

---

## AGEN PEDAGANG PISANG: DISTRIBUSI JARINGAN PEMASARAN OLEH IBU-IBU

### *BANANAS TRADER AGENCY: MARKETING NETWORK DISTRIBUTION BY MOTHERS*

<sup>1</sup>Wa Ode Sarianti, <sup>2</sup>La Ode Topo Jers

<sup>1,2</sup> Jurusan Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Halu Oleo,  
Kampus Hijau Tridarma, Anduonohu Jl. H.E.A. Mokodompit, Kendari,  
93232, Indonesia

\*Email Korespondensi : [sarianti.antropologi@gmail.com](mailto:sarianti.antropologi@gmail.com)

---

#### ABSTRAK

Tujuan dari Penelitian ini yaitu untuk memahami serta mendeskripsikan strategi pedagang pengecer dalam memasarkan pisang di pasar Matakidi Kecamatan Barangka Kabupaten Muna Barat. menggunakan teknik penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dilaksanakan melalui pengamatan biasa, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa cara yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam memasarkan pisang di pasar matakidi adalah dengan strategi promosi terhadap langganan serta menentukan harga jual pisang dalam hitung perbuah dan hitung sisir. Hubungan langganan sering terjadi karena adanya hubungan persahabatan, persaudaraan bahkan hubungan tetangga. Dari hubungan tersebut dapat memicu seseorang dari seorang pembeli bisa menjadi langganan tetap. Nilai merupakan salah satu faktor urgen yang mempengaruhi dalam pemasaran khususnya dalam perdagangan pisang, sedangkan harga setiap pisang yang dijual berbeda-beda tergantung ukuran jenis pisangnya. Pisang yang dijual dengan cara hitung buah yaitu pisang kepok dan pisang awak, sedangkan jenis pisang lainnya dijual berdasarkan persisir.

**Kata Kunci:** Agen, Pedagang, Jaringan Pemasaran.

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to identify and describe the strategy of retailers in marketing bananas at the Matakidi market, Barangka sub-district, muna barat district., using qualitative descriptive research methods with data collection carried out through ordinary observations, in-depth interviews and documentation. The result of this study indicate that the strategy adopted by retailers in marketing bananas in the matakidi market is promotion strategy for subscription and determining the selling price of bananas in counting the the pieces and counting the combs. Subription relationship offten occur because of friendship brotherhood and even neighbor relations. Form the relationship can trigger someone from a buyer can become a regular customer. Prices is one of the important factors that influence marketing, especially in the banana trade, while the price of each banana sold varies depending on the size of the type of banana. The bananas that are sold by counting the fruit are kepok bananas and crew bananas, while other types of bananas are sold on the basis of coasts.*

**Keywords:** Agents, Merchant, Network Marketing.

---

## PENDAHULUAN

Penjual merupakan masyarakat yang melaksanakan penjualan guna memperdagangkan barang yang tidak diproduksi sendiri, dengan tujuan guna mendapatkan keuntungan. Penjual dapat di jumpai di pasar atau di pinggir jalan. Dalam melakukan perdagangan setiap pedagang mempunyai strategi, misalnya pedagang mencari barang dagangan sendiri dan ada juga pedagang yang mencari barang dagangan melalui agen. (Damsar, 2009).

Agen merupakan orang yang membeli pisang pada masyarakat dan menjualnya kembali dipasar kepada pedagang pengecer. Dalam memasarkan dagangannya, agen ini memiliki strategi agar pisang bisa terjual sama pedagang pengecer yang ada di pasar. Masyarakat Desa Waulai khususnya kaum wanita terdapat beberapa orang yang bekerja sebagai pedagang pisang. Pisang yang mereka jual selain dari hasil kebun, mereka juga membelinya dari anggota masyarakat yang lain dengan nilai ekonomis kemudian diperdagangkan kembali dengan nilai yang tidak jauh beda dengan harga yang dibeli dengan tujuan agar bisa kembali modal dan bisa di gunakan kembali untuk modal selanjutnya. Harga

setiap pisang berbeda-beda tergantung jenis dan kualitas pisang yang mereka jual. Setiap pedagang membentuk jaringan langganan, masing-masing pedagang memiliki pemasok langganan dan juga pembeli langganan.

Masyarakat Desa Waulai Kecamatan Barangka merupakan sekelompok masyarakat yang keadaan sosial ekonominya beraneka ragam dengan mata pencaharian yang dominan adalah usaha tani. Masyarakat khususnya bagi wanita terdapat beberapa orang yang bekerja sebagai pedagang pisang. Mereka tidak menjual pisang dengan menggunakan kios melainkan menjejerkan pisang disekitar jalan yang sebagai tempat keluar masuk pengunjung pasar. Adapun jenis pisang yang dijual seperti pisang raja, pisang awak, pisang kepok, pisang raja sereh, pisang ambon, pisang badak, dan lain-lain. Dengan adanya strategi dalam melakukan penjualan dapat memudahkan seorang dalam melaksanakan transaksi jual beli antara penjual dengan pembeli yang ada di pasar. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui dan mendeskripsikan strategi pedagang pengecer aliansi memasarkan pisang dipasar Matakidi Kecamatan Barangka Kabupaten Muna Barat

Penelitian yang serupa dengan agen pedagang pisang studi : distribusi jaringan pemasaran sebelumnya telah dikaji oleh berbagai pihak diantaranya yaitu : Bahrul, 2015; Aisyah, 2015; Rahim, 2016; sholihah, 2017; syofyan, 2017; Barlin, 2019; Bukhari, 2017; Indrawati, 2014; Indah, 2014; Saputra, 2014; Popy, 2014; Rani, 2019;

Adapun teori yang digunakan dalam observasi ini yaitu teori Ekonomi Personalisme Szanton, dalam teori ini berprinsip bahwasanya pendekatan ini menekankan studi kepada proses kontak-kontak sosial dalam sistem ekonomi atau sebagai pertukaran sosial dalam gejala pasar. penggunaan istilah tersebut dilandasi adanya kontak sosial dalam masyarakat. Dimana dalam setiap kontak baik secara individu maupun secara sosial budaya, secara tidak langsung akan terjadi pertukaran nilai-nilai budaya. Studi antropologi ekonomi personal lebih diarahkan pada gejala pasar. dimana asumsinya adalah pasar adalah komunitas ekonomi terbesar dan kompleks, sehingga dari gejala tersebut akan menimbulkan adanya hubungan berlangganan. Personalisme ini berfungsi untuk

meminimalkan resiko rugi dalam perdagangan. Dengan adanya hubungan personal antara agen pedagang pisang dengan pedagang pengecer yang ada di pasar matakidi maka kelangsungan penjualan pisang tersebut dengan harga yang baik dapat dijaga, dan pembayaran dapat dilakukan ketika agen membawakan pisang di pasar atau di rumah pedagang pengecer. Dengan adanya hubungan tersebut maka secara tidak langsung akan menimbulkan hubungan langganan antara keduanya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Waulai Kecamatan Barangka Kabupaten Muna Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan Etnografi menurut Spradley (1997) yang bersifat holistic integratif, deskriptif dan mendalam serta analisis kualitatif dalam rangka mendapatkan pemahaman pedagang dan agen yang diteliti dengan menggunakan pengamatan biasa.

Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teori Ekonomi Personalisme Szanton kemudian dipaparkan kedalam kata-kata maupun kalimat sehingga menghasilkan kesimpulan yang dapat menjawab masalah-masalah yang telah diuraikan dalam observasi ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam melakukan suatu perdagangan dibutuhkan adanya jaringan pemasaran dan strategi yang dilakukan untuk tetap bertahan dalam suatu perdagangan.

### **Strategi Pedagang Pengecer dalam Memasarkan Pisang di Pasar**

#### ***Strategi Promosi Terhadap Langganan***

Hubungan langganan sering terjadi karena adanya hubungan persahabatan, hubungan tetangga bahkan hubungan persaudaraan. Dari hubungan tersebut dapat memicu seseorang yang dulunya sebagai pembeli bisa menjadi langganan tetap, agar hubungan komunikasi

dengan pembeli yang akan menjadi langganan bisa terjalin dengan baik maka diperlukan suatu pola komunikasi yang baik antara pedagang dengan pembeli.

Strategi yang dilakukan untuk menarik perhatian pembeli agar menjadi langganan adalah dengan cara mengikuti kemauan atau keinginan pembeli. Biasanya pembeli merasa bosan jika setiap hari harus membeli pisang satu sisir karena terkadang satu sisir pisang itu buahnya banyak. Jadi jika pembeli menawar yang hanya mau membeli 5 ribu saja dituruti dengan cara membagi satu sisir pisang menjadi beberapa bagian dengan harga 5 ribu atau biasa hitung buah. Kalau hitung buah, harga 5 ribu mendapatkan 7-6 buah pisang. Dengan begitu pembeli akan merasa senang dan nyaman dan bisa menjalin hubungan langganan. Jika pembeli yang sering membeli pisang kepada pedagang tertentu, maka secara tidak langsung akan terjadi hubungan langganan. Dengan adanya hubungan langganan tersebut dapat memudahkan seorang pembeli dalam menentukan harga, pedagang dengan mudah memberikan kualitas yang sangat ekonomis. Hal ini dikarenakan pedagang sudah mengetahui pembeli tersebut, sedangkan pembeli akan mendapatkan keterangan tentang nilai dan bobot pisang yang akan dibeli.

Jika antara pembeli dengan pedagang sudah terikat dengan adanya hubungan langganan maka seorang pedagang akan memberikan diskon harga atau sesuai dengan harga penawaran dari pembeli yang menjadi langganan. Pembeli yang menjadi langganan bisa bernegosiasi dalam masalah pembayaran, misalkan pembeli bisa membayar harga pisang yang diambil pada pasar berikutnya yaitu 3 hari kedepan.

### ***Menentukan Harga Jual Pisang dalam Hitung Perbuah dan Hitung Sisir***

Pasar tradisional yang ada di Kecamatan Barangka Kabupaten Muna Barat yaitu pasar Matakidi, dimana pedagang yang melakukan perdagangan di pasar tersebut yaitu pedagang, mereka tidak akan menaikkan harga secara individu tanpa berdiskusi atau tanpa kesepakatan dari teman-teman pedagang lainnya. Hal itu dikarenakan jika pisang yang dijual dengan nilai yang berbeda dari satu pedagang kepedagang yang lain, maka konsumen akan berbelanja pisang kepedagang yang lain yang diajukan dengan nilai yang berkualitas.

Adapun pisang yang dijual dengan cara hitung buah yaitu cuman pisang tertentu yaitu pisang awak (*pisang manuru*) dan pisang kepok (*bogisi*) sedangkan jenis pisang lainnya dijual berdasarkan persisir. Adapun keuntungan yang mereka peroleh setiap harinya itu yaitu bisa ditafsirkan lebih dari Rp. 5.000,00 dalam satu sisir pisang, tergantung dari banyaknya buah pisang yang dijual. Harga pisang yang dijual dengan cara hitung buah dan persisir yang dicantumkan setiap pedagang sama dengan pedagang yang lain. hal ini dikarenakan apabila salah satu pedagang mencantumkan Harga pisang yang berbeda dengan pedagang yang lain, maka pembeli akan mencari pedagang pisang yang lain dengan harga yang berbeda dengan kualitas pisang yang bagus. Seorang pembeli akan tertarik dengan pisang yang dijual atau yang ditawarkan oleh seorang pedagang yang ada di pasar yaitu dari tekstur kematangannya. Harga pisang yang dijual berbeda-beda tergantung jenis dan ukuran pisang. Selain itu pembeli lebih tertarik ditingkat kematangannya yang tidak terlalu masak tergantung jenis pisang yang dijual.

Adapun penghasilan yang didapat selama satu hari itu tergantung banyaknya pisang yang dijual. Adapun pisang yang dijual sedikit minimal yang didapat sebanyak Rp. 200.000,00 kalau sebaliknya pisang yang dijual banyak penghasilan yang didapat yaitu Rp. 500.000,00. Intinya penghasilan yang didapat dalam berjualan satu hari tergantung banyaknya pisang yang dijual.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa adanya jaringan pemasaran yang dilakukan antara agen dengan pedagang pengecer ini dapat membuat hubungan keduanya terjalin dengan baik dan dapat berlangsung sampai seterusnya. Secara tidak langsung dari hubungan tersebut akan menimbulkan hubungan langganan antara agen pisang dan pedagang pengecer. Karena keduanya akan saling membutuhkan dalam melakukan pemasaran pisang di pasar Matakidi Kecamatan Barangka Kabupaten Muna Barat.

Hubungan yang terjadi antara pedagang dengan pembeli yang ada di pasar, hubungan langganan dapat terjadi karena adanya hubungan

persahabatan ataupun pesaudaraan. Dengan adanya penjual maka pembeli dapat terpenuhi kebutuhan yang dia mau misalnya pembeli dapat mendapatkan pisang dengan kualitas yang dia mau sedangkan penjual mendapatkan harga penjualan yang bisa dijadikan kembali untuk modal berikutnya dalam berjualan untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari. Harga setiap pisang yang dijual berbeda-beda tergantung ukuran jenis pisang. Pisang yang dijual dengan cara hitung buah yaitu pisang kepok dan pisang awak, sedangkan jenis pisang lainnya dijual berdasarkan persisir. Dari hasil perdagangan tadi, mereka gunakan sebagai untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga atau sebagai sumber kesejahteraan keluarga.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, (2015). Pedagang Kaki Lima Membandel Di Jawa Timur. *Jurnal Masyarakat Dan Kebudayaan Politik Tahun 2012, Volume 25 No. 1:47-55*
- Bahrul, K.A. (2015). Strategis Bertahan Hidup Komunitas Pedagang Asongan DiTerminal Amplas Medan. Program Studi Pendidikan Antropologi Sosial Dan Budaya 1 (1) (2015): 52-63
- Bukhari, MHSc. (2017). Pedagang Kaki Lima (Pkl) Dan Jaringan Sosial : Suatu Analisis Sosiologi Dosen Program Studi Sosiologi Universitas Syariah Kuala, Banda Aceh. *Jurnal Sosiologi Usk Volume 11 No. 1 Juni 2017.*
- Barlin, (2019). Strategi Penjual Jagung Rebus (Pjr) Dalam Menarik Pelanggan di Desa Amesiu Kecamatan Pondidaha Kabupaten Konawe Jurusan Antropologi Universitas Halu Oleo. *Jurnal Kerabat Antropologi Vol. 3, No.2, Januari-Juni 2019.*
- Damsar (2009). Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana Prenatal Media Group.
- Indrawati, T. (2014). Analisis sumber dalam penjualan di pasar Tradisional kota semarang fakultas ekonomi universitas Riau. *Jurnal Ekonomi, Vol,22, No.1 Tahun 2014*
- Popy. (2019) pedagang warung mobil studi Antropologi Ekonomi Kecamatan Baruga Kota Kendari Fakultas Ilmu Budaya Universitas Halu Oleo. *Jurnal Sosial dan Budaya, Volume 8, Nomor 2. Tahun 2019*

- Rani. (2019) Pengaruh Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan pedagang di Pasar Tradisional pasar minggu. Universitas Bina Sarana Informatika. *Volume 3, Nomor 1*.
- Rahim, A. (2016). Identifikasi Distribusi Saluran Pemasaran Kripik Tempe di Desa Pasir Agung Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Studi Kasus Usaha Keripik Tempe Ibu Pur. Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengairan Rokan Hulu.
- Sholihah, F.V. (2017). Dinamika Sosial Ekonomi Pada Distribusi Komoditas Pisang Skala Rakyat di Jawa Barat Fakultas Ekologi Manusia, Sekolah Pasca Sarjana, Institute Pertanian Bogor. *Solidity: Jurnal Sosiologi Pedesaan / April 2017*, Hal 52-60 /54.
- Spradley, James P, MZ Elizabeth, Amirudin. (1997). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Sofyan, T. (2017). *Strategis Berdagang Pedagang Kaki Lima (Pkl) Dikawasan Anjung Cahaya Tepi Laut Kota Tanjungpinang*. Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Maritime Raja Ali Haji 2017.