

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat lepas hubungan dengan orang lain. Dari keterikatan hubungan tersebut dapat membentuk sebuah kelompok sosial yang merupakan kumpulan orang-orang yang hidup bersama sebagai masyarakat, kemudian dapat didefinisikan sebagai komunitas atau kelompok sosial, orang-orang yang menciptakan budaya mereka sendiri saat hidup bersama. Masyarakat Indonesia adalah multikultural, dengan banyak kelompok etnis yang berbeda, masing-masing dengan gaya atau cara hidup sendiri, adanya perbedaan sosial, budaya, dan politik.

Manusia karena kapasitasnya yang terbatas, tidak akan pernah mampu memenuhi semua kebutuhannya sendiri dan akan selalu membutuhkan bantuan orang lain. Setelah itu, akan menumbuhkan keterikatan di antara orang-orang untuk menciptakan hubungan dan ketika dua orang atau lebih berada dalam suatu hubungan akan tercipta interaksi sosial. Syarat terwujudnya masyarakat sering dikenal sebagai proses sosial yang terjadi sebagai akibat dari adanya interaksi sosial dalam masyarakat. Tanpa proses sosial, hubungan sosial dan interaksi sosial manusia hanya terjadi antara satu pihak ke pihak lain tidak meninggalkan kesan apapun. Interaksi sosial yang bermakna merupakan kunci untuk meningkatkan hubungan antara dua pihak atau lebih. Proses ini dimulai dengan adanya interaksi, di mana pihak-pihak terlibat saling berinteraksi untuk membangun hubungan yang lebih baik. Interaksi sosial melibatkan berbagi informasi, kolaborasi atau kerja sama, persaingan, dan konflik. Dalam interaksi sosial, penting bagi pihak-pihak yang terlibat untuk saling berbagi informasi guna saling mengenal satu sama lain. Berbagi informasi dapat membantu memperkuat ikatan antara individu atau kelompok. Kolaborasi atau kerja sama merupakan bentuk interaksi sosial di mana dua pihak bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama. Melalui kolaborasi, pihak-pihak dapat menciptakan satu cara berpikir dan bertindak yang seragam.

Persaingan juga dapat menjadi bagian dari interaksi sosial, terutama ketika terdapat upaya untuk mendapatkan layanan eksklusif atau keuntungan tertentu. Persaingan ini dapat mendorong pihak-pihak untuk meningkatkan kinerja mereka. Konflik adalah bagian alami dari interaksi sosial di mana satu pihak berjuang melawan yang lain untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Konflik bisa bersifat fisik maupun psikologis dan seringkali menuntut penyelesaian yang bijaksana agar hubungan tetap harmonis. Dengan memahami dan mengelola berbagai aspek dalam interaksi sosial, pihak-pihak yang terlibat dapat memperkuat hubungan mereka dan menciptakan lingkungan yang lebih positif.

Salah satu tujuan interaksi sosial adalah untuk mewakili atau mengungkapkan identitas seseorang melalui hubungan timbal balik dengan orang lain. Manusia juga memanfaatkan interaksi untuk memenuhi kebutuhan hidup sosial.¹ Hubungan sosial yang dinamis termasuk hubungan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Kualitas umum masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Hubungan positif akan muncul jika proses interaksi sosial berjalan dengan baik dan sebaliknya. Interaksi sosial dapat menyebabkan kerja sama yang baik dan sukses dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi sosial ini dapat menyebabkan perilaku seseorang mempengaruhi perilaku orang lain, mengubah atau memperbaiki perilaku orang lain atau bahkan sebaliknya. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang perlu berinteraksi secara sosial dan membangun hubungan dengan orang-orang di lingkungannya.²

Indonesia memiliki masyarakat multikultural. Istilah “masyarakat multikultural” atau “multikulturalisme” pada umumnya dipergunakan untuk merujuk pada satu masyarakat yang menunjukkan ketiga keanekaragaman yaitu keanekaragaman subkultural, keanekaragaman perspektif dan keanekaragaman

¹ Berger, C. R., Roloff, M. E., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2021). *Bentuk Komunikasi Interpersonal: Handbook Ilmu Komunikasi*. Nusamedia. Diakses pada 25 Juni 2024. https://books.google.co.id/books/about/Bentuk_Komunikasi_Interpersonal_Handbook.html?id=bH9rEAAAQBAJ&redir_esc=y.

² Sudariyanto. (2019). *Interaksi Sosial*. Semarang: ALPRIN.

komunal.³ Masyarakat multikultural pasti akan berada dalam ketiganya. Latar belakang budaya menunjukkan bahwa keragamannya tidak dapat dihindari karena perbedaan bahasa, agama, budaya, warna kulit, etnis, status sosial, jenis kelamin, dan kemampuan pribadi semuanya berperan dalam interaksi. Istilah “budaya” adalah akar dari multikulturalisme. Budaya merupakan suatu pemberian perilaku manusia, maka kelompok manusia dengan perilaku tertentu akan masuk ke dalam unit etnik dengan sifat budaya tertentu.⁴ Budaya umumnya dipahami terbatas pada kebiasaan dan tradisi populasi tertentu di lokasi tertentu. Karena istilah “multi” berarti “banyak” dan kata “kultur” menyiratkan “budaya” multikultural secara etimologis identik dengan “banyak budaya”.⁵ Masyarakat multikultural terdiri dari beberapa budaya, yang diwakili secara simbolis oleh variasi dalam bahasa, tradisi, agama, simbol, dan elemen lainnya. Agar dapat hidup sejahtera dan bahagia, sebagai masyarakat multikultural harus mampu menjalin solidaritas, menjunjung tinggi kerukunan antar tetangga, serta menumbuhkan toleransi dan saling menghormati.

Masyarakat multikultural ini memiliki dua karakteristik. Yang pertama adalah vertikal, yang ditunjukkan oleh perbedaan vertikal, yaitu lapisan yang lebih tinggi dan yang lebih rendah, serta perbedaan dalam ekonomi, pekerjaan, dan bidang lain. Sedangkan yang kedua adalah horizontal oleh unit sosial yang terdiri dari keanekaragaman ras, agama, adat istiadat, dan geografi adalah karakteristik yang membedakan masyarakat multikultural ini. Keragaman etnik Indonesia meningkatkan kekayaan negara dengan menciptakan masyarakat yang beragam, dinamis, dan integratif. Namun, jika tidak ditangani dengan hati-hati dan bijaksana, keragaman ini dapat menyebabkan konflik. Dengan sekitar 17.000 pulau besar dan kecil, Indonesia adalah salah satu negara multikultural terbesar di dunia dengan 525

³ Parekh, B. (2008). *Rethinking Multiculturalism. Keberagaman Budaya dan teori Politik*. Yogyakarta: Kanisius.

⁴ Barth, Fredrik. (1988). *Kelompok Etnik dan Batasannya*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia UI-Press.

⁵ Yakin, A. (2005). *Pendidikan Multikultural Cross-Cultural Understanding untuk Demokrasi dan Keadilan*. Yogyakarta: Pilar Media.

kelompok etnik dan lebih dari 250 bahasa.⁶ Salah satu jenis interaksi sosial yang sering terjadi di sektor komersial, khususnya di pasar atau pusat perbelanjaan, adalah contoh dari adanya keberagaman etnik.

Hal ini juga berkaitan dengan perubahan sosial yang terjadi pada nilai dan norma sosial, serta perilaku masyarakat. Perubahan sosial melekat pada kehidupan masyarakat sebagai gejala yang terjadi sehingga menghasilkan ketidaksesuaian antara unsur-unsur sosial di masyarakat yang menyebabkan ketidakserasian pada fungsinya.⁷ Lebih lanjut, perubahan sosial berkaitan dengan hubungan antar manusia baik itu individu maupun kelompok. Faktor pendorong utama dari hal ini adalah adanya kontak antar kebudayaan yang menyebabkan perubahan struktur atau lembaga yang berdampak perubahan pada hubungan sosial di masyarakat.⁸

Pasar merupakan sebuah tempat yang berfungsi sebagai tempat pertukaran barang dan jasa serta pengalihan hak milik antara pembeli dan penjual. Pertemuan antara penjual dan pembeli ini memungkinkan untuk bersosialisasi. Karena setiap seseorang yang berpartisipasi dalam pembelian atau penjualan tentu akan berinteraksi dengan orang lain dalam lingkungan sosial yang dibentuk oleh lingkungan sosiokultural tempat mereka tinggal. Mekanisme ini terintegrasi di pasar, yang juga merupakan tempat struktur sosial dan budaya.

Dari kacamata sosiologi, pasar adalah institusi sosial yang berkembang melalui interaksi sosial dan diatur oleh peraturan yang ada. Sudut pandang ini menunjukkan bahwa pasar adalah arena atau ruang sosial dan ekonomi. Transaksi ekonomi jangka panjang dan interaksi sosial menjadi perekat dari modal sosial. Terdapat lima ciri atau karakteristik pasar sebagai sebuah *marketplace*,⁹ sebagai berikut:

⁶ Risladiba, & Ramadhani, S. (2021, Juni). Pancasila Dan Multikulturalisme. *Jurnal Edueksos*, 64-68. Diakses pada 26 November 2023. <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/edueksos/article/view/8402/3701>.

⁷ Hikmat. (2020). *Sosiologi Industri*. Agung Ilmu.

⁸ *Ibid*.

⁹ Rahayu, S., & Irwan, A. d. (2017). *Sosiologi Pasar*. Yogyakarta: Deepublish.

1. Pasar sebagai tempat berlangsungnya interaksi.
2. Pasar sebagai sentralitas atau jaringan sosial.
3. Pasar sebagai kompleksitas hubungan *local-urban governance*.
4. Pasar sebagai tempat seseorang mudah menyerap hubungan dan perubahan yang terjadi sebagai hubungan budaya, identitas, dan otoritas.
5. Pasar sebagai ruang yang terbuka untuk siapa saja, tetapi berdasarkan sumber daya yang tersedia.

Berdasarkan point-point diatas, pasar memiliki kehidupan sosial di mana banyak orang terlibat dalam interaksi sosial dan koneksi. Ini membuat pasar memiliki relevansi sosial-ekonomi dan budaya yang unik. Pertemuan pertama antara dua atau lebih orang di pasar dapat memicu interaksi sosial. Mereka berbicara, berjabat tangan, dan menyapa satu sama lain yang merupakan jenis interaksi sosial. Dengan mengontraskan atau membandingkan aktivitas masing-masing pasar, kita dapat melihat bagaimana interaksi antara pasar tradisional dan modern berbeda. Misalnya, diskusi untuk negosiasi diperlukan. Kebanyakan orang yang menghadiri pasar tradisional adalah penduduk setempat yang juga sudah saling mengenal, mereka akan dapat bertukar sapa dan salam. Jika di pasar modern, interaksi yang ada saat ini, mungkin tidak sekuat di pasar tradisional.¹⁰

Pedagang pasar pasti akan memiliki hubungan sosial dan profesional dengan pedagang lainnya. Interaksi sosial pedagang satu sama lain memengaruhi pandangan dan perilaku mereka tentang operasi ekonomi. Pedagang dapat saling mempengaruhi melalui hubungan sosial. Dalam interaksi ini, hubungan sosial dapat menyebabkan kemitraan, baik positif maupun negatif. Pedagang di pasar tradisional mungkin menghadapi persaingan sehari-hari satu sama lain untuk menarik pelanggan dan mendorong perkembangan jual-beli. Pedagang menggunakan berbagai taktik dan strategi untuk meyakinkan pembeli untuk melihat barang dagangan mereka, bahkan jika barang tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Interaksi dan komunikasi terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung di pasar tradisional.

¹⁰ Soekanto, S. (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Pasar tradisional adalah tempat di mana pembeli dan penjual berinteraksi satu sama lain, serta antara penjual dan penjual lainnya dalam konteks pertukaran ekonomi. Dalam situasi di mana tidak ada pelanggan atau pembeli, percakapan pedagang mungkin dianggap sebagai interaksi sosial. Hal ini tersedia pada para pedagang di Pasar Rubuh yang terletak di Kelurahan Petir, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang, Banten. Para pedagang ini akan menghadapi berbagai gaya interaksi antar daerah, struktur ekonomi, struktur sosial, dan bahasa saat berinteraksi satu sama lain.

Dalam hal ini, pedagang pasar adalah bagian dari masyarakat multikultural. Banyak pedagang datang dari berbagai tempat bersama dengan penduduk asli atau penduduk setempat, yang tidak diragukan lagi mendorong proses interaksi sosial dan terdapat pola interaksi sosial yang bersifat saling mempengaruhi atau adanya pengaruh timbal balik antara masyarakat pasar memengaruhi pasar ataupun sebaliknya pasar memengaruhi masyarakat pasar,¹¹ serta kerja sama. Mereka juga dekat satu sama lain dan berbagi ruang yang sama. Sikap dan perilaku para pedagang terhadap kegiatan ekonomi dapat dipengaruhi oleh interaksi sosial yang terjadi di antara mereka.¹² Kegiatan ekonomi modern memiliki hubungan kekerabatan dan hubungan bertetangga berdasarkan norma sosial yang ada. Karena memang benar bahwa beberapa orang berasal dari tempat yang sama. Dalam hubungan perdagangan di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten, lebih banyak hubungan kerja yang bersifat kerja sama, meskipun ada juga hubungan yang bersifat persaingan.

Pasar Rubuh berada di Kota Tangerang dan sangat dekat dengan Jakarta, yang merupakan kota besar dengan masyarakat multikultural. Sebagian besar penduduk asli atau pribumi yaitu suku Betawi, tetapi ada juga pendatang dari berbagai suku etnik dan yang berbeda, jadi mereka harus mampu berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan pasar tersebut. Para pedagang dari berbagai etnik

¹¹ Damsar, & Indrayani. (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
Elizabeth, A. (2013, April 17). *Andini Elizabeth's Castle*. Diakses pada 15 Mei 2024.
wordpress.com: <https://andinielizabeth.wordpress.com/2013/04/17/pasar-tradisional-dan-pasar-modern/>

¹² Karliani, E. (2021). *Interaksi Etnis dalam Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Suluh Media.

ini telah membangun rumah atau menetap, terutama mereka yang datang untuk mencoba peruntungan dalam mencari sumber penghidupan. Ketika mereka masuk ke daerah atau tempat di mana kelompok etnik yang berbeda hidup bersama, mereka dapat mengalami *culture shock*, juga dikenal sebagai kejutan budaya. Salah satu penyakit atau kondisi yang terkait dengan tempat kerja orang yang pindah atau dipindahkan dari tempat asal mereka. Mereka harus menyesuaikan diri dengan budaya lokal, dan perbedaan etnik adalah contohnya.

Tidak diragukan lagi, ketika pedagang berinteraksi, etnik suku Betawi atau dengan menggunakan bahasa Indonesia adalah titik acuan mereka. Rasa solidaritas yang kuat dalam masyarakat Betawi yang ditunjukkan dalam hubungan yang baik kepada kelompok etnik imigran lainnya membuat para pedagang dapat menghargai satu sama lain karena keragaman mereka, yang dapat membangun pada interaksi mereka. Sifat unik setiap orang membuat interaksi sosial menarik dan unik. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang pola interaksi sosial yang muncul dan melakukan pengamatan kepada para pedagang di Pasar Rubuh. Maka berdasarkan permasalahan ini peneliti melakukan penelitian yang berjudul “POLA INTERAKSI SOSIAL ANTAR ETNIK PEDAGANG DI PASAR (Penelitian Pada Pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang telah diuraikan pada latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses interaksi sosial antar etnik pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten?
2. Bagaimana bentuk atau pola interaksi sosial antar etnik pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten?
3. Apa saja faktor yang membangun interaksi sosial antar etnik pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis memiliki tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses interaksi sosial antar etnik pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten.
2. Untuk mengetahui bentuk atau pola interaksi sosial antar etnik pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten.
3. Untuk mengetahui apa saja faktor yang membangun interaksi sosial antar etnik pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan Petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang diuraikan di atas, maka peneliti berharap penelitian ini dapat berguna dengan baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk peningkatan keilmuan sosiologi dan dapat menjadi referensi ilmiah serta dapat mengembangkan khasanah pengetahuan yang berkaitan tentang pola interaksi sosial yang terjadi di masyarakat.

- a. Bagi lembaga, penelitian ini dapat menjadi awal yang baik untuk kemajuan dan perkembangan ilmu Sosiologi, terlebih mengenai interaksi sosial antar etnik pada para pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten.
- b. Bagi peneliti, menjadi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial dengan penelitian skripsi ini dan menambah wawasan peneliti mengenai interaksi sosial antar etnik pada para pedagang di pasar, serta memberi pengalaman yang baru bagi peneliti dalam mengenal pola interaksi sosial

antar etnik pada pedagang di Pasar Rubuh Kelurahan petir Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang Banten.

- c. Bagi perguruan tinggi, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadikan penelitian ini sebagai rujukan karya tulis ilmiah dalam bidang sosial mengenai pola interaksi sosial.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan pembinaan bagi para pedagang tentang bagaimana pentingnya interaksi sosial yang baik kepada pedagang lainnya dengan adanya perbedaan antar etnik yang ada untuk dapat saling menghargai dan menghormati, serta dengan lingkungan masyarakat, karena hubungan yang terjalin dengan manusia dapat membangun tali persaudaraan dan dapat mencegah terjadinya konflik ataupun pertikaian dalam hidup bermasyarakat.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka yang mengarahkan peneliti dalam penelitian ini untuk dapat memahami permasalahan yang telah diuraikan agar penelitian ini terarah dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik oleh George Herbert Mead. George Herbert Mead mengatakan bahwa isyarat nonverbal (seperti gerakan fisik, Bahasa tubuh, dan lain-lain) serta makna dari suatu pesan verbal (seperti suara, kata-kata, dan lain-lain) dapat mempengaruhi pikiran seseorang. Seseorang dapat menyampaikan pikiran, perasaan, dan ide melalui simbol-simbol. Dengan memahami simbol-simbol tersebut, orang lain dapat mengerti apa yang ingin disampaikan. Interaksionisme simbolik berhubungan dengan ekspresi wajah, gerakan tubuh, suara, dan bahasa isyarat, semuanya memiliki makna tertentu. Interaksi antara individu dan masyarakat mencerminkan ciri-ciri interaksi simbolik yang menghasilkan simbol-simbol sebagai alat komunikasi.¹³

¹³ Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Jakarta: Kencana.

Interaksionisme simbolik menekankan pola interaksi individu sebagai suatu proses internal dalam pembentukan diri, dengan memperhitungkan harapan dari orang lain yang terlibat dalam interaksi tersebut. George Herbert Mead menekankan bahwa cara individu mendefinisikan dunia dan diri mereka sangat terkait dengan masyarakat. Dengan kata lain, individu dapat mengembangkan pemahaman tentang diri mereka sendiri setelah berinteraksi dengan orang lain.¹⁴

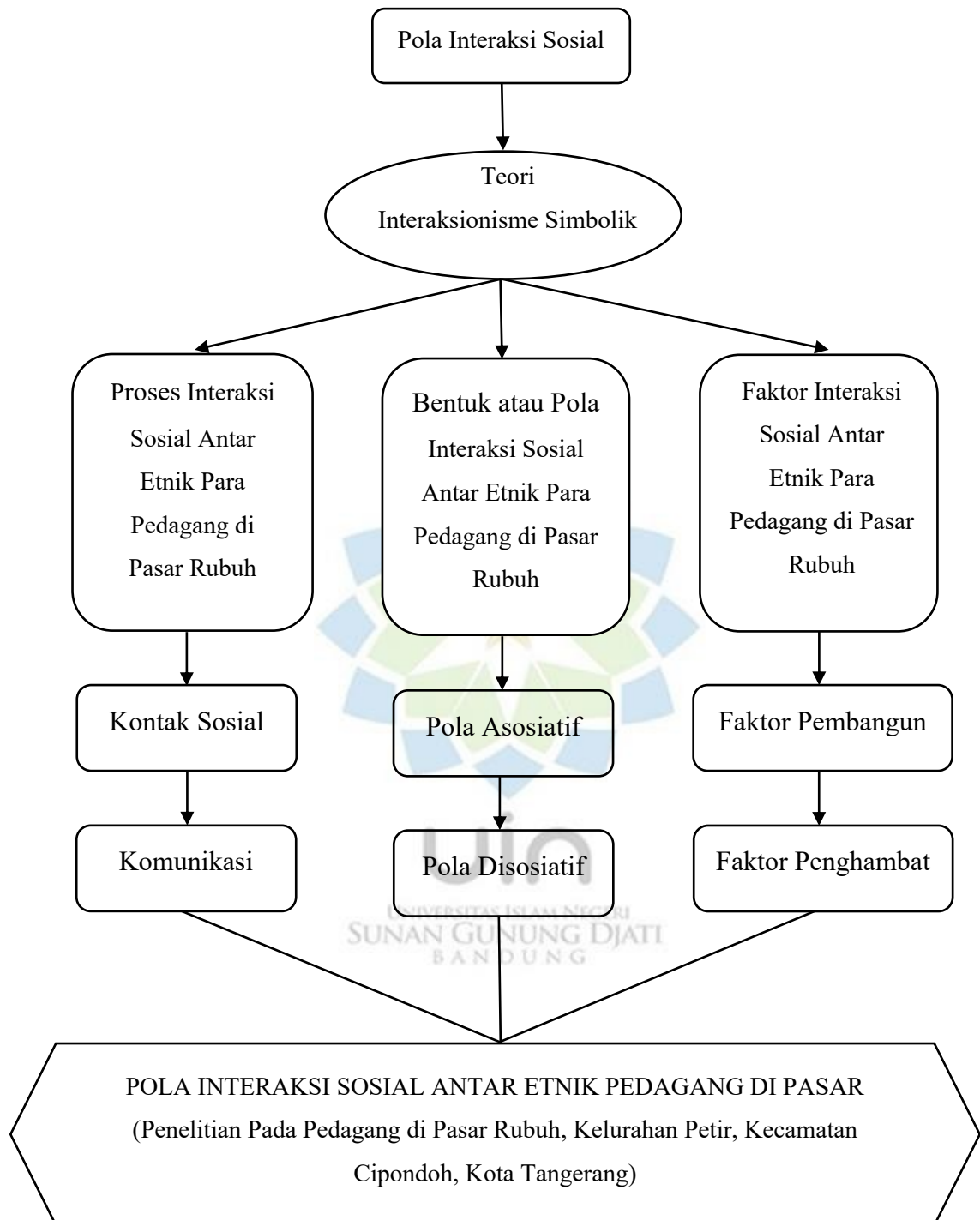
Diri terbentuk melalui proses pemaknaan dan pemahaman symbol yang terdapat pada diri seseorang dan dikembangkan melalui interaksi sosial.¹⁵ Perspektif komunikasi yang bersifat “humanis” salah satunya adalah interaksi simbolik dalam perspektif interaksionisme. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia terus-menerus terlibat dalam interaksi sosial karena mereka adalah bagian dari masyarakat. Interaksi yang berulang ini membuat individu saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lain, sehingga terbentuklah masyarakat. Seseorang tidak bisa begitu saja bertindak sesuai kehendaknya tanpa mempertimbangkan lingkungan di sekelilingnya, karena setiap lingkungan memiliki aturan dan norma yang membatasi perilaku. Ketika seseorang bertindak demikian, itu bukan untuk sepenuhnya menghindari identitas atau peran sosial mereka, tetapi karena mereka mengikuti kebutuhan sosial dan identitas lain yang ada.¹⁶

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka peneliti dapat memaparkan dalam bentuk skema yaitu sebagai berikut:

¹⁴ Siregar, N. S. S. (2012). *Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. Perspektif*, 1(12), 100-110.

¹⁵ Umiarso, E. (2014). *Interaksionisme Simbolik Dari Era Klasik Hingga Modern*, Cet I: 1-4. Jakarta: Rajawali Press.

¹⁶ Musta'in. (2010). "Teori Diri" Sebuah Tafsir Makna Simbolik (Pendekatan Teori Dramaturgi Erving Goffman). *KOMUNIKA*, 1-9. Diakses pada 25 Juni 2024. <https://www.neliti.com/publications/147762/teori-diri-sebuah-tafsir-makna-simbolik-pendekatan-teori-dramaturgi-erving-goffm>.



Gambar 1. 1
Skema Konseptual