

Intraksi Sosial Antar Pedagang Sayur Dalam Melakukan Aktivitas Di Pasar Mandonga Kota Kendari

Anita, Suharty Roslan, Sarmadan

ABSTRACT

The aim of this research is to explore the ways vegetable traders interact in the Mandonga market and the factors influencing these interactions. The research method employed is qualitative, with informants intentionally selected to provide in-depth insights. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed using an interactive approach involving data reduction, presentation, and conclusion. The results reveal various forms of social interaction, such as cooperation, assimilation, accommodation, competition, controversy, and conflict, as well as factors influencing social interactions, including imitation, sympathy, suggestion, and identification.

Keywords: *Social Interaction, Vegetable Traders.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi cara pedagang sayur berinteraksi di pasar Mandonga dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Metode penelitian ini adalah kualitatif, dengan informan dipilih secara sengaja untuk memberikan wawasan yang mendalam. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan interaktif yang melibatkan reduksi data, penyajian, dan kesimpulan. Hasilnya mengungkapkan beragam bentuk interaksi sosial, seperti kerjasama, asimilasi, akomodasi, persaingan, kontravensi, dan konflik, serta faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi sosial, termasuk imitasi, simpati, sugesti, dan identifikasi.

Kata Kunci: *Interaksi Sosial, Pedagang Sayur*

PENDAHULUAN

Interaksi sosial dikatakan sebagai hasil dari kebutuhan manusia terhadap satu sama lain sebagai makhluk sosial. Masyarakat selalu beradaptasi dengan lingkungannya dan kebutuhan masyarakat, seperti halnya dalam interaksi sosial antar pedagang sayur di pasar. Seluruh kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari hubungan satu sama lain. Dalam hal ini menyangkut interaksi sosial antar manusia.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah pusat, BUMN, BUMD yang tempat usahanya berupa kios, toko, tenda, dan lapak yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, atau koperasi, dan swadaya masyarakat. dimana proses jual belinya dilakukan melalui proses tawar menawar. Pasar-pasar tersebut ditetapkan melalui Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2007.

Menurut Ningrum (2013), Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu menjalin hubungan satu sama lain melalui interaksi. Manusia akan selalu mempunyai hubungan atau lebih banyak kontak dalam hidupnya, dan perilaku setiap orang akan mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku orang lain atau sebaliknya. sehingga interaksi sosial dapat mengembangkan hubungan kerjasama yang produktif sebagai hasil interaksi tersebut.

Menurut Soekanto (2012), Interaksi sosial sangat penting bagi semua kehidupan sosial karena tidak ada cara untuk hidup bersama tanpa interaksi. Interaksi sosial dalam suatu kelompok sosial tidak akan dihasilkan dari pertemuan fisik dengan orang lain. Ketika individu, kelompok, atau individu bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, berkomunikasi satu sama lain, dll., atau terlibat dalam persaingan, perselisihan, dll., jenis interaksi sosial ini terjadi..

Begitupun dengan Kondisi nyata yang terjadi di pasar Mandonga Kota Kendari tersebut bahwa dalam hal ini, mulai dari banyaknya penduduk yakni para pedagang sayur yang bertempat di pasar itu ialah dominan dari masyarakat atau pedagang sayur yakni dari suku Muna dan Suku Bugis, serta beberapa masyarakat atau pedagang sayur dari suku Jawa dan Suku Tolaki yang berjualan di tempat tersebut dan ada beberapa orang kendari. Adapun para pedagang sayur yang memiliki jumlah yang bisa dikatakan cukup banyak yakni dengan jumlah 456 orang terdiri dari pedagang sayur untuk laki-laki sebanyak 167 orang dan jumlah pedagang sayur perempuan adalah sebanyak 289 (Sumber Kepala Pasar Mandonga, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data-data tersebut selanjutnya akan disajikan dalam bentuk penjelasan, deskripsi, dan deskripsi mengenai kenyataan yang sebenarnya untuk memperjelas seperti apa interaksi sosial yang dilakukan pedagang sayur mayur di pasar Mandonga kota Kendari dan faktor apa saja yang mempengaruhi interaksi tersebut. Kepala pasar Mandonga, pegawai dinas perdagangan, koperasi, usaha kecil menengah, dan beberapa pedagang sayur mayur menjadi informan dalam penelitian ini. Menurut Upe (2017), metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Soetopo (2002), metode analisis data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bentuk-bentuk interaksi sosial antar pedagang sayur

1. Proses Sosial Asosiatif Yang Terjadi Antar Pedagang Sayur

a. Kerja Sama

Meskipun motivasi kerja sama ini terutama ditujukan pada kepentingan pribadi dan diawali dengan proses interaksi, namun hal ini juga dikenal sebagai wujud ketertarikan dan kepedulian seseorang terhadap orang lain untuk bekerja sama menuju tujuan yang sama. Melalui berbagai bentuk interaksi sosial, para pedagang sayur di pasar Mandonga membina kerjasama. Beberapa bentuk kerjasama di pasar Mandonga, seperti hubungan berdasarkan kedekatan dengan lokasi penjualan, suku, dan faktor lainnya.

b. Asimilasi

Menurut (Soekanto: 2006), asimilasi adalah proses yang lebih berlanjut apabila dibandingkan dengan proses akomodasi. Asimilasi, terjadi proses peleburan kebudayaan, sehingga pihak-pihak atau warga dari dua atau tiga kelompok yang sedang berasimilasi akan merasakan adanya kebudayaan tunggal yang dilakukan secara bersama. Asimilasi menghilangkan perbedaan dan akan diganti dengan

persamaan budaya, dan kesatuan pikiran, perilaku serta tindakan. Bentuk asimilasi yang terjadi pada pedagang sayur adalah Asimilasi yang terjadi pada masyarakat Tolaki dan Muna. Para pedagang Muna menyadari akan hal sebagai pendatang, sehingga mereka berusaha menyesuaikan diri dengan keadaan sekarang yang menganggap akan menguntungkan dari dagangan yang mereka miliki, sehingga usaha yang mereka bangun yaitu menjual sayur-mayur.

C. Akomodasi

Menurut (Soekanto: 2006), akomodasi adalah suatu proses yang mengarah kepada tercapainya kesepakatan, sementara yang dapat diterima oleh kedua belah pihak yang sedang bersengketa. Dalam akomodasi, kedua belah pihak memegang paham yang mereka anut. Namun, dalam interaksinya kedua belah pihak masih melangsungkan hubungan yang terjadi di dalamnya. Akomodasi yang terjadi pada pedagang sayur di pasar Mandonga yaitu adanya kesepakatan yang mereka lakukan berupa barang dan harga yang sudah ditetapkan bersama. Jika ada yang melanggarnya maka akan mendapat peringatan berupa teguran.

2. Proses Sosial Disosiatif yang terjadi antar pedagang sayur di Pasar Mandonga

a. Kompetisi/Persaingan (*Competition*)

Bentuk persaingan yang terjadi antar pedagang sayur, dalam analisis dan observasi di lapangan bahwa persaingan yang terjadi adalah adanya perbedaan harga dan jenis barang yang di jual. Padahal sudah ada kesepakatan sejak awal. Selain perbedaan harga dan jenis barang, kualitas atau pelayanan kepada pelanggan atau pembeli juga termasuk dalam persaingan yang terjadi pada pedagang sayur yang ada di Pasar Mandonga untuk mendapatkan apa yang menjadi tujuan dari masing-masing pedagang sayur tersebut. selain, dari pada itu juga terjadi apabila terbatasnya persediaan barang dengan jumlah konsumen atau pembeli terbatas.

b. Kontravensi

Di Pasar Mandonga, konflik antar pedagang sayur terjadi akibat interaksi individu satu sama lain. Banyak pedagang sayur yang merasa ragu karena takut

kehilangan uang jika produknya tidak terjual, namun sikapnya terhadap pedagang sayur lain masih tersembunyi. Pada akhirnya, hal ini menghalangi pihak-pihak yang berkonflik untuk berkomunikasi satu sama lain. Pasar Mandonga berbeda dengan pasar sayur karena terdapat kontradiksi antar pedagang.

c. Konflik

konflik terjadi karena adanya perbedaan pendirian, keyakinan, serta kesalahpahaman dari orang-orang sehingga menyebabkan konflik itu terjadi. Konflik itu dapat bersifat positif dan bersifat negatif. Di Pasar Mandonga, konflik antar pedagang sayur berupa perebutan tempat jual antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain akibat adanya kesalahpahaman. Kepala Pasar Mandonga harus mengelola situasi dengan bertindak sebagai mediator untuk meredakan situasi yang tidak menguntungkan dan memberikan peringatan kepada kedua belah pihak agar tidak terulangnya kejadian yang sama. Biasanya, perebutan lokasi jualan berujung pada adu mulut antar pedagang sayur.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Interaksi Sosial Antar Pedagang Sayur

1. Faktor Imitasi

Faktor imitasi yang terjadi antar pedagang sayur adalah adanya sikap atau perilaku yang menjadi contoh untuk ditiru dan dilakukan oleh orang lain. Yang mana hal tersebut terdapat pada pedagang sayur misalnya pedagang sayur yang satu memiliki sikap yang ramah seperti menyapa pembeli yang membuat dagangannya langsung dibeli dan laku, maka dari itu pedagang yang melihat tersebut langsung mencontohkannya.

2. Faktor Sugesti

Faktor sugesti yang terjadi antar pedagang sayur di pasar adalah di mana pada saat para pedagang sayur yang satu dengan pedagang yang lain adalah ketika dapat dan mampu mempengaruhi orang lain dengan caranya atau ketika orang tersebut memiliki wibawa atau kharismatik contohnya: ketika seorang pedagang sayur menawarkan barang dagangannya dengan menyapa terlebih dulu kemudian

melakukan penawaran barang dan harga agar pembeli tersebut seketika membeli barang dagangannya tanpa bertanya kepada penjual tersebut.

3. Faktor Simpati

Faktor simpati yang terjadi antar pedagang sayur, adalah terjalinnya hubungan karena adanya perasaan yang saling memahami satu sama lain. Di antara hal tersebut adalah saling membantu ketika adanya keperluan yang mendadak yaitu adanya panggilan kedukaan dari salah satu kerabatnya. Seketika itu, pedagang sayur yang di sampingnya merespon dengan baik dan langsung mau untuk menjagakan dagangannya. Dalam faktor simpati ini adalah berkaitan dengan perasaan seseorang, namun yang menjadi faktor pendorong utamanya adalah adanya keinginan untuk memahami orang lain tersebut.

4. Faktor Identifikasi

Faktor identifikasi, yang terjadi antar pedagang sayur adalah terkait dengan mengikuti perilaku dan cara mereka seseorang dalam berdagang sehingga tujuan untuk mendapatkan keuntungan dapat tercapai. Faktor identifikasi yang terjadi antar pedagang sayur tentunya bisa merujuk dari cara mereka berdagang.

KESIMPULAN

Bentuk-bentuk interaksi sosial pada pedagang sayur yaitu adanya kerjasama yang terjalin antar pedagang sayur dalam hal ini adanya saling tolong-menolong ketika ada yang berduka, asimilasi yang terjadi pada pedagang sayur yaitu adanya ketika para pedagang Muna menyadari akan hal sebagai pendatang, sehingga mereka berusaha menyesuaikan diri dengan keadaan sekarang yang menganggap akan menguntungkan dari dagangan yang mereka miliki, sehingga usaha yang mereka inginkan yaitu menjual sayur-mayur, akomodasi adalah suatu proses ke arah tercapai kesepakatan sementara yang dapat diterima kedua belah pihak yang sedang bersengketa, realitanya bahwa yang terjadi antar pedagang sayur adanya kesepakatan di antara mereka tentang harga barang dan juga termaksud pembeli yang datang membeli barang dagangannya di tempat pedagang sayur tersebut. Dan jika ada yang melanggar aturannya maka akan diberikan peringatan berupa teguran kepada si

pelanggar, Persaingan (*Competition*) terjadinya kualitas barang dagangan atau pelayanan kepada pembeli juga termasuk dalam persaingan yang terjadi pada pedagang sayur, kontravensi adanya wujud yang terjadi biasanya berupa ketidaksukaan atau sikap perasaan yang disembunyikan yang terjadi juga pada pedagang sayur, konflik yang terjadi antar pedagang sayur yang terjadi antar pedagang sayur yang mana konflik tersebut terjadinya perebutan tempat jualan antar pedagang yang satu dengan pedagang lainnya, sehingga konflik tersebut terjadi juga adanya kesalahpahaman tanpa diketahui, dan akomodasi terjadi Perbedaan pendapat atau ketidaksepahaman dan kesalahpahaman dari beberapa pihak yang berkonflik mengharuskan dilakukannya akomodasi yang dilakukan oleh Kepala pasar Mandonga sebagai penengah, sedangkan faktor-faktor interaksi sosial antar pedagang sayur yaitu imitasi yakni Tindakan meniru dari orang lain, misalkan meniru sikap realitanya adalah seorang pedagang sayur yang meniru perilaku dari pedagang sayur yang ditirunya dalam menarai pembeli dengan cara menyapanya, simpati yang terjadi pada pedagang sayur yaitu pedagang sayur yang satu dengan pedagang yang lain adalah ketika dapat dan mampu mempengaruhi orang lain dengan caranya atau ketika orang tersebut berkharismatik contohnya: ketika seorang pedagang sayur menawarkan barang dagangannya dengan menyapa sambil tersenyum, maka seketika pembeli tersebut langsung membeli barang dagangannya tanpa bertanya kepada penjual tersebut, simpati yang terjadi antar pedagang sayur yaitu adanya perasaan saling memahami misalnya pedagang yang di sebelahnya mendapat kabar duka maka, dia langsung meminta tolong untuk menjagakan dagangannya sementara waktu, identifikasi antar pedagang sayur yaitu seorang pedagang sayur yang mengidentifikasi mulai dari tempat jualan yang bersih dan rapi pastinya akan menarik pembeli yang melihatnya, dan pastinya kualitas sayuran yang higienis juga menarik bagi pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

Soekanto. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soekanto. 2016. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sutopo, H. B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasinya dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Triwik, Alfia Ningrum dan Muhamad Turhan Yani. 2013. *Pola Interaksi Sosial Antar Pedagang Di Wilayah Ampel Surabaya. Jurnal*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

Upe, Ambo. 2017. *Pengantar Statistika Sosial*. Kendari: Literacy Insitute.