Februari, 2024, Volume 6 Nomor 1
E-ISSN 2656-1026

INTERAKSI SOSIAL PEDAGANG SAYUR DI PASAR KAHAYAN KECAMATAN JEKAN RAYA KOTA PALANGKA RAYA

Tutik Haryani
Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Palangka Raya
(email: tutikharyaniupp@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif tentang bentuk interaksi sosial dan faktor yang mempengaruhi terjadinya bentuk interaksi sosial pedagang sayur di Pasar Kahayan Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya. Metode yang digunakan adalah metode pendekatan sosiologi dan komunikasi. Dalam pendekatan sosiologi mengaplikasikan pendekatan kesejahteraan sosial, yakni pendekatan mikro, mezzo, dan makro. Sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer yang meliputi 9 informan, diantaranya adalah Kepala Pasar, Pedagang, Pelanggan, Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan, sedangkan sumber data sekunder adalah berupa wawancara, alat-alat dokumentasi, alat tulis dan rekaman hp.

Hasil penelitian ini menggambarkan tentang bentuk interaksi sosial pedagang sayur adalah interaksi yang berbentuk kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi, kontravensi dan asimilasi yang terjadi pada waktu tertentu, serta masing-masing bentuk interaksi tersebut dapat berupa interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Interaksi tersebut terbagi menjadi dua kategori, yaitu interaksi sosial asosiatif dan disasosiatif. Adapun faktor yang memengaruhi terjadinya bentuk interaksi sosial di Pasar Kahayan ialah interaksi sosial asosiatif disebabkan oleh adanya tujuan yang sama, kedekatan fisik dalam berdagang, rasa simpati antar pedagang, dan adanya kepentingan selain berdagang; kurangnya jumlah pelanggan, banyaknya jumlah pedagang sayur, tidak memadainya sarana dan prasarana pasar. Sedangkan interaksi sosial disosiatif adalah pribadi setiap pedagang sayur berbeda-beda, jumlah pedagang sayur tak seimbang dengan jumlah pelanggan, struktur penempatan pedagang yang salah, dan denah bangunan pasar yang dianggap salah.

Keyword : Interaksi Sosial, Pedagang Sayur

Pendahuluan

Indonesia adalah sebuah negara dengan masyarakat yang majemuk. Kemajemukan ini ditandai oleh banyaknya suku bangsa yang mempunyai cara hidup atau kebudayaan masing-masing, sehingga mencerminkan adanya perbedaan dan pemisahan antara suku bangsa yang satu dengan suku bangsa yang lain. Perbedaan kebudayaan di Indonesia pada hakekatnya disebabkan oleh perbedaan sejarah perkembangan kebudayaan tiap-tiap suku bangsa. Keragaman telah menjadi bagian sejarah dan realitas kehidupan manusia, sehingga keragaman merupakan fenomena alamiah

yang eksistensinya tidak dapat dipungkiri. Manusia sebagai makhluk sosial akan saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain, kebutuhan itulah yang dapat menimbulkan suatu proses interaksi sosial. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidaklah lepas dari hubungan satu dengan yang lain, manusia selalu menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Kebutuhan masyarakat tersebut termasuk dalam hal perdagangan.

Salah satu interaksi sosial dapat terjalin dengan baik jika dalam suatu hubungan terdapat dua individu atau lebih, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya sehingga dapat terjalin kerjasama yang baik di antara para pelaku interaksi sosial. Triwik Alfia Ningrum dan Muhammad Turhan Yanu (2013). Seseorang tentunya akan mengadakan hubungan atau interaksi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi tersebut berupa interaksi di bidang sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya. Interaksi yang sering dilakukan oleh individu salah satunya berupa interaksi di bidang ekonomi yaitu di pusat perbelanjaan (pasar).

Pasar merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu, barang dan jasa tersedia untuk dijual dan akan terjadi pemindahan hak milik. Membangun suatu relasi dalam dunia bisnis merupakan suatu hal yang wajar untuk dilakukan. Pertemuan penjual dan pembeli memungkinkan terjadinya interaksi sosial. Dalam kegiatan transaksi jual beli setiap individu baik penjual maupun pembeli akan melakukan hubungan sosial yang dipengaruhi oleh konteks sosial budaya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat.

Kesejahteraan sosial menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial menyatakan bahwa "Kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga Negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya."

Dari kacamata sosiologi, pasar merupakan institusi sosial yang diatur dengan

norma-norma dan sangsi dan dibentuk melalui interaksi sosial. Pendapat ini menegaskan bahwa pasar tidak hanya sekedar ruang ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial. Di arena inilah modal sosial diaktifkan yang merekatkan hubungan- hubungan sosial dan memungkinkan langgengnya transaksi ekonomi. Hadirnya pusat-pusat perbelanjaan, juga kaki lima merpakan bagian dari sistem ekonomi perkotaan, dan merupakan icon kota besar yang sudah melekat pada sejumlah kota- kota besar di Indonesia. Nugroho Widjajanto. (2001: 27)

Apabila dua orang atau lebih bertemu, interaksi sosial dimulai pada saat itu. Mereka saling menegur, berjabat tangan, atau saling berbicara. Aktivitas semacam itu merupakan bentuk-bentuk dari interaksi sosial. Jika kita bandingkan aktivitas- aktivitas yang ada di pasar tradisional dengan pasar modern, terlihat sekali perbedaan interaksi pada keduanya. Di pasar tradisional, interaksi sosial itu lebih sering terjadi. Misalnya dalam hal tawar menawar barang, pastinya terjadi suatu komunikasi. Biasanya orang-orang yang datang ke pasar tradisional merupakan orang yang bertempat tinggal di kawasan tersebut sehingga mereka saling mengenal. Ketika bertemu/berpapasan di pasar mereka akan saling bertegur sapa. Sedang jika kita melihat pada pasar modern, interaksi yang terjalin itu mungkin tidak sekuat di pasar

tradisional, meski tetap ada yang namanya interaksi. Soerjono Soekanto, 1987

Banyak pedagang yang berada di pasar tentunya akan menciptakan suatu interaksi sosial maupun hubungan kerja antara satu dengan yang lainnya. Interaksi sosial yang terjadi antar pedagang mengakibatkan satu dengan yang lain dapat memberi pengaruh dalam bersikap dan berperilaku dalam kegiatan ekonomi. Interaksi sosial yang terjadi membuat satu pedagang dengan pedagang lainnya dapat saling mempengaruhi. Interaksi sosial tersebut menghasilkan hubungan yang bersifat negatif maupun positif.

Persaingan antar pedagang untuk menarik perhatian pembeli agar datang ketempatnya berjualan merupakan aktivitas sehari-hari yang terjadi di pasar tradisional. Berbagai cara yang dilakukan pedagang agar pengunjung pasar setidaknya datang untuk melihat barang yang dijual, meskipun bukan barang yang di cari. Di pasar tradisional berkomunikasi secara langsung atau tatap muka. Interaksi yang terjadi di pasar tradisional bukan hanya transaksi saja, tetapi juga berbincang-bincang dengan pembeli dan pasar menjadi media sosial yang menghubungkan komunikasi antar manusia di suatu daerah.

Pasar tradisional adalah arena transaksi ekonomi yang memungkinkan adanya hubungan personal yang terjalin antara pedagang-pembeli, pembeli-pembeli, dan pedagang-pedagang. Intensitas pertemuan yang relatif tinggi membuka kedekatan sosial. Misalnya pedagang yang memiliki pelanggan setia, akan memberikan harga yang lebih miring dari pembeli lainnya. Bahkan kedekatan tersebut berlanjut di luar aktifitas ekonomi. Apabila pelanggannya mengadakan pesta, selalu mengundang pedagang unutk menghadiri pesta. Mereka seolah menjadi seperti kerabat dekat. Hubungan yang erat ini jika terus terjalin akan memberikan dampak baik guna menciptakan keakraban sesama warga.

Interaksi sosial antar pedagang terlihat dengan obrolan mereka ketika sedang tidak ada pelanggan. Hal ini bisa dijumpai di salah satu pusat perbelanjaan yang berada di daerah Kelurahan Palangka Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya, yaitu di Pasar Kahayan Kelurahan Palangka Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya. Meski ada persaingan, akan tetapi hubungan baik harus selalu dibina untuk menciptakan suasana pasar yang tentram tanpa perselisihan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu peneliti dengan memberikan gambaran secara jelas dan sistematis terkait dengan objek yang diteliti. Penelitian ini didasari dengan maksud untuk menggambarkan secara deskriptif mengenai bentuk interaksi sosial, beserta faktor penghambat dan pendukung bentuk interaksi sosial pedagang sayur di pasar kahayan kota Palangka Raya. Hal tersebutlah yang menjadi fokus dan dikaji serta dianalisis secara deskriptif kualitatif dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

A. Interaksi Sosial Di Pasar Kahayan Kota Palangka Raya

Salah satu interaksi sosial dapat terjalin dengan baik jika dalam suatu hubungan terdapat dua individu atau lebih, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya sehingga dapat terjalin kerjasama yang baik di antara para pelaku interaksi sosial. Bonner dalam Triwik Alfia Ningrum dan Muhammad Turhan Yani, 2013 Seseorang tentunya akan mengadakan hubungan atau interaksi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi tersebut berupa interaksi di

bidang sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya. Interaksi yang sering dilakukan oleh individu salah satunya berupa interaksi di bidang ekonomi yaitu di pusat perbelanjaan (pasar).

Pasar merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu, barang dan jasa tersedia untuk dijual dan akan terjadi pemindahan hak milik. Membangun suatu relasi dalam dunia bisnis merupakan suatu hal yang wajar untuk dilakukan. Pertemuan penjual dan pembeli memungkinkan tejadinya interaksi sosial. Dalam kegiatan transaksi jual beli setiap individu baik penjual maupun pembeli akan melakukan hubungan sosial yang dipengaruhi oleh konteks sosial budaya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat.

Interaksi sosial adalah hubungan antara individu dengan individu, kelompok dengan individu maupun kelompok dengan kelompok. Interaksi sosial antar pedagang terlihat dengan obrolan mereka ketika sedang tidak ada pelanggan. Hal ini biasa dijumpai di salah satu pusat perbelanjaan yang berada di daerah Kelurahan Palangka Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya, yaitu di Pasar Kahayan Kelurahan Palangka Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya.

Interaksi yang terjadi dalam Pasar Kahayan terbagi menjadi dua kategori, yaitu interaksi sosial asosiatif dan disosiatif. Adapun interaksi sosial asosiatif dapat berupa kerja sama dan asimilasi, sedangkan interaksi sosial disosiatif dapat berupa persaingan, kontravensi dan konflik.

1) Interaksi Sosial Asosiatif
   a. Kerja sama (Cooperation)

Kooperasi berasal dari dua kata latin, co yang berarti bersama-sama, dan operani yang berarti bekerja. Dengan demikian kooperasi berarti bekerja sama. Kooperasi merupakan perwujudan minat dan perhatian orang untuk bekerja bersama- sama dalam suatu kesepahaman, sekalipun motifnya sering dan biasa tertuju kepada kepentingan diri sendiri. J. Dwi Narwako, 2007 Terdapat 4 (empat) bentuk kerja sama yaitu sebagai berikut:

1) Tawar-menawar (bargaining), yang merupakan bagian dari proses pencapaian kesepakatan untuk pertukaran barang atau jasa.
2) Kooptasi (cooptation), yaitu usaha kearah kerja sama yang dilakukan dengan jalan menyepakati pimpinan yang akan ditunjuk untuk mengendalikan jalannya organisasi atau kelompok.
3) Koalisi (coalition), yaitu usaha dua organisasi atau lebih yang sekalipun mempunyai struktur berbeda-beda hendak mengejar tujuan yang sama dengan cara kooperatif.
4) Patungan (joint-venture), yaitu usaha bersama untuk mengusahakan suatu kegiatan, demi keuntungan bersama yang akan di bagi nanti, secara proporsional dengan cara saling mengisi kekurangan masing-masing partner.

b. Asimilasi

Asimilasi adalah proses peleburan kebudayaan, sehingga pihak-pihak atau warga-warga dari dua-tiga kelompok yang tengah berasimilasi akan merasakan adanya kebudayaan tunggal yang dirasakan sebagai milik bersama. Asimilasi benar- benar mengarah kepada lenyapnya perbedaan. Perbedaan-perbedaan yang ada akan digantikan oleh kesamaan paham budayawi, dan karena juga akan digantikan oleh kesatuan pikiran, perilaku, dan mungkin juga tindakan.

c. Akomodasi (Acomodation)

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, akomodasi adalah suatu proses kearah tercapainya kesepakatan sementara yang dapat diterima kedua belah pihak yang tengah bersengketa. Akomodasi ini terjadi pada orang-orang atau kelompok- kelompok yang mau tak mau harus bekerja sama, sekalipun dalam kenyataannya mereka masing-masing

selalu memiliki paham yang berbeda dan bertentangan. J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, 2007.

2. Interaksi Sosial Diasosiatif

a. Persaingan (Competition)

Persaingan merupakan bentuk interaksi sosial disosiatif yang sederhana. Proses ini adalah proses sosial yang mengandung perjuangan untuk memperebutkan tujuan- tujuan tertentu yang sifatnya terbatas, yang semata-mata bermanfaat untuk mempertahankan suatu kelestarian hidup. J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, 2007: 65.

Pasar sudah menjadi arena persaingan, melihat pedagang saling berebut perhatian publik bukan lagi menjadi hal yang tabu yang dapat kita jumpai di pasar, begitu pula yang terjadi di Pasar Kahayan. Persaingan di Pasar Kahayan dapat di lihat ketika pedagang yang saling berebut perhatian pelanggan. Perlu kita ketahui terdapat dua macam tipe persaingan yaitu sebagai berikut:

a) Persaingan yang bersifat pribadi, yaitu persaingan masing-masing orang secara langsung bersaing.
b) Persaingan yang bersifat kelompok, yaitu persaingan antara kelompok yang satu dengan kelompok lainnya.

Persaingan terjadi ketika orang perorangan atau kelompok manusia bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang tertentu, termasuk di bidang ekonomi. Di bidang ekonomi persaingan terjadi akibat keterbatasan jumlah benda-benda pemuas kebutuhan manusia dalam masyarakat, sementara banyak pihak yang saling membutuhkan. Persaingan yang terjadi dalam dunia ekonomi seperti perdagangan akan terfokus pada hal-hal seperti perebutan jumlah pelanggan, selanjutnya persaingan dalam dunia produksi barang dan jasa akan berpusat pada perebutan sumber bahan baku dan daerah penjualan.

b. Kontravensi (Contravention)

Contravention atau kontravensi adalah suatu bentuk proses sosial yang berada antara persaingan dengan konflik. Kontravensi ditandai dengan gejala-gejala adanya ketidakpastian mengenai diri seseorang atau suatu rencana, perasaan tidak suka yang disembunyikan, kebencian, atau keragu-raguan terhadap kepribadian seseorang. (http://www.berpendidikan.com/2015/06/pengertian-dan-contoh-kontravensi.html)

c. Konflik (Conflict)

Konflik adalah proses di mana orang atau kelompok berusaha memperoleh sesuatu (imbalan tertentu) dengan cara melemahkan atau menghilangkan pesaing atau kompetitor lain, bukan hanya mencoba tampil lebih baik seperti dalam kompetisi. Konflik dapat bersifat terbuka dan menggunakan kekerasan seperti perkelahian, pengeboman, dan pembakaran, dan dapat juga terjadi secara tersembunyi dengan menggunakan jasa dukun santet, tipu daya, atau pihak ketiga. Saptono, 2006.

Kesimpulan

Interaksi sosial pedagang sayur yang terjadi dalam Pasar Kahayan adalah hubungan antara individu dengan individu, kelompok dengan individu maupun kelompok dengan kelompok dan terjadi pada waktu tertentu. Interaksi tersebut terbagi menjadi dua kategori, yaitu interaksi sosial asosiatif dan disasosiatif. Adapun interaksi sosial asosiatif dapat berupa kerja sama yaitu kerja sama antar pedagang sayur, pedagang sayur dengan pelanggan, pedagang sayur dengan tukang becak/tukang bentor, dan pedagang sayur dengan pemasok/distributror, dan asimilasi yang terjadi di Pasar Kahayan dapat dilihat pada keseharian pedagang sayur ketika melakukan transaksi jual beli dan mayoritas pedagang di Pasar Kahayan juga

paham atau dapat berbahasa dayak sedangkan interaksi sosial disosiatif dapat berupa persaingan yang dapat dilihat dari ketika pedagang sayur saling berebut perhatian pelanggan, persaingan tersebut dapat bersifat pribadi maupun bersifat kelompok namun lebih cenderung pada persaingan pribadi, kontravensi yang dapat memicu konflik seperti menjelek-jelekkan barang dagangan pedagang lain di mata pelanggan dan konflik.

Referensi

Adi, Isbandi Rukminto. Psikologi Pekerjaan Sosial Dan Ilmu Kesejahteraan Sosial (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1994)

Arikunto, Suharsimi. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI, (Rineka Cipta: Jakarta, 2010

Moleong, Lexy. J.. "Metodologi Penelitian Kualitatif", (Rosdakarya: Bandung, 2007)

Muhajirin, Noen. "Metode Penelitian Kualitatif", (Rake Sarasin: Yogyakarta, 1996)

Narwoko, Dwi. dan Bagong Suyanto,"Sosiologi teks pengantar dan terapan". (Kencana: Jakarta, 2007)

Nurdin, M. Fadhil. Pengantar Studi Kesejahteraan Sosial, (Bandung: Angkasa, 1990)

Shandily, Hasan. "Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia" (Cet. IX). Bina Aksara: Jakarta, 1983

Saptono."Sosiologi.". (Phibeta: Jakarta. 2006)

Soekanto, Soerjono. Sosiologi Suatu Pengantar. (Rajawali Pers: Jakarta, 1990)

Soetomo, Strategi-Strategi Pembangunan Masyarakat (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. (Alfabeta: Bandung, 2009). Tim Prima Pena, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Gitamedia Press),