

ADAPTASI PELAKU USAHA KECIL PURWACENG DAN CARICA DALAM ANTISIPASI PASAR DI KECAMATAN KEJAJAR KABUPATEN WONOSOBO

Teguh Kismantoro^{adji*}, Indah Widowati*,
Partoyo^{**}, M. Husain Kasim^{**}, dan Eko Amiadji Julianto^{**},
*) Prodi Agribisnis, **) Prodi Agroteknologi,
Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
Jalan SWK 104 (Lingkar Utara) Condongcatur Sleman Yogyakarta 55184
email: kismantoro^{adji@gmail.com}

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsi, dan menganalisis (1) adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dengan lingkungan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan yang berkaitan dengan usaha kecil; dan (2) adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam melakukan antisipasi pasar berdasarkan teknologi dan organisasi yang berkaitan dengan kuantitas dan kualitas hasil produksi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan merupakan studi kasus tentang adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam melakukan antisipasi pasar. Wawancara dilakukan dengan prinsip triangulasi terhadap beberapa informan, yaitu lima orang informan pangkal, satu orang PPL, dua orang Tokoh Masyarakat, satu orang tokoh pelopor usaha kecil, dan tujuh orang informan kunci yang menjual atau memasarkan usahanya. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah teknik deskriptif analitik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan dan pilihan adaptasi lingkungan, baik lingkungan biofisik maupun lingkungan sosial dalam antisipasi pasar sangat ditentukan oleh pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan yang dimiliki setiap pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica. Pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica yang terbatas pemilikan lahan dan modal usaha kecil umumnya tidak mampu dalam antisipasi pasar, maka keputusan dan pilihan adalah (1) antisipasi pasar ke pedagang kecil, yang penting memperoleh harga lebih tinggi tanpa ada ikatan jangka panjang dan modal yang terbatas dapat segera dimanfaatkan serta cepat berputar, (2) antisipasi pasar ke pedagang menengah dengan ikatan jangka panjang dan tidak mencari harga tertinggi, berarti ada jaringan pemasaran dalam bentuk hubungan sosial patron-klien dan berperan sebagai mitra dagang, (3) pelaku usaha kecil yang mampu bertransaksi dengan pedagang besar dianggap mampu melakukan antisipasi pasar di Kabupaten Wonosobo dan sekitarnya, dan mampu memenuhi persyaratan lingkungan fisik dan lingkungan sosial dengan menerapkan teknologi dan membentuk organisasi yang berorientasi kuantitas maupun kualitas.

Kata kunci : Adaptasi, pelaku usaha, antisipasi, pasar

PENDAHULUAN

Hubungan faktor luar dengan keterbatasan faktor internal pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica mempengaruhi pengambilan keputusan dan pilihan

tertentu untuk melakukan adaptasi dengan lingkungan bio-fisik, lingkungan sosial, dan lingkungan pasar sesuai konsep pendekatan dinamika (Bennet, 1976). Konsep pendekatan dinamika adaptif ini merupakan suatu model sistem dengan subsistem-subsistemnya. Hubungan antara berbagai bagiannya dapat bersifat asimetrik, umumnya mempunyai kaitan timbal-balik (*reciprocal*) dan sekurang-kurangnya melalui suatu jalur umpan-balik. Keputusan dan pilihan itu merupakan ekspresi adaptasi terhadap lingkungan hidup dan proses perubahannya. Abdoellah (1990) menambahkan bahwa: "Keberadaan manusia sebagai makhluk sosial, yang hidup dalam keterbatasan waktu dan tempat menjadikan keseluruhan hidupnya tidak bisa dipisahkan dengan alam dan lingkungan sosial serta mereka berada pada posisi sebagai manusia yang tidak pasif di dalam menerima pengaruh lingkungannya secara aktif.

Dalam studi tentang pasar di Jawa, Dewey (dalam Sairin dkk, 2002: 100) menyatakan bahwa pasar dalam masyarakat agraris di Jawa merupakan komunitas pedagang yang mempunyai karakteristik kompetitif. Pasar sebagai komunitas juga merupakan suatu jaringan sosial bagi anggotanya dengan membentuk ikatan berdasar guna dalam *setting cultural* setempat. Sanderson (1993: 131) dan Nugroho (2001: 2) menyatakan bahwa pasar adalah sebuah institusi sosial atau serangkaian hubungan sosial yang terorganisasi di sekitar proses membeli dan menjual sesuatu yang berharga. Davis (dalam Sairin, dkk., 2002: 206) melengkapi bahwa aktivitas atau kegiatan pasar merupakan gejala yang sosial, personal dipenuhi oleh interest pribadi dan subjektivitas dari para pelakunya. Di dalam pasar juga terdapat kekuatan ekonomi pasar, yang dibangun dari banyak ragam dan macam barang yang diperjualbelikan dalam jumlah besar serta spesialisasi dan pembagian pekerjaan yang beroperasi secara efisien dan cepat.

Masalah perilaku pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam pengambilan keputusan dan pilihan dalam penerapan teknologi, kuantitas, dan kualitas hasil produksi serta organisasinya dalamantisipasi pasar sangat ditentukan oleh pengetahuan, pengalaman, dan pendidikan untuk melakukan proses adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam menghadapi perubahan keadaan lingkungan fisik dan lingkungan sosial yang sebenarnya.

Berkaitan dengan itu, penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan (1) bagaimana adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dengan lingkungan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan yang berkaitan dengan usaha kecil, dan (2) bagaimana adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam melakukan antisipasi pasar berdasarkan teknologi dan organisasi yang berkaitan dengan kuantitas dan kualitas hasil produksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang berguna untuk menggambarkan suatu realitas dan kondisi sosial dalam masyarakat dan berupaya memahami gejala sedemikian rupa dan tidak memerlukan kuantifikasi.

Wawancara mendalam dilakukan terhadap informan pangkal dan informan kunci. Informan pangkal digunakan untuk memberikan keterangan lebih lanjut tentang adanya individu lain yang dapat memberikan berbagai informasi lebih lanjut mengenai keterangan yang diperlukan (Koentjaraningrat, 1977). Informan pangkal ditentukan secara sengaja (purposif) dengan pertimbangan bahwa informan tersebut memiliki pengetahuan secara umum tentang keragaan pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dan segala aspek yang terkait dengannya serta mengenal jauh individu yang ditunjuk.

Prinsip triangulasi pengumpulan data juga dipraktikkan, dalam arti suatu tema pertanyaan tidak hanya diandalkan informasinya pada satu sumber, kebenaran informasinya disandarkan pada beberapa informan. Sumber dan jumlah informan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak lima orang informan pangkal, satu orang PPL, dua orang Tokoh Masyarakat, dan satu orang tokoh pelopor usaha kecil Purwaceng dan Carica, dan tujuh orang informan kunci yang menjual atau memasarkan hasil usaha kecil Purwaceng dan Carica. Pengumpulan data dalam penelitian ini ditempuh dengan dua teknik yaitu observasi dan wawancara. Observasi (pengamatan) dilakukan untuk memperoleh kondisi sesungguhnya dari adaptasi usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam melakukan

antisipasi pasar. Agar semuanya itu dapat terangkum, maka digunakan observasi partisipatif.

Teknik pengolahan data yang digunakan adalah teknik deskriptif analitik (Moleong, 1989: 198). Di samping itu, data diolah dan diinterpretasikan setelah dideskripsikan. Dengan demikian akhir dari pengolahan data memerlukan interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kehidupan pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica sehari-hari, rasionalisasi (Weber, dalam Johnson, 1986:220-221) menjelma dalam tindakan yang mendasarkan pada pertimbangan untung rugi dalam berinteraksi. Pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica adalah manusia yang bertindak secara ekonomi, yang di dalam ruang gerak individunya sendiri melakukan tindakan usaha yang sesuai dengan alokasinya. Hal ini terlihat dalam pemanfaatan peluang oleh pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam mengalokasikan sumberdaya.

Pengalaman, Pengetahuan, dan Pendidikan Pelaku Usaha Kecil Purwaceng dan Carica

Karakteristik usia pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica antara 50-55 tahun (71,43%) ternyata mendominasi usia pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica. Pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica Purwaceng dan Carica di Kecamatan Kejajar dalam melakukan usahanya, umumnya berdasarkan pengalaman orangtua, sendiri, teman pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica di sekitar wilayahnya yang berhasil. Rata-rata pengalaman informan dalam melakukan usaha Purwaceng dan Carica berkisar 10-20 tahun sebesar 57,14% dan 25-27 tahun sebesar 42,86%.

Pengetahuan pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam memahami pasar baik sebagai tempat penjualan hasil produksi Purwaceng dan Carica, sebagai jalinan kerjasama antara pelaku usaha kecil dengan pedagang, jaringan perdagangan, pusat informasi baik harga dan kebutuhan usaha kecil, maupun

pentingnya modal untuk menjamin kelangsungan aktivitas perdagangan. Pasar bagi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica Kecamatan Kejajar bukan hanya sebagai tempat penjualan (secara geografi) namun sudah dalam pengertian organisasi pasar (ekonomi).

Pelaku usaha kecil purwaceng dan carica yang menjual hasilnya ke **pedagang kecil** yang memahami bahwa pasar adalah merupakan suatu tempat untuk menjual hasil produksi, sebagai jaringan kerjasama dengan pedagang. Pedagang kecil adalah seorang pedagang yang membeli Purwaceng dan Carica ke pelaku usaha kecil untuk dipasarkan sendiri ke pasar lokal atau ke setiap kampung.

Pengalaman pelaku usaha kecil yang menjual carica kemasan plastik kecil Rp 1.500/buah, kemasan plastik besar Rp 3.700/buah, dan kemasan gelas kaca Rp 6.900/buah, serta purwaceng kemasan sachet Rp 5.000/buah. Berdasarkan pengalaman tersebut menjadi pengetahuan baginya bahwa untuk melakukan penjualan langsung ke pasar ada suatu jaringan kerja yang sudah melembaga antara pedagang dengan pelaku usaha merangkap sebagai pedagang dengan jumlah pengiriman tertentu sesuai permintaan pasar. Tindakan bagi pelaku usaha kecil yang menjual ke pedagang kecil memperoleh harga yang lebih baik dan dapat segera memanfaatkan uang kontan atau dengan kata lain modal yang terbatas miliknya lebih cepat berputar.

Pelaku usaha kecil purwaceng dan carica juga menjual produksinya ke **pedagang menengah** berdasarkan hubungan sosial dan ekonomi atas dasar kepercayaan dan keterbukaan nilai harga yang berlaku saat itu baik harga di pasar, biaya transpor, dan pungutan-pungutannya. Dalam menjual ke pedagang besar tidak memperoleh harga yang tinggi dibandingkan dengan harga di pasaran pada umumnya, namun keunggulannya adanya jaminan semua barang akan dibayar mundur setelah 2-3 minggu dan juga karena adanya jaringan hubungan sosial yang saling menguntungkan timbal-balik. Pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica yang menjual produksinya ke **pedagang besar** yang memiliki toko oleh-oleh di Kabupaten Wonosobo dan sekitarnya. Hal ini menandakan pelaku usaha kecil sudah mempunyai pengetahuan tentang pasar yang lebih luas.

Pelaku usaha kecil (42,85%) memiliki latar belakang pendidikan tidak tamat SD dan tamat SD. Relatif rendahnya latar belakang pendidikan formal ini diimbangi dengan tingginya pendidikan nonformal (57,14%) yang pernah mengikuti kursus, misalnya: penyuluhan tentang budidaya Purwaceng dan Carica, pengolahan, dan pengepakan.

Pendidikan bagi pelaku usaha kecil merupakan suatu masukan pengetahuan yang berguna untuk memperluas wawasan berpikir, sehingga memudahkan dalam memahami berbagai perubahan keadaan lingkungan secara luas baik lingkungan nonfisik (lingkungan sosial, lingkungan budaya, lingkungan pasar, maupun lingkungan konsumen yang semuanya berkaitan dengan kegiatan usaha kecil purwaceng dan carica serta dinamika kehidupan masyarakat setempat.

Pelaku usaha kecil melalui pendidikan dapat meningkatkan potensi wawasan intelektual dan moral yang dimiliki serta memberikan kemudahan dalam melakukan interaksi (investasi usaha, sosial, budaya, ekonomi) dengan pelaku usaha kecil lain, beserta masyarakat lainnya. Menurut pandangan Mosher (1973) bahwa pendidikan petani itu akan membantu pelaku usaha kecil menguasai konsep berpikir dan menerapkan cara-cara yang baik untuk memecahkan masalah yang dihadapi, sekaligus pendidikan pelaku usaha kecil itu dapat menciptakan suasana, iklim, lingkungan, dan kesempatan yang memungkinkan berkembangnya pelaku usaha kecil secara mandiri sebagai manajer usaha kecil atau pemimpin dalam masyarakat bisnis. Menurut pendapat responden bahwa latihan usaha kecil khususnya materi tentang pemasaran masih kurang. Jadi cara belajar dari

Dari seluruh uraian tentang pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan yang dilakukan pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica di Kecamatan Kejajar mendorong untuk berupaya melakukan adaptasi penerapan teknik pengolahan, pengepakan, dan pemasaran dalam usaha kecil selalu mempertimbangkan setiap perubahan keadaan lingkungan biofisik, lingkungan sosial, dan lingkungan pasar yang dikaitkan langsung dalam melakukan antisipasi pasar. Semua hal tersebut di atas tidak terlepas dari sistem pengetahuan yang dimiliki mereka (pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica) sebagai warisan nenek moyangnya dan sebagai

pengetahuan mereka sendiri, baik melalui pengalaman, pendidikan, penyuluhan maupun pergaulan.

Bennet (1976) juga mengemukakan tentang hubungan manusia dengan lingkungannya melalui suatu adaptasi, tidak terlepas dengan pengalaman yang telah dimilikinya. Di sini nampak bahwa kemampuan beradaptasi seseorang dituntut untuk mengembangkan tingkahlaku yang meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam melakukan antisipasi lingkungannya. Dengan demikian adaptasi merupakan suatu realitas yang lahir dari proses hubungan manusia dalam memenuhi kebutuhan demi tindakan pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica yang mencari keuntungan maksimum biasanya menjual hasil kepada pedagang kecil, menengah, dan pedagang besar. Menurut Weber merupakan tindakan rasionalitas instrumental karena memperhitungkan kesesuaian antara tujuan yang ingin dicapai dengan sarana untuk mencapainya (Weber dalam Johnson, 1986:220).

Dari seluruh uraian itu, dapat diartikan bahwa pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan sumberdaya yang dimilikinya, sebagaimana dikatakan McClelland (1997: 31) bahwa pada diri seseorang terdapat kebutuhan atau dorongan untuk berprestasi dan sebagai hasil dari pengamatan yang telah dilakukan, pengetahuan dan pendidikan yang diperoleh sehingga berpengaruh terhadap tindakannya. Tindakan pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica berdasarkan pengalaman dan kebiasaan dalam melakukan usaha kecil Purwaceng dan Carica, menurut Weber merupakan tindakan berorientasi tradisional yang digunakan apabila seorang individu bertindak semata karena berdasarkan kebiasaan yang muncul sebagai praktik yang telah mapan.

Adaptasi Pelaku Usaha Kecil Purwaceng dan Carica

Aktivitas pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica Kecamatan Kejajar dalam usaha kecil selalu beradaptasi dengan: (1) lingkungan fisik, meliputi: keadaan wilayah, lahan, sumber air, iklim, tanaman serta jenis tanah setempat yang dimanfaatkan pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica sebagai sumberdaya

yang ada untuk mendukung kelangsungan hidupnya, dan (2) lingkungan sosial adalah lingkungan hidup yang dipandang dari segi manusianya meliputi aktivitas pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam berinteraksi dengan orang lain (pedagang). Lingkungan fisik dan sosial itu secara langsung mempengaruhi teknologi dan organisasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica yang berhubungan dengan kuantitas dan kualitas hasil produksi Purwaceng dan Carica dalam melakukan tindakan antisipasi pasar.

Adaptasi adalah sistem tingkah laku yang terbentuk sebagai akibat adanya penyesuaian manusia terhadap perubahan lingkungan di sekitarnya, dalam upaya menjaga hubungan timbal-balik yang seimbang dalam menerima masukan dari ekosistem agar bisa *survive*. Menurut Abdoellah (1990) bahwa adaptasi secara tidak langsung merupakan dinamika yang tinggi, sebab lingkungan dan manusianya terus-menerus selalu berubah dan individu berusaha untuk memaksimalkan kesempatan hidupnya.

Pada hakikatnya perilaku pelaku usaha kecil dalam adaptasi dengan faktor biofisik merupakan pendukung sistem produksi, karena pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica juga melakukan tindakan konservasi yang ditunjukkan adanya tumpukan batu di setiap petakan pada lahan dengan kelerengan tinggi (curam) dan juga pada turunan air di setiap petakan lahan dengan harapan erosi tanah tidak begitu parah.

Perubahan teknologi pengolahan dan pengepakan Purwaceng dan Carica bagi pelaku usaha kecil (informan), mencerminkan kebutuhan pelaku usaha kecil untuk meningkatkan produktivitas berdasarkan hasil interaksi sosial dalam komunitas desa, terutama antara pelaku usaha kecil dengan pedagang, penyuluh, dan lainnya. Tindakan menggunakan teknik pengolahan dan pengepakan, diawali dari: (1) dipikirkan untung ruginya, (2) menghindari risiko, (3) waktu yang dibutuhkan untuk pembaruan teknologi bagi pelaku usaha kecil umumnya cukup lama.

Penetapan usaha kecil dan penerapan teknologi yang diajarkan orangtua (turun-temurun) merupakan teknologi khas setempat (*indigenous technology*) yang sudah sesuai, baik dengan lingkungan dalam bentuk pengolahan,

pengepakan, maupun pemasarannya. Artinya, jenis usaha kecil, jumlah (kuantitas), mutu (kualitas), dan organisasi pemasarannya sudah memperhitungkan fluktuasi harga dan permintaan pasar. Penerapan teknologi diwujudkan mampu membuat usaha kecil Purwaceng dan Carica bertahan. Bentuk tindakan adaptif inilah bagi pelaku usaha kecil merupakan sistem peralatan dan perlengkapan hidup yang digunakan untuk menunjang kehidupan beserta keluarganya (*survival*) sepanjang tahun.

Penggunaan teknologi pascapanen yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica, ditambah dengan pedagang yang memiliki kemampuan keterampilan teknis dan ekonomi (modal), serta jaringan pemasaran hasil usaha kecil ke pasar, di samping cara penyimpanan yang baik, cara pemilihan kualitas Purwaceng dan Carica (*grading*), dan cara pengepakan yang baik. Umumnya pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica yang menjual hasil Purwaceng dan Carica ke pedagang (kecil, menengah, dan besar), belum menggunakan teknologi pascapanen yang baik, karena keterbatasan keterampilan dan modal. Mengingat modal yang terbatas dan perlu perputaran cepat dalam waktu pendek, maka tindakan pelaku usaha kecil dalam menjual hasil produksi Purwaceng dan Caricanya langsung dijual dan kurang mementingkan kualitas.

Antisipasi Pasar Pelaku Usaha Kecil Purwaceng dan Carica

Realitas di lapangan, para pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica berinteraksi dengan pedagang kecil, menengah, dan besar. Jika ke pedagang kecil, Purwaceng dan Carica dipasarkan sendiri ke pasar lokal atau ke setiap kampung. Karena transaksinya adalah hubungan pribadi jangka pendek (saat jual-beli berlangsung) dan setiap pihak berupaya keras untuk mencapai keuntungan maksimal dalam transaksi itu. Hubungan transaksi tersebut menurut Kusnadi (2001) disebut transaksi impersonal (*impersonal transactions*). Transaksi impersonal adalah hubungan antara penjual (pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica) dengan pedagang kecil yang tidak diikat oleh hubungan-hubungan pribadi berdimensi jangka panjang, artinya hubungan sosial di antara mereka hanya terbatas pada saat transaksi berlangsung, sekaligus merupakan perilaku timbal-

balik (*reciprocity*), karena ditemui adanya gerakan bolak-balik antartitik-titik hubungan dari kelompok-kelompok sejajar.

Pelaku usaha kecil yang bertransaksi dengan pedagang menengah, mampu membuat ikatan jangka panjang dan tidak mencari harga tertinggi, namun menciptakan jaringan pemasaran dalam bentuk hubungan sosial patron-klien dan berperan sebagai mitra dagang.

Pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica yang menjual hasil produksi ke pedagang besar, berdasarkan hubungan sosial dan ekonomi atas dasar kepercayaan dan keterbukaan nilai harga yang berlaku saat itu baik harga di pasar. Pelaku usaha kecil yang mampu bertransaksi dengan pedagang besar dianggap mampu melakukan antisipasi pasar di Kabupaten Wonosobo dan sekitarnya, dan mampu memenuhi persyaratan lingkungan fisik dan lingkungan sosial dengan menerapkan teknologi dan membentuk organisasi yang berorientasi kuantitas maupun kualitas

Alasan pelaku usaha kecil mitra memilih menjual ke pedagang besar adalah: (1) produksi relatif lebih banyak dapat terjual dan (2) harga Purwaceng dan Carica relatif stabil, pada saat produksi melimpah maupun sedikit. Sistem transaksi atau hubungan pertukaran antara pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dengan pedagang besar adalah hubungan kerjasama (sosial) yang berdimensi jangka panjang. Hubungan transaksi disebut transaksi personal atau *personal transactions* (Kusnadi (2001), karena, pertimbangan sosial lebih sering mewarnai keputusan transaksi agar menguntungkan kedua belah pihak. Hubungan pelaku usaha kecil purwaceng dan carica dengan pedagang besar pun terjadi patron-klien. Umumnya pedagang besar bertindak sebagai bapak atau patron atau pelindung dan pelaku usaha kecil purwaceng dan carica sebagai anak buah atau klien (Scott, 1983). Dengan demikian dapat diartikan bahwa hubungan patron-klien yang terjadi pada pelaku usaha kecil purwaceng dan carica dengan pedagang besar adalah mengarah keseimbangan dalam bentuk hubungan kerjasama atau *cooperation* (Soekanto, 1982).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Keputusan dan pilihan adaptasi lingkungan baik lingkungan biofisik maupun lingkungan sosial dalam antisipasi pasar sangat ditentukan oleh pengalaman, pengetahuan dan pendidikan yang dimiliki setiap pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica.
2. Antisipasi pasar ke pedagang kecil, yang penting memperoleh harga lebih tinggi tanpa ada ikatan jangka panjang dan modal yang terbatas dapat segera dimanfaatkan serta cepat berputar
3. Antisipasi pasar ke pedagang menengah dengan ikatan jangka panjang dan tidak mencari harga tertinggi, berarti ada jaringan pemasaran dalam bentuk hubungan sosial patron-klien dan berperan sebagai mitra dagang
4. Pelaku usaha kecil yang mampu bertransaksi dengan pedagang besar dianggap mampu melakukan antisipasi pasar di Kabupaten Wonosobo dan sekitarnya, dan mampu memenuhi persyaratan lingkungan fisik dan lingkungan sosial dengan menerapkan teknologi dan membentuk organisasi yang berorientasi kuantitas maupun kualitas.

Saran

1. Perlu dipertimbangkan penelitian lebih lanjut tentang adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dengan melibatkan aspek kebudayaan lainnya untuk mempertajam faktor-faktor yang mempengaruhi proses adaptasi pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica dalam melakukan antisipasi pasar.
2. Perlu dipertahankan model kerjasama antara pelaku usaha kecil Purwaceng dan Carica yang berperan-ganda dengan beberapa profesi dalam satu pengelolaan organisasi untuk melakukan antisipasi pasar Purwaceng dan Carica secara spesialisasi usaha kecil dan pemilihan pasar tertentu dengan mengembangkan profesi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdoellah, Oekan Soekotjo. 1990. *Indonesian Transmigrants and Adaptation: An Ecological Anthropological Perspective*. Berkeley: University of California.
- Bennett, John W. 1976. *The Ecological Transition: Cultural Anthropology and Human Adaptation*. New York: Pergamon Press.
- Johnson, Doyle Paul. 1986. *Sociology Theory : Classical Founders and Contemporary Perspective*. John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Koentjaraningrat. 1977. *Kebudayaan, Mentalitas, dan Pembangunan*. Penerbit PT Gramedia, Jakarta.
- Nugroho, Heru, 2001. *Negara, Pasar, dan Keadilan Sosial*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Kusnadi. 2001. *Nelayan : Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial*. Bandung, Humaniora Utama Press.
- McClelland, David C. 1997. *The Achieving Society*. D. Van Nostrand Company, Inc, Princeton, New Jersey.
- Moleong, Lexi J., 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda Karya Offset Bandung
- Mosher, A.T., 1973. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian (Getting Agriculture Moving, Essential for Development and Modernization)*. (Terj.) Penerbit Yasaguna, Jakarta.
- Sairin, Sjafri, dkk. 2002. *Pengantar Antropologi Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sanderson, Stephen, K.,1995. *Sosiologi Makro : Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial*. Jakarta : PT. Rajawali.
- Soekanto, Soerjono. 1982. *Sosiologi, Suatu Pengantar*. Penerbit: CV Rajawali, Jakarta