

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perempuan dalam adat Minangkabau memiliki peran penting dalam segala aktivitas kegiatan. Mereka tidak hanya bertanggung jawab atas pekerjaan rumah tangga, tetapi juga aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi dan sosial. Kehadiran perempuan Minang sebagai pedagang di pasar tradisional telah menjadi bagian penting dari sejarah dan ekonomi di Minangkabau. Sejak zaman dahulu, perempuan Minang telah dikenal aktif dalam perdagangan dan memiliki peran signifikan dalam perekonomian lokal.

Sejarah mencatat bahwa pasar dan perempuan Minang memiliki hubungan yang erat, dimana pasar menjadi bagian dari jiwa masyarakat Minangkabau yaitu berdagang. Keberadaan perempuan Minang di pasar-pasar tradisional sangat penting dalam menggerakkan perekonomian lokal dan berkontribusi pada perkembangan daerah. Mereka tidak hanya berperan sebagai pedagang, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial.

Perempuan Minang juga dikenal dengan sistem matrilineal yang unik, dimana warisan dan hak ekonomi cenderung difokuskan pada perempuan. Dengan demikian, perempuan Minang telah lama menjadi pilar penting dalam dunia perdagangan di Sumatra Barat, dan mereka terus menjaga eksistensi tersebut. Selain itu kebutuhan hidup yang terus meningkat dan kesulitan ekonomi membuat perempuan memilih untuk bekerja di luar rumah, sehingga dengan bekerja perempuan mendapatkan penghasilan.

Namun, perempuan seringkali menghadapi berbagai tantangan dan hambatan dalam melakukan kegiatan-kegiatannya tersebut, terutama dalam ranah publik. Perempuan juga harus mampu untuk memenuhi tuntutan pekerjaan yang menyediakan peluang yang luas bagi perempuan untuk mengembangkan diri sehingga dapat menjanjikan manfaat demi membantu perekonomian keluarga yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat bahwa perempuan pedagang memegang peran penting pada perekonomian baik dalam skala makro maupun mikro (rumah tangga). Pendapatan yang dihasilkan oleh para perempuan pedagang cukup untuk memenuhi membantu pemenuhan rumah tangga seperti pendidikan, kebutuhan sehari-hari, kesehatan dan sebagainya.

Keterlibatan perempuan dalam berdagang dapat dilihat di Pasar Tradisional. Pasar tradisional selalu diidentikkan dengan kaum perempuan. Di Indonesia, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, jumlah pedagang di pasar tradisional mencapai 13,7 juta orang, dan 68,5% di antaranya adalah perempuan. Begitu juga pembeli di pasar tradisional sebagian besar adalah perempuan. Hal tersebut dikarenakan barang dagangan yang diperjual belikan di pasar tradisional identik dengan kebutuhan rumah tangga (domestik). Meskipun dominasi laki-laki masih ada, perempuan pedagang di pasar tradisional memiliki otonomi yang relatif besar serta memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan berbagai pihak di pasar tersebut.

Perempuan pedagang memegang kuasa ekonomi yang cukup signifikan serta cukup mendominasi dalam menentukan arus perdagangan di pasar tradisional. Mereka berperan dalam pengelolaan modal, produksi, penentuan

harga pasar serta pembagian kerja. Selain itu, mereka juga menjadi penentu relasi sosial budaya yang ada di pasar tradisional. Perempuan pedagang sebagai aktor kunci memiliki kuasa dan dominasi yang menjadikan mereka sebagai sentral dalam membentuk pola hubungan dengan berbagai aktor lainnya yang berperan di pasar tradisional tersebut (Fujiati, 2017).

Pasar tradisional merupakan tempat untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa dengan karakteristik lokal, budaya, dan sosial yang khas. Pasar tradisional juga menjadi sumber penghidupan bagi banyak keluarga. Pasar tradisional merupakan bagian integral dari ekonomi lokal di Indonesia. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013, pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa Toko, Kios, Los dan Tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pasar tradisional juga mencakup kerjasama dengan swasta dan memiliki tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil.

Pasar tradisional biasanya muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan. Sedangkan konsumen yang membutuhkan barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari bisa mendapatkannya di situ. Proses jual beli yang dilakukan di Pasar tradisional

biasanya memperlihatkan proses tawar-menawar (Setiawati, dkk (2023). Pasar tradisional memiliki beberapa ciri-ciri, diantaranya:

1. Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
2. Pasar tradisional dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah.
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama.
4. Sebagian besar barang dan jasa ditawarkan adalah produksi lokal.

Pasar tradisional di Indonesia memiliki karakteristik yang unik sebagai pusat perdagangan barang kebutuhan pokok, terutama bagi masyarakat menengah ke bawah. Keberadaan pasar tradisional menjadi sangat penting dalam menopang perekonomian keluarga dan masyarakat secara umum, terutama bagi perempuan (Musahwi dkk, 2018). Dengan demikian, dapat dilihat bahwa pasar tradisional merupakan salah satu tempat di mana perempuan menjalankan peran mereka dalam fungsi produksi.

Peran perempuan dalam aktivitas ekonomi di pasar tradisional tidak hanya sebatas pelaku usaha kecil, kehadiran perempuan Minangkabau di pasar tradisional juga berperan sebagai tauke atau penghubung antara produsen, pemasok, dan konsumen. Tauke atau tauke dalam KBBI diartikan sebagai majikan (yang mempunyai perusahaan dan sebagainya). Jadi pedagang tauke adalah pedagang besar atau tengkulak yang berperan sebagai perantara antara petani pemasok dan pasar yang lebih luas. Para tauke membeli hasil pertanian dari para petani dengan harga yang telah disepakati, kemudian mereka menjual kembali ke pasar atau mengirimnya ke luar kota dengan harga pasar yang lebih tinggi (Kausar

& Zaman, 2011). Tauke dapat dikatakan sebagai tangan pertama yang mengambil hasil pertanian dari para petani.

Pasar tradisional di Indonesia memiliki karakteristik yang unik sebagai pusat perdagangan barang kebutuhan pokok, terutama bagi masyarakat menengah ke bawah. Menurut Effendi (2016:106) secara antropologis pasar tradisional diasumsikan sebagai suatu pranata yang integral dari sistem sosial budaya masyarakat di mana pasar berada dan berlangsung. Dinamika interaksi sosial di pasar tradisional melibatkan hubungan yang kompleks antara berbagai aktor, termasuk petani pemasok, para tauke, pengecer dan pelanggan sehingga membentuk jaringan sosial.

Perempuan yang bekerja sebagai tauke dapat dilihat di Pasar Padang Lua. Pasar Padang Lua yang terletak di Nagari Padang Lua, Kecamatan Banuhampu, bersebelahan dengan Kota Bukittinggi. Pasar ini berada di pinggir jalan raya yang merupakan jalan lintas yang menghubungkan Kota Padang dengan Kota Bukittinggi, menjadikan pasar ini merupakan salah satu pasar sayur terbesar di Kabupaten Agam. Pasar yang dibangun pada tahun 1953 di atas tanah sewaan PT. KAI yang pada awalnya hanya buka dua kali dalam seminggu yaitu pada hari Minggu dan Kamis kini terus berkembang hingga buka setiap hari kecuali hari Senin.

Dalam sejarahnya keberadaan Pasar Padang Lua berkembang pesat menjadi pusat aktivitas ekonomi bagi masyarakat sekitar. Pasar ini dalam masa perkembangannya telah menjadi magnet tersendiri. Pasar Padang Lua yang pada

awalnya hanya dikunjungi oleh masyarakat Padang Lua seiring dengan perjalanan waktu dan berkembangnya pasar Padang Lua telah menarik perhatian bagi masyarakat-masyarakat di nagari sekitar untuk berkunjung, berbelanja dan berusaha untuk berdagang atau memasarkan produk pertanian dan barang dagangan lainnya. Pasar ini tidak hanya menjadi tempat transaksi jual beli, tetapi juga menjadi ruang sosial di mana berbagai interaksi dan hubungan sosial terbentuk.

Sebagai *tauke* perempuan, mereka tidak hanya menjalankan peran komersial, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun jaringan sosial yang mencakup pertukaran informasi, akses ke modal, dan pembentukan solidaritas sosial. Jaringan ini sering menjadi sarana strategis bagi mereka untuk memperoleh sumber daya yang terbatas serta mempertahankan bisnis di tengah tantangan yang kerap kali muncul dalam dunia perdagangan. Interaksi sosial di pasar tradisional menggambarkan hubungan yang saling bergantung dan kompleks antara berbagai pelaku ekonomi, mulai dari pemasok, *tauke* sebagai penghubung, pengecer, hingga konsumen akhir. Kompleksitas hubungan tersebut membentuk dasar yang krusial bagi kelancaran kegiatan pasar yang melibatkan pertukaran barang, informasi, dan layanan. Dalam konteks pasar tradisional, khususnya di Pasar Padang Lua, yang menjadi salah satu sentra distribusi sayur terbesar dan pemasok utama bagi berbagai daerah, *tauke* perempuan menghadapi tantangan yang unik, mengingat dominasi peran ini umumnya dipegang oleh laki-laki.

Dari latar belakang permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melihat bagaimana latar belakang profil para tauke perempuan serta bagaimana bentuk-bentuk hubungan sosial antara tauke perempuan dengan para aktor pasar sehingga membentuk pola jaringan aktivitas di Pasar Padang Lua.

## **B. Rumusan Masalah**

Pasar tradisional adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi langsung melalui proses tawar-menawar. Di pasar ini, pedagang berjualan di toko-toko, kios-kios, serta di jalan pinggir pasar. Interaksi yang tercipta antara penjual dan pembeli tersebut menciptakan dinamika ekonomi yang khas dan beragam. Pasar tradisional menjadi representasi dari arena domestik kaum perempuan. Hal tersebut dikarenakan mayoritas aktor yang berada di pasar tradisional merupakan kaum perempuan, seperti yang dijelaskan oleh Fujiati (2017) bahwa faktanya 85% perdagangan di Indonesia dikuasai oleh kaum perempuan, termasuk pembeli di pasar tradisional hampir seluruhnya (90%) juga termasuk perempuan.

Dinamika interaksi sosial di pasar tradisional mencerminkan hubungan yang saling berkaitan dan beragam di antara sejumlah pelaku ekonomi, termasuk pemasok, *tauke* sebagai perantara, pengecer, hingga konsumen akhir. Kompleksitas interaksi ini menjadi fondasi penting bagi kelancaran aktivitas pasar, yang melibatkan pertukaran barang, informasi, dan jasa. Dalam konteks pasar tradisional, khususnya di Pasar Padang Lua yang dikenal sebagai salah satu pusat distribusi sayur terbesar dan pemasok utama ke berbagai wilayah, peran *tauke* perempuan menghadapi tantangan tersendiri. Berbeda dengan kondisi

umum di mana posisi *tauke* biasanya didominasi laki-laki, perempuan yang menjalankan peran ini memerlukan dukungan jaringan sosial yang kuat untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan usaha mereka.

Sebagai *tauke* perempuan, mereka tidak hanya menjalankan peran komersial tetapi juga terlibat dalam jaringan sosial yang melibatkan pertukaran informasi, modal, dan solidaritas. Mereka menjadi sentral dalam membangun pola jaringan dengan para pelaku lainnya seperti dengan pembeli, pedagang lainnya, pemasok barang, para kuli pasar atau tukang angkut, dan para transportasi barang. Jaringan berfungsi sebagai alat bagi para *tauke* perempuan untuk mendapatkan akses ke sumber daya yang mungkin terbatas dan memungkinkan mereka untuk mempertahankan bisnis dalam lingkungan yang sering kali penuh tantangan.

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan di atas, dapat disimpulkan pertanyaan sebagai berikut yaitu:

1. Bagaimana latar belakang *tauke* perempuan di Pasar Padang Lua?
2. Bagaimana jaringan sosial yang terbentuk pada *tauke* perempuan di Pasar Padang Lua?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan latar belakang *tauke* perempuan di Pasar Padang Lua.
2. Mendeskripsikan jaringan sosial yang terbentuk pada *tauke* perempuan di Pasar Padang Lua.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu sosial dan gender mengenai fenomena-fenomena sosial dalam kehidupan perempuan pedagang (tauke) serta bagaimana mereka mengelola dan mempengaruhi ekonomi lokal melalui jaringan sosial mereka.
- b. Sebagai landasan bagi pengembangan kebijakan dan intervensi yang lebih efektif dan tepat sasaran dalam mendukung pengembangan pasar tradisional dan pedagang perempuan (tauke) kepada pihak pemerintah terkait pengelolaan dan pengembangan pasar pada masa mendatang.

### **2. Manfaat Praktis**

Menjadi gambaran serta memperluas wawasan bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat dan referensi yang relevan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Penelitian-penelitian mengenai pedagang perempuan di pasar tradisional sebelumnya sudah banyak dilakukan, tetapi yang khusus membahas mengenai jaringan sosial dengan subjek analisis tauke perempuan belum banyak ditemukan. Walaupun begitu, berikut adalah beberapa hasil bacaan yang relevan dengan penelitian ini dan dapat dijadikan sebagai rujukan dalam pelaksanaannya.

Pertama, artikel dengan judul “Jaringan Sosial dan Pemberdayaan Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Rau Kota Serang” ditulis oleh Musahwi, Stevany

Afrizal, dan Sastra Juanda (2018). Artikel ini membahas mengenai bagaimana strategi bertahan pedagang perempuan dalam mengembangkan perekonomian mereka di pasar tradisional dan jaringan sosial kelembagaan, baik yang disediakan oleh pemerintah maupun atas inisiatif mereka sendiri, yang mendukung keberlanjutan usaha mereka. Pedagang perempuan di pasar Rau menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usaha mereka. Mereka mengandalkan strategi bertahan hidup yang didukung oleh moralitas ekonomi, pengetahuan, jaringan sosial kultural, dan modal material. Namun, mereka sering mengalami ketidakadilan sosial dan ekonomi karena tidak adanya jaringan sosial struktural dan kurangnya partisipasi dalam kebijakan pasar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam masalah yang dihadapi oleh pedagang perempuan. Temuan menunjukkan bahwa meskipun peran perempuan sangat penting dalam perekonomian pasar, belum ada program pemberdayaan khusus yang dirancang untuk mereka. Selain itu, jaringan sosial yang ada lebih bersifat kultural-individual daripada struktural, yang membuat mereka rentan terhadap ancaman eksternal dan kurangnya dukungan kelembagaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya modal sosial dan jaringan kelembagaan dalam mendukung pemberdayaan ekonomi pedagang perempuan di pasar tradisional. Tanpa dukungan yang memadai, mereka akan terus menghadapi kesulitan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka.

Kedua, artikel dengan judul “Relasi Sosial Antar Pedagang Perempuan Di Pasar Tradisional Dahlia Sungai Jawi Pontianak” ditulis oleh Melina Yuyun (2019). Artikel ini mengidentifikasi bentuk relasi sosial asosiatif dan disosiatif di antara pedagang perempuan di Pasar Tradisional Dahlia, Sungai Jawi, Pontianak. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Penelitian menunjukkan bahwa relasi sosial asosiatif terwujud dalam bentuk kerjasama seperti bargaining dan gotong royong, di mana pedagang saling membantu menjaga lapak dan menjual barang dagangan. Di sisi lain, relasi sosial disosiatif terlihat dalam bentuk persaingan ekonomi, termasuk persaingan kualitas barang, harga, dan pelayanan. Penelitian ini menyoroti pentingnya relasi sosial dalam mendukung aktivitas perdagangan dan menciptakan solidaritas di antara pedagang perempuan di pasar tradisional.

Ketiga, artikel dengan judul “Relasi Sosial Ekonomi Perempuan Pedagang Ikan di Pasar Mare Kabupaten Bone” oleh Masnah binti Mohd. Yusof dan St. Junaeda (2023). Penelitian ini bertujuan untuk memahami relasi sosial ekonomi di kalangan perempuan pedagang ikan di Pasar Mare, Kabupaten Bone. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan sepuluh informan. Penelitian ini menunjukkan bahwa relasi sosial ekonomi di kalangan perempuan pedagang ikan di Pasar Mare sangat kuat dan saling mendukung. Hubungan sosial yang baik ini membantu mereka dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka di pasar tradisional, serta

memberikan dukungan emosional dan praktis yang diperlukan dalam menghadapi tantangan sehari-hari.

Keempat yaitu skripsi yang berjudul “Analisis Bentuk-bentuk Jaringan Sosial di Pasar Seken Jodoh di Kota Batam” ditulis oleh Elsa Wahyuri pada tahun 2023. Penelitian ini membahas bagaimana bentuk-bentuk jaringan sosial serta aktivitas pedagang dan agen dengan adanya jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling.

Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat dua bentuk jaringan sosial yang terbentuk di Pasar Seken Jodoh Batam, yaitu jaringan horizontal dan jaringan sosial vertikal. Masing-masing jaringan memiliki motif dan bentuknya tersendiri yaitu jaringan kepentingan (*interest*), jaringan kekuasaan (*power*) dan jaringan perasaan (*sentiment*). Tetapi dari keseluruhan jaringan sosial tersebut tidak ada motif yang latar belakangnya diakibatkan oleh faktor kesamaan suku. Faktor yang melatarbelakangi jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh didasarkan pada kepentingan mereka dari segi ekonomi maupun sosial, bukan berdasarkan pada suku bangsa atau kekerabatan.

Kelima yaitu artikel dengan judul “Jaringan Sosial Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Subuh Jalan Pasar Baru Kelurahan Kertak Baru Ilir Kecamatan Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin” ditulis oleh Lisna Muzdalifah dkk (2021). Artikel ini membahas tentang jaringan sosial di antara pedagang pakaian bekas di Pasar Subuh, Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk memahami

bagaimana jaringan sosial terbentuk dan dipelihara oleh para pedagang. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial terbentuk melalui hubungan timbal balik dan kepercayaan antara pedagang kecil dengan pedagang besar (grosir) serta reseller. Pedagang memelihara jaringan ini dengan menjaga kepercayaan, mematuhi norma-norma yang ada, dan memberikan potongan harga kepada reseller. Jaringan sosial ini penting untuk keberlangsungan usaha dan kesejahteraan para pedagang di Pasar Subuh.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Kebudayaan menurut Koentjaraningrat (1996) merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia yang tercipta dalam masyarakat yang kemudian diwariskan dari generasi ke generasi melalui proses belajar. Kegiatan ekonomi dan kebudayaan merupakan dua aspek penting dalam kehidupan manusia yang saling terkait satu sama lain. Kegiatan ekonomi dikaji sebagai fenomena sosial dan budaya yang kompleks dan beragam.

Dinamika kehidupan ekonomi digerakkan oleh pasar. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 42 Tahun 2007 pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat. Geertz (1977) mengartikan kata pasar dari serapan kata “*bazar*” yang berasal dari bahasa Parsi dan melalui bahasa Arab, mengacu pada sebuah institusi ekonomi serta cara hidup. Pasar dalam perkembangannya diklasifikasikan ke dalam dua bentuk yaitu

pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional berdasarkan Peraturan Menteri No. 20 Tahun 2012 dicirikan sebagai berikut:

1. Dimiliki, dibangun dan/atau dikelola oleh pemerintah daerah
2. Transaksi dilakukan secara tawar menawar
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal.

Menurut Fujiati (2017) pasar tradisional mempunyai karakteristik yaitu:

1. Pasar dimiliki, dibangun, dan/atau dikelola oleh pemerintah daerah dan/atau badan usaha milik daerah.
2. Terdapat sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli, yang merupakan salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Proses tawar-menawar ini menciptakan hubungan sosial yang lebih dekat antara penjual dan pembeli.
3. Tempat usaha di pasar tradisional beragam serta menyatu di satu lokasi yang sama tetapi dengan jenis barang dagangan setiap penjual yang berbeda-beda.
4. Barang dagangan serta penjualnya dikelompokkan sesuai dengan jenisnya, seperti kelompok pedagang sayur, buah, ikan, daging, dan sebagainya.
5. Barang-barang yang ditawarkan di pasar tradisional bersifat local yaitu jenis hasil bumi yang diproduksi atau dihasilkan di daerah sekitar pasar tersebut, meskipun terdapat beberapa barang dagangan yang diambil dari hasil bumi daerah lain.

Pasar bukan hanya menjadi tempat terjadinya jual-beli antara penjual dan pembeli, tetapi pasar juga menjadi tempat individu berinteraksi dengan individu lainnya, salah satunya melalui proses tawar menawar. Pasar merupakan salah satu institusi paling penting dalam perekonomian. Menurut Geertz (1977) ekonomi pasar tradisional beroperasi berdasarkan adat dan kebiasaan dagang yang dianggap sakral karena telah dilakukan selama berabad-abad. Pasar dapat dideskripsikan dan dikategorikan berbeda berdasarkan setiap daerah. Pasar tradisional biasanya dicirikan dengan adanya los, tenda/payung, bangunan yang tidak permanen dan lokasinya cenderung berpindah-pindah. Selain itu, pasar memiliki sifat terbuka, ramai, tidak teratur, dan beragam. Budaya transaksi di pasar adalah tawar-menawar. Menurut Effendi (2016: 115), pasar tradisional memiliki beberapa fungsi utama secara fungsional, yaitu:

1. Sebagai tempat di mana pembeli (permintaan) dan penjual (penawaran) bertemu dan berinteraksi untuk melakukan pertukaran langsung. Fungsi ini memerlukan ruang, pelaku, *supply-demand*, transaksi, dan harga.
2. Sebagai lokasi berlangsungnya mekanisme komersialisasi dalam konteks masyarakat lokal, dengan mekanisme pasar yang bersifat swa kelola (self-regulating) dan intervensi (*penetrated mechanism*).
3. Sebagai saluran keluar dari karakter sosial budaya yang berlaku dalam masyarakat secara keseluruhan.

Pemahaman budaya pasar berakar dari definisi kebudayaan yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat (1996). Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan memiliki empat wujud, yaitu, 1) Artifacts/benda-benda fisik: Wujud

ini merujuk pada benda-benda nyata yang terkait dengan budaya pasar, seperti lahan pasar, bangunan kios, dan peralatan jual beli. 2) Sistem tingkah laku dan tindakan yang berpola: Wujud ini mengacu pada pola perilaku dan tindakan yang dilakukan para pelaku pasar, seperti proses tawar menawar, interaksi sosial antar pedagang dan pembeli, dan tradisi berdagang yang turun-temurun. 3) Sistem gagasan: Wujud ini berkaitan dengan ide-ide dan pemikiran yang melatari budaya pasar, seperti pandangan tentang pasar sebagai tempat mencari nafkah, gagasan tentang nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam pasar, dan kepercayaan-kepercayaan yang terkait dengan aktivitas jual beli. 4) Seperangkat nilai: Wujud ini merujuk pada nilai-nilai moral dan etika yang mendasari budaya pasar, seperti nilai solidaritas, nilai kejujuran, nilai gotong royong, dan nilai keakraban.

Pasar tradisional pada umumnya akan terdapat beberapa jenis aktor pasar seperti petani dan masyarakat desa, makelar atau tauke, tauke antar pasar (tauke keliling), tauke kios/warung, penyedia jasa, pengatur transportasi lokal, aparat keamanan, pengusaha local kelas menengah dan kecil, pengelola pasar, dan pengurus pasar (Effendi, 2016). Dari berbagai aktor tersebut, aktor yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu makelar/pengepul atau tauke. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) makelar diartikan sebagai perantara perdagangan (antara pembeli dan penjual) atau orang yang menjualkan barang atau mencari pembeli, sedangkan tauke/tauke memiliki artian majikan (yang mempunyai perusahaan dan sebagainya). Oleh karena itu makelar sering juga disebut sebagai tengkulak atau Tauke yang bertugas sebagai penghubung antara pemilik barang, pembeli, pendistribusi sekaligus pedagang hasil pertanian dan hasil bumi lainnya

dengan cara datang ke daerah penghasil untuk mendapatkan serta mengumpulkan barang-barang yang di belinya.

Amady (2023) menjelaskan Tauke sebagai institusi sosial-ekonomi di desa yang menatur proses produksi, distribusi dan konsumsi, di mana aktivitas ekonomi di desa berpusat pada tauke. Tauke adalah istitusi ekonomi desa yang menjalankan peniagaan sebagai pedagang, tauke menjual kebutuhan harian kepada masyarakat desa secara utang, sebagai pengumpul, tauke membeli hasil pertanian untuk dijual ke pasar dan sebagai kreditor , tauke meminjamkan uang kepada warga desa. Tauke juga sebagai penjamin kelangsungan konsumsi rumah tangga petani atau nelayan.

Kehadiran perempuan di dalam pasar dapat dilihat dalam kegiatan perdagangan. Melalui kegiatan perdagangan, perempuan menyumbang pendapatan rumah tangga baik secara langsung, melalui penghasilan yang diperoleh dari berdagang di pasar, maupun secara tidak langsung melalui pekerjaan rumah tangga (Moore,1998).

Dalam perspektif antropologi, konsep perempuan dipahami melalui lensa budaya dan sosial yang membentuk peran dan identitas mereka dalam masyarakat. Konsep perempuan bukanlah sesuatu yang universal dan statis, melainkan konstruksi sosial dan budaya. Artinya, pemahaman tentang perempuan, peran mereka, dan nilai-nilai yang melekat pada mereka sangat bervariasi antar budaya dan berubah seiring waktu. Adanya stratifikasi gender yang mengacu pada ketidaksetaraan antara laki-laki dan perempuan terhadap akses sumber daya,

kekuasaan, dan peluang. Tetapi seiring dengan perubahan sosial dan budaya, peran perempuan juga mengalami transformasi. Perempuan semakin aktif berpartisipasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan politik.

Perempuan dalam menjalankan perannya sebagai pedagang pengepul atau tauke sangat ditopang oleh adanya jaringan sosial yang tercipta karena adanya interaksi sosial antara tauke dan petani serta tauke dengan para agen sopir pick up/ojek sehingga tercipta hubungan sosial. Interaksi sosial adalah hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok (Soekanto 2010:55). Sedangkan Koentjaraningrat mengartikan interaksi sosial yaitu adanya hubungan antara dua orang atau lebih, dua kelompok atau lebih berdasarkan dari aksi dan reaksi interaksi dalam prosesnya. Dengan demikian, interaksi sosial dapat diartikan sebagai hubungan timbal balik yang dinamis antara individu dengan individu lain, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

Dari adanya interaksi sosial yang sistematis antara dua orang atau lebih tersebut terciptalah sebuah hubungan sosial. Hubungan sosial akan tercipta ketika setiap individu mampu memprediksi dengan akurat jenis tindakan yang akan dilakukan oleh orang lain terhadap dirinya. Pola interaksi ini membentuk hubungan sosial, yang selanjutnya berkembang menjadi jaringan sosial. Dalam kehidupan masyarakat, hubungan-hubungan sosial yang dilakukan individu merupakan suatu upaya untuk mempertahankan keberadaannya. Hubungan sosial tidak terbatas pada dua individu saja, tetapi mencakup banyak individu.

Keterhubungan tersebut membentuk jaringan sosial yang mencerminkan pola pengelompokan sosial dalam masyarakat (Kusnadi, 1998: 11-12).

Jaringan sosial adalah jenis jaringan khusus di mana ikatan yang menghubungkan satu titik dengan titik lainnya adalah hubungan sosial (Agusyanto, 2014). Hubungan sosial dapat dilihat sebagai sebuah jalur atau saluran yang menghubungkan anatara satu orang (titik) dengan orang lainnya, dengan adanya jalur tersebut dapat dialirkan sesuatu, seperti barang, jasa atau informasi. Hubungan sosial antara dua orang maupun lebih tersebut mencerminkan adanya pengharapan dari lawan interaksinya.

Sedangkan Suparlan (dalam Arda, 2010) mendefinisikan jaringan sosial sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah individu, minimal tiga orang, yang masing-masing memiliki identitas tersendiri yang masing-masing dihubungkan antara satu dengan yang lainnya melalui hubungan-hubungan sosial yang ada. Melalui interaksi sosial ini, mereka membentuk sebuah kesatuan sosial. Suparlan (dalam Arda, 2010) mengatakan terdapat beberapa hal yang merupakan ciri-ciri utama dari jaringan sosial, yaitu:

1. Titik-titik adalah titik-titik yang dihubungkan satu sama lain oleh satu atau beberapa garis yang dapat mewakili orang, peran, posisi, status, kelompok, tetangga, organisasi, masyarakat, negara, dan sebagainya.
2. Garis-garis berfungsi sebagai penghubung atau pengikat antara titik-titik dalam jaringan sosial, yang dapat mencerminkan berbagai jenis hubungan

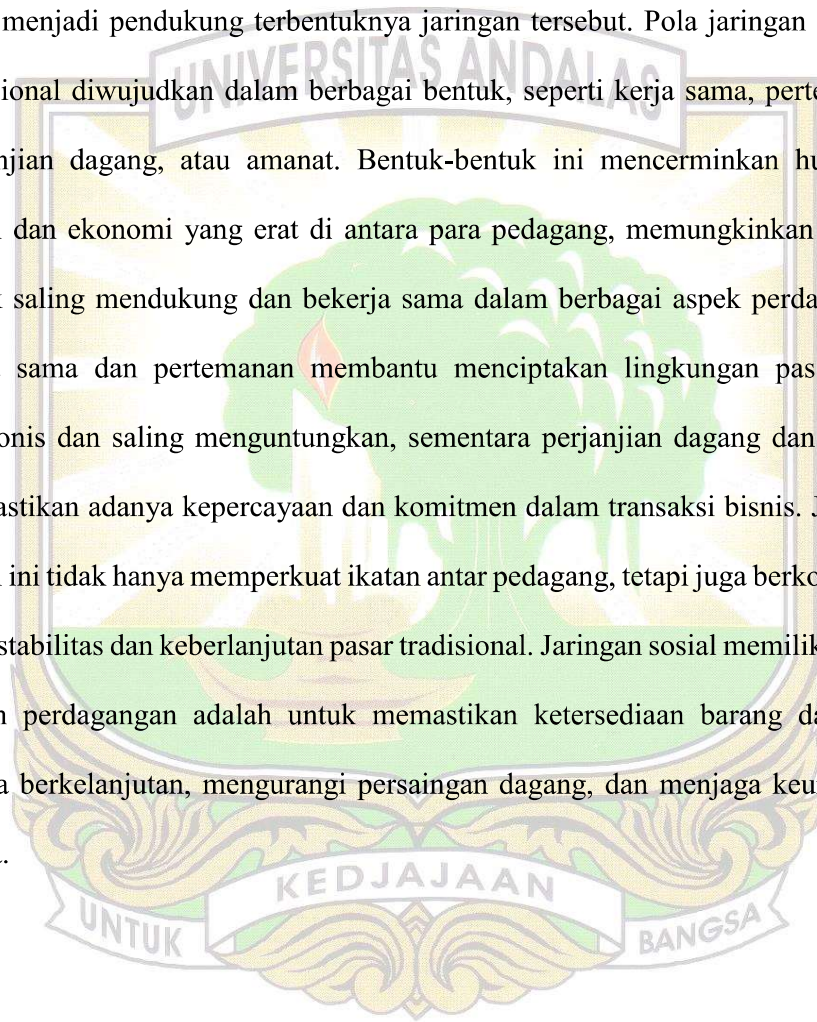
seperti pertemuan, kekerabatan, pertukaran, hubungan atasan-bawahan, hubungan antarorganisasi, aliansi militer, dan lain sebagainya.

3. Karakteristik struktur. Pola hubungan berupa garis yang menghubungkan berbagai titik dalam sebuah jaringan sosial dapat dikategorikan sebagai jaringan sosial tingkat mikro atau makro, tergantung pada gejala-gejala yang diambil sebagai abstraksi. Contoh jaringan tingkat mikro yang paling dasar adalah jaringan yang titik-titiknya terdiri atas tiga buah yang dihubungkan oleh garis-garis membentuk segitiga yang dinamakan keseimbangan segitiga (triadic balance); sedangkan contoh jaringan tingkat makro ditandai oleh sifatnya yang menekankan pada hubungan antara sistem atau organisasi, atau bahkan antarnegara.
4. Konteks (ruang). Setiap jaringan dapat dipahami sebagai sesuatu yang terwujud dalam ruang yang dapat dibuktikan secara empiris (secara fisik), dalam ruang yang didefinisikan secara sosial, atau dalam keduanya. Sebagai contoh, jaringan transportasi selalu berlokasi di ruang fisik, sedangkan jaringan individu yang terbentuk dari hubungan sosial informal dalam suatu organisasi adalah contoh jaringan yang berada di ruang sosial.
5. Aspek-aspek temporer. Untuk tujuan analisis tertentu, sebuah jaringan sosial dapat dilihat baik secara sinkronik maupun diakronik, yaitu sebagai fenomena yang statis maupun dinamis.

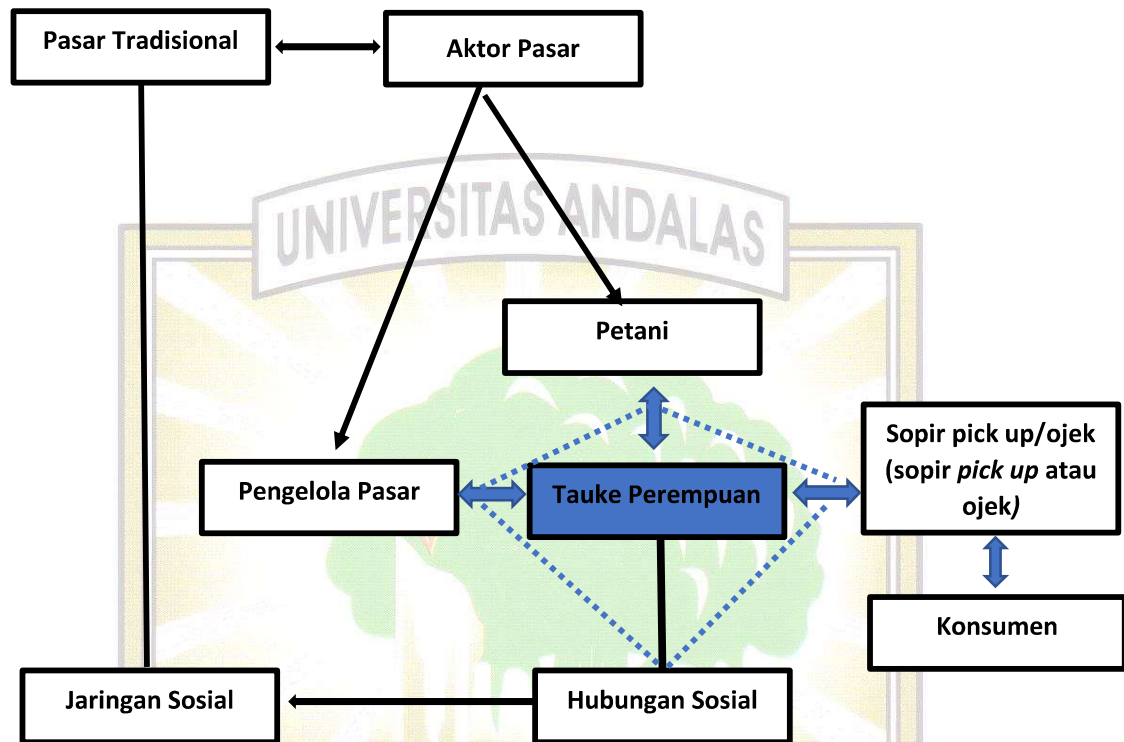
Jaringan sosial yang terbentuk dalam masyarakat menjadi sangat penting karena setiap individu adalah bagian dari jaringan sosial dengan orang lain di masyarakatnya. Manusia menjaddi bagian dari hubungan sosial dengan orang lain

di mana pun mereka tinggal dan hidup, karena pada dasarnya manusia makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri.

Jaringan sosial dan perdagangan dalam pasar tradisional berlangsung dengan kuat, hal ini dikarenakan dasar pengoperasian pasar tradisional tersebut yang menjadi pendukung terbentuknya jaringan tersebut. Pola jaringan di pasar tradisional diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti kerja sama, pertemanan, perjanjian dagang, atau amanat. Bentuk-bentuk ini mencerminkan hubungan sosial dan ekonomi yang erat di antara para pedagang, memungkinkan mereka untuk saling mendukung dan bekerja sama dalam berbagai aspek perdagangan. Kerja sama dan pertemanan membantu menciptakan lingkungan pasar yang harmonis dan saling menguntungkan, sementara perjanjian dagang dan amanat memastikan adanya kepercayaan dan komitmen dalam transaksi bisnis. Jaringan sosial ini tidak hanya memperkuat ikatan antar pedagang, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas dan keberlanjutan pasar tradisional. Jaringan sosial memiliki fungsi dalam perdagangan adalah untuk memastikan ketersediaan barang dagangan secara berkelanjutan, mengurangi persaingan dagang, dan menjaga keuntungan usaha.



**Bagan 1**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Data Primer, 2024*

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pasar Padang Lua, Kab. Agam, Provinsi Sumatra Barat. Alasan pemilihan lokasi penelitian adalah karena Pasar Padang Lua, Kab. Agam merupakan salah satu pasar induk sayur di Sumatra Barat yang melayani distribusi barang dagangan ke berbagai wilayah di sekitarnya, termasuk ke pasar-pasar kecil. Selain itu Banyaknya perempuan yang terlibat dalam aktivitas ekonomi pasar ini memberi peluang untuk mengeksplorasi berbagai bentuk jaringan sosial yang terbentuk di antara mereka, baik jaringan formal maupun

informal. Tidak ada data tertulis mengenai jumlah pedagang di Pasar Padang Lua, tetapi menurut pemaparan Pak Yan (50) wakil pengelola pasar jumlah pedagang di Pasar Padang Lua berkisar 750-800 pedagang yang 85% merupakan pedagang perempuan. Untuk pedagang tauke perempuan itu sendiri berkisar 50-75 tauke.

## **2. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Sugiyono (2016:9) mengatakan penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran, penjelasan, dan rincian yang mendalam tentang masalah yang akan diteliti dengan mempelajari individu, kelompok, atau kejadian tertentu. Pendekatan studi kasus yaitu model menggali data secara mendalam mengenai satu kasus khusus atau beberapa kasus tertentu dengan sangat rinci (Creswell, 2015). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif membantu peneliti mengumpulkan data yang bersifat deskriptif, menggali makna dari perspektif partisipan, dan memahami konteks di mana fenomena tersebut terjadi. Penelitian ini berfokus pada konsep profil dan organisasi. Untuk mendapatkan data yang lebih mendalam, peneliti menjelaskan secara rinci dan mendeskripsikan setiap data yang diperoleh.

Cresswel (2015: 45) menjelaskan studi kasus terfokus kepada pengkhususan sebuah kasus dalam sebuah peristiwa, baik itu dalam tingkatan individu, pada golongan budaya maupun gambaran mengenai kehidupan. Oleh karena itu penelitian memfokuskan pada jaringan sosial yang terbentuk pada tauke

perempuan di Pasar Padang lua, bagaimana mereka melakukan aktivitasnya sehari-hari melalui hubungan sosial hingga terbentuk jaringan sosial.

Yin (2011) metode penelitian studi kasus merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam penelitian yang menggunakan pokok pertanyaan penelitian *how* atau *why*, sedikit waktu yang dimiliki peneliti untuk mengontrol peristiwa yang diteliti, dan fokus penelitiannya adalah fenomena kontemporer, untuk melacak peristiwa kontemporer. Pada metode studi kasus, peneliti fokus kepada desain dan pelaksanaan penelitian.

### **3. Informan Penelitian**

Informan penelitian merupakan orang-orang yang berkontribusi dalam proses penyelidikan ilmiah dengan memberikan informasi atau data yang relevan. Mereka dapat berupa narasumber yang diwawancarai atau diamati selama penelitian. Afrizal (2014: 139) mendefinisikan informan sebagai orang yang memberikan informasi kepada peneliti atau wawancara mendalam mengenai suatu kejadian atau subjek, serta informasi mengenai diri mereka sendiri maupun orang lain. Peneliti bisa mendapatkan pengetahuan dan data yang dibutuhkan melalui informan.

Informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan informan yang dilakukan secara sengaja untuk memenuhi kriteria utama dalam penelitian (Creswell, 2015). Menurut Koentjaraningrat (1990:164) terdapat dua jenis informan dalam penelitian kualitatif diantaranya yaitu:

- a. Informan kunci (*Key Informant*) merupakan orang yang memiliki pemahaman mendalam mengenai masalah yang sedang diteliti, dan dapat memberikan informasi yang signifikan serta akurat kepada peneliti. Mereka dipilih karena memiliki wawasan luas dan pemahaman mendalam mengenai subjek yang diteliti, sehingga informasi yang mereka berikan sangat berharga untuk analisis dan pemahaman penelitian. Berikut beberapa kriteria informan kunci dalam penelitian ini:

1. Perempuan yang bekerja sebagai tauke atau pedagang pengepul
2. Perempuan yang sudah menikah atau berkeluarga
3. Perempuan yang menjadikan berdagang sebagai mata pencaharian utama atau pokok
4. Perempuan yang telah berdagang selama lebih dari 5 tahun

**Tabel 1**  
**Daftar Informan Kunci**

| No | Nama       | Usia     | Jenis Dagangan       | Lama Bekerja | Status Perkawinan |
|----|------------|----------|----------------------|--------------|-------------------|
| 1. | Sri Hayati | 59 Tahun | Cabai                | 36 Tahun     | Janda             |
| 2. | Ria        | 39 Tahun | Sayur Mayur          | 13 Tahun     | Menikah           |
| 3. | Evi        | 40 Tahun | Hasil Bumi           | 21 Tahun     | Janda             |
| 4. | Hj. Eni    | 68 Tahun | Agen Kelontong (P&D) | 48 Tahun     | Menikah           |
| 5. | Mira       | 45 Tahun | Wortel               | 21 Tahun     | Menikah           |

*Sumber: Data Primer, 2024*

Pemilihan jumlah informan yang terlibat mencerminkan keragaman karakteristik yang relevan dengan topik penelitian, seperti latar belakang demografis, pengalaman, dan perspektif. Dengan demikian, meskipun jumlah informan terbatas, keragaman yang diwakili sudah cukup untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan menyeluruh.

- b. Informan biasa adalah orang yang mampu memberikan informasi tambahan terkait topik penelitian. Hal ini ditujukan sebagai penguat data dan memperkaya data mengenai topik penelitian. Berikut tabel informan biasa pada penelitian ini.

**Tabel 2**  
**Daftar Informan Biasa**

| No  | Nama          | Usia     | Jenis Kelamin | Keterangan                                     |
|-----|---------------|----------|---------------|------------------------------------------------|
| 1.  | Yan Eka Putra | 50 tahun | L             | Wakil Ketua Pengelola Pasar Padang Lua         |
| 2.  | Elsa          | 35 tahun | P             | Kaur TU dan Umum Kantor Wali Nagari Padang Lua |
| 3.  | Andi          | 25 tahun | L             | Tauke Hasil Bumi                               |
| 4.  | Lili Marlina  | 34 tahun | P             | Tauke Sayur Mayur                              |
| 5.  | Edi           | 49 tahun | L             | Sopir Pick Up                                  |
| 6.  | Erman         | 45 tahun | L             | Sopir Pick Up Sayur                            |
| 7.  | Bet           | 65 tahun | P             | Petani pemasok sayur                           |
| 8.  | Ismail        | 55 tahun | L             | Petani Pemasok sayur                           |
| 9.  | Diana         | 50 tahun | P             | Pemilik kedai kopi                             |
| 10. | Devi Kosla    | 51 tahun | L             | Kuli Panggul                                   |
| 11. | Madi          | 55 tahun | L             | Kuli Panggul                                   |

*Sumber: Data Primer, 2024*

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data penting dalam sebuah penelitian. Penelitian ini memanfaatkan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung, sementara data sekunder berasal dari studi pustaka.

##### a. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data yang berfokus pada pengumpulan informasi dan data melalui dokumen tertulis, foto, gambar, serta

dokumen elektronik yang dapat mendukung proses penelitian. Pencarian data melalui literatur dimaksudkan agar penelitian bersifat kredibel dan relevan.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan informasi dan data dengan peneliti langsung turun ke lapangan langsung untuk mengamati objek, situasi, atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam observasi, peneliti mencatat apa yang terjadi, perilaku, dan karakteristik dari objek yang diamati. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa dengan observasi, peneliti dapat mempelajari perilaku dan makna di balik perilaku tersebut secara langsung di lokasi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan memverifikasi kebenaran penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan observasi secara langsung ke lokasi penelitian. Peneliti melihat serta mengamati secara langsung aktivitas kerja dan interaksi sosial yang dilakukan oleh para tauke perempuan saat berjualan di pasar.

c. Wawancara

Metode wawancara ditujukan untuk memperoleh informasi yang tidak bisa peneliti dapatkan dari sekedar melihat keadaan tempat saja. Menurut Sugiyono (2016) wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk saling berbagi informasi dan ide melalui sesi tanya jawab, yang memungkinkan konstruksi makna mengenai topik tertentu. Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan untuk mendapatkan jawaban-jawaban dari permasalahan penelitian. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan instrumen pedoman wawancara yang sebelumnya sudah disusun sebelum turun lapangan. Wawancara akan dilakukan

antara peneliti dengan beberapa informan yang relevan. Proses wawancara ini diharapkan dapat menemukan data mengenai aktivitas perempuan pedagang.

#### d. Dokumentasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti juga mengumpulkan dokumentasi untuk mendukung data yang diperoleh selama berada di lapangan. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari arsip, dokumen, gambar, serta keterangan- keterangan yang dapat memberikan informasi terkait penelitian. Dokumentasi yang dilakukan peneliti mencakup rekaman suara dan foto-foto yang diabadikan selama proses penelitian.

### 5. Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data sehingga lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Sofian Effendi & Tukiran, 2012: 250). Pada penelitian kualitatif, analisis data dilakukan dengan menyiapkan dan mengelompokkan data untuk dianalisis, kemudian mereduksi data tersebut menjadi tema melalui pengkodean dan peringkasan kode, serta menyajikannya dengan bentuk bagan, tabel, atau uraian (Creswell, 2015: 251). Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berupa deskripsi singkat, diagram, dan sejenisnya. Reduksi data ialah proses penyederhanaan, pengelompokkan, dan pembuangan data yang tidak diperlukan sehingga dihasilkan informasi yang berguna sehingga mudah untuk melakukan penarikan kesimpulan. Langkah terakhir ialah penarikan kesimpulan dan verifikasi data untuk menguji kevalidan data.

## 6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada para tauke perempuan yang berjualan di Pasar Padang Lua, Kecamatan Banuhampu, kabupaten Padang Lua. Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan dimulai dengan penulisan proposal, seminar proposal, kemudian turun lapangan untuk pengumpulan data, lalu dilakukan analisis dari data yang didapatkan, kemudian penulisan skripsi dan diakhiri dengan ujian skripsi.

Proses penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2024 dengan bimbingan awal mengenai rencana topik penelitian dengan dosen PA dan kemudian mengajukan SK Bimbingan dan judul penelitian. SK Bimbingan keluar pada bulan Maret 2024, selanjutnya dilakukan penulisan proposal dengan melakukan observasi ke Pasar Padang Lua dan studi kepustakaan melalui penelitian terdahulu.

Bimbingan dan konsultasi dengan kedua pembimbingan dilakukan hingga akhirnya seminar proposal dilakukan pada 04 September 2024 pada pukul 08.00-10.00 di Ruang Sidang Departemen Antropologi Universitas Andalas dan dinyatakan lulus oleh penguji dengan beberapa revisi. Setelah dilaksanakannya ujian seminar proposal, penulis melakukan revisi dari saran-saran yang telah diberikan oleh penguji dan mulai membuat pedoman wawancara sebelum turun ke lapangan serta mengajukan surat izin penelitian kepada pihak fakultas yang akan membantu mengarahkan dan memudahkan proses penelitian di lapangan.

Tahapan pengambilan data dengan turun ke lapangan dilakukan selama dua bulan, dimulai pada bulan September-Oktober. Penelitian dimulai dengan

mendatangi Kantor Pasar Padang Lua untuk mendapatkan data mengenai profil pasar dan mewawancarai pengurus pasar mengenai perkembangan dan bagaimana hubungan para pengurus pasar dengan para tauke perempuan. Selain itu peneliti juga mendatangi kantor Wali Nagri Padang Lua untuk mendapatkan informasi mengenai profil Nagari Padang Lua yang merupakan lokasi dimana Pasar Padang Lua berada.

Kemudian penulis melakukan wawancara dengan para informan kunci yaitu para tauke perempuan. Tidak lupa juga penulis sambil mengamati aktivitas yang dilakukan oleh para tauke perempuan serta fenomena-fenomena sosial yang terjadi Pasar Padang Lua. Wawancara tidak hanya dilakukan pada tauke perempuan selaku informan kunci tetapi juga pada beberapa para aktor yang berada di Pasar Padang Lua seperti, petani/pemasok, sopir *pick up* (transportasi barang), dan kuli panggul.

Penelitian dilakukan beberapa kali dengan mendatangi Pasar Padang Lua secara langsung sehingga mendapatkan data yang diinginkan dan menjawab masalah penelitian. Dalam proses turun ke lapangan didapati beberapa kendala seperti para informan yang tidak bersedia untuk diwawancara maupun dalam mencari waktu luang untuk dapat diwawancarai. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan menjadwalkan waktu yang tepat untuk menemui informan penelitian.

Setelah mendapatkan informasi dan data yang cukup dari para informan kunci dan informan biasa, tahapan dilanjutkan dengan proses analisis data lalu dilanjutkan dengan tahapan penulisan hingga ke bab akhir.