

INTERAKSI SOSIAL PARA PEDAGANG KETELA DI PASAR *TELO* KARANGKAJEN (PTK) YOGYAKARTA

Oleh: Anna Sulchani / Nur Hidayah M. Si UNY

annasulchani@yahoo.com

Abstrak

Pasar *Telo* Karangkajen merupakan pasar khusus yang spesifik menjual ketela. Pasar *Telo* Karangkajen beralamat di Jalan Imogiri barat, Karangkajen Kota Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) interaksi sosial yang terjadi di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta (2) faktor-faktor para pedagang melakukan interaksi sosial (3) dampak yang ditimbulkan dari adanya revitalisasi pasar. Peneliti memilih Pasar *Telo* Karangkajen karena peneliti ingin menggali aktivitas pasar yang terkenal dengan *Telonya*, di tambah lagi dengan keadaan pasar yang sudah direvitalisasi. Kurang lebih satu tahun pasar *Telo* Karangkajen dalam proses revitalisasi dan baru selesai pada bulan Desember tahun 2014. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mencari informasi secara mendalam. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *observasi*, wawancara dan dokumentasi. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi data. Sedangkan teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Hubberman meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian diketahui bahwa dengan adanya bentuk interaksi sosial yang mencakup interaksi sosial asosiatif dan disosiatif. Interaksi sosial asosiatif yaitu suatu bentuk proses sosial yang menjurus ke kerjasama seperti dengan adanya kegiatan-kegiatan bulanan yang dilakukan para pedagang, syawalan, rapat bulanan, kesepakatan waktu bekerja antara pedagang ketela dengan buruh *panggul*, terkait pelanggan masing-masing kios. Interaksi sosial disosiatif meliputi persaingan dalam memperoleh konsumen, konflik yang terjadi antar pedagang dengan buruh *panggul* dan perbedaan hasil pendapatan. Dengan adanya interaksi sosial di Pasar *Telo* Karangkajen memunculkan interaksi yang bersifat positif ataupun negatif. Faktor yang berhubungan dengan pedagang melakukan interaksi adalah rasa ketergantungan dan rasa kebutuhan yang harus dipenuhi setiap insan termasuk pedagang.

Kata Kunci : Interaksi Sosial, Pasar, Pedagang

**SOCIAL INTERACTION OF THE MERCHANTS
MARKET *TELO* KARANGKAJEN (PTK) YOGYAKARTA**

Abstract

Karangkajen *Telo* market is a special market specific selling cassava. Karangkajen *Telo* market at Jalan Imogiri west of Yogyakarta. The purpose of this study was to determine (1) the social interaction that occurs in the Market *Telo* Karangkajen Yogyakarta (2) factors traders social interaction (3) the impact of the revitalization of the market. Researchers chose *Telo* Market Karangkajen because researchers wanted to explore the famous market activity with *Telonya*, plus the state of the market that has been revitalized. Approximately one year Karangkajen *Telo* markets in the revitalization process and was only completed in December 2014. This study used a descriptive qualitative research method that aims to seek information in depth. Data collected by observation, interview and dokumentation. The technique used is purposive sampling. Data validation was done with data triangulation technique. Data analysis technique using an interactive model of Miles and Hubberman including data collection, data reduction, data presentation and conclusion. The results of research known that the presence of social interaction that includes social interaction associative and dissociative. Social interaction is a form of associative social process that leads to such cooperation with their monthly activities undertaken traders, syawalan, monthly meetings, working time agreement between traders of cassava with pelvic labor, customer related each stall. Social interaction dissociative include competition in obtaining consumer, the conflict between labor merchants with pelvic and differences in revenue. With the social interaction in Pasar *Telo* Karangkajen raises interactions are positive or negative. Factors associated with a merchant interaction is a sense of dependency and sense needs to be met every human being, including traders.

Key words : Social Interactions, Markets, Traders

PENDAHULUAN

Saat ini pasar modern tidak hanya hadir di dalam perkotaan saja bahkan tak tanggung-tanggung pasar modern hadir dan berkembang pada wilayah-wilayah kecil termasuk pedesaan. Fenomena tersebut kini mulai menjamur ditengah-tengah keberadaan pasar tradisional. Hal tersebut merupakan sebuah tanda bahwa saat ini manusia menginginkan segala sesuatunya bersifat mudah dan instan. Salah satu daerah yang tidak luput dari perkembangan pasar modern yakni kota Yogyakarta, kota dengan banyaknya pendatang dari berbagai daerah untuk sekolah dan bekerja. Pertumbuhan pasar modern di Yogyakarta berkembang semakin pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya berdiri usaha ritel seperti *minimarket*, *supermarket* dan *hypermarket*. Semakin banyaknya pasar modern yang ada di kota Yogyakarta dianggap menyudutkan perkembangan pasar tradisional. Menjamurnya pasar modern menyebabkan beberapa para pedagang pasar tradisional ada yang mengalami gulung tikar.

Pasar merupakan salah satu kegiatan perdagangan yang tidak bisa terlepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Dengan semakin pesatnya perkembangan penduduk maka semakin besar pula tuntutan kebutuhan akan pasar baik secara kuantitas maupun kualitas. Selain itu, pasar tradisional juga mempunyai beberapa kelebihan. Kelebihan pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern adalah 1) Di pasar tradisional pembeli dapat melakukan tawar menawar harga dengan pedagang 2) Harga yang ditawarkan cukup terjangkau 3) Secara budaya pasar tradisional merupakan tempat publik dimana terjadi interaksi sosial (Tim Pengelola Pasar Kabupaten Bantul, 2010 : 3).

Pasar tradisional merupakan pasar dengan sistem pengelolannya yang bersifat tradisional. Manajemen dari pasar tradisional bersifat sederhana yang jauh

lebih mudah dijangkau oleh para pedagang dibandingkan dengan manajemen dari pasar modern. Dalam pasar tradisional hanya menjual barang dagangan yang sifatnya lokal. Sangat jarang sekali di pasar tradisional ada barang-barang impor. Sifat barang yang dijual hampir sama antara pasar tradisional dengan pasar modern. Perbedaan di antara keduanya antara lain terletak pada bandrol harga. Dalam pasar modern sudah terpasang bandrol harga tetap. Dalam pasar tradisional harga sudah ditetapkan akan tetapi bisa berubah sewaktu ada kesepakatan antara penjual dengan pembeli atau yang biasa disebut dengan sistem tawar menawar. Secara kuantitas pasar tradisional umumnya mempunyai persediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dari para konsumen.

Sekarang ini terdapat 33 pasar tradisional di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kualifikasi pasar kelas I hingga kelas V. Perbedaan kelas pasar tersebut berdasarkan luas lahan dasaran dan fasilitas yang diberikan. Oleh karena itu kelas pasar ditinjau kembali setiap ada perubahan keluasaan lahan dasaran dan kelengkapan fasilitas. Adapun kriteria kelas pasar (Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta, 2009: 16) adalah 1) Pasar Kelas I antara lain Pasar Beringharjo. Luas lahan dasaran 2.000 m². Fasilitas berupa tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi atau wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, penerangan umum dan radio pasar 2) Pasar Kelas II antara lain Pasar Buah dan Sayur Giwangan. Luas lahan dasaran 1500 m². Fasilitas berupa tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi atau wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi

listrik, penerangan umum dan radio pasar 3) Pasar Kelas III antara lain Pasar Kranggan, Demangan, Sentul, Kota Gede, Serangan, Klithikan, Pathuk dan Pasar Agro dan Ikan Hias Jogja. Luas lahan dasaran 1.000 m². Fasilitas berupa tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, kamar mandi atau wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, penerangan umum dan radio pasar 4) Pasar Kelas IV antara lain Pasar Ngasem, Terban, Lempuyangan, Patangpuluhan, Ciptomulyo, Kembang, Prawirotanaman dan Pasar Pingit. Luas lahan dasaran 500 m². Fasilitas berupa tempat promosi, kantor pengelola, kamar mandi atau wc, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, penerangan umum 5) Pasar Kelas V antara lain Pasar Gedongkuning, Senen, Pujokusuman, Gading, Karangwaru, Sanggrahan, Talok Gendeng, Kluwih Ngadikusuman, Sawo Prawirodirjan, Ledok Gondomanan, Pace Semaki, Suryobraton, Telo Karangakajen Yogyakarta dan Pasar Sepeda Tunjungsari. Luas lahan dasaran 50 m². Fasilitas berupa sarana pengamanan dan sarana pengelolaan kebersihan.

Pasar Karangakajen berdiri pada tahun 1957 yang merupakan pasar pindahan dari Pasar Ngasem Yogyakarta. Para pedagang ketela di pasar ini rata-rata didasarkan pada usaha turun menurun dikarenakan sebagian pedagang hanya meneruskan usaha yang telah dirintis oleh generasi di atas mereka. Pasar Karangakajen lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan sebutan Pasar *Telo*. Ciri khas dalam pasar ini berupa ketela ditandai dengan adanya replika ketela yang terletak di bagian depan pasar. Ketela merupakan sumber makanan pokok pengganti beras dengan harga yang relatif bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Sebelum revitalisasi pasar, di Pasar *Telo* Karangakajen Yogyakarta terdapat dua jenis tempat untuk berdagang ketela, yaitu kios dan lapak. Pasar tersebut merupakan

pasar yang berkonsep tradisional. Pada umumnya pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki kesan kumuh, kurang tertata kurang rapi dan pada waktu hujan pasar menjadi becek. Begitu pula dengan kondisi Pasar *Telo* Karangakajen Yogyakarta dikarenakan kondisinya tidak jauh berbeda dengan kondisi pasar tradisional pada umumnya. Keadaan pasar tradisional sebagai tempat yang kumuh, infrastruktur yang tidak memadai bahkan banyak pedagang kaki lima (PKL) yang tidak tertata rapi memang seutuhnya benar. Sesuai dengan Peraturan Presiden (Perpres) No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, serta toko modern (biasa disebut Perpres pasar modern), akhirnya ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 27 Desember 2007 lalu. Pasar *Telo* Karangakajen Yogyakarta merupakan salah satu pasar yang direvitalisasi oleh pemerintah kota Yogyakarta. Revitalisasi tersebut telah dilakukan dan selesai pada pertengahan bulan Desember 2014. Bangunan tersebut saat ini sudah bisa ditempati langsung oleh para pedagang. Sebelum pembangunan selesai, para pedagang menempati tempat jualan sementara yaitu berada di depan bangunan yang sedang dibangun.

Manusia merupakan makhluk ciptaan Tuhan yang derajatnya paling sempurna dibandingkan makhluk-mahluk lainnya, manusia diciptakan untuk saling mengenal antara satu dengan yang lainnya. Manusia juga disebut sebagai makhluk multidimensional yaitu makhluk yang memiliki akal, pikiran dan kemampuannya untuk berinteraksi dengan lainnya. Secara naluriah, manusia telah dibekali jiwa sosial. Pada dasarnya manusia itu tidak bisa hidup tanpa bantuan oranglain, manusia tidak bisa hidup jika harus melakukan apa yang dibutuhkannya secara sendiri. Untuk mendukungnya tersebut tentu dibutuhkan interaksi, didalam kehidupan bermasyarakat interaksi memang sangat penting, interaksi

merupakan unsur terpenting dalam menjalankan segala aktivitas karena dengan adanya interaksi manusia mampu menjalin berbagai hubungan dengan lainnya. Tanpa adanya interaksi manusia tidak bisa mengenal satu sama lain. Manusia itu makhluk yang butuh berkawan, bersosialisasi dan sebagainya. Interaksi merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi. Tentunya didalam diri manusia ada dorongan untuk selalu berinteraksi sosial dengan oranglain. Ada kebutuhan khusus sosial untuk selalu hidup berkelompok dengan yang lainnya. Manusia mempunyai suatu kebutuhan untuk memilih kawan ataupun teman. Kebutuhan manusia untuk selalu berteman dengan oranglainnya seringkali didasarkan pada kesamaan ciri ataupun kepentingan masing-masing. Misalnya, orang yang berprofesi sebagai seorang pedagang cenderung akan berteman dengan sesama pedagang.

Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta mempunyai paguyuban yang bernama paguyuban gaya baru. Anggotanya terdiri kurang lebih 30 orang. Paguyuban tersebut mempunyai tujuan bersama yaitu menaungi semua pedagang yang ada didalamnya. Dengan adanya paguyuban maka dibentuk arisan bersama yang menjadi bukti kekompakan para pedagang.

Interaksi yang terjadi para pedagang ketela di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta terbentuk karena intensitas bertemunya para pedagang setiap hari. Adapun bentuk-bentuk interaksi ada dua yakni yang bersifat asosiatif dan disosiatif. Interaksi tidak selalu bersifat positif namun adapula interaksi yang bersifat negatif antara lain dengan adanya persaingan dan konflik. Hal tersebut merupakan bagian dari interaksi. Bagi para pedagang ketela di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta dalam berinteraksi tidak selalu menghasilkan interaksi yang bersifat positif. Terdapat interaksi yang negatif seperti konflik karena konflik merupakan

sesuatu yang tidak bisa dihindarkan dari kehidupan manusia.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian telah dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 3 bulan terhitung dari pertengahan bulan Februari 2015 sampai April 2015. Tempat penelitian di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data berupa catatan lapangan dan hasil wawancara. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2009 : 231).

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data kualitatif yang berasal dari transkrip hasil wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, rekaman dan lain sebagainya.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam melakukan penelitian ini mengumpulkan data dengan cara wawancara, *observasi*, dokumentasi dan studi kepustakaan. Menurut Burhan Bungin, *observasi* ada dua yakni *observasi* langsung dan *observasi* partisipan (Bungin, 2012 : 190-191). Peneliti mengamati secara langsung ke tempat penelitian di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta.

Validitas Data

Dalam memeriksa keabsahan data, peneliti melakukan validitas data dengan cara triangulasi sumber yaitu dengan menggunakan lebih dari satu orang sumber untuk mendapatkan data yang lebih valid.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Hubberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan. 1) tahap pengumpulan data 2) adalah tahap reduksi data 3) tahap display data 4) tahap penarikan kesimpulan dan tahap verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Aktivitas Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta

Kebebasan waktu dalam membuka dan menutup kiosnya. Tidak ada batas maksimal para pedagang harus menutup kiosnya. Ada juga para pedagang menutup kios dikarenakan harus menunggu supplier datang ke pasar karena para supplier juga ada yang datang tengah malam. Jika datang tengah malam belum tentu dibongkar terlebih dahulu. Setiap kali pembongkaran tergantung dengan kesepakatan buruh *panggul* karena setiap buruh *panggul* juga punya batas maksimal dalam bekerja. Buruh *panggul* yang bekerja di Pasar *Telo* Karangkajen bekerja pada pedagang ketela. Mereka bekerja tidak terikat pada satu kios tapi semua kios. Mereka bekerja tim dan bersama-sama.

Berkaitan dengan buruh *panggul*, apabila para supplier ada yang datang tengah malam, para buruh *panggul* tidak terlalu ikut campur karena mereka telah mempunyai jadwal sendiri. Namun apabila telah terjadi kesepakatan antara para juragan ketela dengan buruh *panggul*, kesepakatan tersebut menjadi kebijakan lain dari mereka yaitu pedagang ketela yang bersangkutan dengan buruh *panggul*.

Bahasa yang diutamakan dalam berkomunikasi adalah bahasa Jawa karena bahasa Jawa merupakan bahasa ibu dari mereka. Pasar *Telo* Karangkajen berada di wilayah Yogyakarta yang notabene merupakan suku Jawa dan bahasa yang digunakan masyarakat sehari-hari adalah bahasa Jawa. Disebutkan bahwa unggah-ungguh bahasa prinsipnya hanya ada dua macam yaitu unggah unggah yang berbentuk *ngoko* dan yang berbentuk *krama* (Sasangka, 2009 : 92). Bagi para pedagang yang umurnya muda di antara pedagang ketela lain dalam berbicara memakai bahasa *ngoko* namun bagi para pedagang yang umurnya tua di antara para pedagang ketela sudah terbiasa berbicara memakai bahasa *kromo*.

2. Kelompok Pedagang Ketela Di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta

Selain itu kelompok sosial yang terbentuk di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta juga berdasarkan kesamaan dalam hal jenis dagangan yang mereka jajakan. Berhubungan dan berinteraksi dengan orang yang mempunyai kesamaan dalam suatu hal dapat mempermudah mereka dalam berinteraksi, seperti halnya para pedagang ketela yang mempunyai kesamaan dalam hal profesi dan barang yang dijajakannya. Dengan adanya kesamaan yang dimiliki seseorang dengan orang lain telah menjadikan sebuah kelompok yang kuat yang telah terjalin lama seperti dalam kelompok pedagang di dalam Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta. Setiap anggota kelompok telah memiliki rasa kebersamaan, kebersamaan yang didasari kesamaan nasib mereka, kesamaan profesi, dan kesamaan pemikiran, dengan adanya hal tersebut membentuk sebuah keluarga baru yakni keluarga Pasar *Telo* Karangkajen.

3. Interaksi Sosial Para Pedagang Ketela di Pasar Telo Karangkajen (PTK) Yogyakarta

a. Bentuk Interaksi Sosial

Bentuk interaksi sosial para pedagang ketela di Pasar *Telo* Karangkajen yaitu interaksi sosial asosiatif yang mencakup kerjasama dan akomodasi. 1) Kerjasama yang dilakukan di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta sangat erat. Walaupun mereka menjual produk yang sama akan tetapi tidak menjadikan alasan untuk menjadi pedagang yang tidak mau membantu ataupun bekerjasama dengan pedagang ketela yang lain. Ketika ada pembeli baru yang tidak berlangganan, pembeli yang sedang mencari ubi ungu namun tidak ada di kios A maka kios A akan mengarahkan pembeli tersebut pada pedagang yang menjual ketela ungu tersebut. 2) Akomodasi, akomodasi menunjuk pada usaha-usaha manusia untuk meredakan suatu pertentangan yaitu usaha-usaha untuk mencapai kestabilan. Mediasi merupakan cara yang dilakukan untuk menetralkan persoalan yang ada dengan cara menghadirkan pihak ketiga. Di sini pihak ketiga dari mediasi adalah paguyuban Pasar *Telo* Karangkajen. Sewaktu penyelesaian dilakukan ketiga rapat paguyuban. Pihak yang berkonflik saling berbicara apa yang menjadi kendala dan permasalahan sedangkan pihak buruh panggul juga mengungkapkan apa yang menjadi permasalahan. Dengan adanya argumen dari masing-masing pihak nanti para hadirin yang rapat memberikan masukan yang dapat diterima oleh kedua belah pihak, dengan begitu permasalahan sudah tidak ada lagi dan mereka bisa menjalankan aktivitas sesuai dengan kesepakatan.

Disosiatif meliputi persaingan dan kontravensi. 1) Persaingan yang terjadi memang tidak nampak karena yang terjadi hanyalah merupakan persaingan yang wajar dan cenderung masih bisa dijaga untuk kemudian tidak mengarah kepada pertikaian atau konflik terbuka.

Menciptakan situasi yang tenang lebih baik lagi daripada mengedepankan emosi dan persaingan yang saling menjatuhkan.

2) Kontravensi pernah terjadi antar pedagang di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta, hal tersebut terjadi secara tersembunyi dan tidak berlaku secara terang-terangan artinya hal tersebut hanya dirasakan oleh salah satu pihak yang sedang bersitegang. Kontravensi sering muncul karena adanya ketidaksesuaian antara pedagang satu dengan pedagang yang lain terkait cara menarik pembeli bagi pedagang ketela lain. Ketidakcocokan tersebut sebenarnya menjadi hal yang sangat wajar terjadi namun hal tersebut disikapi secara tidak langsung artinya para pedagang hanya sebatas melakukan kontravensi secara sembunyi-sembunyi.

4. Teori Interaksionisme Simbolik

Menurut Mead, lambang akan sangat berarti apabila menimbulkan kecenderungan akan tanggapan yang sama sebagaimana yang diberikan pihak lain (Soekanto, 1984 : 121).

Jika antara mereka tidak saling memahami makna apa yang tersimpan dalam penyampaian simbol maka interaksi juga tidak akan terjadi. Tidak akan ada keberlanjutan apa yang akan dilakukan pada selanjutnya.

Simbol simbol yang ada di pasar *Telo* Karangkajen telah dijelaskan dalam teori interaksionisme simbolik Herbert Mead bahwa dalam penggunaan simbol mereka harus sama dalam penafsirannya. Jika satu simbol mempunyai beberapa makna maka hal tersebut tidak akan terjadi interaksi sosial. Simbol tergantung kesepakatan dan dimana tempatnya.

5. Faktor Pedagang Melakukan Interaksi Sosial

Adapun faktor pendorong dan penghambat interaksi sosial pedagang antara lain. Faktor Pendorong interaksi sosial pedagang ketela Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta, sebagai berikut

1) Rasa persaudaraan yang sudah melekat erat di antara pedagang di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta 2) Dengan adanya kesamaan dalam hal sama-sama mencari uang demi kelancaran hidup sehari-hari. Jadi tidak pantas apabila mereka saling menutup diri terhadap yang lainnya. Dengan adanya rasa tidak enak terhadap yang lain apabila terlalu menutup diri dan tidak mau bergaul 3) Sebagian besar waktu para pedagang dihabiskan di pasar mulai dari pagi hingga tengah malam. Dengan adanya intensitas bertemu yang tinggi berakibat pada eratnya hubungan sosial di pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta 4) Perasaan nyaman terhadap yang lainnya bahkan interaksi yang terjalin tidak hanya terjadi di lingkungan pasar

5) Kedekatan dalam berdagang seperti letak kios yang saling berjejer satu sama lain. Kios ketela yang berada di Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta saling berjajar satu sama lain. Dengan adanya kedekatan kios menjadikan mereka sangat mudah untuk bertamu ke kios sebelahnya. Hal tersebut dilakukan jika sedang dalam kondisi yang suntuk atau sepi pengunjung. Faktor penghambat interaksi sosial pedagang ketela Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta, sebagai berikut 1) Kesibukan pedagang dalam melayani pembeli

- 2) Kesibukan juragan ketela dalam memantau pemasok yang sudah datang
- 3) Perbedaan usia di antara para pedagang.

6. Dampak Revitalisasi Pasar

Dampak dari adanya revitalisasi Pasar *Telo* Karangkajen Yogyakarta adalah sebagai berikut 1) Pada awal awal revitalisasi pasar, pendapatan pedagang sedikit berkurang namun pada bulan bulan berikutnya pendapatan menjadinormal seperti biasanya 2) Sekalipun letaknya sudah di bangunan bagian depan pasar, namun pembeli merasa kesulitan dalam mencari pedagang yang biasanya dikarenakan pemandangan baru yang tidak seperti biasanya. Namun hal tersebut tidak menjadi masalah karena hanya masalah

penyesuaian pada awal-awal pindahan ke bangunan kios baru saja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan. Revitalisasi Pasar *Telo* Karangkajen telah selesai bulan Desember tahun 2014 dan masa perawatan selama 6 bulan. Keadaan pasar sebelum revitalisasi kurang terawat dan becek jika hujan tiba. Namun sekarang Pasar *Telo* Karangkajen menjelma menjadi pasar yang bersih, rapi dan penataannya yang baik. Bangunan berlantai dua tersebut kini mulai nyaman untuk dipakai untuk bertransaksi antara penjual dengan pembeli. Keuntungan dari adanya revitalisasi yakni tersedianya tempat yang memadai untuk rapat rutin paguyuban, tempat bongkar muat ketela lebih terkondisikan dan tidak mengganggu aktivitas jalan raya, kiosnya sudah sudah tertara dengan baik. Dan kini pasar dapat beroperasi dengan baik karena tidak ada aktivitas rapat di antara lahan jualan mereka.

Walaupun Yogyakarta bukanlah daerah penghasil ketela namun kota ini terkenal dengan pedagang ketelanya. Para pedagangnya rata-rata terdiri dari orang-orang yang sudah tua dan usaha dagang tersebut bersifat turun temurun. Dengan faktor umur mereka yang sudah di atas 50 tahun berakibat pada keseharian mereka dalam berinteraksi. Dalam berbicara sehari-hari mereka menggunakan bahasa Jawa Kromo, dengan penggunaan bahasa Jawa mereka tak lagi adaptasi dengan menggunakan bahasa lain. Di Pasar *Telo* Karangkajen ada sekitar tujuh juragan ketela dan setiap juragan ada yang memiliki lebih dari satu kios.

Di dalam kesehariannya pedagang ketela mereka berinteraksi dengan cukup baik dengan sesama pedagang. Di sela-sela kesibukan para pedagang mereka masih menyempatkan untuk bertegur sapa

dengan lainnya. Di tambah lagi dengan penggunaan simbol yang telah biasa dilakukan seperti dengan lambaian, seulas senyum, tepuk tangan dan tunjuk menunjuk. Tak jarang pula mereka saling berkunjung ke kios tetangga, saling bercerita banyak, seperti bagaimana dengan keadaan pelanggan ataupun saling menceritakan keadaan harga ketela yang sedang naik. Selain itu, mereka juga tidak bisa memungkiri bahwa hidup bersama-sama dengan perbedaan yang ada seringkali menimbulkan konflik ataupun perselisihan. Namun dengan adanya rapat bulanan yang diselenggarakan setiap tanggal 15 itu menjadi salah satu tempat bermusyawarah yang tepat apabila ada masalah yang harus diselesaikan, yakni dengan cara memecahkan solusinya agar tidak merembatkan masalah kemana-mana.

Bentuk interaksi yang terlihat di Pasar *Telo* Karangkejèn Yogyakarta ada dua yaitu asosiatif dan disosiatif. Asosiatif bisa terlihat dari adanya kerjasama antar pedagang. Kerjasama yang terjadi terlihat yaitu dengan mengarahkan pembeli ke kios lain jika yang dicari tidak ada di kiosnya selain itu bukti lain dari adanya kerjasama di pasar *telo* yaitu dengan sama-sama saling tahu para pedagang terhadap pelanggan masing-masing kios ketela. Jika ada salah satu pelanggan yang datang ke kios lain yang bukan menjadi langganan belinya tidak akan dilayani kecuali atas permintaan sendiri dari para pedagang. Hal tersebut bertujuan biar tidak ada konflik perebutan pelanggan. Bentuk interaksi secara disosiatif dapat terlihat dari adanya persaingan dan kontravensi antar pedagang. Sejauh ini persaingan yang terjalin tidak menjatuhkan satu sama lain pedagang. Kontravensi antar pedagang yang terjadi di Pasar *Telo Karangkejèn* yaitu tentang ketidaksukaan para pedagang dengan cara menarik pembeli pada kios pedagang lain. Namun, ketidaksukaan tersebut bukan bersifat terbuka yang setiap orang mengetahuinya, akan tetapi kontravensi yang terjadi secara sembunyi-sembunyi bagi para pedagang, agar tidak

berakibat pada hubungan baik yang telah terjaga sejak lama. Karena mereka juga menyadari bahwa keberadaan mereka di pasar adalah sama-sama sedang mencari penghasilan buat memenuhi kehidupan sehari-hari. Dengan adanya kesamaan tujuan yaitu bekerja demi memenuhi kebutuhan ekonomi pedagang ketela menghilangkan sikap egoisnya, selain itu mereka hidup bersama dan intensitas bertemu yang sangat sering menjadikan keakraban yang terjalin di antara mereka semakin erat.

Saran

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti beberapa bulan lalu mengenai interaksi sosial para pedagang ketela di Pasar *Telo Karangkejèn Yogyakarta (PTK)* kecamatan Mergangsan, saran dari peneliti adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi pedagang ketela
 - (a) Sebisa mungkin tetap menjaga hubungan baik kepada pedagang ketela atau pedagang non ketela ataupun dengan buruh gendong.
 - (b) Jika ada perselisihan hendaknya segera diselesaikan secara bersama.
 - (c) Perlu di sadari bahwa rapat paguyuban merupakan langkah awal dalam menyelesaikan permasalahan jadi jika ada rapat segera bergegas datang dan jangan menunda-nunda dalam mengikuti prosesi rapat paguyuban.
 - (d) Walaupun hubungan antar pedagang dengan buruh gendong sudah baik, alangkah lebih baiknya lagi di perbaiki.
 - (e) Ketika rapat kurang tertib, sebagian ibu pedagang yang mengikuti rapat ingin tergesa-gesa menuju kiosnya padahal ketika rapat yang dibahas mengenai mereka yakni

tentang problema di pasar.

- 2) Bagi Dinas Pengelola Pasar
 - (a) pengelolaan terhadap pasar tradisional ditingkatkan lagi agar para masyarakat cenderung nyaman dalam belanja di pasar tradisional.
 - (b) Penambahan infrastruktur demi kelengkapan pasar tradisional.
 - (c) Pemantauan terhadap kegiatan pedagang dalam berdagang.
 - (d) Mendukung seluruh aktivitas pasar yang bernilai positif bagi para pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2012. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta. 2009. *Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta* : Dinas Pasar
- Soekanto, Soerjono. 1984. *Teori Sosiologi Pribadi Dalam Masyarakat*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Sasangka, Sry Satriya Tjatur Wisnu. 2009. *Unggah-Ungguh Bahasa Jawa*. Jakarta: Yayasan Paramalingua.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabet.
- Tim Pengelola Pasar Kabupaten Bantul. 2010. *Pasar Kabupaten Bantul*. Yogyakarta : Dinas Pasar.