berada di bagian depan sentra. Berdasarkan hasil observasi Hasil observasi menunjukkan bahwa 38 responden (54,3%) memiliki lokasi usaha dengan visibilitas sangat terlihat, 19 responden (27,1%) berada di lokasi yang cukup terlihat, dan 13 responden (18,6%) berada di lokasi dengan visibilitas kurang terlihat.

Letak Stand pedagang sebagian besar berada pada kategori sangat dekat dan dekat. . Berdasarkan hasil observasi sejumlah 41 responden (58,6%). Selanjutnya, 20 responden (28,6%) memiliki letak stand yang tergolong dekat, sementara hanya 3 responden (4,3%) berada pada posisi sedang, dan 6 responden (8,6%) menempati lokasi yang tergolong jauh.

Sementara itu, pendapatan pedagang bervariasi, didominasi oleh kategori rendah hingga sedang, dan hanya sebagian kecil yang mencapai pendapatan tinggi. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas pedagang tanaman hias di Desa Banyuurip tergolong dalam kategori pendapatan rendah, yaitu di bawah Rp2.000.000 per bulan, dengan jumlah 37 responden atau 52,9%. Sebanyak 22 responden (31,4%) termasuk dalam kategori pendapatan sedang (Rp2.000.000–Rp3.500.000), sementara hanya 11 responden (15,7%) yang berada pada kategori pendapatan tinggi (> Rp3.500.000).

Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan antara aspek aksesibilitas, visibilitas, dan letak stand terhadap pendapatan pedagang. Namun demikian, posisi strategis tidak sepenuhnya menjamin tingkat pendapatan yang tinggi, mengindikasikan adanya faktor lain seperti jenis produk yang ditawarkan, strategi pemasaran, serta manajemen usaha yang turut memengaruhi besaran pendapatan pedagang tanaman hias di Desa Banyuurip. Top of Form

Hubungan antara aksesibilitas, visibilitas, dan posisi stand terhadap pendapatan pedagang ditampilkan dalam diagram berikut :

Gambar 1. Tingkat Aksesibilitas Terhadap Pendapatan

Gambar 2. Tingkat Visibilitas Terhadap Pendapatan

Gambar 3. Kategori Letak Terhadap Pendapatan

Bottom of Form

1. **Pembahasan**
2. **Karakteristik Posisi Pedagang di Lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik**

Posisi dalam kajian geografi merujuk pada kedudukan suatu objek atau aktivitas manusia di dalam ruang atau kawasan yang memiliki hubungan dengan sekitarnya. Posisi pedagang di lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik, menunjukkan karakteristik keruangan yang khas dan mencerminkan adanya pemanfaatan ruang. Kemudahan akses suatu lokasi ditentukan oleh sejumlah faktor, di antaranya aspek topografi, letak geografis kawasan, jaringan jalan, serta ketersediaan sarana transportasi dan pusat aktivitas masyarakat.

Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip merupakan kawasan hasil inisiatif pemerintah desa dan partisipasi aktif warga, yang awalnya memanfaatkan lahan pertanian sebagai ruang ekonomi produktif. Penataan kawasan ini dilakukan melalui sistem zonasi tidak resmi, dengan stand atau petak yang disesuaikan berdasarkan letak dan harga sewa. Tidak terdapat klasterisasi berdasarkan jenis tanaman yang dijual, setiap pedagang bebas menjual berbagai jenis tanaman hias. Kehadiran sentra ini diharapkan tidak hanya menjadi sarana pemasaran tanaman hias, tetapi juga meningkatkan pendapatan masyarakat, memperkuat ekonomi lokal, dan mengoptimalkan pemanfaatan ruang desa.

Pola penyebaran lokasi stand pedagang di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip cenderung menyebar di sepanjang jalan desa, dengan sebagian besar pedagang berada di sisi-sisi jalan utama maupun di dalam gang. Terdapat stand yang menempati lokasi strategis di tepi jalan raya, sehingga mudah terlihat dan diakses oleh pembeli, namun ada pula yang berada lebih ke dalam gang yang relatif kurang terlihat. Selain itu, tidak semua stand berada di area sentra yang dikelola secara kolektif, karena terdapat pula pedagang yang membuka usaha di lahan milik pribadi tanpa perlu membayar sewa tempat. Lingkungan sekitar lokasi sentra ini didominasi oleh akses jalan utama desa, serta berdekatan dengan pemukiman penduduk dengan jarak kurang lebih 200 meter, sehingga memudahkan konsumen dari sekitar wilayah tersebut untuk berkunjung.

Stand pedagang di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip umumnya memiliki aksesibilitas yang cukup baik bagi konsumen. Jalan utama menuju lokasi Sentra Tanaman Hias telah menggunakan konstruksi cor beton dan dapat dilalui kendaraan roda dua maupun roda empat. Sementara itu, akses internal menuju stand-stand yang berada di bagian dalam masih menghadapi sejumlah kendala. Gang pertama telah dipaving, namun gang kedua dan ketiga masih berupa jalan tanah material pasir. Pada musim hujan, ruas jalan tersebut cenderung menjadi becek, terutama jika dilalui kendaraan roda empat secara intensif. Meskipun demikian, permasalahan ini tidak tergolong parah karena masyarakat setempat secara rutin melakukan penimbunan ulang menggunakan pasir setiap tahun.

Selain kondisi fisik jalan, posisi stand terhadap jalan utama maupun pintu masuk sentra juga menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kemudahan akses pengunjung. Pedagang yang menempati stand di lokasi strategis, seperti di sekitar pintu masuk atau menghadap langsung ke jalur utama, umumnya memiliki tingkat kunjungan lebih tinggi. Hal ini karena lokasi tersebut sering menjadi area pertama yang dijangkau pembeli saat memasuki kawasan sentra. Berdasarkan temuan di lapangan, mayoritas pedagang menyadari bahwa memilih lokasi stand yang dekat dengan pintu masuk atau jalan utama berpengaruh besar terhadap kelancaran usaha, sebab semakin mudah stand diakses, semakin besar pula peluang menarik minat pengunjung.

Visibilitas merujuk pada sejauh mana suatu lokasi dapat terlihat secara jelas oleh pengunjung.

Sebagian besar stand pedagang di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip memiliki tingkat visibilitas yang cukup baik, terutama yang berada di tepi jalan utama desa. Lokasi stand yang langsung menghadap jalan membuat keberadaan pedagang mudah terlihat oleh pengunjung maupun pengguna jalan yang melintas.

Namun, terdapat pula beberapa stand yang posisinya berada di dalam gang atau agak masuk ke belakang, sehingga visibilitasnya cenderung terbatas dan kurang menarik perhatian dari luar. Selain faktor posisi, keberadaan papan nama, medeia promosi, kedekatan dengan fasilitas seperti musholla, warung sederhana dan taman sederhana juga turut memengaruhi tingkat visibilitas stand.

Sebagian pedagang telah memasang papan nama sederhana di depan stand mereka sebagai penanda, meskipun belum semuanya memanfaatkan spanduk, banner, atau hiasan visual lainnya untuk menarik perhatian calon pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa visibilitas stand pedagang di lokasi sentra masih bervariasi, tergantung dari posisi dan upaya promosi masing-masing pedagang.

Kategori letak stand pedagang di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip dikelompokkan berdasarkan jarak dari jalan utama atau pintu masuk sentra, dengan rentang jarak yang telah ditentukan. Kategori pertama adalah posisi sangat dekat, yaitu stand yang berjarak antara 0 hingga 81 meter dari jalan utama yang menunjukkan tingkat aksesibilitas dan visibilitas yang paling baik. Selanjutnya, kategori dekat mencakup stand yang berada pada jarak 82 hingga 162 meter, masih tergolong mudah diakses namun tidak seoptimal posisi sangat dekat. Kategori agak jauh mencakup jarak 163 hingga 243 meter dengan skor 2, sedangkan kategori jauh berada pada jarak 244 hingga 325 meter. Semakin jauh letak stand dari jalan utama atau pintu masuk sentra, maka semakin rendah pula tingkat aksesibilitas dan visibilitasnya. Pembagian kategori ini digunakan sebagai acuan dalam menilai perbedaan posisi stand terhadap potensi pendapatan pedagang di kawasan sentra tanaman hias.

Di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip tidak terdapat pengelompokan resmi atau klasterisasi pedagang berdasarkan jenis tanaman yang dijual, sehingga setiap pedagang bebas menawarkan berbagai macam tanaman hias sesuai preferensi masing-masing. Meskipun demikian, adanya perbedaan tarif sewa lahan menyebabkan distribusi posisi stand pedagang menjadi tidak merata. Stand yang terletak di bagian depan atau dekat jalur utama cenderung memiliki biaya sewa yang lebih tinggi dibandingkan dengan stand yang berada di tengah atau belakang. Kondisi ini secara tidak langsung memengaruhi tingkat visibilitas dan peluang pendapatan pedagang, karena stand yang berada di posisi depan lebih mudah terlihat oleh pengunjung dan memiliki akses yang lebih strategis. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa lokasi pedagang lebih terkonsentrasi di area depan, yang dinilai lebih menguntungkan dari segi jumlah kunjungan dan kemudahan interaksi antara pedagang dan pembeli.

Berdasarkan pembahasan, karakteristik posisi pedagang di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip merefleksikan konsep keruangan dalam ilmu geografi, di mana ruang dimanfaatkan secara fungsional untuk mendukung aktivitas ekonomi. Aspek aksesibilitas, visibilitas, dan letak stand menunjukkan adanya diferensiasi spasial yang berhubungan dengan interaksi antara pedagang dan konsumen. Dari sudut pandang keruangan, posisi pedagang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fisik wilayah, tetapi juga oleh dinamika sosial dan ekonomi.

1. **Perbedaan Posisi Pedagang Terhadap Pendapatan Di Lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip**

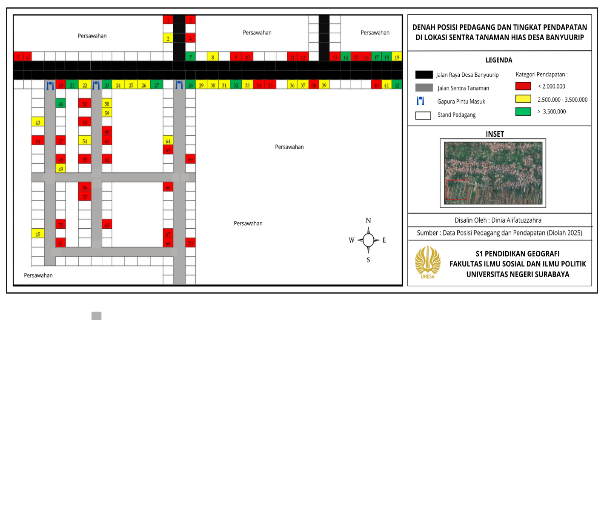
Dalam teori lokasi yang dikemukakan oleh Von Thunen (1826), suatu kegiatan ekonomi akan berlokasi di tempat yang mampu memberikan keuntungan maksimal. Lokasi strategis dinilai berdasarkan kedekatannya dengan pusat pasar, biaya transportasi, dan nilai hasil produksi. Semakin dekat suatu lokasi terhadap pusat aktivitas, semakin tinggi nilai ekonominya karena biaya distribusi rendah dan aksesibilitas tinggi. Tjiptono (2015) menyatakan bahwa lokasi usaha merupakan tempat berlangsungnya aktivitas produksi dan distribusi barang dan jasa yang memiliki nilai ekonomi. Dalam hal ini, posisi pedagang di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip menjadi faktor penting yang kaitannya dengan tingkat pendapatan.

Gambar 1. Denah Posisi Pedagang dan Tingkat Pendapatan di Lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip

Perbedaan posisi pedagang dalam suatu lokasi usaha memiliki peran yang berpotensi memengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh. Hal ini dikarenakan posisi di bagian depan atau dekat akses utama, cenderung lebih mudah dijangkau dan terlihat oleh pengunjung dibandingkan dengan posisi yang berada di tengah atau belakang. Oleh karena itu, pada sub bab ini akan dibahas mengenai perbedaan posisi pedagang terhadap pendapatan di lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik, guna mengetahui bagaimana hubungan perbedaan posisi terhadap variasi pendapatan yang diterima oleh para pedagang.

Posisi pedagang di lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori, yaitu posisi sangat dekat, dekat, sedang, dan jauh dari akses jalan utama. Posisi sangat dekat adalah yaitu posisi stand pedagang yang berjarak antara 0 hingga 81 meter dari jalan utama. Selanjutnya, kategori dekat mencakup stand yang berada pada jarak 82 hingga 162 meter Kategori agak jauh mencakup jarak 163 hingga 243, sedangkan kategori jauh berada pada jarak 244 hingga 325 meter.

Adapun posisi jauh adalah pedagang yang menempati bagian belakang atau paling ujung dari kawasan sentra, sehingga memiliki tingkat akses yang paling rendah dibanding posisi lainnya. Berdasarkan hasil observasi, jumlah pedagang yang menempati posisi sangat dekat sebanyak 41 pedagang, posisi dekat sebanyak 20 pedagang, posisi sedang sebanyak 3 pedagang, dan posisi jauh sebanyak 6 pedagang. Pembagian posisi ini menjadi dasar dalam menguraikan perbedaan pendapatan antar pedagang di lokasi tersebut.

 Berikut merupakan denah posisi pedagang di Sentra Tanaman Hias :

Berdasarkan gambar denah posisi pedagang terhadap tingkat pendapatan pedagang di lokasi sentra tanaman hias Desa Banyuurip, posisi pedagang terdiri atas tiga aspek utama, yaitu aksesibilitas, visibilitas, dan letak stand. Ketiga aspek tersebut memiliki hubungan terhadap besaran variasi pendapatan yang diperoleh pedagang.

Aksesibilitas merupakan tingkat kemudahan pengunjung dalam mencapai lokasi usaha atau stand pedagang. Di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, aksesibilitas pedagang berkaitan erat dengan posisi stand yang ditempati, yang dapat dikategorikan menjadi sangat mudah, mudah, agak sulit, dan sulit diakses. Posisi sangat mudah diakses terdapat pada stand yang berada di bagian sangat dekat dengan jalan utama, sedangkan posisi mudah diakses berada sedikit lebih ke dalam. Posisi agak sulit dan sulit diakses terdapat pada stand yang berada di bagian tengah hingga belakang kawasan sentra.

Berdasarkan hasil penelitian, meskipun posisi dengan aksesibilitas sangat mudah memiliki jumlah pengunjung lebih banyak, mayoritas pedagang di posisi tersebut justru memiliki pendapatan rendah hingga sedang. Hal ini disebabkan oleh persaingan dagang dan menurunnya daya beli masyarakat, sehingga pendapatan pedagang relatif rendah. Sementara itu, pedagang yang berada di posisi agak sulit dan sulit diakses memang mayoritas berpendapatan rendah, namun terdapat beberapa pedagang yang mampu memperoleh pendapatan sedang harga jual lebih tinggi atau memiliki pelanggan tetap. Dengan demikian, aksesibilitas memang memengaruhi perbedaan pendapatan pedagang, tetapi tidak sepenuhnya menjadi faktor utama penentu pendapatan di lokasi tersebut.

Visibilitas merupakan tingkat keterlihatan atau sejauh mana stand pedagang dapat terlihat secara langsung oleh pengunjung yang datang ke lokasi usaha. Di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip, visibilitas pedagang terbagi menjadi empat kategori, yaitu sangat terlihat, cukup terlihat, kurang terlihat, dan tidak terlihat, yang berkaitan dengan posisi stand terhadap jalan utama dan jalur pengunjung.

Berdasarkan data yang diperoleh, meskipun pedagang dengan visibilitas sangat terlihat memiliki peluang menarik perhatian lebih besar, mayoritas pedagang di posisi tersebut tetap berpendapatan rendah hingga sedang karena menurunnya daya beli dan perbedaan jenis produk antar pedagang. Sementara itu, pedagang dengan visibilitas kurang terlihat atau tidak terlihat mayoritas juga berpendapatan rendah, namun terdapat beberapa yang memiliki pendapatan sedang hingga tinggi karena menjual jenis tanaman dengan nilai jual tinggi atau melayani pembeli tetap. Hal ini menunjukkan bahwa visibilitas memang berkaitan dengan perbedaan pendapatan pedagang, namun bukan satu-satunya faktor yang menentukan, melainkan perlu didukung oleh strategi penjualan dan keunikan produk yang ditawarkan.

Berdasarkan gambar denah posisi pedagang terhadap pendapatan, dapat diketahui bahwa posisi stand pedagang sangat dekat dengan akses utama memiliki tingkat aksesibilitas, visibilitas, dan lalu lintas pengunjung yang lebih tinggi, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pedagang yang berada di posisi sangat dekat justru memiliki pendapatan yang relatif rendah, hanya sebagian berpendapatan sedang, dan hanya 12 orang yang memiliki pendapatan tinggi. Sementara itu, pada posisi dekat, agak jauh, dan jauh, mayoritas pedagang juga memiliki pendapatan rendah hingga sedang sebagaima persebaran tingkat pendapatan pada gambar denah.

Pendapatan pedagang di lokasi Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip mayoritas masih tergolong relatif rendah di bawah Rp 2.000.000 perbulan yaitu sebanyak 38 orang. Sementara itu, sebanyak 29 pedagang berada pada kategori sedang dengan pendapatan Rp2.000.000-Rp3.500.000 perbulan. Dan sebanyak 12 pedagang yang masuk dalam kategori tinggi dengan pendapatan > Rp3.500.000 per bulan. Rata-rata pendapatan seluruh pedagang adalah sebesar Rp1.700.000 per bulan, yang berada jauh di bawah Upah Minimum Kabupaten (UMK) Gresik tahun 2025 sebesar Rp4.874.133, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang berada pada tingkat kesejahteraan ekonomi menengah ke bawah.

Meskipun demikian, sebagian pedagang yang menempati lokasi di sedang dan jauh yang secara aksesibilitas dan visibilitas dinilai kurang memadai, ternyata mampu memperoleh pendapatan kategori sedang. Hal ini disebabkan oleh jenis tanaman hias yang mereka jual memiliki nilai jual yang cukup, seperti tanaman koleksi, atau tanaman dengan perawatan khusus. Meskipun jumlah transaksi tidak sebanyak pedagang di area depan, nilai per transaksi yang cukup tetap memberikan pendapatan. Temuan ini menunjukkan bahwa selain faktor lokasi, jenis produk dan strategi penjualan juga menjadi penentu utama dalam keberhasilan usaha pedagang.

Dalam penelitian ini, letak stand diklasifikasikan menjadi sangat dekat, dekat, sedang, dan jauh. Pedagang yang menempati bagian sangat dekat masih mayoritas memiliki pendapatn rendah. Variasi posisi pedagang menjadi salah satu unsur yang berkaitan dengan perbedaan tingkat pendapatan. Ketimpangan kondisi keruangan menyebabkan perbedaan intensitas kunjungan dan peluang terjadinya transaksi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan posisi pedagang terhadap pendapatan yang diperoleh, khususnya dalam hal kemudahan akses bagi pengunjung serta keterlihatan produk yang ditawarkan. Temuan penelitian tidak sepenuhnya sejalan dengan teori Von Thunen, namun sejalan dengan teori August Lösch yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh lokasi, melainkan juga oleh potensi pasar dan faktor sosial ekonomi lainnya. Lokasi stand yang berada di dekat pintu masuk maupun jalur utama cenderung lebih dahulu terlihat dan dikunjungi oleh konsumen. Dari sudut pandang geografis, faktor aksesibilitas dan visibilitas memengaruhi pola distribusi pendapatan yang tidak merata antar pedagang, meskipun pola ini juga dipengaruhi oleh aspek lain seperti jenis komoditas yang dijual.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin dekat lokasi stand dengan pintu masuk atau area pusat aktivitas, maka semakin besar peluang pedagang untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Meskipun demikian, hasil penelitian juga memperlihatkan adanya pedagang yang menempati posisi bagian dekat, agak jauh namun tetap memiliki pendapatan kategori sedang, meskipun tidak terjadi secara merata.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis letak stand dalam arti dekat, mudah terlihat, dan berada di jalur utama maka semakin besar pula potensi pendapatannya. Hal ini menujukkan bahwa posisi bukan satu-satunya faktor penentu, namun tetap menjadi komponen dominan dalam membentuk struktur ruang ekonomi di kawasan sentra.

Hasil penelitian juga sesuai dengan Hajrah, Zakariah & Novita yang menjelaskan bahwa pedagang yang memilih lokasi strategis, seperti di daerah yang mudah diakses, memiliki lalu lintas tinggi, atau dekat dengan pusat perdagangan, cenderung memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang berada di lokasi kurang strategis.

**PENUTUP**

1. **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Posisi pedagang di Sentra Tanaman Hias Desa Banyuurip mencerminkan pola pemanfaatan ruang yang khas sebagai bentuk adaptasi terhadap ruang ekonomi lokal, yang ditinjau dari tiga aspek utama, yaitu aksesibilitas, visibilitas, dan letak stand. Sebagian besar pedagang menempati lokasi dengan aksesibilitas sangat mudah dan mudah dijangkau, visibilitas tinggi karena berada di jalur utama yang berpotensi menarik pengunjung, serta mayoritas menempati bagian depan sentra. Karakteristik tersebut menunjukkan adanya diferensiasi spasial yang memengaruhi interaksi ekonomi, dipengaruhi oleh faktor fisik maupun pertimbangan sosial ekonomi.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan adanya perbedaan posisi pedagang terhadap pendapatan yang diperoleh, hal ini menunjukkan bahwa posisi strategis tidak sepenuhnya menjamin tingginya pendapatan pedagang, sehingga hasil penelitian lebih sejalan dengan teori August Losch yang menegaskan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh lokasi, melainkan juga oleh potensi pasar, daya beli konsumen, strategi usaha, dan faktor sosial ekonomi lainnya. Dengan demikian, posisi pedagang memiliki peran penting dalam membentuk struktur ruang ekonomi, namun bukan menjadi satu-satunya faktor yang menentukan tingkat pendapatan di kawasan sentra tanaman hias tersebut.

1. **Saran**
2. Untuk penelitian selanjutnya, bagi pemerintah desa dan pengelola sentra tanaman hias, diharapkan mendukung pengembangan dan penyediaan fasilitas yang merata di seluruh kawasan sentra.
3. Bagi pedagang di Sentra Tanaman Hias, disarankan untuk lebih memperhatikan penataan dan pemilihan jenis tanaman yang tepat, meskipun lokasi usahanya berada agak jauh dari jalur utama, produk yang ditawarkan tetap terlihat dan menarik perhatian pengunjung.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan membedakan pendapatan kotor dan pendapatan bersih agar analisis lebih tepat, serta menambahkan variabel memiliki kaitan dengan penelitian untuk memperoleh hasil yang lebih menyeluruh.

**DAFTAR PUSTAKA**

Heizer, J., & Rander, B. (2015). Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. Jakarta: Salemba Empat.

Kuncoro, M. (2018). Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Tradisional". Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 45-50.

Mianto, D. R. (2018). Pengaruh Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa (Studi Pada Usaha Kafe Berskala Mikro/Kecil Sekitar Kampus di Kota Malang). Universitas Muhammadiyah Malang.

Ramadhan, M. (2021). Metode Penelitian. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Safitri, R. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Produk, Harga Kompetitif, Lokasi. Jurnal Manajemen Terapan, 524-533.

Solimun, Armanu, & Fernandes , A. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem : Mengungkap Novelty dan Memmenuhi Validitas. Malang: Brawijaya Press.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Alfabeta.

Syahrial, R. (2022). Dampak Relokasi Pasar Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Kedungmaling Kabupaten Mojokerto. Swara Bhumi.

Tarigan. (2005). Perencanaan Pembangunan Wilayah. Jakarta: Bumi Aksara.

Wibowo, B. (2019). Strategi Pemilihan Lokasi dan Kinerja Penjualan Usaha". Surabaya: Penerbit Manajemen Bisnis.

Zakia, Y. F., & Suparta, I. (2024). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Agribisnis Tanaman Hias Di Desa Banyurip Kedamean Kabupaten Gresik. Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi. , 48-61.