

**PENGARUH RELOKASI PEDAGANG TERHADAP
BANGUNAN INTERAKSI SOSIAL DI LOKASI BARU**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pengaruh Relokasi Pedagang Terhadap
Bangunan Interaksi Sosial Di Pasar Panggung Rejo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disusun oleh :

BEKTO GALIH PAMUNGKAS

D 0305017

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

SURAKARTA

commit to user

2010

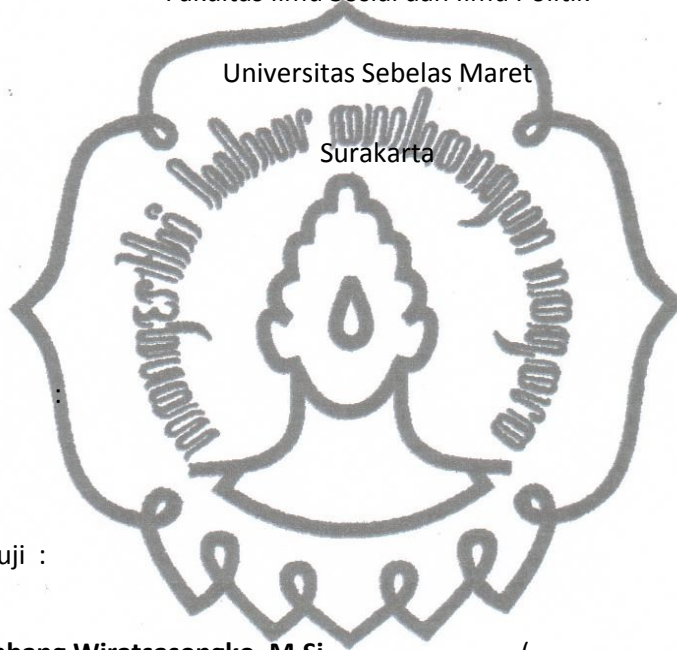
PENGESAHAN

Telah Diujikan dan Disahkan Oleh Panitia Penguji Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta



Pada Hari :

Tanggal :

Panitia Penguji :

1. **Drs. Bambang Wiratsasongko, M.Si** (.....)
NIP. 19510727 198203 1 002

2. **Drs. Bambang Santosa, M.Si** (.....)
NIP. 19560721 198303 1 002

3. **Prof. Dr. RB. Soemanto, MA** (.....)
NIP. 19470914 197612 1 001

commit to user

Disahkan Oleh :

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Dekan,



Drs. H. Supriyadi SN, SU

NIP. 19530128 198103 1 001

PERSEMBAHAN

Tidak ada yang sempurna di dunia ini

Teriring doa dan ucapan syukur, penulis ingin mendedikasikan

karya ini kepada :

Kedua orang tuaku yang tercinta yang selalu berdoa demi suksesanku

Kakakku yang membantu kelancaran tugas ini

Keluarga Besarku, Sahabat-sahabatku dan Almamaterku

PERSETUJUAN

Telah Disetujui untuk Dipertahankan di Hadapan Panitia Ujian Skripsi



Dosen Pembimbing

Prof. Dr. RB. Soemanto, MA

NIP. 19470914 197612 1 001



ABSTRAK

Bekto Galih Pamungkas, D 0305017. PENGARUH RELOKASI PEDAGANG TERHADAP BANGUNAN INTERAKSI SOSIAL DI LOKASI BARU (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pengaruh Relokasi Pedagang Terhadap Bangunan Interaksi Sosial Di Pasar Panggung Rejo). Skripsi, Surakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Agustus 2010.

Keberadaan Pasar Panggung Rejo merupakan konsekuensi dari adanya relokasi PKL di Jalan Ki Hajar Dewantara. Pasar ini merupakan tempat baru yang digunakan oleh para PKL yang selanjutnya akan berstatus sebagai pedagang.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Interaksionisme Simbolik yang membahas mengenai tindakan sosial (*social action*). Bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial, oleh karena itu interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas sosial. Hal ini karena interaksi sosial merupakan kunci utama dari semua kehidupan sosial, oleh karena itu tanpa interaksi sosial tidak akan mungkin ada suatu kehidupan bersama.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bermaksud untuk menggambarkan dan memberi uraian dengan cermat terhadap relokasi PKL ke Pasar Panggung Rejo. Lokasi penelitian ini adalah Pasar Panggung Rejo yang merupakan pasar yang khusus dibangun untuk menampung pedagang kaki lima (PKL) di belakang kampus UNS, Jalan Ki Hajar Dewantara, Kentingan, Surakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *maximum variation sampling*. Data primer didapat dari wawancara langsung dengan informan yaitu pedagang Pasar Panggung Rejo, konsumen, paguyuban dan lurah pasar. Data sekunder didapat dari dokumen dari Paguyuban Pasar, Lurah Pasar dan Dinas Pasar. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi non partisipan, wawancara dan dokumentasi. Validitasi data menggunakan triangulasi data (sumber). Teknik analisis data dengan reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bangunan interaksi di Pasar Panggung Rejo sudah terbangun sejak mereka masih berstatus PKL di Jalan Ki Hajar Dewantara. Kerjasama yang mereka bina dalam kehidupan sosial sudah baik. Persaingan yang terjadi diantara mereka hanya dalam hal persaingan ekonomi demi mendapat konsumen. Konflik yang terjadi jarang sekali dalam intensitas besar, hanya berupa konflik antar personal

pedagang. Secara umum bangunan interaksi para pedagang di Pasar Pangung Rejo masih baik seperti saat mereka menjadi PKL.

Kata Kunci: interaksi, pedagang, pasar, relokasi.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR MATRIK.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5

D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Landasan Teori.....	11
G. Definisi Konsep.....	29
H. Metode Penelitian	
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Lokasi Penelitian.....	31
3. Teknik Sampling.....	32
4. Sumber Data.....	33
5. Teknik Pengumpulan Data.....	34
6. Validitas Data.....	36
7. Teknik Analisa Data.....	36

BAB II. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Geografis Kecamatan Jebres.....	40
B. Keadaan Demografis Kecamatan Jebres.....	41
C. Pasar Panggung Rejo.....	46

BAB III. KARAKTERISTIK DAN INTERAKSI SOSIAL PEDAGANG DI PASAR PANGGUNG

REJO

A. Pasar Sebagai Pusat Perekonomian.....	51
--	----

B. Karakteristik Informan.....	55
C. Gambaran Umum Pedagang Pasar Panggung Rejo.....	56

**BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN TENTANG INTERAKSI
SOSIAL PEDAGANG DI PASAR PANGGUNG REJO**

A. Kerjasama.....	76
B. Persaingan.....	79
C. Konflik.....	80
D. Kategori Interaksi Yang Terjadi.....	84

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	94
B. Implikasi	
1. Implikasi Empiris.....	98
2. Implikasi Metodologis.....	99
3. Implikasi Teoritis.....	100
C. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.....	42
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Menurut Umur Dan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 2.3 Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	44
Tabel 2.4 Jumlah Penduduk Menurut Agama.....	45
Tabel 2.5 Sarana Kesehatan.....	46
Tabel 4.1 Kerjasama.....	85
Tabel 4.2 Persaingan.....	87

commit to user

Tabel 4.3 Konflik.....89

Tabel 4.4 Bangunan Interaksi Sesama Pedagang Warung Makan.....91

Tabel 4.5 Bangunan Interaksi Pedagang Warung Makan
Dengan Pedagang Komoditas Lain.....91



DAFTAR MATRIK

Matrik 3.1 Karakteristik Informan Dan Responden.....55

Matrik 3.2 Hasil Wawancara Dengan Pedagang Makanan.....60

Matrik 3.3 Hasil Wawancara Dengan Pedagang Komoditas Lain.....62

Matrik 3.4 Perbandingan Hasil Wawancara Pedagang Makanan
Dengan Komoditas Lain.....64

Matrik 3.5 Perbandingan Hasil Wawancara Pedagang Dengan Paguyuban.....67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	
Skema Interaksi Sosial Pasar Panggung Rejo.....	29
Gambar 1.2	
Model Analisis Interaksi.....	39

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas karunianya yang tak terkira ini sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan judul:

“PENGARUH RELOKASI PEDAGANG TERHADAP BANGUNAN INTERAKSI SOSIAL DI LOKASI BARU” (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TENTANG PENGARUH RELOKASI PEDAGANG TERHADAP BANGUNAN INTERAKSI SOSIAL DI PASAR PANGGUNG REJO).

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret. Berbagai pihak telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Supriyadi SN, SU selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Dra. Hj. Trisni Utami, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi FISIP UNS.
3. Ibu Dra. LV. Ratna Devi S, M.Si selaku pembimbing Akademik penulis.
4. Bapak Prof. Dr. RB. Soemanto, MA selaku pembimbing penulisan skripsi ini, terimakasih sekali atas bimbingan Bapak Selama ini dan mohon maaf apabila penulis sering mengecewakan Bapak.
5. Terimakasih kepada Bapak Ibu Dosen Jurusan Sosiologi FISIP UNS atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini. Juga terimakasih kepada seluruh Staff FISIP atas bantuannya selama ini.
6. Terimakasih kepada Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta yang telah berkenan memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan Ibu Wiwiek Dwi Hesti, S.Sos selaku Sekretaris Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta yang telah berkenan memberikan informasi.

7. Terimakasih Kepada Bapak Sigit Pramono selaku Lurah Pasar Pangungrejo Jebres, Surakarta yang telah membantu peneliti sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
8. Terimakasih Kepada Bapak Sukir AW selaku Ketua Paguyuban Pedagang Pasar Pangung Rejo yang telah membantu peneliti sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
9. Terimakasih untuk seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam melengkapi data penelitian ini beserta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Untuk teman-teman Grha UKM UNS terutama UKM INKAI UNS yang telah memberikan pengalaman hidup yang tidak bisa terlupakan, suatu kebanggaan bisa bersama kalian merupakan suatu kehormatan buat saya.
11. Terimakasih Untuk temanku Ahmad Zunita S.Sos yang telah membantu penulis dalam menyusun penelitian ini dan untuk teman-teman di Sosiologi 05, teman-teman di Jakarta dan semua teman-teman Kost Generus terima kasih buat kebersamaan kita selama ini.
12. Untuk Yulia Dewi Puspitasari, terimakasih atas semua dorongan dan semangat yang telah diberikan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu selama proses penulisan skripsi ini berlangsung.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan Kemampuan dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini. Masukan dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan penelitian selanjutnya hingga menjadi lebih baik. Akhirnya penulis hanya bisa berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, memberikan sumbangan pemikiran dan menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi pembaca.

Surakarta, Agustus 2010

Penulis

**PENGARUH RELOKASI PEDAGANG TERHADAP
BANGUNAN INTERAKSI SOSIAL DI LOKASI BARU**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pengaruh Relokasi Pedagang Terhadap
Bangunan Interaksi Sosial Di Pasar Panggung Rejo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disusun oleh :

BEKTO GALIH PAMUNGKAS

D 0305017

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

SURAKARTA

commit to user

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada umumnya keberadaan perguruan tinggi di suatu tempat akan membawa akibat terhadap besarnya masyarakat pendatang untuk melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi. Keberadaan para pendatang ini mampu menawarkan berbagai macam usaha, baik itu usaha jasa atau wiraswasta, seperti usaha warung makan, usaha pondokan atau kost, toko alat tulis, jasa photo copy, laundry dan lain sebagainya. Hal ini merupakan peluang yang sangat menguntungkan bagi siapa saja yang ingin mengembangkan dirinya.

Keberadaan pedagang merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perekonomian. Kebutuhan hidup dalam kehidupan mau tidak mau harus dipenuhi guna mempertahankan hidup. Salah satunya adalah dengan melakukan aktivitas ekonomi dalam dunia perdagangan.

Jika pedagang dapat berhasil menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawabnya, maka kehidupan keluarganya juga berjalan lancar sehingga keberadaannya sebagai pedagang akan lebih mantap karena mampu memperoleh pendapatan sendiri dari hasil usahanya. Akan tetapi di sini tidak terlepas dari adanya konsumen, sedangkan yang dimaksud dengan konsumen adalah :

“Pemakai (barang-barang hasil industri), bahan makanan dan sebagainya”.
(Poerwadarminto, 1976 : 521)

Dengan semakin bertambahnya konsumen dan banyaknya dagangan yang habis terjual akan diperoleh dari hasil usaha yang di dapat disumbangkan kepada keluarga. Demikian pula sebaliknya, semakin sedikit jumlah konsumen dan dagangan yang habis terjual akan menyebabkan semakin rendah pula penghasilan yang diperoleh dari hasil usaha yang disumbangkan kepada keluarga. Jadi pada prinsipnya besarnya sumbangan pendapatan pedagang ditentukan banyak sedikitnya konsumen. Begitu pula yang terjadi pada pedagang di pasar Panggung Rejo.

Namun pada bulan Desember 2009, terjadi pemindahan besar-besaran pedagang kaki lima yang bertempat di belakang kampus Universitas Sebelas Maret (UNS). Kebijakan dari Pemerintah Kota Surakarta membuat daerah yang dulu dijajaki oleh pedagang kaki lima tersebut harus segera dikosongkan pada bulan Januari 2010. Semua pedagang kaki lima harus direlokasi lagi ke pasar yang berada di belakang kecamatan Jebres, tepatnya di jalan Surya Utama. Sebelumnya pedagang kaki lima yang berada di depan Solo *techno park* juga dipindahkan ke pasar tersebut. Namun yang dirasakan oleh pedagang setelah dipindahkan yaitu merasakan menurunnya omzet pendapatannya.

Pasar yang khusus dibangun untuk menampung pedagang kaki lima (PKL) di belakang kampus UNS, Jl Ki Hajar Dewantara, Ketingan dengan nama Pasar Panggung Rejo diresmikan penggunaannya oleh Wali Kota Surakarta Joko Widodo, selasa (29/12/2009). Namun, belum semua kios terisi. Masih ada 19 kios belum berpenghuni. Pasar baru yang terletak di belakang kantor Kecamatan Jebres sengaja dibangun Pemkot Surakarta sebagai lokasi

baru bagi PKL yang selama ini menggelar dagangan di pinggir jalan di belakang kampus UNS, sebelah barat. Penyediaan kios untuk PKL didasari kebijakan pemkot yang membangun Solo *Technopark* di belakang kampus universitas negeri itu. Selanjutnya daerah itu juga ditetapkan sebagai kawasan perkantoran. Meski telah diresmikan, setidaknya 11 kios yang dibangun pada tahap I dan 8 kios yang dibangun pada tahap II.

Kepala Dinas Pengelolaan Pasar (DPP) Kota Surakarta Subagiyo mengungkapkan, :

“Pasar itu berdiri di atas tanah seluas 1.300 m² dan menelan dana pemkot sekitar Rp 4,2 miliar itu terbagi dalam lantai dasar, lantai I dan lantai II melalui pembiayaan APBD selama dua tahap. Tahap pertama dengan biaya Rp 1,9 miliar dari APBD 2008 berhasil dibangun 93 kios, lalu tahap II APBD 2009 (Rp 2,3 miliar) terbangun 108 kios. Total kios di pasar itu sejumlah 201 unit dan dihuni oleh 199 pedagang, sisa kios yang lain untuk kantor pengelola, dan fasilitas penunjang lain”. (Suara Merdeka Cyber News, 29 Desember 2009).

Pasar baru yang terletak di belakang kantor Kecamatan Jebres sengaja dibangun Pemkot Surakarta sebagai lokasi baru bagi PKL yang selama ini menggelar dagangan di pinggir jalan belakang kampus UNS, sebelah barat. Penyediaan kios untuk PKL didasari kebijakan pemkot yang membangun Solo *Technopark* di belakang kampus universitas negeri itu. Selanjutnya daerah itu juga ditetapkan sebagai kawasan perkantoran.

Dari pemindahan pedagang kaki lima belakang UNS tersebut. ada beberapa pedagang yang menolak dan enggan untuk dipindahkan ke pasar tersebut, alasannya pun bermacam-macam, ada yang tidak layak untuk dijadikan tempat jualan, ada yang merasa pasar tersebut sepi, tidak menjual dan bahkan tidak sebanding dengan tempat awal pedagang kaki lima di UNS.

Selain itu jika dilihat kondisi pasar saat itu masih belum tertata rapi. Lokasi-lokasi kios di pasar tersebut masih belum terurutkan berdasarkan jenis usaha dari pedagang tersebut.

Jumlah pedagang sebelum relokasi saat masih berada di sepanjang jalan Ki Hajar Dewantara sebanyak 421 pedagang. Pedagang yang direlokasi sebanyak 199 pedagang, sedangkan yang masih membuka kiosnya di pasar hanya sejumlah 53 pedagang saja. Relokasi ini berpengaruh sangat besar terhadap pendapatan para pedagang yang menurun sehingga berpengaruh juga terhadap sumbangan mereka pada perekonomian keluarga. Pendapatan mereka yang semula bisa mencapai Rp. 300.000,00 dalam sehari menurun tajam menjadi Rp. 50.000,00 sampai Rp. 100.000,00 saja dalam sehari. Hal ini tidak terlepas dari jumlah pengunjung pasar Panggung Rejo yang belum begitu banyak. Kondisi saat masih berdagang di belakang kampus UNS tepatnya di sepanjang jalan Ki Hajar Dewantara, pembeli selalu datang karena letak kios pedagang yang strategis dan mudah dijangkau oleh pembeli yang kebanyakan mahasiswa.

Pengunjung yang datang biasanya bisa sampai 50 orang, sedangkan saat ini ketika menempati kios di pasar Panggung Rejo bisa mendapatkan pembeli 10 orang saja sudah sangat bagus. Padahal pengeluaran bulanan untuk bertahan di pasar Panggung Rejo selalu tetap seperti pengeluaran untuk listrik sebesar Rp. 86.000,00 dan retribusi sebesar Rp. 1.100,00. Saat ini untuk bertahan sebagai pedagang di pasar Panggung Rejo para pedagang hanya bisa saling membantu dalam berbagai hal termasuk saling menjaga kios pedagang

di sebelahnya jika ditinggalkan. Pengaruh besar yang terjadi akibat relokasi terhadap usaha para pedagang ini menjadi sebuah hal yang sangat menarik. Perubahan kondisi usaha pedagang ini tentunya akan berpengaruh pada hubungan diantara pedagang sendiri maupun dengan konsumen. Hal inilah yang akan dicoba untuk diteliti sebagai bagian dari kajian sosial.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh relokasi pedagang terhadap bangunan interaksi sosial di lokasi baru?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Operasional

Untuk mengetahui apa pengaruh relokasi pedagang terhadap bangunan interaksi sosial di Pasar Panggung Rejo sebagai lokasi barunya.

2. Tujuan Fungsional

Hasil penelitian ini nantinya akan diharapkan dapat memberi manfaat dan dapat sebagai tambahan masukan dalam khasanah penelitian dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan sosial pada umumnya dan sosiologi pada khususnya.

3. Tujuan Individual

Untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan, guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan bagi pengembangan ilmu pengetahuan sosial khususnya Sosiologi dan memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai pengaruh relokasi pedagang dibelakang kampus UNS terhadap bangunan interaksi sosial di lokasi baru yaitu Pasar Panggung Rejo.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah kota Surakarta khususnya Dinas Pengelola Pasar dalam melakukan relokasi terhadap pedagang dan mengelola pasar yang baru.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang relokasi pasar telah banyak dilakukan termasuk oleh Sari Hardiyanto, 2008. dalam penelitiannya yang berjudul “Relokasi Pasar Klithikan Banjarsari (Studi Evaluasi Pelaksanaan Program Relokasi Pedagang Kaki Lima di Pasar Klithikan Kecamatan Banjarsari Surakarta) di sebutkan bahwa kekeradaan PKL diibaratkan dua sisi mata uang, dimana di satu sisi

keberadaan mereka dianggap merugikan banyak pihak terutama para pengguna jalan dan mengganggu keindahan kota, sementara disisi lain merupakan salah satu sektor penyerap tenaga kerja di Surakarta dan penyumbang pendapatan asli daerah (PAD).

PKL sejauh ini masih menjadi satu komunitas yang belum diuntungkan dan terpinggirkan di dalam proses pembangunan di Indonesia karena selalu dipandang sebelah mata oleh pemerintah utamanya sebagai penentu kebijakan. PKL yang kebanyakan menempati ruang publik telah dianggap mengganggu keberadaan komunitas pengguna ruang lainnya. Salah satu solusi yang digunakan pemerintah Kota Surakarta adalah dengan merelokasi mereka. Relokasi barangkali merupakan hal yang paling sulit dari keseluruhan tugas yang menyangkut pemukiman kembali, karena membangun kembali kondisi kehidupan.

Relokasi yang jauh dari kawasan tempat tinggal para PKL dapat menyebabkan tekanan, khususnya jika relokasi itu berbeda dengan lingkungannya, pola kehidupan sosial ekonomi, dan parameter sosial dan budayanya. Maka akan menimbulkan perubahan sosial sehingga membutuhkan adaptasi guna penyesuaian terhadap lingkungan yang baru. Relokasi ke kawasan yang jauh atau kawasan yang berbeda karakteristik sosial, budaya dan ekonomi harus sedapat mungkin dihindari. Lokasi dan kualitas tempat relokasi baru adalah faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan kemudahan menuju ke lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha dan peluang pasar.

Pada intinya dari hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa memang program relokasi dari Monjari ke Notoharjo dapat dikatakan cukup berhasil, tetapi dari aspek aksesibilitas yaitu akses masuk lokasi walaupun sudah ada 3 trayek (Angkot jalur 04, jalur 09 dan bus kota) melalui Pasar Notoharjo tetapi data dilapangan untuk trayek bus kota tidak bisa ditentukan jadwalnya. Selain itu masalah pembinaan PKL seharusnya dilakukan oleh Kantor Pengelola PKL, tetapi malah urusan pembinaan di jatuhkan kepada Dinas Pengelola Pasar yang hanya mengetahui pemasukan lewat retribusi. Birokrasi peminjaman dana yang rumit juga menjadi masalah yang cukup mengganggu para PKL.

Dalam hal wiraswasta kita mengenal adanya istilah “Pengusaha” yang menurut Soesilo Sordadi adalah :

“Seseorang yang menjalankan suatu usaha dengan menggabungkan unsur modal, tenaga dan alat demi keuntungan dan peningkatan pendapatan.” (Soesilo Sordadi, 1975 : 19).

Sehubungan dengan itu, maka dalam rencana penelitian ini akan diulas tentang pedagang dimana sebagai pedagang mereka tidak diatur oleh peraturan atau orang maupun jam kerja melainkan mereka sendiri yang menentukan aktifitas pekerjaan yang ditekuninya. Sedangkan pedagang itu sendiri pada umumnya berupa bangunan yang di dalamnya terdapat berbagai peralatan sederhana dan berbagai macam dagangan yang sengaja dijual kepada konsumen dan dikelola oleh seseorang. Adapun dagangan yang ditawarkan pada setiap pedagang berbeda bentuk dan jenisnya, akan tetapi pada umumnya

semua pedagang menyajikan bervariasi dagangan yang disajikan untuk menarik pembeli.

Sebagai pedagang yang tinggal dalam suatu masyarakat dapat dicatat sebagai penyokong yang penting dalam kehidupan rumah tangga terutama yang berpendidikan rendah.

Dalam penelitian yang berjudul “*Multiracial Coalition Building: Social Interactions Among Korean, Latino, and African-Americans in Los Angeles*”, Young Joo Chi, Hye Young Chang, dan Eui Suok Han meneliti tentang rasialisme interaksi sosial antara orang korea, orang latin dan orang afrika-amerika di kota Los Angeles.

“After the 1992 Los Angeles Riot, the issue of interracial coalition building became an issue of debate. Studies of coalition building focus on political coalition among minorities, which are by nature unstable and short-lived. For a stable and long-term coalition, trust is the key element, which is brought by social interactions. This paper will examine the social interaction among Korean-American, Latino-American (Mexican-American), and African-American organizations within the City of Los Angeles. Twelve years after the Los Angeles Riot, racial tension still exists within the City of Los Angeles. When the police brutality case against Donovan Jackson grabbed the media spotlight, people were reminded of the similarities. After the riot, Korean-American, Latino, and African-American communities were called to come together to solve the hostility and tension that existed among the groups (Jones-Correa: 2001; Regalado: 1995). Various entities that were created to alleviate the tension saw political empowerment and incorporation, through the formation of political coalitions as a means to help heal the wounds. However, until today, the traces of the strain and hostility”.

“Setelah Kerusuhan Los Angeles 1992, isu pembangunan koalisi antar-ras menjadi isu perdebatan. Studi fokus membangun koalisi politik antara kaum minoritas, yang pada dasarnya tidak stabil dan berumur pendek. Untuk koalisi yang stabil dan jangka panjang, kepercayaan adalah elemen kunci, yang dibawa oleh interaksi sosial. Makalah ini akan mengkaji interaksi sosial di antara Korea-Amerika, Latin-Amerika (Meksiko-Amerika), dan organisasi Afrika-Amerika di Kota Los Angeles. Dua belas tahun setelah Los Angeles Kerusuhan, ketegangan rasial masih

ada di Kota Los Angeles. Ketika kasus terhadap kebrutalan polisi Donovan Jackson meraih perhatian media, orang-orang diingatkan kesamaan antara kedua kasus. Setelah kerusuhan, Korea-Amerika, Latin, dan komunitas Afrika-Amerika dipanggil untuk datang bersama-sama untuk memecahkan permusuhan dan ketegangan yang ada antara kelompok-kelompok (Jones-Correa: 2001; Regalado: 1995). Berbagai entitas yang diciptakan untuk mengurangi ketegangan melihat pemberdayaan politik dan perusahaan, melalui pembentukan koalisi politik sebagai alat untuk membantu menyembuhkan luka. Namun, hingga kini, jejak-jejak ketegangan dan permusuhan”.

Penelitian lain yang dilakukan oleh R. C. Wenga, S. A. Edwards and P. R. English yang berjudul “*Behaviour, Social Interactions and Lesion Scores of Group-housed Sows in Relation to Floor Space Allowance*” mempelajari tentang frekuensi interaksi yang dipengaruhi oleh luas lahan atau tempat interaksi. Dengan kata lain interaksi dipengaruhi oleh space untuk berinteraksi antara satu orang dengan orang lain.

“Social interaction among students of different ethnic groups has been a major focus of study in Malaysia in recent years. Schools in Malaysia have students from a variety of ethnic, linguistic, religious and cultural backgrounds. When students of a variety of backgrounds are put under one roof, there is a strong tendency to differentiate and polarize. This article will discuss the patterns of social interaction amongst students of different ethnic groups in secondary schools. A research was conducted in 15 secondary schools in Kedah and Pulau Pinang with 581 students as samples. The nature of social interaction in this study is classified according to several factors such as ethnicity, sex or gender, academic achievement, school level and the student's former primary school (feeder school) before they enrolled in the secondary school. The students were given a set of questionnaires and findings were analysed quantitatively. The findings show that students prefer to mix with others in their own ethnic group”.

“Interaksi sosial antara siswa dari kelompok etnis yang berbeda telah menjadi fokus utama studi di Malaysia dalam beberapa tahun terakhir. Sekolah di Malaysia siswa dari berbagai etnis, bahasa, latar belakang agama dan budaya. Ketika siswa dari berbagai latar belakang yang diletakkan di bawah satu atap, ada kecenderungan kuat untuk membedakan dan polarisasi. Artikel ini akan membahas pola interaksi sosial antara siswa dari kelompok etnis yang berbeda di sekolah

menengah. Sebuah penelitian dilakukan di 15 sekolah menengah di Kedah dan Pulau Pinang dengan 581 siswa sebagai sampel. Sifat interaksi sosial dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan beberapa faktor seperti etnis, jenis kelamin atau jenis kelamin, prestasi akademik, tingkat sekolah dasar dan sekolah mantan siswa (sekolah feeder) sebelum mereka mendaftarkan diri di sekolah menengah. Para mahasiswa diberi satu set kuesioner dan temuan kuantitatif dianalisis. Temuan menunjukkan bahwa siswa lebih suka bergaul dengan orang lain dalam kelompok etnis mereka sendiri”.

Penelitian ini juga meneliti tentang interaksi sosial tetapi lebih fokus kepada interaksi sosial antar pedagang di pasar Panggung Rejo Surakarta. Jadi secara umum penelitian ini sama dengan dua penelitian di atas yaitu membahas mengenai interaksi sosial tetapi hanya berbeda pada objek penelitiannya.

F. Landasan Teori

Penelitian ini berpijak pada disiplin ilmu sosiologi, maka penelitian ini pun menggunakan paradigma sosiologi. Dalam Sosiologi ada tiga paradigma yang digunakan untuk menelaah masalah sosial yang ada dalam masyarakat. George Ritzer menjelaskan ada tiga paradigma dalam sosiologi. Ketiga paradigma itu adalah :

1. Paradigma fakta sosial.
2. Paradigma definisi sosial.
3. Paradigma perilaku sosial.

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, untuk mengkaji masalah-masalah sosial yang ada penulis akan menggunakan paradigma definisi sosial. Dalam definisi ini terkandung dua konsep dasarnya. Pertama konsep tindakan sosial sedangkan yang kedua yaitu konsep tentang penafsiran dan pemahaman.

Max Weber menganjurkan bahwa dalam mempelajari tindakan sosial itu sebaiknya menggunakan penafsiran dan pemahaman. Sebab seorang peneliti Sosiologi dalam mempelajari tindakan seseorang atau aktor harus dapat mencoba menginterpretasikannya. Dalam arti harus memahami motif dari tindakan si aktor tersebut. Untuk memahami motif si aktor, Weber menyarankan dengan melalui kesungguhan dan mencoba mengenangkan serta menyelami pengalaman si aktor (Ritzer,1992:44-46)

Tindakan sosial yang dimaksud Weber dapat berupa tindakan yang nyata diarahkan kepada orang lain, dapat juga tindakan yang bersifat subyektif yang mungkin terjadi karena pengaruh positif dari situasi tertentu atau persetujuan secara pasif dalam situasi tertentu. Atas dasar rasionalitas sosial Weber membedakan kedalam empat tipe. Semakin rasional tindakan itu semakin rendah dipahami, yaitu:

1. *Zwerkrational Action* (Rasionalitas Instrumental)

Yaitu tindakan sosial dimana didalam tindakan ini aktor tidak hanya sekedar menilai cara yang terbaik untuk mencapai tujuannya, tetapi juga menentukan nilai dari tujuan itu sendiri. Dalam *Zwerkrational* tujuan bukan merupakan hal yang bersifat absolut atau mutlak tetapi dapat juga menjadi cara untuk mencapai tujuan lain berikutnya. Bila si Aktor berkelakuan dengan cara yang paling rasional maka mudah memahami tindakan itu.

2. *Werkrational Action* (Rasionalitas yang berorientasi nilai)

Dalam tindakan tipe ini aktor tidak dapat menilai apakah cara-cara yang dipilihnya itu merupakan cara yang paling tepat atau lebih tepat untuk mencapai tujuannya yang lain. Dalam tindakan ini memang tujuan dan cara-cara pencapaiannya cenderung sukar untuk dibedakan. Namun tindakan ini rasional karena cara-cara kerjanya sudah menentukan tujuan yang diinginkan. Tindakan tipe kedua ini masih rasional meskipun tidak serasional tindakan tipe pertama, karena tindakan itu dapat dipertanggungjawabkan untuk dipahami.

3. *Affectual Action*

Yaitu tindakan yang dibuat-buat. Tindakan ini dipengaruhi oleh perasaan emosi dan kepura-puraan si aktor. Tindakan ini sukar dipahami, karena kurang atau tidak rasional.

4. Tindakan Tradisional

Tindakan yang didasarkan atas kebiasaan-kebiasaan dalam mengerjakan sesuatu dimasa lalu saja (Johnson,1986:220-222) Meskipun Weber membedakan empat bentuk tindakan ideal-tipikal, Weber sepenuhnya sadar bahwa tindakan tertentu biasanya terdiri dari kombinasi ke empat tipe tindakan ideal tersebut. Selain itu, Weber berargumen bahwa sosiolog harus memiliki kesempatan yang lebih baik untuk memahami tindakan yang lebih memiliki variasi rasional ketimbang memahami tindakan yang didominasi oleh tindakan satu tradisi. (Ritzer, 2008:138).

Bertolak dari konsep dasar tentang tindakan sosial dan antar hubungan sosial itu, Weber mengemukakan lima ciri pokok yang menjadi penelitian sosiologi yaitu:

1. Tindakan manusia yang menurut aktor mengandung makna subyektif, ini meliputi berbagai tindakan nyata.
2. Tindakan nyata yang bersifat membatin sepenuhnya dan bersifat subyektif.
3. Tindakan yang meliputi pengaruh positif dari situasi-situasi, tindakan yang sengaja diulang serta tindakan dalam bentuk persetujuan secara diam-diam.
4. Tindakan itu diarahkan kepada seseorang atau kepada beberapa individu.
5. Tindakan itu memperhatikan tindakan orang lain dan terarah pada orang lain itu. (Ritzer,2002:45).

Ada tiga teori yang termasuk dalam paradigma definisi sosial yaitu teori aksi (*Action Theory*), interaksionisme simbolik (*Symbolic Interactionism*) dan fenomenologi (*Phenomenology*). Sesuai dengan tema yang diambil dalam penelitian ini maka teori yang dipakai adalah Teori Interaksionisme Simbolik yang membahas mengenai tindakan sosial (*Social Action*).

Interaksi simbolik, menurut Herbert Blumer, merujuk pada "... karakter interaksi khusus yang berlangsung antar manusia." Aktor tidak semata-mata bereaksi terhadap tindakan yang lain tetapi dia menafsirkan dan mendefinisikan setiap tindakan orang lain. Respon aktor baik secara langsung

maupun tidak langsung, selalu didasarkan atas makna penilaian tersebut. Oleh karenanya, interaksi manusia dijumpai oleh penggunaan simbol-simbol penafsiran atau dengan menemukan makna tindakan orang lain. Dalam konteks itu, menurut Blumer, aktor akan memilih, memeriksa, berpikir, mengelompokkan, dan mentransformasikan makna dalam kaitannya dengan situasi di mana dan ke arah mana tindakannya. (Zeitlin, 1995: 331-332)

Teori interaksionisme simbolik sangat menekankan arti pentingnya “proses mental” atau proses berpikir bagi manusia sebelum mereka bertindak. Tindakan manusia itu sama sekali bukan stimulus – respon, melainkan stimulus – proses berpikir – respons. Jadi, terdapat variabel antara atau variabel yang menjembatani antara stimulus dengan respon, yaitu proses mental atau proses berpikir, yang tidak lain adalah interpretasi. Teori interaksionisme simbolik memandang bahwa arti/makna muncul dari proses interaksi sosial yang telah dilakukan. Arti dari sebuah benda tumbuh dari cara-cara dimana orang lain bersikap terhadap orang tersebut.

Teori interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan struktur yang ada di luar dirinya. Interaksilah yang dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat.

Esensi interaksionisme simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif ini berupaya untuk memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Teori ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Manusia bertindak hanya berdasarkan definisi atau penafsiran mereka atas objek-objek di sekeliling mereka. Dalam pandangan perspektif ini, sebagaimana ditegaskan Blumer, proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakan aturan-aturan, bukan aturan-aturan yang menciptakan dan menegakan kehidupan kelompok.

Di dalam bukunya yang amat terkenal, yaitu "*Symbolic Interactionism: Perspective, and Method*," Herbert Blumer menegaskan bahwa ada tiga asumsi yang mendasari tindakan manusia yaitu:

1. Manusia bertindak (*act*) terhadap sesuatu (*thing*) atas dasar makna (*meaning*) yang dipunyai sesuatu tersebut baginya.
2. Makna yang dipunyai sesuatu tersebut berasal atau muncul dari interaksi sosial antara seseorang dengan sesamanya.
3. Makna diperlakukan atau diubah melalui suatu proses penafsiran (*interpretative process*), yang digunakan orang dalam menghadapi sesuatu yang dijumpainya. Maksudnya ialah bahwa makna yang muncul dari interaksi tersebut tidak begitu saja diterima oleh seseorang melainkan ditafsirkan terlebih dahulu. (Sunarto, 2004: 36)

Interaksionisme simbolis yang diketengahkan Blumer mengandung sejumlah *root images* atau ide-ide dasar, yang dapat diringkas sebagai berikut:

1. Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk apa yang dikenal sebagai organisasi atau struktur sosial.
2. Interaksi terdiri dari berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia yang lain. Interaksi-interaksi nonsimbolis mencakup stimulus-respon yang sederhana. Interaksi simbolis mencakup “penafsiran tindakan”.
3. Objek-objek tidak mempunyai makna instrinsik, makna lebih merupakan produk interaksi simbolis. Objek-objek dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yang luas yaitu (a) objek fisik (b) objek sosial dan (c) objek abstrak.
4. Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal, mereka dapat melihat dirinya sebagai objek.
5. Tindakan manusia adalah tindakan interpretatif yang dibuat oleh manusia itu sendiri.
6. Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok, hal ini disebut sebagai tindakan bersama yang dibatasi sebagai, “organisasi sosial dari perilaku tindakan-tindakan berbagai manusia”.

(Bachtiar, 2006: 249-250)

Bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial, oleh karena itu interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas sosial. Hal ini karena interaksi sosial merupakan kunci utama dari semua kehidupan sosial, oleh karena itu tanpa interaksi sosial tidak akan mungkin ada suatu kehidupan bersama. Pertemuan orang-perorangan semata-mata tidak akan menghasilkan pergaulan hidup dalam suatu kelompok, tetapi akan terjadi pergaulan hidup bila orang-perorangan tersebut saling berbicara, bekerjasama dan seterusnya.

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis. Dalam interaksi sosial ini peran individu dan kelompok memegang peranan penting karena mengingat interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat menyangkut hubungan antara orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun orang-perorangan dengan kelompok manusia. Menurut Soejono Soekanto, interaksi sosial merupakan bentuk-bentuk yang tampak apabila orang perorangan atau kelompok manusia itu mengadakan hubungan satu sama lain, dengan terutama menentengahkan kelompok sosial serta lapisan-lapisan sosial sebagai unsur-unsur pokok dari struktur sosial. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa interaksi sosial adalah dasar proses sosial, pengertian dimana menunjuk pada hubungan-hubungan sosial yang dinamis (Soekanto, 1982: 101).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian dari interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinamis antara orang perseorangan, antara perseorangan dan kelompok, dan antara kelompok dan kelompok.

Menurut Astrid S. Susanto, interaksi sosial adalah hubungan antar manusia yang menghasilkan suatu proses pengaruh-mempengaruhi (Susanto, 1999: 13).

Interaksi sosial yaitu proses dengan manusia saling mempengaruhi dan merumuskan pikiran, perasaan, harapan dan kecemasan masing-masing. Interaksi merupakan proses perubahan yang teratur, sebagai akibat dari proses pengaruh mempengaruhi (Susanto, 1999: 31).

Proses interaksi adalah suatu kunci dari kehidupan sosial dimana pada interaksi terdapat proses-proses yang mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan atau tingkah laku individu oleh individu lain. Proses diatas dilakukan secara timbal balik, tidak hanya antar individu saja, melainkan juga antar kelompok masyarakat serta antara individu dengan kelompok masyarakat tersebut. Menurut H. Bonner dalam bukunya *Social Psychology* yang dikutip oleh Gerungan pada buku Psikologi Sosial yaitu: “Interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu manusia dimana kelakuan individu yang sangat mempengaruhi kelakuan individu yang lain ataupun sebaliknya.” (Gerungan, 1991: 57)

Pengertian di atas menggambarkan suatu kelangsungan hubungan timbal balik (interaksi) antara dua atau lebih manusia. Dalam hal ini individu dapat menyesuaikan diri secara *autoplastis* yaitu penyesuaian diri dengan cara mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan diri kepada individu yang lain, di mana dirinya dipengaruhi oleh individu yang lain. Selain itu individu juga dapat menyesuaikan diri secara *alloplastis* yaitu suatu penyesuaian yang secara

pasif ditentukan oleh lingkungan sedangkan secara aktif dipengaruhi oleh lingkungan dengan individu lain, yang mana individu yang lain itulah yang dipengaruhi oleh individu yang pertama.

Dengan demikian hubungan antara individu yang berinteraksi senantiasa merupakan hubungan timbal balik (saling pengaruh yang timbal balik). Suatu interaksi sosial tidak mungkin akan terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu kontak sosial dan komunikasi. Kontak merupakan tahap pertama terjadinya suatu interaksi sosial. Dapat di katakan bahwa untuk terjadinya suatu kontak, tidak perlu harus terjadi secara badaniah seperti arti semula kata kontak itu sendiri yang secara harfiah berarti “bersama-sama menyentuh”. Manusia sebagai individu dapat mengadakan kontak tanpa menyentuhnya tetapi sebagai makhluk sensoris dapat melakukannya dengan berkomunikasi.

Kontak sosial merupakan usaha pendekatan pertemuan fisik dan rohaniah. Kontak sosial dapat bersifat primer (berjumpa *face to face*) dan dapat sekunder (berhubungan melalui media komunikasi, baik perantara orang maupun media benda, surat kabar, TV).

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kontak sosial adalah hubungan antara satu pihak dan pihak lain yang merupakan awal terjadinya interaksi sosial.

Kontak sosial (*social contact*) dapat berlangsung dalam tiga bentuk yaitu, antara orang perorangan, antara orang-perorangan dengan kelompok manusia, serta antara kelompok manusia dengan kelompok manusia lain. Suatu

kontak tidak semata-mata tergantung dari tindakan, akan tetapi juga tanggapan terhadap tindakan tersebut. Dalam hal ini kontak sosial dapat bersifat positif dan negatif. Kontak sosial yang bersifat positif dapat mengarah pada suatu kerja sama. Sedangkan kontak sosial yang negatif bisa menyebabkan tidak terjadinya interaksi sosial ataupun malah menyebabkan pertentangan. Kontak sosial tidak hanya tergantung dari tindakan, tetapi juga tanggapan terhadap tindakan tersebut.

Komunikasi lebih nampak sebagai gejala interaksi. Dengan “interaksi” ini, yang dimaksudkan adalah proses saling memberi informasi, saling belajar, saling mempengaruhi, saling mengambil peran melalui kontak-kontak dan komunikasi langsung (tatap muka) ataupun dengan melalui perantara media. Dalam hal ini interaksi dapat terjadi diantara individu dengan individu, antara individu dengan kelompok, antara kelompok dengan kelompok.

Komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti atau makna yang dipahami bersama oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Sedangkan komunikasi sosial adalah suatu kegiatan komunikasi yang lebih diarahkan kepada pencapaian suatu situasi integrasi sosial.(Susanto, 1985:1)

Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia karena setiap masyarakat ingin mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi dan manusia memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu lain.(Wright, 1985: 1)

Secara etimologis (menurut asal katanya) istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* yang artinya sama, dalam arti kata semakna, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial. (Effendy, 1986: 3-4)

Secara paradigmatis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. (Effendy, 1986: 6)

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Komunikasi mempunyai beberapa komponen di dalamnya. Orang atau kelompok orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan disebut komunikator, orang yang menerima pesan dalam komunikasi disebut komunikan. sedangkan pernyataan yang disampaikan disebut pesan/*message*. Media adalah sarana atau saluran yang mendukung dalam penyampaian pesan, terutama jika komunikan jauh tempatnya atau jumlahnya banyak.

Media yang dipakai dalam komunikasi dapat berupa media lisan maupun nonlisan. Dan yang tidak kalah penting adalah efek atau dampak *commit to user*

sebagai pengaruh dari pesan. Tidak selamanya kontak sosial akan menghasilkan interaksi sosial yang baik apabila proses komunikasinya tidak berlangsungnya secara komunikatif. Komunikasi merupakan penyampaian suatu informasi dan pemberian tafsiran dan reaksi terhadap informasi yang disampaikan.

Dengan adanya komunikasi tersebut, sikap-sikap dan perasaan suatu kelompok manusia atau orang-orang lainnya. Hal itu kemudian merupakan bahan untuk menentukan reaksi apa yang akan dilakukan. Arti penting dari komunikasi adalah penafsiran terhadap perilaku atau perasaan orang lain. Komunikasi merupakan alat dari proses sosial, karena komunikasi memiliki unsur-unsur yang sebagai faktor penentu dalam berinteraksi sosial. Unsur-unsur tersebut yaitu komunikasi menggunakan lambang, komunikasi memberikan arti interpretasi kepada lambang, komunikasi merupakan nilai-nilai individu dan nilai kelompok serta komunikasi dapat menunjukkan tujuan dari suatu lambang. Hasil dari suatu proses interaksi sosial ini sangat ditentukan oleh nilai dan arti serta interpretasi yang diberikan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam proses interaksi sosial ini. Dalam membina hubungan atau interaksi sosial antar anggota masyarakat harus bisa menunjukkan komunikasi yang tepat sehingga bisa dengan mudah dimengerti oleh pihak lain dan dapat dipakai sebagai sarana untuk mempererat hubungan antar anggota kelompok masyarakat.

Proses interaksi dilakukan secara timbal balik, tidak hanya individu saja, melainkan juga antar kelompok masyarakat serta antara individu dengan

kelompok masyarakat tersebut. Dalam proses interaksi sosial dapat dibedakan beberapa faktor yang mendasarinya yaitu: pertama, faktor imitasi. Peranan faktor imitasi dalam proses interaksi sosial tidaklah kecil. Faktor imitasi ini dapat membuat seorang individu mengerti bahasa atau simbol yang digunakan untuk berkomunikasi. Dimana dari komunikasi ini dapat tercipta suatu bentuk interaksi di dalam suatu masyarakat. Imitasi dapat mendorong seseorang untuk mematuhi kaidah-kaidah dan nilai-nilai yang berlaku. Namun imitasi dapat juga menyebabkan terjadinya hal-hal negatif. Selain itu imitasi juga dapat melemahkan atau bahkan mematikan pengembangan daya kreasi seseorang. (Soekanto, 2005: 63)

Kedua, faktor sugesti. Sugesti dapat memberikan pandangan atau sikap dari dirinya yang kemudian dapat diterima oleh orang lain yang ada disekitarnya. Hal ini hampir sama dengan imitasi akan tetapi titik tolaknya berbeda. Sugesti dapat terjadi karena pihak yang menerima dipengaruhi emosi yang menghambat daya pikir rasional. Mungkin proses sugesti terjadi bila orang yang memberikan pandangan adalah orang yang berwibawa atau mungkin karena sifatnya yang otoriter. Peranan faktor sugesti dalam interaksi sosial adalah untuk membentuk norma atau pranata sosial. (Soekanto, 2005: 63)

Ketiga, faktor identifikasi. Dalam suatu proses interaksi sosial, faktor identifikasi di sini sebenarnya merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain. Identifikasi sifatnya lebih mendalam daripada imitasi karena kepribadian seseorang dapat terbentuk atas dasar proses ini. Proses identifikasi dapat berlangsung dengan sendirinya

(secara tidak sadar), maupun dengan disengaja untuk mendapatkan tipe ideal dalam kehidupan. proses identifikasi terjadi saat seseorang yang beridentifikasi benar-benar mengenal pihak lain yang menjadi tipe idealnya, sehingga pandangan, sikap maupun kaidah yang berlaku pada pihak lain tadi dapat menjiwai dalam dirinya. Ikatan yang terjadi antara orang yang mengidentifikasi tersebut dapat memiliki suatu ikatan batin yang dalam. (Soekanto, 2005: 63–64)

Faktor yang keempat yaitu faktor simpati. Simpati merupakan perasaan tertariknya seseorang terhadap orang lain. Di dalam proses ini perasaan memegang peranan penting, walaupun dorongan utamanya adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan menjalin kerjasama. Proses simpati akan berkembang jika keadaan saling mengerti dapat terjalin (Soekanto, 2005: 64). Rasa simpati yang mendalam yang mampu memberikan pengaruh pada kejiwaan dan atau fisik seseorang disebut empati.

Teori Interaksionisme Simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer menyatakan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Dalam membentuk dan mengatur perilaku tersebut maka manusia akan menentukan bentuk interaksi apa yang akan mereka jalani bersama mitra interaksi mereka. Soerjono Soekanto menafsirkan bentuk-bentuk interaksi yang mungkin akan dipilih oleh manusia dalam berinteraksi ke dalam tiga bentuk yaitu kerjasama, persaingan dan konflik. Bentuk-bentuk interaksi inilah yang

pada akhirnya menjadi bentuk-bentuk umum interaksi yang terjadi diantara manusia yang saling berinteraksi dalam kehidupan.

Interaksi sosial yang terjadi antar anggota masyarakat ada berbagai bentuk. Kerjasama merupakan bentuk interaksi sosial yang pokok dan merupakan proses utama dari interaksi sosial. Kerjasama sering dimaksudkan sebagai suatu usaha bersama antara orang-perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu tujuan bersama. Kerjasama dapat terjadi karena adanya orientasi orang-perorangan terhadap kelompoknya dan kelompok lain. Dalam hal ini suatu kerjasama dapat bertambah intensitasnya apabila ada bahaya yang mengancam suatu kelompok. Menurut Cooley seperti yang dikutip dalam buku Soerjono Soekanto (2005: 73) pentingnya kerjasama adalah “kerjasama muncul apabila orang menyadari bahwa mereka memiliki kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut, kesadaran akan adanya kepentingan-kepentingan yang sama dan adanya organisasi merupakan fakta-fakta penting dalam kerjasama yang berguna”.

Kerjasama dapat dijumpai dalam semua kelompok sosial. Kebiasaan kerjasama dimulai dari semasih kanak-kanak, berupa permainan hingga dewasa dalam segala bentuk usaha guna mencapai tujuan bersama. Kerjasama timbul karena orientasi orang terhadap kelompoknya, maka harus ada kondisi pembagian kerja yang serasi dan imbalan yang jelas.

Persaingan adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing dalam mencari keuntungan-keuntungan melalui bidang yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik orang-perorangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian publik dengan mempertajam prasangka yang sudah ada, tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan (Soekanto, 2005: 91).

Konflik adalah suatu proses sosial di mana individu atau kelompok berusaha untuk memenuhi tujuannya dengan jalan menantang pihak lawan yang disertai dengan ancaman atau kekerasan (Soekanto, 2005: 98–99). Dengan adanya perbedaan antara masing-masing pribadi dan kelompok dengan pihak lain akan mempertajam perbedaan yang ada sehingga akan menjadi suatu pertentangan atau pertikaian (konflik). Konflik terjadi karena perbedaan dipertajam oleh emosi/perasaan, apalagi didukung pihak ketiga. Perbedaan antara persaingan dan konflik agak sulit ditentukan secara tegas. Hal ini terjadi karena persaingan ditandai dengan tidak adanya kontak diantara mereka yang bersaing, dalam bersaing tidak ada suatu kesadaran akan perbedaan kepentingan, dan persaingan lebih bersifat pribadi. Sedangkan konflik bersifat sebaliknya.

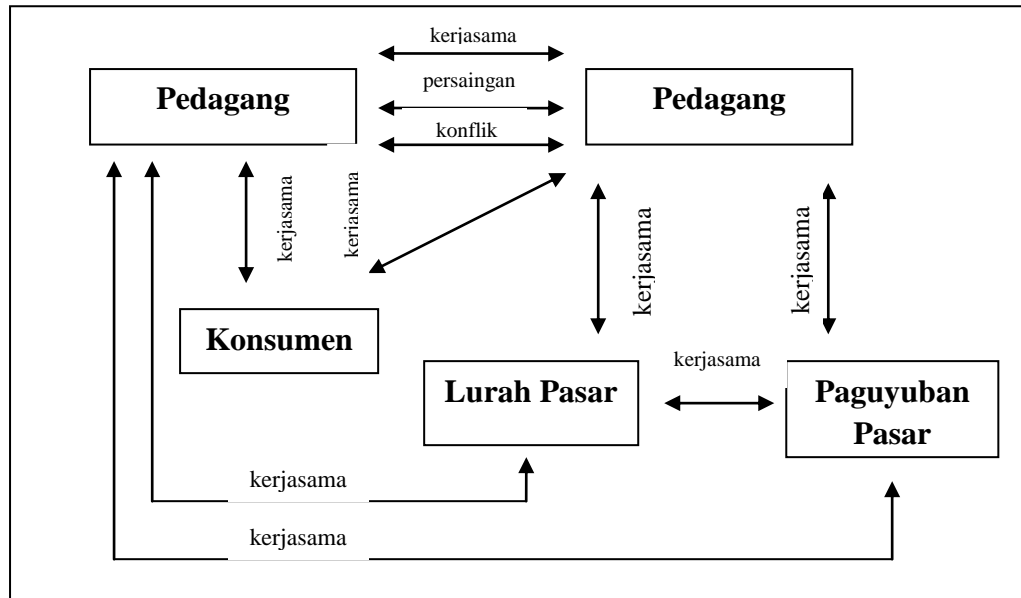
Kerangka Berpikir

Sosiologi dianggap membantu untuk memenuhi latar belakang, susunan dan pola kehidupan sosial dari berbagai golongan dan kelompok dalam masyarakat. Dengan adanya perubahan sosial disebabkan oleh semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi menuju arah modernisasi, menuntut sikap yang modernis ataupun perubahan-perubahan nilai yang terjadi dalam masyarakat. Perubahan sosial ini sangat berdampak pada pola pikir individual tentang kehidupan yang diinginkan sesuai dengan keadaan yang ada dan dihadapi dalam lingkungannya. Perubahan nilai-nilai dalam masyarakat mempengaruhi pola pikir dan perilaku atau tindakan masyarakat.

Desakan untuk memenuhi kebutuhan hidup menjadi motivasi utama dalam memperoleh sesuatu. Dengan adanya perbedaan kepentingan dalam pemenuhan kebutuhan ini maka sangat berpengaruh terhadap bangunan interaksi sosial yang selama ini telah terbentuk. Seperti halnya yang terjadi di Pasar Panggung Rejo dimana keberadaan pedagang sangat berpengaruh terhadap interaksi yang terjadi di dalam pasar. Hal ini disebabkan keberadaan komoditas yang dijual dibutuhkan oleh setiap komponen kehidupan. Dalam konteks pasar komponen yang ada didalamnya adalah pedagang, konsumen dan paguyuban. Perbedaan komoditi yang dijual menyebabkan ketergantungan terhadap pedagang disandarkan pada pedagang Pasar Panggung Rejo.

Gambar 1.1

Skema Interaksi Sosial Pasar Panggung Rejo



G. Definisi Konsep

1. Relokasi

Relokasi adalah pemindahan atau pengusuran dari suatu tempat ke tempat lain.

Relokasi dimaksudkan untuk pemerataan pertumbuhan kota; kedua, relokasi dimaksudkan untuk menyelamatkan cagar budaya; ketiga, relokasi untuk menyelamatkan alamat ekonomi pedagang lokal. Rencana pemerintah memang menarik dan ideal, namun lagi-lagi fakta di lapangan sangat berbeda. Apa yang direncanakan pemerintah tersebut jauh dari harapan.

2. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

1. Pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
2. Pedagang eceran, disebut juga pengecer, menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah pengecer. (*Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*).

3. Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu manusia dimana kelakuan individu yang sangat mempengaruhi kelakuan individu yang lain ataupun sebaliknya. Interaksi sosial adalah dasar proses sosial, pengertian dimana menunjuk pada hubungan-hubungan sosial yang dinamis. Jadi interaksi sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang dinamis dan timbal balik antara orang perseorangan, antara perseorangan dan kelompok, dan antara kelompok dan kelompok yang menghasilkan suatu proses pengaruh-mempengaruhi.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk menggambarkan dan memberi uraian dengan cermat terhadap fenomena sosial atau kolektif tertentu, serta mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak menguji hipotesa. Dengan adanya relokasi pedagang kaki lima di belakang Kampus UNS menuju lokasi baru merupakan salah satu contoh dari fenomena sosial. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti atau menggambarkan tentang dampak relokasi pedagang terutama pedagang belakang kampus UNS Kota Surakarta terhadap bangunan interaksi sosial di lokasi baru.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Pasar Panggung Rejo yang merupakan pasar yang khusus dibangun untuk menampung pedagang kaki lima (PKL) di belakang kampus UNS, Jalan Ki Hajar Dewantara, Ketingan, Surakarta.

Adapun alasan memilih lokasi tersebut adalah :

- a. Lokasi tersebut merupakan lokasi resmi yang ditunjuk pemerintah kota sebagai pengganti lokasi berdagang bagi pedagang kaki lima di belakang kampus UNS.

- b. Peneliti akan mudah dalam menentukan / mendapatkan informan sebagai sumber informasi dalam penelitian ini.
- c. Tempat relokasi ini sangat menarik untuk diteliti karena merupakan tempat yang baru saja dibangun khusus.

3. Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisa atau subyek penelitian. Sedangkan populasi yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah semua pedagang kaki lima di daerah belakang kampus UNS yang direlokasi ke pasar Panggung Rejo.

b. Sampel

Sampel merupakan suatu contoh yang diambil untuk mewakili populasi. Maka sampel yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah pedagang di daerah relokasi belakang kampus UNS. Pedagang yang dipilih dan dijadikan peneliti sebagai responden untuk dapat memberikan informasi.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *maximum variation sampling*. Strategi pengambilan sampel ini dimaksudkan untuk dapat menangkap atau menggambarkan suatu tema sentral dari studi melalui informasi yang silang menyilang dari berbagai tipe responden. Peneliti memulai dengan mengambil responden yang memiliki ciri-ciri yang berbeda. Teknik sampling

ini dimaksudkan untuk mencari informasi yang dapat menjelaskan adanya variasi serta pola-pola umum yang bermakna dalam variasi tersebut (Slamet, Y. 2006 :65-66). Dengan demikian strategi pengambilan sampel dalam penelitian ini peneliti mengambil responden dengan ciri-ciri yang berbeda berdasarkan jenis usaha yang terdiri atas pedagang fried chicken, pedagang bakso, pedagang nasi goreng, pedagang warung makan, pedagang kelontong, dan pedagang aksesoris komputer serta berdasarkan usia dan pendidikan.

Sampel yang diambil sebanyak 10 orang. Sampel tersebut terdiri atas 6 orang responden yaitu 4 orang pengusaha warung makan dan 2 orang pedagang komoditas lain (pedagang aksesoris komputer dan kelontong). Dan 4 orang informan yang terdiri atas 2 orang konsumen (penduduk sekitar dan mahasiswa), 1 orang lurah pasar serta 1 orang ketua paguyuban. Dari 6 orang responden dan 4 orang informan tersebut penulis berusaha mendapatkan data yang sebanyak mungkin, sehingga tujuan penelitian bisa tercapai.

4. Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah :

a) Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari 6 orang responden dan masih belum diolah. Data tersebut diperoleh secara langsung dari responden. Adapun responden dalam penelitian ini

adalah pengusaha warung makan dan pedagang komoditas lain yang menempati lokasi baru di Pasar Panggung Rejo, sedangkan 1 orang lurah pasar, 1 orang paguyuban dan 2 orang konsumen sebagai informan. Karena lurah pasar merupakan informan yang mengetahui informasi tentang relokasi pasar panggung rejo dan sebagai wakil Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Dinas Pengelola Pasar, paguyuban sebagai mediator (penyambung) antara lurah pasar dengan pedagang Pasar Panggung Rejo dan konsumen merupakan orang yang berhubungan dengan pedagang sebagai indikator apakah relokasi ini berjalan sesuai dengan tujuan awal.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah mengalami pengolahan lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak tertentu. Dengan kata lain, merupakan data yang bukan diperoleh secara langsung dari sumbernya. Sumber data sekunder berupa arsip dan dokumen dari Paguyuban Pasar, Lurah Pasar dan Dinas Pengelolaan Pasar.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

a) Observasi (*Non Participant*)

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang diamati. Dalam hal ini peneliti secara langsung terjun kelapangan penelitian tetapi tidak mengambil bagian dari kegiatan informan sebagai obyek yang diteliti (Slamet, Y. 2006 :85-86). Dalam hal ini peneliti hanya mengamati dari jauh tanpa berhubungan dengan pedagang selama 1 hari. Yang menjadi objek dalam observasi ini adalah pedagang di pasar Panggung Rejo. Pedagang yang diamati merupakan pedagang yang sering berinteraksi (melayani pembeli, berbicara dengan sesama pedagang, bertegur sapa dengan warga pasar lainnya) secara langsung baik dengan pedagang maupun pembeli.

b) Wawancara Mendalam (*Indepth Interviewing*)

Yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang segala sesuatu kepada informan untuk memperoleh informasi yang diharapkan (Sutopo, HB. 2002 :58-60). Wawancara dalam metode ini tidak menggunakan struktur yang ketat, namun dengan menyaringnya sehingga informasi yang dikumpulkan cukup memadai. Peneliti menggunakan pedoman wawancara yang menjadi patokan atas hal-hal yang ingin diketahui peneliti. Namun pertanyaan dari pedoman wawancara itu bisa melebar atau fleksibel asal tidak keluar dari topik dari permasalahan yang di kaji dari peneliti.

c) Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data sekunder dengan cara melihat arsip-arsip, laporan-laporan dan pengambilan gambar-gambar yang situasinya relevan dengan penelitian. Peneliti mendapatkan arsip yang berupa profil Kecamatan Jebres, profil Pasar Panggung Rejo dari Dinas Pengelola Pasar Surakarta dan arsip berupa AD/ART Paguyuban Pedagang Pasar Panggung Rejo. Selain itu dokumen juga berbentuk foto yang diambil oleh peneliti. Arsip-arsip ini dapat dilihat pada halaman lampiran.

6. Validitas Data

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknis pemeriksaan data didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini teknis pemeriksaan data yang dilakukan adalah dengan triangulasi data (triangulasi sumber).

Triangulasi data (triangulasi sumber) artinya pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggunakan berbagai sumber yang berbeda dan tersedia. Dengan demikian data yang satu akan dikontrol oleh data yang sama, dari sumber yang berbeda. Dengan menggunakan triangulasi data, maka data akan lebih terjamin validitasnya.

7. Teknik Analisa Data

commit to user

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif, yaitu analisa dengan cara data yang dihimpun, disusun secara sistematis, diinterpretasikan dan dianalisa sehingga dapat menjelaskan pengertian dan pemahaman tentang gejala yang diteliti. Analisa sendiri adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2000 : 103). Analisis merupakan suatu proses yang artinya pelaksanaannya telah mulai dilakukan sejak pengumpulan data dilakukan sampai akhir penelitian. Proses analisis ini harus segera dilakukan setelah meninggalkan lapangan agar data tidak beku atau sudah menjadi tidak menarik lagi.

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknis analisis interaktif (*interactive mode of analysis*). Dalam teknik ini terdapat 3 komponen pokok analisis, yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasinya. Ketiga komponen itu akan diuraikan sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data kasar yang akan dilaksanakan selama berlangsungnya proses penelitian. Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung, hasilnya data dapat disederhanakan, dan

ditransformasikan melalui seleksi ketat, ringkasan serta penggolongan dalam satu pola.

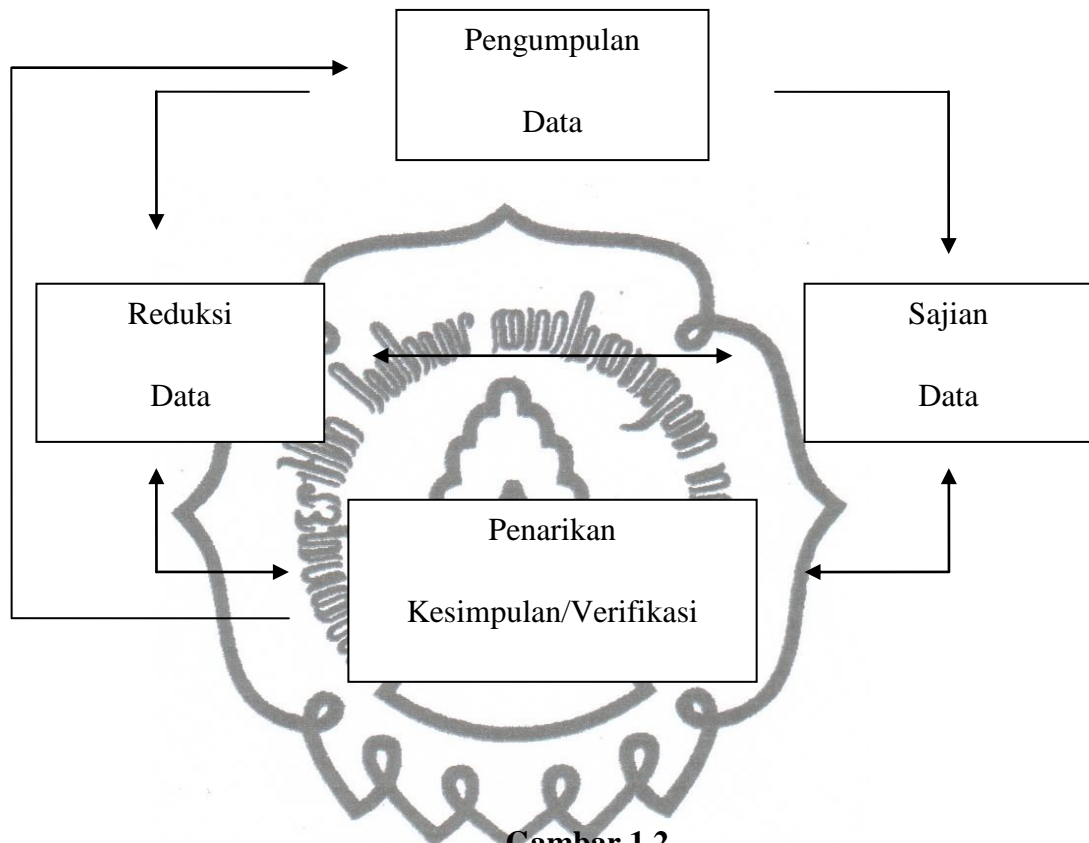
b. Penyajian Data

Merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian ini merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca, akan bisa mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan/verifikasi

Proses ini dilakukan dari awal pengumpulan data, peneliti harus mengerti apa arti dari hal-hal yang ditelitinya, dengan cara pencatatan peraturan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi yang mapan dan arahan sebab akibat sehingga memudahkan dalam pengambilan kesimpulan. Selanjutnya dilakukan verifikasi atau pengulangan untuk pemantapan-pemantapan dalam menarik kesimpulan penelitian tersebut. (Sutopo, 2002 : 91-93).

Untuk memperjelas uraian diatas dapat dilihat model gambar di bawah ini sebagai berikut:



Gambar 1.2

Model Analisis Interaktif

(H.B. Sutopo, 2002 : 96)

BAB II

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Geografis Kecamatan Jebres

Kecamatan Jebres merupakan salah satu Kecamatan diantara 5 (lima) Kecamatan yang ada di Kota Surakarta. Dalam wilayah geografi Kota Surakarta, Kecamatan Jebres terletak di sebelah timur.

Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Jebres dengan wilayah lain secara administratif yaitu:

- A. Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar
- B. Selatan : Berbatasan dengan Kecamatan Serengan.
- C. Barat : Berbatasan dengan Kecamatan Banjarsari.
- D. Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo.

Secara geografis terletak pada $110^{\circ}\text{BT} - 111^{\circ}\text{BT}$ dan $7,6^{\circ}\text{LS} - 8^{\circ}\text{LS}$. Kecamatan Jebres berada pada ketinggian antara 80-130 m diatas permukaan laut, dengan daerah paling tinggi berada di Kelurahan Mojosongo, yang mencapai ketinggian maksimal 130 m di atas permukaan laut.

Luas wilayah Kecamatan Jebres merupakan Kecamatan paling luas setelah Kecamatan Banjarsari di wilayah kota Surakarta sebesar 28,57% luas wilayah Kota Surakarta, dengan luas wilayah sebesar 1.258,18 ha. Kelurahan

yang paling luas di Kecamatan Jebres adalah Kelurahan Mojosongo dengan luas sebesar 532,927 ha. Kelurahan Mojosongo ini merupakan Kelurahan yang paling luas wilayahnya diantara lainnya yang ada di Kecamatan Jebres. Sedangkan Kelurahan Kepatihan Wetan merupakan Kelurahan dengan luas paling kecil dibanding Kelurahan lainnya di wilayah Kecamatan Jebres.

Pusat Pemerintahan Kecamatan Jebres atau Kantor Kecamatan Jebres bisa di bilang terletak di tempat yang strategis. Berada di Jalan Ki Hajar Dewantara yang tepatnya di belakang kampus Universitas Sebelas Maret membuat Kecamatan Jebres mudah di cari dan dijangkau dari berbagai arah dengan transportasi yang mudah.

Kecamatan Jebres terbagi menjadi 11 kelurahan yaitu: Kepatihan Kulon, Kepatihan Wetan, Sudiroprajan, Gandekan, Sewu, Pucangsawit, Jagalan, Purwodiningratan, Tegalarjo, Jebres, Mojosongo. Dimana dari 11 kelurahan tadi yang paling luas adalah Kelurahan Mojosongo dan yang paling kecil adalah Kelurahan Kepatihan Wetan.

B. Keadaan Demografis Kecamatan Jebres

1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.

Pada saat ini penduduk di Kecamatan Jebres berjumlah kurang lebih 142.315 jiwa dan terbagi atas 32.298 Kepala Keluarga (KK). Dan jumlah penduduk ini terbagi atas penduduk perempuan yang jumlahnya lebih besar dari pada penduduk laki-laki seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

commit to user

Tabel 2.1

Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
1.	Perempuan	71.336	50,13 %
2.	Laki-laki	70.979	49,87 %
	Jumlah	142.315	100 %

Sumber: Data Monografi Dinamis Kecamatan Jebres, Oktober 2008

Jumlah penduduk perempuan di kecamatan Jebres yaitu sebanyak 71.336 jiwa atau 50,13 % dari seluruh jumlah penduduk di kecamatan tersebut. Sedangkan jumlah penduduk laki-laki lebih sedikit dibandingkan penduduk perempuan yaitu sebanyak 70.979 jiwa (49,87 % dari keseluruhan jumlah penduduk daerah tersebut)

2. Jumlah Penduduk Menurut Umur Dan Jenis Kelamin.

Komposisi penduduk menurut umur secara garis besar dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu:

1. Usia muda/angkatan belum produktif, yaitu usia 0-14 tahun.
2. Usia dewasa/angkatan kerja produktif, yaitu usia 15-59 tahun.
3. Usia tua/angkatan tidak produktif yaitu usia 60 tahun keatas.

Jumlah atau keadaan penduduk Kecamatan Jebres menurut umur dan jenis kelamin dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 2.2

Jumlah Penduduk Menurut Umur Dan Jenis Kelamin

No.	Umur	L	P	Jumlah	%
1	0-4 th	13.605	13.527	27.132	19,06
2	5-9 th	6.685	7.499	14.184	9,9
3	10-14 th	6.509	6.796	13.305	9,4
4	15-19 th	7.028	7.395	14.423	10,1
5	20-24 th	7.118	7.885	15.003	10,5
6	25-29 th	7.240	7.042	14.282	10
7	30-39 th	6.717	6.902	13.619	9,6
8	40-49 th	5.827	6.178	12.005	8,4
9	50-59 th	6.060	4.480	10.540	7,4
10	60 +	4.190	3.632	7.822	5,5
	Jumlah	70.979	71.336	142.315	100 %

Sumber: Data Monografi Dinamis Kecamatan Jebres, Oktober 2008

Jika dilihat dari kategori usia muda, dewasa dan usia tua, dapat diketahui bahwa sebagian besar penduduk Kecamatan Jebres tergolong dalam golongan atau kategori dewasa.

3. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.

Dalam hal pendidikan, masyarakat Kecamatan Jebres dapat dikelompokkan kedalam 3 kelompok berdasarkan tingkat pendidikan. Kelompok atau kategori berdasarkan tingkat pendidikan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Tingkat Pendidikan Rendah.

Penduduk yang termasuk dalam tingkat pendidikan rendah adalah penduduk yang tidak sekolah/tidak pernah sekolah, penduduk yang belum tamat/tidak tamat SD, dan penduduk yang hanya tamat SD.

b. Tingkat Pendidikan Lanjutan/Menengah

Yaitu penduduk yang tamat SMP dan yang tamat SMA.

c. Tingkat Pendidikan Tinggi

Yaitu, penduduk yang tamat perguruan tinggi (Universitas, Institut, Akademi, dan lain-lain)

Dalam membicarakan jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan, ini dibatasi dengan penduduk yang berumur 5 tahun keatas,
commit to user

jumlah penduduk Kecamatan Jebres. Berdasarkan tingkat pendidikan adalah 117.911 jiwa. Dan untuk lebih jelas mengenai jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan, dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 2.3

Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
1	Tamat Akademi/PT	5.760	4,9
2	Tamat SMA	18.669	15,8
3	Tamat SMP	23.100	19,6
4	Tamat SD	23.181	19,7
5	Tidak Tamat SD	16.852	14,3
6	Belum Tamat SD	16.826	14,2
7	Tidak Sekolah	13.523	11,5
	Jumlah	117.911	100

Sumber: Data Monografi Dinamis Kecamatan Jebres, Oktober 2008

4. Jumlah Penduduk Menurut Agama

Agama merupakan hal yang paling penting atau paling pokok dalam kehidupan bermasyarakat. Karena dengan agama tersebut masyarakat kemudian berpegang atau berpedoman dalam berperilaku di dalam kehidupan bermasyarakat maupun kehidupan pribadi mereka. Di Kecamatan Jebres jumlah penduduk berdasarkan pemeluk agama dapat dilihat pada tabel berikut:

commit to **Tabel 2.4**

Jumlah Penduduk Menurut Agama

No.	Agama	Jumlah	%
1	Islam	94.214	66,2
2	Kristen Katholik	24.115	16,9
3	Kristen Protestan	21.237	14,9
4	Budha	1.868	1,3
5	Hindu	881	0,6
Jumlah		142.315	100

Sumber: Data Monografi Dinamis Kecamatan Jebres, Oktober 2008

Mayoritas penduduk Kecamatan Jebres di atas adalah beragama Islam. Sedangkan agama minoritas di kecamatan Jebres adalah agama Hindu.

5. Sarana dan Prasarana

1. Sarana Kesehatan

Berdasarkan data dari Kecamatan Jebres, sarana kesehatan yang ada dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.5

Sarana Kesehatan		
No.	Sarana Kesehatan	Jumlah
1	Rumah Sakit	3
2	Balai Pengobatan	41
3	Puskesmas	8
4	Puskesmas Pembantu	2
5	Apotik	19
	Jumlah	73

Sumber: Kecamatan Jebres Dalam Angka, 2007

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa sarana kesehatan yang terbanyak adalah balai pengobatan yaitu sebanyak 41 unit, dan yang paling sedikit adalah Rumah Sakit dan Puskesmas Pembantu yang masing-masing berjumlah 2 unit.

C. Pasar Panggung Rejo

commit to user

Pasar Panggung Rejo yang terletak di Jebres tepatnya di belakang kantor kecamatan Jebres, dibangun diatas tanah aset pemerintah kota Surakarta. Bangunan terdiri atas tiga lantai dan dibangun dalam 2 tahapan. Tahap pertama dilaksanakan pada tahun anggaran 2008 yaitu pembangunan pasar blok I Timur. Pembangunan tahap 2 dilaksanakan pada tahun anggaran 2009 berupa pembangunan Blok II Barat. Tujuan dibangunnya pasar Panggung Rejo ini adalah:

1. Untuk penataan PKL
2. Memberi kepastian usaha bagi PKL
3. Mewujudkan tata ruang kota yang harmonis
4. Tersedianya fasilitas umum dan sosial
5. Memberdayakan ekonomi masyarakat

Jumlah seluruh kios sebanyak 201 kios sesuai dengan jumlah pedagang yang direlokasi. Jenis barang dagangan yang ada yaitu makanan dan minuman, foto copy, handphone/ pulsa/ aksesoris, rental komputer, alat tulis/ stempel, kelontong dan jahitan. Fasilitas pendukung yang ada adalah mushola, toilet, sarana kebersihan dan lahan parkir.

a. Proses Relokasi

Proses relokasi pedagang kaki lima (PKL) belakang kampus di Jalan Ki Hajar Dewantara sebenarnya sudah melalui beberapa tahapan yang dilakukan. Sebelum relokasi terjadi jumlah PKL yang ada 421 pedagang yang tercatat di Dinas Pengelolaan Pedagang Kaki Lima namun yang sudah direlokasi baru 199 yang sudah masuk ke dalam pasar dan baru 53 pedagang

yang eksis berdagang. Tahapan-tahapan tersebut sudah direncanakan dengan sistematis oleh pemerintah kota Surakarta agar tidak terjadi diskriminasi antar PKL yang akan direlokasi. Tahap-tahapan yang sudah dilaksanakan hingga pedagang kaki lima (PKL) menempati lokasi pasar Panggung Rejo saat ini adalah sebagai berikut:

- Tanggal 4 November 2009 dilakukan sosialisasi I oleh Pemerintah Kota Surakarta lewat Dinas Pengelola Pasar sebagai bentuk pemberitahuan tentang akan adanya relokasi terhadap pedagang kaki lima di belakang kampus. Hal ini dilakukan agar para PKL tidak kaget atau protes jika nanti dilakukan relokasi.
- Tanggal 5 November 2009 dilakukan pendataan terhadap PKL di belakang kampus yang akan direlokasi. Hal ini untuk menyesuaikan dengan lokasi relokasi yang baru sehingga tidak ada PKL yang terlantar atau tidak mendapat tempat di dalam pasar. Pendataan ini berupa pendataan nama PKL.
- Tanggal 10 November 2009 dilakukan verifikasi data oleh Dinas Pengelola Pasar sebagai bentuk cek terhadap jumlah pedagang yang akan direlokasi. Verifikasi dilakukan berdasarkan KTP dan KK.
- Tanggal 11 November 2009 dilakukan sosialisasi ke II untuk lebih memantapkan bahwa relokasi benar-benar akan dilakukan dan PKL dapat mempersiapkan diri.
- Tanggal 13 November 2009 dilakukan pencocokan data kepemilikan terhadap PKL oleh Dinas Pengelola Pasar.

commit to user

- Tanggal 17 November 2009 dilakukan pengundian kios yang diikuti oleh semua PKL yang akan direlokasi pada tahap I.
- Tanggal 24-30 November 2009 para PKL sudah mulai menempati kios yang sudah didapat dalam pengundian kios sebelumnya.
- Tanggal 1 Desember 2009 dilakukan peringatan pengosongan lahan di belakang kampus secara menyeluruh. Hal guna mencegah masih adanya PKL yang tetap nekat berjualan dan bertahan di belakang kampus.
- Tanggal 7 Desember 2009 dilakukan penertiban akhir yang benar-benar tegas. Jika masih ada yang bertahan akan dibongkar oleh Satpol PP.
- Tanggal 29 Desember 2010 dilakukan peresmian Pasar Panggung Rejo yang berlokasi di belakang Kecamatan Jebres.

Melalui tahap-tahap itulah sehingga relokasi PKL dibelakang kampus dapat terlaksana dengan lancar. Menurut rencana, masih akan dilakukan relokasi tahap II terhadap PKL yang masih berada di belakang kampus.

b. Paguyuban Pasar

Paguyuban pedagang di Pasar Panggung Rejo disebut sebagai Paguyuban Pedagang Pasar Panggung Rejo (P4R). Paguyuban ini merupakan paguyuban yang dibentuk sebagai wadah bagi PKL yang sekarang sudah masuk di Pasar Panggung Rejo. P4R dibentuk pada tanggal 29 Desember 2009. Susunan pengurus P4R adalah sebagai berikut:

Ketua : Bapak Sukir

commit to user

Sekretaris : Bapak Dwi Anggoro dan Bapak Ardian

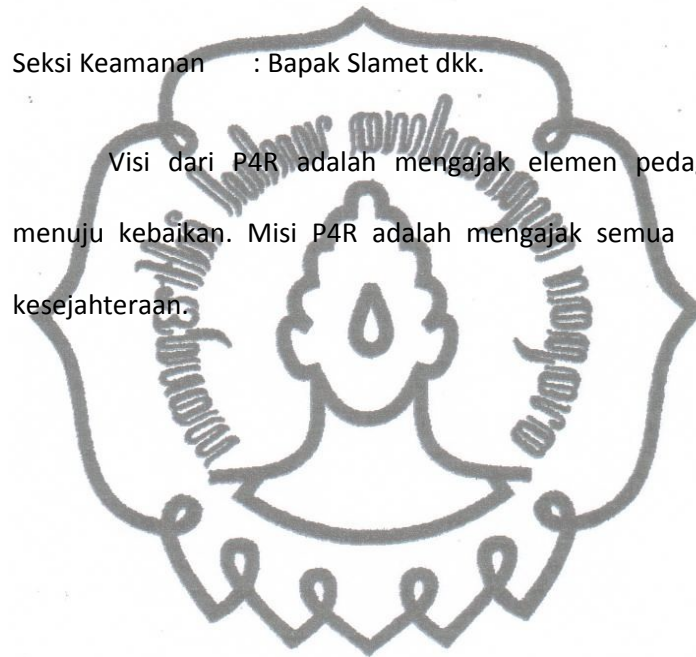
Bendahara : Bapak Matius Suhari

Seksi Humas : Bapak Topo, Bapak Pomo dan Bapak Basuki

Seksi Publikasi : Bapak Agus Priyono dan Bapak Parjiman

Seksi Keamanan : Bapak Slamet dkk.

Visi dari P4R adalah mengajak elemen pedagang hidup rukun menuju kebaikan. Misi P4R adalah mengajak semua pedagang menuju kesejahteraan.



BAB III

KARAKTERISTIK DAN INTERAKSI SOSIAL PEDAGANG DI PASAR PANGGUNG REJO

A. Pasar Sebagai Pusat Perekonomian

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Pasar merupakan kegiatan ekonomi yang termasuk salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Hal ini didasari atau didorong oleh faktor perkembangan ekonomi yang pada awalnya hanya bersumber pada problem untuk memenuhi kebutuhan hidup (kebutuhan pokok).

Manusia sebagai makhluk sosial dalam perkembangannya juga menghadapi kebutuhan sosial untuk mencapai kepuasan atas kekuasaan, kekayaan dan martabat. Pasar adalah tempat dimana terjadi interaksi antara penjual dan pembeli (Chourmain, 1994 : 231). Pasar merupakan pusat dan ciri pokok dari jalinan tukar-menukar yang menyatukan seluruh kehidupan ekonomi (Belshaw, 1981 :98). Pasar di dalamnya terdapat tiga unsur, yaitu: penjual, pembeli dan barang atau jasa yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan. Pertemuan antara penjual dan pembeli menimbulkan transaksi jual-beli, akan tetapi bukan berarti bahwa setiap orang yang masuk ke pasar

akan membeli barang. Orang yang pergi ke pasar hanya sekedar lewat saja atau hanya melakukan peninjauan untuk membandingkan harga di pasar dengan harga di toko. Pasar kadang juga digunakan sebagai tempat untuk keluar dari kesibukan yang selama ini selalu dijalani.

Pasar merupakan pranata penting dalam kegiatan ekonomi dan kehidupan masyarakat. Di tempat inilah sering sekali terjadi pertemuan diantara dua atau lebih budaya yang dibawa oleh tiap orang yang berada di pasar. Pasar sudah dikenal sejak masa Jawa Kuno yaitu sebagai tempat berlangsungnya transaksi jual beli atau tukar menukar barang yang telah teratur dan terorganisasi. Hal ini berarti pada masa Jawa Kuno telah ada pasar sebagai suatu sistem (Nastiti, 2003:13).

Pasar sebagai sistem maksudnya adalah sesuatu yang mempunyai suatu kesatuan dari komponen-komponen yang mempunyai fungsi untuk mendukung fungsi secara keseluruhan, atau dapat pula diartikan pasar yang telah memperlihatkan aspek-aspek perdagangan yang erat kaitannya dengan kegiatan jual-beli, misalnya adanya lokasi atau tempat, adanya ketentuan pajak bagi para pedagang, adanya berbagai macam jenis komoditi yang diperdagangkan, adanya proses produksi, distribusi, transaksi dan adanya suatu jaringan transportasi serta adanya alat tukar. Komponen-komponen inilah yang akan menjamin keberlangsungan aktivitas pasar. Hal ini sesuai dengan hakikat pasar itu sendiri yang merupakan salah satu tempat yang menjadi arena bagi orang-orang dari berbagai daerah untuk bertemu dan

menjalin suatu hubungan, entah itu interaksi sosial atau interaksi ekonomi (transaksi).

Pasar memiliki multi peran, yaitu tidak hanya berperan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi pasar juga memiliki fungsi sebagai tempat bertemunya budaya yang dibawa oleh setiap mereka yang memanfaatkan pasar. Interaksi tersebut tanpa mereka sadari telah terjadi pengaruh mempengaruhi budaya masing-masing individu maupun masyarakat secara luas. Proses pengaruh mempengaruhi ini yang menyebabkan terjadinya percampuran budaya maupun ikatan sosial.

Pasar termasuk dalam suatu sistem yang merupakan suatu kesatuan dari komponen-komponen yang mempunyai fungsi secara keseluruhan. Adapun komponen-komponen pasar antara lain adalah lokasi, bentuk fisik, komoditi, proses produksi, alur distribusi, transportasi, transaksi serta rotasi. Komponen-komponen pasar tersebut mempunyai keterkaitan fungsi masing-masing yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, umpamanya faktor produksi sangat tergantung pada faktor distribusi dan untuk lancarnya suatu distribusi sangat diperlukan sarana transportasi yang baik, sehingga hasil produksi dapat mencapai pasar.

Jalur transportasi tidak dapat dilepaskan dari lokasi pasar karena suatu pasar dianggap baik jika lokasinya mudah dicapai. Lokasi yang mudah dijangkau sangat mempengaruhi banyaknya orang yang datang ke pasar yang dapat mengakibatkan naiknya jumlah transaksi. Jika yang terjadi sebaliknya maka jumlah transaksi yang terjadi di pasar pun akan ikut terpengaruh.

Meningkatnya transaksi dapat menyebabkan jumlah produksi naik. Satu hal yang penting kaitannya dengan sistem pasar ialah rotasi pasar yang merupakan kerjasama antar beberapa tempat yang tentunya melibatkan warga masyarakat dari tempat-tempat yang bersangkutan bersangkutan.

Pasar selain mempunyai peran dalam bidang ekonomi, pasar juga berperan dalam kegiatan sosial. Perannya sebagai tempat melakukan aktivitas sosial, pasar terlihat pula sebagai tempat interaksi, komunikasi dan informasi serta tempat keramaian dan hiburan. Interaksi yang terjadi di antara warga masyarakat di dalamnya terdapat kontrak diadik yang sifatnya informal dan tidak dilandasi hukum. Pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi mengenal sistem produksi, sistem distribusi dan sistem konsumsi. Pasar sebagai kegiatan sosial dijelaskan bahwa peranan pasar yaitu sebagai tempat interaksi masyarakat di pasar, pasar sebagai arena pembauran, pasar sebagai pusat informasi serta pasar sebagai pusat pembaharuan.

Pasar di dalamnya menawarkan alternatif-alternatif kebudayaan yang berlainan dari kebudayaan masyarakat setempat, sedangkan kebudayaan itu adalah seperangkat nilai-nilai dan keyakinan, pilihan hidup dan alat komunikasi. Pasar sebagai pintu gerbang diperkirakan akan terjadi perubahan nilai, gagasan, dan keyakinan. Pasar akan terus menjadi sebuah tempat yang mempertemukan orang-orang dari berbagai daerah sehingga terjadilah interaksi sosial dan hubungan yang lain.

B. Karakteristik Informan

Berikut ini adalah tabel yang memuat data usia, pendidikan, pekerjaan responden dan informan.

Matrik 3.1 Karakteristik Informan dan Responden.

No.	Nama	Usia (Th)	Pekerjaan	Pendidikan	Lama Berdagang
1.	Retno	24	Pedagang Fried Chicken	SMP	5 Tahun
2.	Bu Manto	57	Pedagang Bakso	SR (Sekolah Rakyat)	20 Tahun
3.	Bu Bagio	49	Pedagang Nasi Goreng	SD	3 Tahun
4.	Sumarmi	31	Pedagang Warung Makan	SMP	10 Tahun
5.	Lusi	33	Pedagang Kelontong	SMA	10 Tahun
6.	Yeni	32	Pedagang aksesoris komputer	SMEA	5 Tahun
7.	Yulia	20	Mahasiswa	S 1	-
8.	Nita	22	SPG	SMA	-
9.	Sukir AW	70	Ketua Paguyuban Pasar	SR (Sekolah Rakyat)	-
10.	Sigit P	39	Lurah Pasar	SMA	-

1. Umur

Umur rata-rata infoman adalah antara 30 tahun keatas meliputi pedagang warung makan, pedagang komoditas lain, konsumen, ketua paguyuban dan lurah pasar, sedangkan informan kunci yang merupakan

commit to user

pedagang berusia antara 24 – 57 tahun, sehingga meliputi usia produktif dan lanjut.

2. Pendidikan

Semua informan dan informan kunci seluruhnya telah mengenyam pendidikan dengan tingkat terendah adalah lulusan SR atau SD sejumlah 3 orang, 2 orang pada tingkat SMP, 4 orang pada tingkat SMA/ SMEA dan 1 orang hingga perguruan tinggi. Pada informan kunci yang merupakan pedagang bervariasi dari pendidikan SR hingga SMA / SMEA.

3. Pekerjaan dan Lama Berdagang

Dari keseluruhan informan kunci semuanya memiliki pekerjaan. Informan yang tidak bekerja terdapat 1 orang yakni konsumen yang masih seorang mahasiswa. Sebagian besar informan yang mempunyai pekerjaan berdagang rata-rata sudah berdagang antara 5 sampai 10 tahun.

C. Gambaran Umum Pedagang Pasar Panggung Rejo

Pasar Panggung Rejo yang merupakan pasar baru di Kecamatan Jebres. Pasar yang terletak di belakang kampus UNS atau tepatnya di belakang kantor Kecamatan Jebres. Pasar ini merupakan pasar yang dikhususkan untuk dipakai oleh pedagang kali lima (PKL) di sepanjang Jalan Ki Hajar Dewantara belakang kampus UNS. Keberadaan pasar ini merupakan salah satu upaya pemerintah kota Surakarta untuk menampung PKL disepanjang belakang

kampus UNS agar bisa menempati lokasi yang lebih permanen sehingga tidak ada kekhawatiran terhadap berbagai ancaman.

Namun Demikian ternyata penempatan PKL yang dimasukkan ke dalam pasar tidak lepas dari berbagai masalah yang selama ini sering dijumpai oleh berbagai pasar tradisional yang sudah dibangun kembali di kota Surakarta. Penempatan pedagang kaki lima ke dalam tempat permanen seperti pasar memang tidak selalu berdampak baik bagi pedagang itu sendiri karena berbagai macam hal. Selain karena tempat yang strategis, fasilitas dan akses ke tempat yang baru juga menjadi kendala tersendiri bagi mereka dimana mereka didesak oleh kebutuhan hidup yang harus dicukupi.

Rata-rata pedagang di pasar Panggung Rejo merupakan pedagang kaki lima. Sebelum mereka direlokasi ke pasar ini, mereka sudah berjualan cukup lama di belakang kampus UNS atau disepanjang jalan Ki Hajar Dewantara. Oleh karena itu mereka lebih sering disebut sebagai pedagang kaki lima (PKL). Kebanyakan dari mereka sudah lama berdagang di belakang kampus UNS. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Bagio yang berjualan nasi goreng berikut ini:

Saya sudah lumayan lama di sini, sudah sejak tahun 2007. ya sekitar tiga tahunan. Tapi kalau pindah ke pasar ini ya baru saja semenjak di relokasi pemkot. Baru beberapa bulan. (wawancara tanggal 21 April 2010)

Hal senada juga dikatakan oleh Retno, seorang penjual fried chicken:
Berdagang di belakang kampus sudah lama mas, sudah hampir lima tahun. Dulu kan masih di pinggir jalan situ sebelum masuk pasar ini. (wawancara tanggal 21 April 2010)

Beberapa pedagang bahkan sudah berjualan di belakang kampus UNS lebih lama, seperti yang diungkapkan oleh bapak Manto yang berjualan bakso:

Orang-orang tua seperti saya ini sudah bertahun-tahun jualan di sini (belakang kampus). Saat itu belum seramai sekarang. Kalau tidak percaya tanya saja sama pedagang lain yang umurnya kira-kira sama dengan saya. (wawancara tanggal 19 April 2010)

Sebagian besar pedagang memang menjadikan pekerjaan mereka menjadi pekerjaan utama karena memang hanya pekerjaan itu yang mereka punyai. Mereka pun menggantungkan hidupnya dari penghasilan berjualan di tempat itu.

Seperti yang diungkapkan oleh Yeni, penjual aksesoris komputer:

Ya yang namanya orang usaha pasti pengen punya penghasilan. Habis mencari pekerjaan sulit jadi buka usaha sendiri saja. Untuk memenuhi kebutuhan hidup pokoknya.” (wawancara tanggal 24 April 2010)

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Bagio:

lha mau gimana lagi, bisanya juga cuma jualan nasi goreng. Hidup juga dari hasil jualan nasi goreng ini. Dulu sih pernah jualan di warung bakmi tapi tetap saja lebih sreg jualan nasi goreng. (wawancara tanggal 21 April 2010)

Tetapi ada juga pedagang yang mempunyai alasan lain berdagang di belakang kampus UNS. Hal itu tergambar dari hasil wawancara dengan ibu Sumarni yang mempunyai usaha warung makan berikut ini:

Awalnya saya berjualan untuk mencari kesibukan karena tidak ada pekerjaan. Inginnya punya aktivitas biar tidak bosan di rumah terus, karena suami sudah bekerja. Tapi lama-lama juga hasil dari jualan ini jadi tambahan penghasilan yang cukup lumayan. Apalagi dekat kampus, jadi pelanggannya banyak. (wawancara tanggal 26 April 2010)

Ada juga pedagang yang mempunyai alasan lain untuk berdagang di tempat itu. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Lusi yang mempunyai usaha warung kelontong:

Awalnya saya cuma ikut membantu adik saya yang jualan kelontong ini. Tapi setelah di pindah ke pasar ini dia memilih untuk memulai usaha lain di tempat lain. Akhirnya commit to user ibu saya mengambil alih kiosnya ini dan

menyuruh saya untuk mengurusnya. Sayang kalau kios ini tidak dipakai, bisa-bisa nanti disegel sama pemkot. (wawancara tanggal 20 April 2010)

Setiap menjalankan usaha memang tidak akan lepas dari konsumen. Di daerah belakang kampus ini memang konsumen utamanya merupakan mahasiswa karena lokasinya dekat dengan kampus. Selain itu penduduk sekitar lokasi otomatis juga menjadi pelanggan.

Seperti halnya yang dikatakan oleh bapak Manto ini:

Yang jajan ke tempat saya rata-rata mahasiswa, ya sekitar 75 %. Tapi penduduk sekitar sini juga sering makan di sini. Pokoknya campur tapi memang kebanyakan mahasiswa. (wawancara tanggal 19 April 2010)

Pernyataan serupa diberikan oleh Ibu Sumarni sebagai berikut:

Namanya warung makan ya pelanggannya dari berbagai kalangan. Kebanyakan dari mahasiswa kos dan penduduk sekitar. Mahasiswa memang lebih banyak karena anak kos biasanya tidak mau repot-repot masak. (wawancara tanggal 26 April 2010)

Hal itu diperkuat oleh pernyataan dari Ibu Lusi:

Kebanyakan mahasiswa terutama mereka yang kos. Namanya juga pedagang kelontong jadi kebutuhan sehari-hari yang dijual. Makanya banyak anak kos yang belanja di sini. (wawancara tanggal 20 April 2010)

Pernyataan para pedagang di atas juga didukung oleh Yulia, mahasiswa yang kos di belakang kampus UNS:

Iya, saya memang langganan beli makanan sejak kuliah dan kos di sini. Habis kalau harus masak sendiri repot, apalagi tidak ada ruang buat masak. Cari praktisnya saja sih. (wawancara tanggal 22 April 2010)

Demikian juga yang dikatakan Nita yang merupakan penduduk sekitar:

Biasanya Ibu selalu masak sendiri di rumah, tapi kalau tidak sempat masak karena Ibu terburu-buru berangkat kerja ya beli di warung. Beli makanan di warung tidak setiap hari kok. (wawancara tanggal 24 April 2010)

Memang tidak dapat dipungkiri, keberadaan pedagang di sekitar lingkungan kita memang membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berbagai jenis pedagang dengan barang dagangan yang ditawarkan memberikan kemudahan bagi penduduk di sekitarnya. Kemudahan juga dirasakan oleh penduduk di sekitar kampus UNS. Baik mahasiswa maupun warga asli merasa keberadaan pedagang membantu mereka mencukupi kebutuhan sehari-hari mereka terutama yang berkaitan dengan kebutuhan primer.

Matrik 3.2 Hasil Wawancara Dengan Pedagang Makanan

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama berjualan	Sudah bertahun-tahun
2.	Alasan bekerja	Menambah penghasilan keluarga
3.	Alasan berjualan makanan	Bisanya hanya berjualan makanan
4.	Darimana memperoleh keterampilan	Belajar sendiri hanya otodidak
5.	Tanggapan suami terhadap pekerjaan	Mendukung asalkan kewajiban dirumah diselesaikan
6.	Berasal dari mana modalnya	Modal sendiri
7.	Siapa saja pelanggannya	Sebagian besar mahasiswa
8.	Berapa pembeli dalam sehari	20 – 40 orang
9.	Berapa pendapatan dan pengeluaran dalam sehari	Pendapatan antara Rp. 100.000 sampai Rp. 200.000 sedang pengeluaran sekitar Rp. 150.000
10.	Pendapat terhadap tempat relokasi	Fasilitasnya memang lengkap tapi tempatnya tidak

	baru	strategis, pelanggan malas masuk
11.	Kondisi dibanding dahulu	Lebih strategis dan ramai tempat yang dulu
12.	Dampak dari relokasi terhadap pendapatan	Pendapatan menurun tajam karena pelanggan banyak yang kabur
13.	Kendala yang dihadapi	Tempatnya kurang strategis dan pasar yang sepi
14.	Keluhan konsumen terkait tempat baru	Kesulitan mencari pedagang langganan dan masalah parkir
15.	Apakah menambah pendapatan ekonomi rumah tangga	Setelah relokasi malah pengeluaran yang terus menerus ada, pemasukan sedikit
16.	Pengaruh penempatan kios terhadap usaha	Sempat ada yang iri karena posisi pasar yang berbeda ketinggian tempatnya
17.	Kendala akibat relokasi	Makin sepi, karena pembeli tidak ada
18.	Hubungan dengan pedagang lain	Masih berjalan baik seperti dulu
19.	Ada ada kerjasama, dalam bentuk apa?	Saling menjaga saja, jadi kalau ditinggal pergi sebentar saja ada yang menjagakan kios
20.	Apakah kerjasamanya saling menguntungkan	Saling menguntungkan
21.	Apakah ada persaingan	Tidak ada, karena pelanggan saja tidak ada
22.	Bagaimana menghadapi persaingan	Sudah biasa karena pedagang
23.	Bentuk kepedulian lurah pasar terhadap kondisi pasar	Berupaya untuk meramaikan pasar dan berusaha mengerti kendala yang dihadapi
24.	Apakah ada konflik	Hanya perselisihan kecil antar pedagang yang cepat diselesaikan

25.	Penyebab konflik	Rasa iri dan perebutan pelanggan
26.	Upaya lurah dalam mendamaikan	Kalau ada konflik individu biasanya dengan musyawarah
27.	Peran lurah	Kurang begitu terlihat
28.	Harapan terhadap relokasi	Semoga bisa cepat ramai lagi dan tidak rugi

Matrik 3.3 Hasil Wawancara Dengan Pedagang Komoditas Lain

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berapa lama berjualan	Sudah bertahun-tahun
2.	Alasan bekerja	Menambah penghasilan keluarga
3.	Alasan berjualan komoditas ini	Bisanya hanya berjualan ini
4.	Darimana memperoleh keterampilan	Belajar sendiri
5.	Tanggapan suami terhadap pekerjaan	Mendukung asal kewajiban dirumah diselesaikan
6.	Berasal dari mana modalnya	Modal sendiri
7.	Siapa saja pelanggannya	Sebagian besar mahasiswa dan penduduk sekitar
8.	Berapa pembeli dalam sehari	10 – 20 orang
9.	Berapa pendapatan dan pengeluaran dalam sehari	Pendapatan antara Rp. 100.000 sampai Rp. 200.000 sedang pengeluaran sekitar Rp. 150.000
10.	Pendapat terhadap tempat relokasi baru	Fasilitasnya memang lengkap tapi tempatnya tidak strategis
11.	Kondisi dibanding dahulu	Lebih strategis dan ramai tempat yang dulu
12.	Dampak dari relokasi terhadap	Pendapatan menurun tajam karena pelanggan

	pendapatan	banyak yang kabur
13.	Kendala yang dihadapi	Tempatnya kurang strategis dan pasar yang sepi
14.	Keluhan konsumen terkait tempat baru	Kesulitan mencari pedagang langganan dan masalah parkir
15.	Apakah menambah pendapatan ekonomi rumah tangga	Setelah relokasi malah pengeluaran yang terus menerus ada, pemasukan sedikit
16.	Pengaruh penempatan kios terhadap usaha	Sempat ada yang iri karena posisi tempatnya terpencil dibawah
17.	Kendala akibat relokasi	Makin sepi, karena pembeli tidak tahu kios langgananya
18.	Hubungan dengan pedagang lain	Biasa saja tidak berubah
19.	Apakah ada kerjasama, dalam bentuk apa?	Yang jelas bisa minta tolong untuk menjagakan kios kalau mau pergi sebentar
20.	Apakah kerjasamanya saling menguntungkan	Saling menguntungkan
21.	Apakah ada persaingan	Tidak ada, karena pelanggan saja tidak ada
22.	Bagaimana menghadapi persaingan	Sudah biasa karena pedagang lain
23.	Bentuk kepedulian lurah pasar terhadap kondisi pasar	Kurang begitu terlihat hanya baru-baru saja mengadakan acara senin ceria
24.	Apakah ada konflik	Konflik besar tidak ada hanya perselisihan kecil antar pedagang
25.	Penyebab konflik	Rasa iri dan salah paham
26.	Upaya lurah dalam mendamaikan	Kalau ada konflik individu biasanya dengan

		musyawarah
27.	Peran lurah	Kurang begitu terlihat
28.	Harapan terhadap relokasi	Semoga bisa cepat ramai lagi agar pedagang tidak rugi terus

Matrik 3.4 Perbandingan Hasil Wawancara Pedagang Makanan Dengan Komoditas Lain

No.	Pedagang Makanan	Pedagang lain
1.	Sudah bertahun-tahun	Sudah bertahun-tahun
2.	Menambah penghasilan keluarga	Menambah penghasilan keluarga
3.	Bisanya hanya berjualan makanan	Bisanya hanya berjualan ini
4.	Belajar sendiri hanya otodidak	Belajar sendiri
5.	Mendukung asalkan kewajiban dirumah diselesaikan	Mendukung asal kewajiban dirumah diselesaikan
6.	Modal sendiri	Modal sendiri
7.	Sebagian besar mahasiswa	Sebagian besar mahasiswa dan penduduk sekitar
8.	20 – 40 orang	10 – 20 orang
9.	Pendapatan antara Rp. 100.000 sampai Rp. 200.000 sedang pengeluaran sekitar Rp. 150.000	Pendapatan antara Rp. 100.000 sampai Rp. 200.000 sedang pengeluaran sekitar Rp. 150.000
10.	Fasilitasnya memang lengkap tapi tempatnya tidak strategis, pelanggan malas masuk	Fasilitasnya memang lengkap tapi tempatnya tidak strategis
11.	Lebih strategis dan ramai tempat yang	Lebih strategis dan ramai tempat yang dulu

	dulu	
12.	Pendapatan menurun tajam karena pelanggan banyak yang kabur	Pendapatan menurun tajam karena pelanggan banyak yang kabur
13.	Tempatnya kurang strategis dan pasar yang sepi	Tempatnya kurang strategis dan pasar yang sepi
14.	Kesulitan mencari pedagang langganan dan masalah parkir	Kesulitan mencari pedagang langganan dan masalah parkir
15.	Setelah relokasi malah pengeluaran yang terus menerus ada, pemasukan sedikit	Setelah relokasi malah pengeluaran yang terus menerus ada, pemasukan sedikit
16.	Sempat ada yang iri karena posisi pasar yang berbeda ketinggian tempatnya	Sempat ada yang iri karena posisi tempatnya terpencil dibawah
17.	Makin sepi, karena pembeli tidak ada	Makin sepi, karena pembeli tidak tahu kios langgananya
18.	Masih berjalan baik seperti dulu	Biasa saja tidak berubah
19.	Saling menjaga saja, jadi kalau ditinggal pergi sebentar saja ada yang menjaga kios	Yang jelas bisa minta tolong untuk menjaga kios kalau mau pergi sebentar
20.	Saling menguntungkan	Saling menguntungkan
21.	Tidak ada, karena pelanggan saja tidak ada	Tidak ada, karena pelanggan saja tidak ada
22.	Sudah biasa karena pedagang	Sudah biasa karena pedagang lain

23.	Berupaya untuk meramaikan pasar dan berusaha mengerti kendala yang dihadapi	Kurang begitu terlihat hanya baru-baru saja mengadakan acara senin ceria
24.	Hanya perselisihan kecil antar pedagang yang cepat diselesaikan	Konflik besar tidak ada hanya perselisihan kecil antar pedagang
25.	Rasa iri dan perebutan pelanggan	Rasa iri dan salah paham
26.	Kalau ada konflik individu biasanya dengan musyawarah	Kalau ada konflik individu biasanya dengan musyawarah
27.	Kurang begitu terlihat	Kurang begitu terlihat
28.	Semoga bisa cepat ramai lagi agar pedagang tidak gulung tikar	Semoga bisa cepat ramai lagi agar pedagang tidak rugi terus

Dari matrik hasil wawancara di atas dapat kita lihat kalau hubungan interaksi antara pedagang makanan dengan pedagang komoditas lain di pasar Panggung Rejo tidak ada perubahan sama sekali. Hubungan interaksi sosial yang selama ini mereka bangun saat masih berjualan di tepi jalan Ki Hajar Dewantara ternyata tidak berubah. Perbedaan pendapat antar pedagang memang sudah menjadi hal yang biasa diantara mereka. Perselisihan yang terjadi di Pasar Panggung Rejo lebih karena perbedaan letak kios yang berbeda ketinggian dan jauh dari akses pelanggan. Selain itu hubungan diantara para pedagang masih seperti dulu karena memang sudah terbangun bertahun-tahun sehingga jika ada masalah selalu bisa diselesaikan dengan musyawarah.

Matrik 3.5 Perbandingan Hasil Wawancara Pedagang Dengan Paguyuban

No.	Pedagang	Paguyuban
1.	Fasilitasnya memang lengkap tapi tempatnya tidak strategis, pelanggan malas masuk	Fasilitasnya memang lengkap tapi tempatnya tidak strategis
2.	Lebih strategis dan ramai tempat yang dahulu	Lebih strategis dan ramai tempat yang dahulu
3.	Pendapatan menurun tajam karena pelanggan banyak yang kabur	Pendapatan menurun tajam karena pelanggan banyak yang kabur
4.	Tempatnya yang kurang strategis dan pasar yang sepi	Tempatnya yang kurang strategis dan pasar yang sepi
5.	Kesulitan mencari pedagang langganan dan masalah parker	Masalah parkir dan kesulitan mencari kios yang dulu jadi langganan
6.	Setelah relokasi malah pengeluaran yang terus menerus ada, pemasukan sedikit	Setelah relokasi malah pemasukan semakin sedikit karena tidak ada konsumen
7.	Sempat ada yang iri karena posisi pasar yang berbeda ketinggian tempatnya	Sempat ada yang iri karena posisi tempatnya terpencil dibawah
8.	Makin sepi	Makin sepi
9.	Masih berjalan baik seperti dulu	Biasa saja, tidak berubah
10.	Saling menjaga saja, jadi kalau ditinggal	Yang jelas bisa minta tolong untuk

	pergi sebentar ada yang menjagakan kios	menjagakan kios kalau mau ditinggal pergi sebentar
11.	Saling menguntungkan	Saling menguntungkan
12.	Tidak ada, karena pelanggan saja tidak ada	Tidak ada, karena pelanggan saja tidak ada
13.	Biasa saja	Persaingan hanya dalam harga saja untuk menarik pembeli
14.	Berupaya untuk meramaikan pasar dan berusaha mengerti kendala yang dihadapi	Mengadakan acara senin ceria sebagai upaya meramaikan pasar
15.	Tidak ada konflik karena selalu berusaha akrab	Tidak ada konflik hanya perselisihan kecil yang bisa diselesaikan segera
16.	Kalau ada konflik individu biasanya dengan musyawarah	Kalau ada konflik individu biasanya dengan musyawarah kedua pihak
17.	Kurang begitu terlihat	Kurang begitu terlihat
18.	Semoga bisa cepat ramai lagi agar pedagang tidak gulung tikar	Semoga bisa cepat ramai lagi agar pedagang tidak rugi terus, kasihan para pedagang

Dari matrik hasil wawancara dari kalangan pedagang dengan paguyuban terlihat kalau ada kesamaan pendapat antara pedagang dengan paguyuban. Hal ini tidak lepas dari latar belakang kedua pihak yang sama-sama pedagang di pasar Panggung Rejo. Saat pedagang mengalami kesulitan dalam pekerjaannya secara tidak langsung pengurus di paguyuban juga ikut merasakannya karena posisi mereka yang sama dan berada pada satu pihak.

Paguyuban pasar merupakan wadah yang dapat mewakili pedagang dalam mengeluarkan pendapatnya kepada lurah pasar. Interaksi yang terjadi antara kedua belah pihak merupakan hubungan yang saling menguntungkan karena baik pedagang maupun paguyuban mempunyai kepentingan yang sama sebagai pedagang.

Sedangkan antara paguyuban yang mewakili pedagang dengan lurah pasar tentu saja terjadi beberapa benturan yang terjadi diantaranya mengenai kondisi pasar dan upaya dari pihak lurah pasar dalam meramaikan pasar yang dinilai masih kurang. Dari sudut pandang pedagang, pemerintah kota dianggap tidak peduli dengan keadaan pedagang di pasar Panggung Rejo. Setelah relokasi, pedagang seperti tidak dipedulikan. Pedagang memang diberikan tempat yang resmi dan baik tapi pengkondisian tempat relokasi masih kurang maksimal. Sedangkan lurah pasar sendiri yang mewakili pemerintah sendiri hanya bisa menyampaikan keluhan dari pedagang karena memang tidak mempunyai wewenang untuk melakukan tindakan karena membutuhkan perintah dari pihak pemerintah kota, dalam hal ini pihak yang terkait adalah Dinas Pengelola Pasar.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN TENTANG INTERAKSI SOSIAL

PEDAGANG DI PASAR PANGGUNG REJO

Pada awalnya pedagang di sekitar kampus UNS terutama di belakang kampus menempati lahan yang berada tepat di belakang tembok luar kampus di tepi jalan Ki Hajar Dewantara. Entah bagaimana awalnya di sepanjang jalan di belakang kampus ini menjadi tempat berdagang tetapi keadaannya menjadi semakin ramai. Keadaan tersebut tidak terlepas dari banyaknya mahasiswa yang menjadi konsumen utama para pedagang. Maka sepanjang jalan Ki Hajar Dewantara menjadi daerah perekonomian yang sangat potensial dan semakin banyak yang menjalankan usahanya di daerah tersebut.

Hubungan antar pedagang yang membuka usaha di belakang kampus UNS sudah terbentuk sejak mereka masih berstatus sebagai PKL. Hubungan mereka terjalin baik karena adanya kesamaan keadaan diantara mereka dimana mereka sama-sama mencari nafkah dengan berdagang. Bisa dibbilang hubungan diantara pedagang relatif baik walaupun tetap ada sedikit perselisihan. Hubungan yang sangat dominan diantara mereka adalah hubungan dalam bentuk kerjasama dimana mereka berusaha untuk saling membantu diantara sesama pedagang terutama pedagang yang bersebelahan. Kerjasama yang dilakukan diantaranya saling meminjamkan peralatan maupun dengan saling melimpahkan order jika order yang didapat sudah tidak mampu lagi dipenuhi oleh seorang pedagang.

Namun pada bulan Desember 2009, terjadi pemindahan besar-besaran pedagang kaki lima yang bertempat di belakang kampus UNS. Kebijakan dari Pemerintah Kota Surakarta membuat daerah yang dulu dijajaki oleh pedagang kaki lima tersebut harus segera dikosongkan pada bulan Januari 2010. Semua pedagang kaki lima harus direlokasi lagi ke pasar yang berada di belakang kecamatan Jebres, tepatnya di jalan Surya Utama. Sebelumnya pedagang kaki lima yang berada di depan Solo *techno park* juga dipindahkan ke pasar tersebut. Namun yang dirasakan oleh pedagang setelah dipindahkan yaitu merasakan menurunnya omzet pendapatannya dibandingkan saat berada di jalan Ki Hajar Dewantara.

Dasar pemindahan pedagang kaki lima ke tempat relokasi yang baru adalah Perda No. 8 tahun 1995 tentang penataan dan pembinaan PKL. Dalam pasal 2 ayat 1 terdapat aturan yang berbunyi:

“Untuk menjaga ketertiban, keamanan, ketentraman dan kebersihan di kota Surakarta, dilarang menggunakan tempat-tempat atau fasilitas umum seperti parit, tanggul, taman kota, jalur hijau, cagar budaya, monumen, sekolah, taman pahlawan, sekitar bangunan tempat ibadah sebagai usaha PKL”

Sesuai dengan Perda no. 5 Tahun 1995 tersebut, PKL diartikan sebagai orang yang melakukan usaha dagang dan jasa di tempat umum, baik menggunakan atau tidak menggunakan sesuatu dalam melakukan kegiatan usaha dagang. Dengan dasar itulah relokasi terhadap pedagang kaki lima di sepanjang Jalan Ki Hajar Dewantara di lakukan. Selain itu tujuan dari relokasi sendiri juga untuk langkah kedepan guna pelaksanaan pelebaran jalan dan agar PKL lebih tertata rapi dan statusnya berubah menjadi pedagang pasar.

Pengaruh yang sangat luar biasa benar-benar dirasakan oleh pedagang, dimana pendapatan maupun pelanggan mereka menurun drastis. Hal inilah yang menjadi masalah dari relokasi yang baru saja dilakukan.

Masalah diatas disampaikan oleh salah seorang pedagang makanan, bapak Manto sebagai berikut:

Sejak pindah ke pasar ini pendapatan saya menurun sekali. Kalau dulu pendapatan saya per hari bisa sampai Rp. 1.000.000 tapi sekarang hanya sekitar Rp. 150.000 saja. bayangkan saja menurun sampai sebegitunya.

Hal itu dibenarkan oleh Retno:

Semenjak pindah ke pasar ini pendapatan saya berkurang banyak. Kalau dulu bisa sampai Rp. 900.000 sehari sekarang cuma sekitar Rp.100.000 saja. padahal pengeluaran sehari-hari untuk kebutuhan minimal Rp. 50.000 – Rp. 60.000.

Menurunnya pendapatan pedagang juga diakui oleh Ketua Paguyuban, bapak Sukir:

Memang pendapatan pedagang rata-rata turun hingga 90 %. Hal itu tidak kita lebih-lebihkan. Ini mungkin akibat dari pasar yang relatif masih baru sehingga belum banyak orang yang tahu lokasinya. Apalagi letaknya yang berada di belakang kecamatan dan lokasinya berada di daerah yang lebih rendah dari jalan. Ya orang pada akhirnya tidak memperhatikan kalau di sini ada pasar.

Pemindahan pedagang ke lokasi yang baru memang secara langsung mempengaruhi kondisi perdagangan baik dari segi omzet maupun dari segi jumlah pelanggan yang datang. Hal terjadi pada pedagang di berbagai tempat yang merasa kalau tempat baru yang ditempati tidak sesuai atau tidak strategis seperti tempat awal mereka berjualan.

Pasar Panggung Rejo merupakan pasar baru yang belum dikenal orang sehingga keberadaannya kurang begitu diketahui. Keadaan pasar sendiri bagi para pedagang dianggap kurang baik sebagai pasar. Kekurangan pada keadaan pasar disebut sebagai salah satu permasalahan yang membuat keadaan pasar menjadi sepi dan membuat pedagang merasa tidak nyaman.

Banyak pedagang yang merasa tempat relokasi yang baru ini tidak strategis. Selain letaknya yang jauh dari jalur jalan besar, banyak pelanggan yang tidak mau masuk pasar karena merasa repot kalau harus mencari kembali tempat pedagang yang biasanya menjadi langganan sewaktu masih di jalan belakang kampus. Selain itu keberadaan parkir juga menjadi salah satu hambatan bagi konsumen untuk berbelanja di pasar Panggung Rejo. Hal itu dapat dimaklumi karena memang kebanyakan konsumen dari kalangan mahasiswa yang tentu saja harus mengatur pengeluarannya padahal kadangkala mereka harus bolak-balik untuk memenuhi kebutuhannya.

Pada awal penentuan lokasi pasar, semua pedagang sudah setuju untuk menempati pasar baru yang akan dibangun. Selain itu pihak paguyuban pasar juga diajak mendiskusikan sebagai upaya untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pedagang yang akan direlokasi ke dalam pasar baru tersebut. Hal ini sebagai upaya agar tidak terjadi pemaksaan terhadap pedagang sehingga pedagang mau pindah secara sukarela. Konsep ini diupayakan sama seperti relokasi pedagang pasar Klithikan Banjarsari ke pasar Notoharjo yang berjalan dengan baik.

Berbagai pihak memang sudah berusaha untuk memperkenalkan pasar kepada masyarakat terutama masyarakat di sekitar belakang kampus sebagai upaya untuk meramaikan pasar yang baru ini. *commit to user* Berbagai upaya yang dilakukan adalah

diadakannya promosi berupa kegiatan panggung Senin Ceria yang menampilkan berbagai pertunjukan guna menarik masyarakat untuk masuk ke dalam pasar. Kegiatan ini mendapat dukungan dari berbagai pihak terutama pedagang yang memang memerlukan media untuk mempromosikan keberadaan pasar tersebut. Namun upaya untuk meramaikan pasar tidak sepenuhnya berhasil. Hal ini didukung oleh pernyataan Yulia sebagai berikut:

Keadaan di pasar ini sepi mas. Tidak seperti keadaan dulu waktu masih di pinggir jalan sana.

Ditanya mengenai adanya acara Senin Ceria untuk meramaikan pasar, Yulia menambahkan:

Memang sih maksudnya baik dan terbukti banyak warga dan teman-teman mahasiswa yang tertarik, tapi ya hanya bertahan sebentar saja. namanya juga mereka tertarik datang karena ada acara. Tapi setelah itu kok saya lihat pasar ini jadi sepi lagi. Pokoknya beda dengan keadaan dulu waktu masih di pinggir jalan sana.

Seperti lingkungan masyarakat pada umumnya, kehidupan di pasar Panggung Rejo terdiri atas berbagai jenis individu. Dalam kehidupannya, berbagai individu yang berbeda latar belakang ini tentunya akan berinteraksi atau menjalin suatu hubungan. Saat pembangunan kompleks pasar dimulai maka sudah dapat dipastikan daerah tersebut akan kedatangan penghuni baru yaitu para pedagang yang akan menempati kompleks pasar tersebut. Proses interaksi yang terjadi diantara para pedagang sebenarnya sudah dimulai saat mereka berada di lokasi yang lama. Akan tetapi perubahan proses interaksi yang terjadi secara tidak langsung pasti terjadi. Dengan semakin banyaknya pedagang yang direlokasi ke dalam pasar maka para pedagang yang

dulunya kurang begitu mengenal antara satu dengan yang lain mengadakan interaksi guna lebih mengenal satu dengan yang lain.

Proses interaksi sosial tersebut diawali dengan adanya perbedaan maupun kesamaan diantara pedagang. Dengan adanya perbedaan-perbedaan tersebut maka mau tidak mau para pedagang tadi berusaha untuk mengadakan hubungan baik. Untuk mewujudkan hubungan yang baik itu maka mereka berusaha mencari jalan keluar dan berkompromi. Saat kompromi yang dilakukan berhasil maka situasi hubungan diantara keduanya menjadi lebih adaptif, akrab dan lancar. Mereka akan saling menghargai dan menghormati sesama pedagang karena mereka akan lama berhubungan dalam satu kompleks pasar. Upaya untuk saling mengerti dan menghargai sesama pedagang ini bisa mewujudkan keadaan lingkungan yang selaras dan mendukung hubungan sehari-hari.

Hubungan yang terjalin antar pedagang tidak secara instan langsung cocok walaupun pada dasarnya mereka sama-sama pedagang yang direlokasi dari lokasi sepanjang jalan Ki Hajar Dewantara, tetapi sedikit demi sedikit mulai membangun keakraban hingga terbina hubungan yang baik.

Pada awalnya proses interaksi sosial yang terjadi antar pedagang, terutama pedagang yang belum terlalu akrab tidak berjalan dengan mulus, entah itu karena perbedaan kepentingan atau mungkin adanya sikap iri terhadap penempatan pedagang. Tetapi secara umum interaksi yang terjadi antar para pedagang berjalan dengan baik.

Interaksi sosial merupakan hubungan dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, dan antara individu dengan kelompok manusia. Apabila dua orang bertemu (misal: bertegur sapa, bercakap-
commit to user

cakap atau saling senyum), maka secara tidak sadar proses interaksi sosial dimulai pada saat itu.

Interaksi sosial merupakan kunci utama dari kehidupan sosial. Tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan tercipta kehidupan bersama. Interaksi sosial tidak hanya sekedar bertemunya fisik saja karena hal itu tidak akan menciptakan suatu pergaulan hidup dalam masyarakat. Kehidupan dalam masyarakat juga harus disertai dengan aktivitas saling menyapa, berbicara, bekerjasama dan seterusnya. Kehidupan sosial memang tidak selalu sejalan antara satu individu dengan individu lainnya. Kesalahpahaman, perselisihan, pertikaian dan konflik akibat gesekan-gesekan juga akan mewarnai kehidupan bermasyarakat. Interaksi sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dapat mendukung terjadinya aktivitas dalam masyarakat, entah itu kegiatan yang positif maupun yang negatif. Namun biasanya hal-hal negatif dapat ditekan seminimal mungkin.

A. Kerjasama

Relokasi yang terjadi di belakang kampus UNS sendiri membawa dampak terhadap interaksi antar pedagang. Interaksi yang terjadi memang tak selamanya mulus karena selalu saja ada berbagai hal yang mempengaruhi interaksi yang terjadi. Interaksi sosial yang terjadi antar anggota masyarakat ada berbagai bentuk. Salah satu bentuk interaksi yang lazim ada dalam setiap kehidupan bermasyarakat adalah kerjasama. Kerjasama merupakan bentuk interaksi sosial yang utama dan paling sering terjadi. Kerjasama merupakan bentuk interaksi sosial yang pokok dan merupakan proses utama dari interaksi sosial. Kerjasama sering dimaksudkan sebagai suatu usaha bersama antara orang-perorangan atau kelompok manusia

untuk mencapai satu tujuan bersama. Kerjasama dapat terjadi karena adanya orientasi orang-perorangan terhadap kelompoknya dan kelompok lain. Dalam hal ini suatu kerjasama dapat bertambah intensitasnya apabila ada bahaya yang mengancam suatu kelompok.

Kerjasama antar pedagang sendiri sebenarnya sudah lama terjadi saat mereka masih menempati lokasi yang lama. Bagi para pedagang, mereka semua memiliki kepentingan yang sama yaitu melakukan kegiatan ekonomi berupa berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kerjasama yang terjadi diantara mereka akan lebih berharga daripada harus saling jegal diantar mereka sendiri. Kerjasama ini dilakukan demi tercapainya suatu tujuan bersama. Dengan adanya kerjasama dapat memberikan berbagai keuntungan bagi kedua pihak. Bagi para pedagang sendiri kerjasama diantara mereka menunjukkan dan juga semakin menambah hubungan baik diantara mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Retno berikut ini:

Hubungan antar pedagang sangat baik. itu sudah berlangsung sejak kita berdagang di belakang kampus (sepanjang jalan Ki Hajar Dewantara). Bagi saya hubungan yang baik malah menguntungkan. Contohnya saat saya mau keluar meninggalkan warung sebentar, pedagang di sebelah saya mau dimintai tolong buat menjaga sebentar. Begitu pula sebaliknya, jadi saling membantu.

Hal itu juga diakui oleh Ibu Lusi:

Antar pedagang di sini saling membantu. Namanya juga sama-sama pedagang, jadi tahu bagaimana suka dukanya kalau laku atau tidak laku. Kita saling membantu kalau memang ada yang bisa dibantu. Biasanya kita ikut menjaga kios pedagang lain kalau misal yang punya ada urusan sebentar. Ya pokoknya seperti saling memiliki.

Kerjasama yang terjadi kadangkala tidak hanya dalam bentuk kerjasama sosial saja, tetapi juga dalam kerjasama ekonomi seperti saling membantu jika ada pedagang yang sedang kerepotan dalam melayani pelanggan atau sedang kesulitan dalam menyelesaikan order (biasanya jika usaha yang digeluti sama). Hal ini sebagai upaya untuk tetap menjaga hubungan baik diantara pedagang.

Bagi pedagang warung makan sendiri, keberadaan pedagang lain merupakan suatu hal yang sangat penting. Selain bisa saling menjaga satu dengan yang lain. Bagi pedagang lain pun keberadaan pedagang warung makan sangat membantu mereka terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan makan sehari-hari mereka saat berdagang. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Manto:

Para pedagang di sini kadang beli bakso di tempat saya. Selain untuk makan, kami juga sering berbincang-bincang membicarakan ini itu. Bagi saya pedagang lain dipasar ini seperti saudara.

Hal ini juga didukung oleh Yeni:

Pedagang yang menjual makanan sangat penting keberadaannya. Para pedagang kan tidak perlu jauh-jauh kalau mau makan. Jadi tidak usah sampai menutup kios kalau hanya mau makan siang.

B. Persaingan

Persaingan adalah suatu perjuangan dari pihak-pihak untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Persaingan juga dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dimana individu / kelompok manusia yang bersaing untuk mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu dapat menjadi pusat perhatian umum. Ciri dari persaingan adalah perjuangan. Menyingkirkan pihak lawan dilakukan dengan damai. Persaingan dapat terjadi dalam segala bidang kehidupan, misalnya bidang ekonomi, kedudukan, kekuasaan dan lain-lain. Persaingan yang sering terlihat di masyarakat biasanya berupa persaingan dalam bidang ekonomi.

Persaingan yang terjadi antara pedagang biasanya terjadi antar pedagang yang membuka usaha yang sama. Akan tetapi persaingan di sini murni persaingan di bidang ekonomi. Persaingan ini lebih kepada penyediaan barang yang lebih lengkap dan kemampuan memuaskan pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Bagio:

Kalau terjadi persaingan itu sih biasa. Namanya juga orang berdagang, ya harus siap menghadapi persaingan. Yang pentingkan bagaimana kita menjaga agar bisa memberikan pelayanan terbaik dan menyediakan barang yang baik juga. Kalau konsumen puas, kita sudah nggak perlu lagi promosi-promosi lagi. Nanti pelanggan juga kembali lagi.

Hal itu ditegaskan pula oleh ketua paguyuban pasar, Bapak Sukir sebagai berikut :

Persaingan apa to mas. Di sini itu adanya cuma persaingan usaha dan itu wajar. Lha ini kan pasar jadi ya kalau para pedagang bersaing untuk menjual dagangannya sih sah-sah saja. asal memakai cara yang benar. Tapi untuk kehidupan sehari-harinya sih para pedagang di sini akur-akur saja.

commit to user

Pelayanan yang baik maupun penyediaan barang yang lebih lengkap merupakan jalan bagi para pedagang untuk menarik pembeli. Selain untuk mendapatkan langganan tetap, hal ini juga sebagai cara untuk lebih mengakrabkan diri dengan konsumen. Persaingan antar pedagang merupakan kompetisi yang bersifat positif. Persaingan yang dilakukan dengan jujur akan mengembangkan rasa saling menghargai dalam melakukan kompetisi yang sehat. Dengan begitu tidak ada rasa saling curiga atau dendam terhadap yang lain. Persaingan yang dilakukan bertujuan untuk lebih memberikan kepuasan kepada pembeli. Bersaing merupakan salah satu cara untuk menunjukkan eksistensinya di dalam masyarakat. Persaingan antar pedagang merupakan suatu bentuk untuk memperlihatkan keberadaan pedagang tersebut di pasar.

Persaingan yang terjadi selama ini terlihat cenderung mengarah kepada persaingan ekonomi. Persaingan di bidang ekonomi memang lebih mudah terlihat dibandingkan persaingan di bidang lain. Sedangkan persaingan dalam bidang lain memang tidak terlalu terlihat. Hal ini tidak lain karena persaingan di bidang ekonomi merupakan bentuk persaingan yang lazim dalam kehidupan masyarakat dan tidak tabu untuk di perlihatkan.

C. Konflik

Pertentangan merupakan proses dimana individu atau kelompok manusia berusaha untuk memenuhi tujuan dengan jalan menentang pihak lain atau lawan disertai dengan ancaman atau kekerasan yang dapat menimbulkan dampak negatif / positif. Perbedaan-perbedaan yang terdapat dalam diri individu atau kelompok manusia dapat menjadi bibit konflik. Konflik yang terjadi bisa saja menjadi konflik

terbuka yang dapat melibatkan orang-orang disekitarnya. Perasaan dan pengendalian emosi menjadi hal yang berperan penting dalam mempertajam ataupun menekan konflik menjadi sedemikian rupa. Entah itu menjadi lebih memuncak atau mungkin akan berakhir dengan damai.

Perbedaan perasaan atau pandangan akan melahirkan pertentangan. Kadangkala dalam hubungan sosial yang terjadi diantara masyarakat bisa terjadi perasaan tidak suka dengan orang lain ataupun iri dengan keadaan orang lain, keadaan seperti ini dapat dirasa seseorang karena kesenjangan yang terbentang diantara mereka. Perbedaan keadaan ekonomi, status sosial maupun kekuasaan yang dimiliki bisa menimbulkan rasa tidak suka. Jika rasa ini tersimpan lama dan orang tersebut tidak dapat menahannya maka pertentangan dengan orang lain bisa saja terjadi.

Pertentangan yang terjadi antar pedagang di pasar Panggungrejo selama penelitian yang dilakukan tidak terlihat. Hal ini didukung oleh Ibu Lusi:

Sampai sekarang tidak pernah ada perselisihan antara pedagang yang ada di pasar ini. Di lokasi dulu pun juga tidak ada. Diantara kami para pedagang tidak pernah ada percekcoakan yang besar. Tapi nggak tahu kalau cuma antara satu orang dengan orang lain.

Begitu pula dengan yang diungkapkan Bapak Bagio:

Wah selama saya berdagang belum pernah ada itu yang namanya cekcok antara satu pedagang dengan pedagang lain. Kita itu seperti satu keluarga, mungkin karena kondisi yang sama. Sama-sama jadi pedagang.

Hal itu diperkuat oleh pernyataan ibu Sumarni:

commit to user

Nggak ada itu mas yang namanya cekcok sesama pedagang. Coba saja tanya sama pedagang-pedagang lain di sini. Dari awal saat kita berjualan di pinggir jalan sana belum pernah ada perselisihan diantara kami.

Perselisihan secara terbuka memang belum pernah terjadi diantara pedagang pasar Panggung Rejo. Keadaan ini bisa disebabkan karena memang tidak ada perselisihan yang terjadi, tapi bisa juga karena perselisihan individu tidak dibesar-besarkan atau dibawa ke khalayak umum. Hal yang berbeda disampaikan oleh Bapak Sukir sebagai berikut:

Konflik antar pedagang memang ada, tapi bukan antar pedagang di pasar ini. Konflik yang terjadi justru dengan pedagang di luar pasar yang tidak mau masuk ke dalam pasar padahal mereka juga ikut direlokasi. Istilahnya kecemburuan begitu.

Begitu pula keterangan dari Lurah Pasar, Bapak Sigit Pramono berikut ini :

Konflik antar pedagang memang pernah terjadi, tapi sudah bisa diselesaikan dengan baik di dalam. Permasalahannya hanya karena masalah penempatan kios. Ada yang cemburu karena ada pedagang yang mendapat kios di lantai bawah pasar sedangkan yang lain mendapat bagian depan.

Keadaan di pasar Panggung Rejo memang tidak berbeda dengan keadaan pasar-pasar tradisional lain di Kota Solo. Hanya saja Pasar Panggung Rejo belum begitu terkenal seperti halnya Pasar Nusukan, Pasar Gede dan Pasar Legi. Hal ini disebabkan oleh berbagai hal termasuk kurangnya promosi dan letaknya yang tersembunyi, berbeda dengan pasar tradisional lain yang menghadap jalan besar.

Secara umum interaksi yang terjalin diantara para pedagang di pasar Panggung Rejo tidak banyak berubah dari interaksi yang terjadi saat masih berada di pinggir jalan Ki Hajar Dewantara. Keadaan pasar yang sepi dan belum sesuai harapan tidak membuat hubungan diantara mereka menjadi renggang. Hal tersebut bisa terjadi karena nilai-nilai hubungan baik sudah tertanam dalam diri mereka selama mereka masih menjadi PKL di belakang kampus. Sementara itu keberadaan setiap pedagang tetap dianggap penting dalam lingkungan kehidupan pasar karena mereka saling melengkapi. Begitu pula dengan keberadaan pedagang warung makan yang merupakan penyedia kebutuhan makanan bagi pedagang lain.

Meskipun pelanggan yang datang tidak seramai dulu namun para pedagang makanan tetap menjalankan usahanya untuk tetap memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk tetap menjalankan fungsinya sebagai bagian dari komunitas pedagang di pasar Panggung Rejo.

D. KATEGORI INTERAKSI YANG TERJADI

Interaksi sosial merupakan hubungan dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, dan antara individu dengan kelompok manusia. Apabila dua orang bertemu (misal: bertegur sapa, bercakap-cakap atau saling senyum), maka secara tidak sadar proses interaksi sosial dimulai pada saat itu. Interaksi dapat terjadi jika melakukan kontak dan komunikasi baik dengan bahasa verbal maupun bahasa tubuh.

Interaksi sosial merupakan kunci utama dari kehidupan sosial. Tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan tercipta kehidupan bersama. Interaksi sosial tidak hanya sekedar bertemunya fisik saja karena hal itu tidak akan menciptakan suatu pergaulan hidup dalam masyarakat. Kehidupan dalam masyarakat juga harus disertai dengan aktivitas saling menyapa, berbicara, bekerjasama dan seterusnya. Kehidupan sosial memang tidak selalu sejalan antara satu individu dengan individu lainnya. Kesalahpahaman, perselisihan, pertikaian dan konflik akibat gesekan-gesekan juga akan mewarnai kehidupan bermasyarakat. Interaksi sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dapat mendukung terjadinya aktivitas dalam masyarakat, entah itu kegiatan yang positif maupun yang negatif. Namun biasanya hal-hal negatif dapat ditekan seminimal mungkin.

Begitu pula yang terjadi di pasar Panggungrejo dimana interaksi yang terjadi diantara pedagang membuat aktivitas keseharian diantara mereka dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut memungkinkan terjadinya berbagai pola atau bentuk interaksi diantara mereka. Secara garis besar, realita interaksi sosial yang terjadi diantara

commit to user

pedagang di Pasar Pengungrejo sama seperti yang terjadi di lingkungan masyarakat lain.

Kerjasama, persaingan dan konflik untuk menyelesaikan masalah dan menjaga kerukunan diantara mereka pernah terjadi. Namun begitu, intensitas antara yang satu dengan yang lain tidaklah sama dan lebih sering bersifat semu atau hanya antar individu saja.

A. Kerjasama

Kerjasama merupakan bentuk interaksi sosial yang utama dan paling sering terjadi. Kerjasama di Pasar Panggung Rejo dapat berjalan dengan baik karena adanya rasa saling membutuhkan dan saling melengkapi diantara mereka (terutama bagi mereka yang kiosnya berdekatan). Kerjasama ini dilakukan demi tercapainya suatu tujuan bersama. Tujuan utama yang hendak diwujudkan pedagang secara umum adalah untuk menciptakan lingkungan pasar yang nyaman, aman, tenang, harmonis dan saling menghormati sehingga pasar bisa ramai pembeli.

Tabel 4.1 Kerjasama

No.	Pedagang Makanan	No.	Pedagang Lain
1.	Menjaga barang dagangan	1.	Menjaga toko jika yang punya pergi
2.	Jika ada yang punya hajat ikut membantu	2.	Saling meminjamkan barang dagangan jika sedang mendapat order lebih Membeli barang secara bersama-sama agar mendapat harga yang lebih

3.	Titip kulakan dagangan jika lokasi kulakan sama.	3.	murah dari agen
----	--	----	-----------------

Kerjasama merupakan bentuk interaksi sosial yang pokok dan merupakan proses utama dari interaksi sosial. Kerjasama sering dimaksudkan sebagai suatu usaha bersama antara orang-perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu tujuan bersama. Kerjasama dapat terjadi karena adanya orientasi orang-perorangan terhadap kelompoknya dan kelompok lain. Dalam hal ini suatu kerjasama dapat bertambah intensitasnya apabila ada bahaya yang mengancam suatu kelompok.

Keperluan yang sama antar para pedagang dalam mengupayakan agar pasar semakin ramai membuat mereka saling bekerjasama. Ikatan kerjasama diantara mereka sudah terjalin sejak berada di Jalan Ki Hajar Dewantara. Hal tersebut berlanjut saat mereka sama-sama direlokasi ke pasar Panggung Rejo. Menurut Cooley seperti yang dikutip dalam buku Soerjono Soekanto (2005: 73) pentingnya kerjasama adalah “kerjasama muncul apabila orang menyadari bahwa mereka memiliki kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut, kesadaran akan adanya kepentingan-kepentingan yang sama dan adanya organisasi merupakan fakta-fakta penting dalam kerjasama yang berguna”.

Para pedagang di pasar Panggung Rejo melakukan hal itu karena mereka menyadari bahwa mereka memiliki kepentingan yang sama yaitu ingin agar

commit to user

dagangan mereka laris dan mempererat hubungan yang telah mereka jalin antar pedagang.

B. Persaingan

Persaingan adalah suatu perjuangan dari pihak-pihak untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Persaingan juga dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dimana individu/ kelompok manusia yang bersaing untuk mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu dapat menjadi pusat perhatian umum. Ciri dari persaingan adalah perjuangan. Menyingkirkan pihak lawan dilakukan dengan damai. Persaingan dapat terjadi dalam segala bidang kehidupan, misalnya bidang ekonomi, kedudukan, kekuasaan dan lain-lain. Persaingan yang sering terlihat di masyarakat biasanya berupa persaingan dalam bidang ekonomi.

Tabel 4.2 Persaingan

No.	Pedagang Makanan	No.	Pedagang Lain
1.	Menawarkan harga yang lebih murah	1.	Memberi harga diskon
2.	Berusaha menyediakan barang dagangan yang lebih baik dan lebih banyak	2.	Menyediakan barang yang belum ada di pedagang lain
3.	Memberi pelayanan yang baik	3.	Sebisa mungkin memberikan jaminan garansi

Persaingan adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing dalam mencari keuntungan-keuntungan melalui

bidang yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik orang-orangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian publik dengan mempertajam prasangka yang sudah ada, tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan (Soekanto, 2005: 91).

Para penghuni pasar Panggung Rejo merupakan komunitas yang bersifat homogen dalam arti mereka memiliki kesamaan dalam segi jenis pekerjaan yaitu sebagai pedagang. Maka tidak salah jika persaingan diantara mereka berupa persaingan di bidang ekonomi dimana mereka berlomba-lomba untuk menjual dagangan mereka, apalagi jika persaingannya terjadi diantara pedagang yang komoditas dan jenis dagangan yang sama. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Soerjono Soekanto di atas dimana persaingan dilakukan dalam upaya untuk mencari keuntungan-keuntungan melalui bidang yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum.

C. Konflik

Pertentangan merupakan proses dimana individu atau kelompok manusia berusaha untuk memenuhi tujuan dengan jalan menentang pihak lain atau lawan disertai dengan ancaman atau kekerasan yang dapat menimbulkan dampak negatif/positif. Perbedaan-perbedaan yang terdapat dalam diri individu atau kelompok manusia dapat menjadi bibit konflik. Perasaan dan pengendalian emosi menjadi hal yang berperan penting dalam mempertajam konflik menjadi sedemikian rupa. Entah itu menjadi lebih memuncak atau mungkin akan berakhir dengan damai.

Perbedaan perasaan atau pandangan akan melahirkan pertentangan. Kadangkala dalam hubungan sosial yang terjadi diantara masyarakat bisa terjadi

perasaan tidak suka dengan orang lain ataupun iri dengan keadaan orang lain, keadaan seperti ini dapat dirasa seseorang karena kesenjangan yang terbentang diantara mereka. Perbedaan keadaan ekonomi, status sosial maupun kekuasaan yang dimiliki bisa menimbulkan rasa tidak suka. Jika rasa ini tersimpan lama dan orang tersebut tidak dapat menahannya maka pertentangan dengan orang lain bisa saja terjadi.

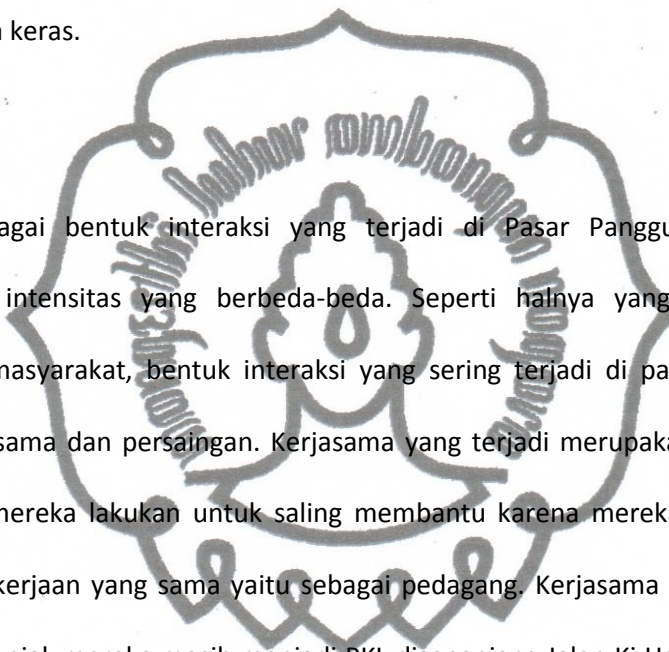
Tabel 4.3 Konflik

No.	Pedagang Makanan	No.	Pedagang Lain
1.	Perselisihan individu	1.	Perselisihan terkait perebutan pelanggan
2.	Saling iri terhadap penempatan kios dan jumlah pembeli	2.	Iri terhadap pedagang yang mendapat kios di bagian depan pasar

Perbedaan kepentingan antar pedagang yang ada di Pasar Panggung Rejo atau rasa iri terhadap sesama pedagang yang lebih laris dagangannya membuat terjadinya perselisihan dan konflik antar pedagang. Meskipun konflik yang terjadi tidak terlalu besar tetapi ketegangan dapat terlihat dalam interaksi keseharian mereka. Tidak saling menyapa dan mulai tidak peduli merupakan salah satu tanda dimana sedang terjadi ketegangan diantara mereka. Bahkan mungkin bisa mencapai tahap dimana mereka akan menggunakan ancaman atau kekerasan dalam rangka memenangkan konflik tersebut.

Hal tersebut seperti yang paparkan oleh Soerjono Soekanto dimana beliau menyebutkan bahwa konflik adalah *commit to user* suatu proses sosial di mana individu atau

kelompok berusaha untuk memenuhi tujuannya dengan jalan menantang pihak lawan yang disertai dengan ancaman atau kekerasan (Soekanto, 2005: 98–99). Dengan adanya perbedaan antara masing-masing pribadi dan kelompok dengan pihak lain akan mempertajam perbedaan yang ada sehingga akan menjadi suatu pertentangan atau pertikaian (konflik). Tidak jarang pertikaian tersebut memakai cara-cara keras.



Berbagai bentuk interaksi yang terjadi di Pasar Panggung Rejo memang mempunyai intensitas yang berbeda-beda. Seperti halnya yang terjadi di dalam lingkungan masyarakat, bentuk interaksi yang sering terjadi di pasar Panggung Rejo adalah kerjasama dan persaingan. Kerjasama yang terjadi merupakan bentuk interaksi yang biasa mereka lakukan untuk saling membantu karena mereka mempunyai latar belakang pekerjaan yang sama yaitu sebagai pedagang. Kerjasama yang terjalin sudah dimulai semenjak mereka masih menjadi PKL disepanjang Jalan Ki Hajar Dewantara. Hal tersebut tidak berubah hingga saat ini mereka direlokasi ke Pasar Panggung Rejo. Sedangkan persaingan yang terjadi merupakan persaingan ekonomi sebagai pedagang yang ingin mendapatkan pembeli dan menjual barang dagangannya. Konflik dan terjadi hanya sebatas tingkat individu karena tidak sampai meluas ke komunitas pedagang secara umum.

Tabel 4.4 Bangunan Interaksi Sesama Pedagang Warung Makan

commit to user

	Kerjasama	Persaingan	Konflik
Pedagang Warung Makan	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menjaga barang dagangan ○ Jika ada yang punya hajat ikut membantu ○ Titip kulakan dagangan jika lokasi kulakan sama 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Menawarkan harga yang lebih murah ○ Berusaha menyediakan barang dagangan yang lebih baik dan lebih banyak ○ Memberi pelayanan yang baik 	Saling iri terhadap penempatan kios dan jumlah pembeli

Tabel 4.5 Bangunan Interaksi Pedagang Warung Makan Dengan Pedagang

Komoditas Lain

	Kerjasama	Persaingan	Konflik

<p>Pedagang Warung Makan</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Menjaga barang dagangan o Jika ada yang punya hajat ikut membantu o Titip kulakan dagangan jika lokasi kulakan sama 	<ul style="list-style-type: none"> o Menawarkan harga yang lebih murah o Berusaha menyediakan barang dagangan yang lebih baik dan lebih banyak o Memberi pelayanan yang baik 	<p>Saling iri terhadap penempatan kios dan jumlah pembeli</p>
<p>Pedagang Komoditas Lain</p>	<ul style="list-style-type: none"> √ Menjaga toko jika yang punya pergi √ Saling meminjamkan barang dagangan jika sedang mendapat order lebih √ Membeli barang secara bersama-sama agar mendapat harga yang lebih murah dari agen 	<ul style="list-style-type: none"> √ Memberi harga diskon √ Menyediakan barang yang belum ada di pedagang lain √ Sebisa mungkin memberikan jaminan garansi 	<ul style="list-style-type: none"> √ Perselisihan terkait perebutan pelanggan √ Iri terhadap pedagang yang mendapat kios di bagian depan pasar

Bentuk interaksi yang paling dominan terjadi di pasar Panggung Rejo adalah kerjasama berdasarkan temuan di lapangan dan tabel diatas. Dari penelitian yang dilakukan kerjasama yang sering terjadi adalah antara pedagang warung makan dengan komoditas lain. Hal ini tidak lepas dari perbedaan komoditas yang dijual sehingga persaingan dalam menjual dagangan sudah berbeda. Sedangkan persaingan sesama

commit to user

pedagang warung makan akan lebih tinggi karena persamaan komoditas yang dijual yaitu makanan. Dengan demikian dari penelitian ini kerjasama yang paling sering terjadi adalah antara pedagang warung makan dengan pedagang komoditas lain yang juga sebagai konsumen di warung makan tersebut.

Blumer secara umum membahas mengenai interaksi simbolik yaitu interaksi yang dilambangkan dengan simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi yang dilakukan oleh manusia dengan manusia lain. Sedangkan Soerjono Soekanto juga membahas tentang interaksi tetapi secara lebih mendalam. Dia selain membahas interaksi secara umum juga membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses interaksi, syarat-syarat terjadinya interaksi dan menguraikan tentang bentuk-bentuk interaksi yang terjadi dalam masyarakat. Secara umum baik Blumer maupun Soerjono Soekanto sama-sama membahas tentang proses interaksi yang terjadi dalam masyarakat, hanya saja berbeda dalam fokus utamanya. Blumer lebih kepada penggunaan simbol-simbol dalam proses interaksi sedangkan Soerjono Soekanto menguraikan interaksi itu sendiri secara mendalam terutama tentang bentuk-bentuk interaksi yang terjadi.

Pembahasan interaksi yang disajikan teori interaksionisme simbolik sudah sesuai dengan temuan yang didapat dilapangan yaitu interaksi yang terjadi lebih kepada interaksi antar individu. Hanya saja untuk kajian simbol belum bisa terungkap.

Teori Interaksionisme Simbolik ini sudah cukup sesuai dan mewakili untuk membahas hasil temuan dalam penelitian ini jika objek kajian yang dibahas adalah individu karena teori ini membahas tentang proses berpikir individu dalam menyikapi suatu tindakan (stimulus) dalam proses interaksinya dengan manusia lain. Tapi jika yang

dikaji adalah masyarakat maka teori ini belum mampu mewakili karena lingkup pembahasannya hanya seputar individu.



commit to user

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab 4 sudah disajikan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti. Dari data yang didapat di lapangan, peneliti dapat melihat bahwa sebelum proses relokasi yang dilakukan terhadap pedagang kaki lima di Jalan Ki Hajar Dewantara ternyata hubungan interaksi di antara pedagang sudah terjalin akrab. Begitu pula yang terjadi setelah relokasi ke Pasar Panggung Rejo. Pasar Panggung Rejo yang merupakan pasar baru di Kecamatan Jebres. Pasar yang terletak di belakang kampus UNS atau tepatnya di belakang kantor Kecamatan Jebres. Pasar ini merupakan pasar yang dikhususkan untuk dipakai oleh Pedagang Kali Lima (PKL) di sepanjang Jalan Ki Hajar Dewantara belakang kampus UNS. Keberadaan pasar ini merupakan salah satu upaya Pemerintah Kota Surakarta untuk menampung PKL disepanjang belakang kampus UNS.

Ternyata penempatan PKL yang dimasukkan ke dalam pasar tidak lepas dari berbagai masalah yang selama ini sering dijumpai oleh berbagai pasar tradisional yang sudah dibangun kembali di kota Surakarta. Penempatan pedagang kaki lima ke dalam tempat permanen seperti pasar memang tidak selalu berdampak baik bagi pedagang itu sendiri karena berbagai macam hal. Selain karena tempat yang strategis, fasilitas dan akses ke tempat yang baru

commit to user

juga menjadi kendala tersendiri bagi mereka dimana mereka didesak oleh kebutuhan hidup yang harus dicukupi.

Rata-rata pedagang di pasar Panggung Rejo merupakan pedagang kaki lima. Sebelum mereka direlokasi ke pasar ini, mereka sudah berjualan cukup lama di belakang kampus UNS atau disepanjang jalan Ki Hajar Dewantara. Oleh karena itu mereka lebih sering disebut sebagai pedagang kaki lima (PKL).

Seperti lingkungan masyarakat pada umumnya, kehidupan di pasar Panggung Rejo terdiri atas berbagai jenis individu. Dalam kehidupannya, berbagai individu yang berbeda latar belakang ini tentunya akan berinteraksi atau menjalin suatu hubungan. Saat pembangunan kompleks pasar dimulai maka sudah dapat dipastikan daerah tersebut akan kedatangan penghuni baru yaitu para pedagang yang akan menempati kompleks pasar tersebut. Proses interaksi yang terjadi diantara para pedagang sebenarnya sudah dimulai saat mereka berada di lokasi yang lama. Akan tetapi perubahan proses interaksi yang terjadi secara tidak langsung pasti terjadi. Dengan semakin banyaknya pedagang yang direlokasi ke dalam pasar maka para pedagang yang dulunya kurang begitu mengenal antara satu dengan yang lain mengadakan interaksi guna lebih mengenal satu dengan yang lain.

Kerjasama merupakan bentuk interaksi sosial yang pokok dan merupakan proses utama dari interaksi sosial. Kerjasama sering dimaksudkan sebagai suatu usaha bersama antara orang-perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu tujuan bersama. Kerjasama dapat terjadi karena adanya

commit to user

orientasi orang-perorangan terhadap kelompoknya dan kelompok lain. Kerjasama antar pedagang sendiri sebenarnya sudah lama terjadi saat mereka masih menempati lokasi yang lama. Bagi para pedagang, mereka semua memiliki kepentingan yang sama yaitu melakukan kegiatan ekonomi berupa berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Kerjasama yang terjadi kadangkala tidak hanya dalam bentuk kerjasama sosial saja, tetapi juga dalam kerjasama ekonomi seperti saling membantu jika ada pedagang yang sedang kerepotan dalam melayani pelanggan atau sedang kesulitan dalam menyelesaikan order (biasanya jika usaha yang digeluti sama).

Persaingan adalah suatu perjuangan dari pihak-pihak untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Persaingan juga dapat diartikan sebagai suatu proses sosial dimana individu/ kelompok manusia yang bersaing untuk mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu dapat menjadi pusat perhatian umum. Ciri dari persaingan adalah perjuangan. Menyingkirkan pihak lawan dilakukan dengan damai. Persaingan yang terjadi antara pedagang biasanya terjadi antar pedagang yang membuka usaha yang sama. Akan tetapi persaingan di sini murni persaingan di bidang ekonomi. Persaingan ini lebih kepada penyediaan barang yang lebih lengkap dan kemampuan memuaskan pelanggan.

Pertentangan merupakan proses dimana individu atau kelompok manusia berusaha untuk memenuhi tujuan dengan jalan menentang pihak lain atau lawan disertai dengan ancaman atau kekerasan yang dapat menimbulkan

commit to user

dampak negatif/ positif. Perbedaan-perbedaan yang terdapat dalam diri individu atau kelompok manusia dapat menjadi bibit konflik. Konflik yang terjadi bisa saja menjadi konflik terbuka yang dapat melibatkan orang-orang disekitarnya. Perasaan dan pengendalian emosi menjadi hal yang berperan penting dalam mempertajam ataupun menekan konflik menjadi sedemikian rupa. Entah itu menjadi lebih memuncak atau mungkin akan berakhir dengan damai. Perselisihan secara terbuka memang belum pernah terjadi diantara pedagang pasar Panggung Rejo. Keadaan ini bisa disebabkan karena memang tidak ada perselisihan yang terjadi, tapi bisa juga karena perselisihan individu tidak dibesar-besarkan atau dibawa ke khalayak umum.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan terlihat bahwa proses interaksi yang sering terjadi antar pedagang di pasar Panggung Rejo adalah kerjasama yang merupakan bentuk interaksi pokok dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini terjadi karena sejak awal mereka masih nmenjadi PKL di jalan Ki Hajar Dewantara, mereka sudah menjalin kerjasama. Kerjasama itu dibuktikan dengan adanya Paguyuban Pedagang Sekitar Kampus (PPSK) yang digunakan sebagai wadah mereka dalam mengumpulkan dan menyalurkan aspirasi. Selain itu kerjasama mereka juga terlihat dalam bidang ekonomi, sebagai contoh apabila ada order fotocopy yang terlalu banyak maka pemilik fotocopy akan memberikan sebagian orderan kepada fotocopy lain. Atau jika ada counter HP yang menerima servis terlalu banyak maka mereka akan menerima tetapi untuk pelaksanaan pekerjaannya memberikan kepada counter lain.

commit to user

B. Implikasi

1. Implikasi Empiris

Interaksi sosial yang terjadi diantara pedagang dipengaruhi oleh adanya pemaknaan mereka terhadap perlunya suatu hubungan harmonis melalui kerjasama di dalam kehidupan mereka untuk mencapai tujuan bersama. Dimana dalam interaksi tersebut didukung oleh adanya sikap saling mengenal, saling bantu, saling memahami dan menyadari akan kelemahan dan kelebihan masing-masing, dengan membina hubungan yang baik, maka kedua kelompok masyarakat tersebut akan mendapatkan kesempatan untuk saling mengenal.

Di dalam proses interaksi diantara pedagang memang pernah ada berbagai gesekan namun hal itu tidak menyebabkan konflik yang besar. Begitu juga dengan persaingan yang tidak terlalu terlihat walaupun sebenarnya ada. Hanya persaingan dalam bidang ekonomi saja yang tampak. Kerjasama yang terjadi juga terlihat sangat baik sehingga kehidupan kedua kelompok masyarakat itu tidak terganggu. Hal itu tidak lepas dari peran lurah pasar, paguyuban dan pedagang lain dalam menjaga keharmonisan. Untuk kedepannya hubungan antar pedagang akan tetap sama seperti saat ini dan mungkin akan lebih erat lagi saat pasar menjadi lebih ramai dan semakin banyak konsumen yang datang ke Pasar Pangung Rejo.

2. Implikasi Metodologis

Dalam penelitian ini peneliti berusaha mengumpulkan data dengan menggunakan teknik pengamatan (observasi) dan wawancara. Observasi disini digunakan untuk menangkap hal-hal yang tidak didapat melalui wawancara yaitu dengan melibatkan panca indera. Sedangkan teknik wawancara yang digunakan dengan cara melakukan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan berpegang pada pedoman wawancara, walaupun tidak menutup kemungkinan untuk mengembangkan pertanyaan. Peneliti juga melakukan studi dokumen untuk mengetahui data-data yang tidak didapat dengan metode wawancara.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *maximum variation sampling*. Strategi pengambilan sampel ini dimaksudkan untuk dapat menangkap atau menggambarkan suatu tema sentral dari studi melalui informasi yang silang menyilang dari berbagai tipe responden. Peneliti memulai dengan mengambil responden yang memiliki ciri-ciri yang berbeda. Teknik sampling ini dimaksudkan untuk mencari informasi yang dapat menjelaskan adanya variasi serta pola-pola umum yang bermakna dalam variasi tersebut. Dalam menganalisa data menggunakan tiga tahap analisis yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Ketiga tahap ini dilaksanakan secara berkesinambungan untuk membantu dalam menyajikan data dan mengurangi adanya data yang bias.

commit to user

Untuk pengambilan teknik pengambilan sampel akan lebih baik jika dipadukan dengan teknik *purposive sampling*. Hal ini dilakukan karena peneliti harus mencari informan yang sesuai dengan hal yang ingin diteliti. Penelaahan dokumen harus diperhatikan dengan baik agar data yang diambil bisa seakurat mungkin. Dalam mereduksi data juga dibutuhkan kehati-hatian agar inti data yang didapat bisa tersampaikan.

3. Implikasi Teoritis

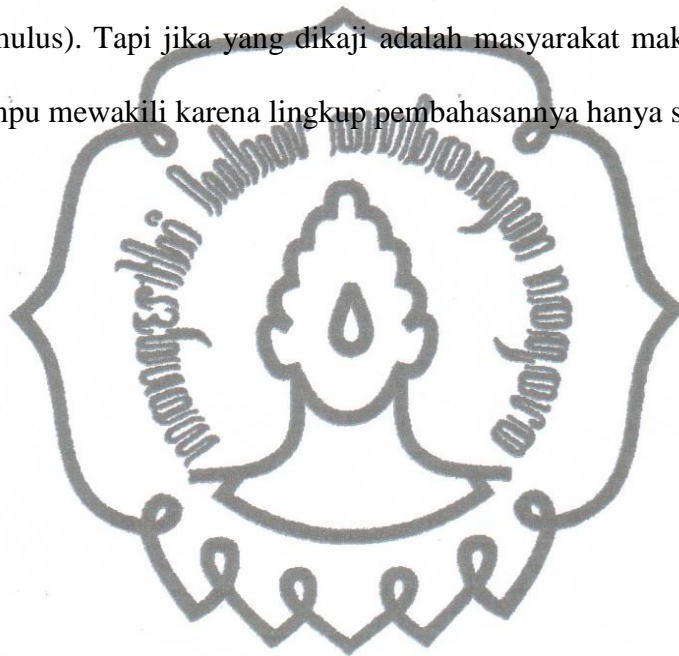
Penelitian ini berpijak pada disiplin ilmu sosiologi yaitu menggunakan paradigma definisi sosial. Teori yang digunakan adalah teori interaksi simbolik dari Herbert Blumer. Teori interaksionisme simbolik sangat menekankan arti pentingnya “proses mental” atau proses berpikir bagi manusia sebelum mereka bertindak. Tindakan manusia itu sama sekali bukan stimulus – respon, melainkan stimulus – proses berpikir – respons. Jadi, terdapat variabel antara atau variabel yang menjembatani antara stimulus dengan respon, yaitu proses mental atau proses berpikir, yang tidak lain adalah interpretasi. Teori interaksionisme simbolik memandang bahwa arti/makna muncul dari proses interaksi sosial yang telah dilakukan. Teori interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan.

Pembahasan interaksi yang disajikan teori interaksionisme simbolik sudah sesuai dengan temuan yang didapat dilapangan yaitu

commit to user

interaksi yang terjadi lebih kepada interaksi antar individu. Hanya saja untuk kajian simbol belum bisa terungkap.

Teori ini sudah cukup sesuai dan mewakili untuk hasil temuan ini jika objek kajian yang dibahas adalah individu karena teori ini membahas tentang proses berpikir individu dalam menyikapi suatu tindakan (stimulus). Tapi jika yang dikaji adalah masyarakat maka teori ini belum mampu mewakili karena lingkup pembahasannya hanya seputar individu.



C. Saran

Kondisi Pasar Panggung Rejo saat ini memang dibidang belum stabil karena kegiatan ekonomi belum dapat pulih seperti saat mereka masih berjualan di sepanjang jalan Ki Hajar Dewantara. Diharapkan kegiatan ekonomi dapat lebih baik lagi beberapa ke depan sehingga Pasar Panggung Rejo dapat berkembang seperti pasar-pasar lain di Surakarta. Untuk itu peneliti mempunyai beberapa saran yang diharapkan dapat berguna yaitu:

1. Bagi Pemerintah Kota Surakarta agar dalam menempatkan pedagang yang direlokasi harus dicarikan tempat yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen. Hal tersebut sebagai salah satu rasa tanggung jawab pemerintah kota terhadap warganya.
2. Bagi Pedagang agar lebih tekun dalam berusaha dan tidak menyerah. Segala yang dilakukan pemerintah kota merupakan upaya untuk mensejahterakan warganya. Pedagang juga harus lebih jeli dan kritis terhadap segala kebijakan yang dibuat pemerintah kota agar kebijakan tersebut dapat saling menguntungkan antara pemerintah dan warga.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan pemecahan masalah dalam hal mengevaluasi kebijakan pemerintah kota dan memberikan solusi yang tepat bagi para pedagang dan warga dalam hal penerapan kebijakan pemerintah kota.



commit to user