

INTERAKSI SOSIAL ANTAR PEDAGANG DI DALAM OBYEK WISATA KETEP PASS DESA KETEP KECAMATAN SAWANGAN KABUPATEN MAGELANG

Oleh: Aji Setyawan dan Puji Lestari, M. Hum

ABSTRAK

Keindahan alam yang disajikan di obyek wisata Ketep Pass menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing untuk mengunjungi Ketep Pass. Penelitian ini bertujuan untuk: *Pertama*, mendeskripsikan tentang karakteristik kelompok pedagang di dalam kawasan obyek wisata Ketep Pass. *Kedua*, mendeskripsikan bentuk-bentuk interaksi yang terjalin antar pedagang di obyek wisata Ketep Pass.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui kata-kata dan tindakan, sumber tertulis serta foto. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang di dalam kawasan obyek wisata Ketep Pass. Teknik pemilihan informan yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Teknik validitas data menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi sosial pedagang di dalam kelompok pedagang terjadi karena dipengaruhi kedekatan fisik lapak, kedekatan tempat tinggal, kesamaan nasib, kesamaan profesi, kesamaan pemikiran, kontak dan komunikasi yang intensif antar pedagang. Bentuk interaksi sosial antar pedagang meliputi : *Pertama*, kerjasama yang dilakukan karena adanya tujuan dan kepentingan yang sama dalam menjalani pekerjaan yaitu didasari atas dasar pemenuhan kebutuhan hidup. *Kedua*, persaingan yang terjadi sesama pedagang terwujud dengan adanya keinginan untuk mendapatkan pembeli atau konsumen. *Ketiga*, konflik yang terjadi cenderung merupakan konflik kecil yang timbul karena adanya perbedaan kepentingan antar pedagang untuk memperoleh keuntungan. *Keempat*, akomodasi konflik yang terjadi melalui kompromi, mediasi, dan toleransi antar pedagang sehingga jarang ditemui konflik yang muncul secara terbuka.

Kata Kunci: Interaksi Sosial, Pedagang, Obyek Wisata Ketep

1. PENDAHULUAN

Seseorang akan mengadakan hubungan atau interaksi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi tersebut berupa interaksi di bidang sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya. Interaksi yang sering dilakukan oleh individu salah satunya berupa interaksi di bidang ekonomi yaitu di Obyek Wisata Ketep Pass yang terletak di desa Ketep, kecamatan Sawangan, kabupaten Magelang. Obyek Wisata Ketep merupakan Obyek Wisata alam yang dikembangkan dengan ciri khas wisata kegunungapian, sehingga sangat menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan. Hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat di sekitar obyek wisata Ketep Pass untuk membuka peluang kerja baru yaitu sebagai pedagang makanan.

Banyak pedagang yang berasal dari daerah tersebut, tentunya akan menciptakan suatu interaksi sosial maupun hubungan kerja antara satu dengan yang lainnya. Interaksi sosial yang terjadi antar pedagang mengakibatkan satu dengan yang lain dapat memberi pengaruh dalam bersikap dan berperilaku dalam kegiatan ekonomi. Hubungan kerja dalam kegiatan perdagangan di Ketep juga lebih didominasi oleh hubungan yang bersifat kerja sama, walaupun ada juga hubungan yang bersifat persaingan dan konflik. Hubungan kerja ini mengharuskan para pedagang melakukan komunikasi dan kontak yang merupakan syarat utama terjadinya interaksi sosial yang pada tingkat selanjutnya akan menimbulkan hubungan kerja antara mereka yang pada akhirnya akan menciptakan suatu hubungan interaksi sosial yang kompleks.

Interaksi sosial yang terjadi membuat satu pedagang dengan pedagang lainnya dapat saling mempengaruhi. Interaksi sosial tersebut menghasilkan hubungan yang bersifat negatif maupun positif. Hubungan yang bersifat positif ini dapat berupa hubungan kerja sama sedangkan hubungan yang bersifat negatif ini dapat berupa persaingan, bahkan memungkinkan terjadinya konflik. Mengingat banyaknya pedagang yang berjualan di kawasan Ketep Pass, maka kemungkinan terjadi interaksi sosial yang berupa kerjasama, persaingan, maupun konflik tentunya sangat besar dan sering terjadi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan mengkaji secara lebih mendalam dan melakukan penelitian mengenai **Interaksi Sosial Antar Pedagang di dalam Obyek Wisata Ketep Pass Desa Ketep Kecamatan Sawangan Kabupaten Magelang.**

2. KAJIAN TEORI

a. Tinjauan Pustaka

1) Interaksi Sosial

Bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial, oleh karena itu interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas dalam masyarakat. Bentuk lain dari proses sosial hanya merupakan bentuk-bentuk khusus dari interaksi sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan soosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, dengan kelompok manusia (Syahrial Syarbaini dan Rudiya, 2009: 25-26).

a) Syarat Terjadinya Interaksi Sosial

Mengenai kontak sosial dan komunikasi, dapat dijelaskan sebagai berikut (Syahrial Syarbaini dan Rudiya, 2009: 26):

- (1) Kontak sosial merupakan usaha pendekatan pertemuan fisik dan rohaniah. Kontak sosial dapat bersifat primer (*face to face*) dan dapat bersifat sekunder (berhubungan dengan media, surat kabar, TV, radio, dan sebagainya). Kontak sosial juga dapat bersifat positif seperti kerjasama dan kontak sosial bersifat negatif seperti pertentangan atau konflik atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan interaksi sosial.
- (2) Komunikasi merupakan usaha penyampaian informasi kepada manusia lainnya. Tanpa komunikasi tidak akan terjadi interaksi sosial. Dalam komunikasi sering muncul berbagai macam perbedaan penafsiran terhadap makna suatu tingkah laku orang lain akibat perbedaan konteks sosialnya. Komunikasi menggunakan isyarat-isyarat sederhana adalah bentuk paling dasar dan penting dalam komunikasi. Karakteristik komunikasi

manusia tidak hanya menggunakan bentuk isyarat fisik, akan tetapi juga berkomunikasi menggunakan kata-kata yaitu simbol-simbol suara yang mengandung arti bersama dan bersifat standar.

b) Bentuk-bentuk Interaksi Sosial

Bentuk Interaksi sosial dapat berupa kerjasama, akomodasi, persaingan, dan pertikaian. Konflik selalu menuju pada penyelesaian, namun dalam prosesnya dapat ber kondisi sementara, yang disebut akomodasi. Ada juga yang menganggap akomodasi merupakan bentuk keempat dari interaksi sosial (Syahril Syarbaini dan Rudyanta, 2009: 28). Menurut Gilin dan Gilin (dalam Burhan Bungin, 2009: 58-63) menjelaskan bahwa ada dua golongan proses sosial yang merupakan akibat interaksi sosial, yaitu.

(1) Proses Asosiatif

Sebuah proses yang terjadi saling pengertian dan kerjasama timbal balik antara orang per orang atau kelompok satu dengan lainnya, dimana proses ini menghasilkan pencapaian tujuan bersama. macam proses asosiatif yaitu: (a) Kerjasama adalah usaha bersama individu atau kelompok untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama. Bentuk kerjasama seperti: gotong royong (Kerjasama di masyarakat perdesaan), *Bargaining* (perjanjian mengenai pertukaran barang dan jasa), *Coalition* (dua organisasi yang mempunyai tujuan yang sama dan bekerja sama mewujudkan tujuan tersebut), *Co-optation* (kerjasama individu dan kelompok dalam sebuah organisasi atau negara untuk menciptakan suatu stabilitas), *joint-venture* (kerjasama dua perusahaan atau lebih dalam suatu proyek tertentu); (b) Akomodasi banyak digunakan dalam dua makna, pertama adalah proses yang menunjukkan pada keadaan seimbang dalam interaksi sosial antara individu dan antar kelompok dalam masyarakat terutama yang ada hubungannya dengan norma dan nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat tersebut. Kedua, adalah menuju

pada proses untuk meredakan suatu pertentangan yang terjadi di masyarakat. Proses akomodasi ini menuju pada tujuan dengan mencapai suatu kestabilan. Bentuk-bentuk akomodasi adalah sebagai berikut: *Coersion*, akomodasi dengan paksaan maupun kekerasan secara fisik atau psikologis; *Compromise*, bentuk akomodasi dimana masing-masing pihak berkonflik saling mengurangi tuntutan agar dapat tercapai penyelesaian oleh pihak ketiga; *Mediation*, akomodasi dengan menggunakan pihak ketiga yang netral; *Conciliation*, akomodasi melalui usaha mempertemukan keinginan dari pihak yang terlibat konflik; *Toleration*, akomodasi yang tidak formal, dikarenakan ada pihak yang mencoba menghindari diri dari pertikaian; *Stalemate*, bentuk akomodasi dimana pihak yang berkonflik mempunyai kekuatan sama dan berhenti pada satu titik tertentu serta masing-masing pihak menahan diri; *Ajudication*, usaha akomodasi dengan jalan pengadilan. (c) Asimilasi, yaitu suatu proses pencampuran dua atau lebih budaya yang berbeda akibat dari proses sosial, kemudian menghasilkan budaya sendiri yang berbeda dengan budaya asalnya.

(2) Proses disosiatif

Proses disosiatif merupakan proses perlawanan yang dilakukan individu-individu dan kelompok dalam proses sosial di antara mereka pada suatu masyarakat. Bentuk-bentuk proses disosiatif adalah sebagai berikut: (a) Persaingan merupakan proses sosial, dimana individu atau kelompok berjuang dan bersaing untuk mencari keuntungan pada bidang-bidang kehidupan yang menjadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian publik atau mempertajam prasangka yang telah ada, namun tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan; (b) Kontravensi adalah proses sosial yang berada antara persaingan dan pertikaian atau konflik. Kontravensi terjadi dimana ada

pertentangan pada tataran konsep dan wacana, serta berusaha mengagalkan tercapainya tujuan dari pihak lain; (c) Konflik atau pertikaian adalah proses sosial dimana individu atau kelompok memiliki perbedaan-perbedaan dalam hal emosi, unsur kebudayaan, perilaku, prinsip, ideologi, maupun kepentingan dengan pihak lain. Perbedaan tersebut menjadi suatu pertikaian dimana pertikaian dapat menghasilkan ancaman atau kekerasan fisik.

2) Kelompok Sosial

Kelompok sosial sangat penting karena sebagian besar kegiatan manusia berlangsung di dalamnya. Tanpa kita sadari sejak lahir hingga ajal kita menjadi anggota berbagai jenis kelompok, dan menggunakan tiga kriteria, yakni kesadaran jenis, hubungan satu sama lain, ikatan organisasi. Bierstedt membedakan empat jenis kelompok: kelompok asosiasi, kelompok sosial, kelompok kemasyarakatan, dan kelompok statistik (Kamanto Sunarto, 2000: 87).

Summer membedakan antara *in group* dan *out group*. *In group* merupakan kelompok sosial yang dijadikan tempat oleh individu-individunya untuk mengidentifikasikan dirinya. *Out group* merupakan kelompok sosial yang oleh individunya diartikan sebagai lawan *in group* jelasnya kelompok sosial di luar anggotanya disebut *out group*. Sikap *in group* dan *out group* dapat dilihat dari kelainan berwujud antagonisme atau antipati. Sikap *in group* dan *out group* merupakan dasar sikap etnosentrisme yang merupakan sikap bahwa setiap sesuatu yang merupakan produk kelompoknya dianggap paling baik dan benar (Kamanto Sunarto, 2000: 89).

3) Interaksionisme Simbolik

Interaksi simbolik menurut perspektif interaksional, merupakan salah satu perspektif yang ada dalam studi komunikasi, dapat dikatakan paling bersifat "humanis" (Ardianto. 2007: 40). Perspektif ini sangat menonjolkan keagungan dan maha karya nilai individu diatas pengaruh

nilai-nilai yang ada selama ini. Perspektif ini menganggap setiap individu di dalam dirinya memiliki esensi kebudayaan, berinteraksi di tengah sosial masyarakatnya, dan menghasilkan makna "buah pikiran" yang disepakati secara kolektif. Setiap bentuk interaksi sosial yang dilakukan oleh setiap individu, akan mempertimbangkan sisi individu tersebut, inilah salah satu ciri dari perspektif interaksional yang beraliran interaksionisme simbolik.

Teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu (Soeprapto. 2007). Banyak ahli di belakang perspektif ini yang mengatakan bahwa individu merupakan hal yang paling penting dalam konsep sosiologi. Mereka mengatakan bahwa individu adalah objek yang bisa secara langsung ditelaah dan dianalisis melalui interaksinya dengan individu yang lain.

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap. Seperti yang dicatat oleh Douglas (1970) dalam Ardianto (2007: 136), makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi.

"*Mind, Self and Society*" merupakan karya George Harbert Mead yang paling terkenal (Mead. 1934 dalam West-Turner. 2008: 96), dimana dalam buku tersebut memfokuskan pada tiga tema konsep dan asumsi yang dibutuhkan untuk menyusun diskusi mengenai teori interaksi simbolik. Tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain.

- (a) Pentingnya makna bagi perilaku manusia.
- (b) Pentingnya konsep mengenai diri
- (c) Hubungan antara individu dengan masyarakat

4) Tinjauan tentang Pedagang

Pedagang merupakan orang atau kelompok yang mencari nafkah dengan cara menjual dan membeli barang yang memperoleh keuntungan. Pedagang dalam sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Dari studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan seperti Geertz (1963) Mai dan Buchholt (1987) dan lain-lain dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas (Damsar, 2002: 95-96):

- (a) Pedagang Profesional. Pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga
- (b) Pedagang semi Profesional. Pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
- (c) Pedagang Subsistensi. Merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dan hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
- (d) Pedagang Semu. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang

3. METODE PENELITIAN

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini diartikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2004: 4). Tujuan penggunaan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di Kawasan Obyek Wisata Ketep Pass, Desa Ketep, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang. Peneliti memilih lokasi tersebut karena cukup menarik bagi peneliti dan sesuai dengan tujuan penelitian yang dimaksud yaitu untuk mengetahui tentang bentuk-bentuk interaksi sosial antar pedagang.

c. Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati dan diwawancarai. Dalam penelitian ini, kata-kata dan tindakan yang diperoleh peneliti bersumber pada hasil wawancara dengan pedagang di kawasan obyek wisata Ketep Pass serta pengamatan aktivitas pedagang dalam kesehariannya. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis. Selain sumber utama yang diperoleh melalui hasil wawancara dan pengamatan, untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini tidak terlepas dari sumber tertulis, yaitu sumber berupa buku-buku, media cetak, internet, dan media elektronik. Sumber lain yang dapat melengkapi data penelitian yaitu foto. Foto yang dihasilkan oleh peneliti dapat memberikan gambaran tentang bagaimana kondisi dan situasi di lapangan pada saat penelitian berlangsung. Selain itu, foto juga dapat menjadi bukti bahwa seseorang telah melakukan penelitiannya.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini hal yang terpenting adalah mengumpulkan data dari hasil-hasil pengamatan yang didapatkan di lapangan, dan menyusunnya agar memperoleh data.

e. Teknik Pengambilan Sampel

Untuk memperoleh informasi mengenai fokus penelitian ini, maka peneliti menggunakan Teknik Sampling Bertujuan (*purposive sampling*), yaitu pengambilan sampel berdasarkan pada tujuan atau pertimbangan

tertentu (Usman, 1995: 47). Maksud sampling dalam hal ini adalah untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber dan bangunannya (Moleong, 2004: 224). Objek dalam penelitian ini adalah pedagang di kawasan obyek wisata Ketep Pass.

f. Validitas Data

Teknik yang digunakan agar data dapat dikatakan valid dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu (Sugiyono, 2009: 273). Teknik triangulasi dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Cara ini mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data wajib menggunakan beragam sumber yang tersedia, dengan demikian apa yang diperoleh dari satu sumber dapat teruji bila dibandingkan dengan data sejenis yang diperoleh dari sumber lain, baik dari kelompok sumber sejenis maupun sumber berbeda. Triangulasi ini juga bisa memanfaatkan jenis sumber data yang berbeda-beda untuk menggali data yang sejenis, peneliti bisa memperoleh dari narasumber (manusia), dari kondisi lokasi, dari aktivitas yang menggambarkan perilaku orang atau warga masyarakat, atau dari sumber berupa catatan atau arsip yang berkaitan dengan data peneliti (Sutopo, 1996: 71-72).

g. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif deskriptif, dimana peneliti menggambarkan keadaan atau fenomena yang diperoleh kemudian menganalisisnya dengan bentuk kata untuk diperoleh suatu kesimpulan. Proses ini dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif seperti yang diungkapkan Miles dan Huberman, yaitu proses analisis yang dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan empat tahap, yaitu tahap pengumpulan data, tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman, 1992: 15).

4. PEMBAHASAN DAN ANALISIS

a. Latar Belakang Pedagang Obyek wisata Ketep Pass

Pekerjaan di bidang agraris menjadi sebuah profesi utama bagi sebagian masyarakat desa Ketep. Masyarakat sangat bergantung dengan hasil pertanian sebagai penopang kebutuhan hidup mereka. Namun, seiring waktu berjalan kebutuhan masyarakat akan semakin meningkat, termasuk warga masyarakat di desa Ketep. Mengandalkan pekerjaan di bidang agraris seperti bertani dianggap tidak akan mencukupi kehidupannya sehari-hari, apalagi bagi mereka yang telah memiliki keluarga. Peningkatan kebutuhan hidup memunculkan pemikiran masyarakat untuk mencari penghasilan tambahan agar kebutuhan hidup sehari-hari dapat tercukupi.

Obyek wisata Ketep Pass menjadi salah satu alternatif bagi warga masyarakat untuk mencari lahan pekerjaan baru, yaitu menjadi pedagang makanan. Meskipun hasil yang didapatkan masih terbilang kecil, menjadi pedagang tetap dijalani oleh para warga desa Ketep, karena mencari pekerjaan lain akan lebih sulit didapat. Motivasi yang dimiliki oleh para pedagang memang begitu tinggi. Motivasi tersebut berasal dari dalam diri individu tersebut maupun pengaruh dari lingkungan sekitar.

b. Kelompok Pedagang dalam Kawasan Obyek Wisata Ketep Pass

Kedekatan fisik dalam menjajakan barang dagangan menjadi salah satu faktor pembentukan kelompok pedagang di obyek wisata Ketep. Lapak-lapak yang disediakan oleh pengelola hanya dibatasi oleh pagar anyaman dari bambu yang tidak terlalu tinggi tidak ada batasan yang mencolok antara pedagang satu dengan pedagang lainnya. Pedagang dapat berkomunikasi secara terbuka, tanpa ada batasan fisik apapun, mereka saling mengobrol setiap harinya dan tanpa disadari dengan kedekatan fisik lapak mereka akan menciptakan rasa kebersamaan antar pedagang.

Faktor kedekatan lingkungan tempat tinggal menjadi faktor lain dalam menjalin hubungan untuk lebih mempererat kelompok pedagang.

Hampir semua pedagang di obyek wisata Ketep Pass merupakan warga desa Ketep, sehingga mereka merupakan tetangga dekat dan saling mengenal satu sama lain bahkan sejak kecil.

Kesamaan yang dimiliki seseorang dengan orang lain telah menjadikan sebuah kelompok yang kuat seperti dalam kelompok pedagang di dalam kawasan obyek wisata Ketep Pass. Setiap anggota kelompok telah memiliki rasa kebersamaan, kebersamaan yang didasari kesamaan nasib mereka, kesamaan profesi, dan kesamaan pemikiran, setidaknya hal tersebut membentuk sebuah keluarga baru. Pedagang di obyek wisata Ketep membentuk kelompok sendiri untuk lebih mendekatkan antar sesama pedagang, walaupun kelompok paguyuban telah dibentuk.

c. Interaksi Sosial Antar Pedagang di dalam Obyek Wisata Ketep

Interaksi sosial terjadi karena manusia adalah makhluk sosial yang hidup bersama. Manusia di dalam dirinya terdapat keinginan untuk bersama dengan manusia lain maka manusia harus mengadakan hubungan. Dengan demikian akan tercipta suatu pergaulan hidup manusia dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi sosial adalah salah satu faktor utama dalam kehidupan sosial yang merupakan syarat terjadinya aktivitas-aktivitas sosial.

1) Syarat Interaksi Sosial

a) Kontak

Hubungan baik yang terjalin antara pedagang sudah terjalin sangat lama karena lokasi tempat tinggal yang berdekatan dan masih adanya hubungan kekerabatan antara mereka. Kontak pertama antara pedagang telah terjadi sangat lama, karena banyak dari mereka yang merupakan tetangga dekat di desa Ketep. Hubungan baik antar pedagang juga sangat dipengaruhi oleh ikatan tetangga antar pedagang sejak mereka masih kecil yang kemudian memunculkan interaksi sosial.

Hubungan ini tidak hanya berlangsung dalam setiap transaksi ekonomi yang terjadi melainkan juga dalam kehidupan sehari-hari.

Frekuensi pertemuan yang sangat intensif karena dalam kehidupan sehari-hari mereka hidup bertetangga bahkan ada yang masih memiliki hubungan kekerabatan sehingga hubungan itu dapat terjalin dengan sangat erat, dengan saling mengenal, akan terjalin hubungan yang baik diantara mereka.

b) Komunikasi

Profesi sebagai pedagang yang sudah dilakukan selama bertahun-tahun telah dimaknai oleh individu yang ada didalamnya sebagai bagian dari kehidupannya yang harus diperjuangkan. Melalui kegiatan ekonomi berdagang makanan, minuman, dan jagung bakar mereka mampu berkomunikasi dengan baik satu sama lain, dalam bahasa mereka sendiri mereka menyampaikan maksud dan tujuan mereka dalam membina hubungan baik dengan sesama pedagang yang akan menumbuhkan rasa kedekatan personal dan menciptakan sebuah kerjasama yang baik diantara mereka.

Komunikasi yang dilakukan oleh pedagang di obyek wisata Ketep tidak hanya terpaku di satu tempat saja seperti di lapak-lapak mereka berjualan, namun mereka juga berkomunikasi saat mereka di rumah sehingga hubungan baik mereka tidak sebatas hubungan baik di lokasi berdagang, namun mereka berhubungan baik di desa mereka. Komunikasi sangat penting dalam menjalin suatu kerja sama antar pedagang. Walaupun hanya dengan menyapa atau mengangguk satu sama lain, makna dari tindakan tersebut mencerminkan suatu simbol yang akan menjadi pedoman dalam berkomunikasi antar pedagang.

2) Faktor Pendukung dan Penghambat Interaksi Sosial

Setiap interaksi sosial pasti ada faktor-faktor yang mempengaruhinya yang artinya faktor-faktor tersebut ikut berperan di dalamnya, termasuk di dalam interaksi sosial antar pedagang di dalam obyek wisata Ketep Pass. Beberapa faktor pendorong dan penghambat interaksi sosial antar pedagang yaitu.

- a) Faktor pendukung interaksi sosial antar pedagang antara lain;
 - (1) Kedekatan fisik dalam menjajakan barang dagangan.
 - (2) Komunikasi yang baik antar pedagang
 - (3) Keterbukaan diantara pedagang dalam berkomunikasi
 - (4) Rasa simpati antar sesama pedagang
 - (5) Kesamaan di antara anggota-anggotanya.
- b) Faktor penghambat interaksi sosial antar pedagang antara lain;
 - (1) Perbedaan tujuan yang dimiliki masing-masing individu
 - (2) Kesibukan pedagang dalam pekerjaan
 - (3) Perbedaan (persepsi) masing-masing individu
 - (4) Perbedaan kedudukan, kondisi, dan usia setiap pedagang.

3) Bentuk Interaksi Sosial antar Pedagang di dalam Kawasan Obyek Wisata Ketep

(a) Kerjasama

Padagang di dalam obyek wisata Ketep terdiri dari pedagang makanan dan minuman, dan pedagang jagung bakar. Mereka memperlihatkan kerjasama yang baik untuk mencapai tujuan bersama yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Kerjasama pedagang paling menonjol yang ditunjukkan oleh pedagang adalah barter makanan. Jika pedagang jagung bakar menyediakan jagung bakar untuk pedagang makanan dan minuman, lain halnya dengan sesama pedagang makanan. Mereka saling melengkapi jika salah satu pedagang kehabisan satu jenis makanan ataupun minuman.

Kerjasama antar pedagang tidak hanya ditunjukkan dengan saling bertukar makanan atau minuman, mereka juga melakukan kerjasama yang didasarkan rasa kekeluargaan, misalnya salah satu pedagang menjaga lapak pedagang sebelahny. Bentuk kerjasama lain yang ditunjukkan oleh padagang Ketep adalah saling meminjami uang. Penghasilan yang dapat dikatakan pas-pasan

membuat pedagang sering meminjam uang ke pedagang lain yang dirasa memiliki uang yang lebih.

(b) Persaingan

Bentuk persaingan yang terjadi dalam lingkungan obyek wisata Ketep Pass ini berupa persaingan yang berbentuk persaingan ekonomi. Persaingan ini timbul berawal dari keinginan para pedagang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan sebisa mungkin mendapatkan untung. Persaingan ini disebabkan oleh semakin meningkatnya pengunjung di obyek wisata Ketep Pass. Namun selama ini yang terlihat persaingan yang sehat, sebagian besar bentuk persaingan mereka adalah bersaing untuk mendapatkan pembeli.

Sebagian besar pedagang melakukan persaingan yang cenderung positif, karena mereka sudah menyadari bahwa mereka merupakan warga desa yang menjunjung tinggi rasa kebersamaan. 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. Hasil persaingan seperti diatas lebih bersifat assosiatif dan positif. Persaingan yang terjadi dilakukan dengan jujur dan akan mengembangkan rasa solidaritas antar sesama individu.

(c) Kontravensi

Kontravensi pernah terjadi antar pedagang, walaupun hal tersebut terjadi secara tersembunyi, artinya hal tersebut hanya dirasakan oleh satu pihak saja. Kontravensi sering muncul karena adanya ketidaksesuaian antara pedagang satu dengan pedagang yang lain terkait cara menarik pembeli pedagang lain. Ketidakkcocokan wajar terjadi, namun hal tersebut disikapi secara tidak langsung, artinya para pedagang hanya sebatas melakukan kontravensi secara sembunyi-sembunyi.

Perasaan tidak suka karena suatu hal sering dirasakan pedagang, misalnya salah satu pedagang merasa tidak terima jika ada pembeli singgah ke lapak pedagang sebelahnya, padahal pedagang tersebut setidaknya sudah berusaha menawari singgah di lapaknya, sehingga rasa tidak suka muncul dengan pedagang yang di sebelahnya.

Rasa kecewa atau tidak suka tidak langsung disampaikan dengan orang yang tidak disukai, melainkan hanya disimpan sendiri atau diceritakan dengan orang lain yang lebih dekat. Mereka menyadari perasaan tidak suka tersebut jika diperbesar hanya akan menjadikan masalah menjadi lebih besar.

(d) Pertentangan atau konflik

Konflik yang terjadi antara pedagang di obyek wisata Ketep jarang terlihat karena kebersamaan diantara para pedagang sudah terjalin dengan kuat. Namun konflik pernah terjadi di kawasan obyek wisata Ketep. Konflik melibatkan kelompok pedagang dengan pedagang asongan yang masuk kawasan obyek wisata. Para pedagang merasa pedagang asongan telah mematikan pendapatan pedagang jika mereka masuk ke obyek wisata.

Pertentangan yang terjadi melibatkan kelompok dengan kelompok. Kelompok pedagang Ketep merasa terganggu dengan keberadaan kelompok pedagang asongan. Pedagang merasa dimatikan usahanya karena pedagang asongan lebih leluasa menjual barang dagangannya, sedangkan pedagang Ketep dengan lapaknya hanya bisa menunggu pembeli singgah di lapak. Pertentangan tersebut didasari atas dasar kepentingan ekonomi.

Pertentangan dapat terjadi karena adanya persaingan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pertentangan ini terjadi antara pedagang makanan dengan pedagang jagung bakar. Awal berdirinya obyek wisata Ketep Pass menempatkan pedagang jagung bakar berada di atas pedagang makanan, sehingga

menimbulkan anggapan bahwa pembeli cenderung membeli jagung bakar karena lokasi berada di atas.

Pertentangan antara pedagang di obyek wisata Ketep sebagian besar didasari atas kepentingan individu dan kepentingan ekonomi. Alasan pedagang untuk mendapat penghasilan yang besar dapat menimbulkan sikap tidak *fair* yang dilakukan oleh salah satu pedagang makanan. Cara-cara tidak sesuai dengan aturan dan ketentuan bersama dilakukan agar dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar. Cara yang tidak sesuai dengan aturan bersama akan memicu perselisihan jika cara tersebut diketahui oleh pedagang lainnya, sehingga para pedagang merasa dirugikan.

perselisihan yang terjadi dikarenakan keinginan salah satu pedagang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari yang lain. Cara yang dilakukan salah satu pedagang dianggap tidak sesuai dengan aturan yang berlaku seperti menaikkan harga jual makanan dan minuman yang dinilai akan merugikan semua pedagang di kawasan obyek wisata Ketep menciptakan pertentangan antara satu pedagang dengan seluruh pedagang di obyek wisata ketep. Walaupun perselisihan tersebut tidak menimbulkan kerusakan fisik apapun, namun perselisihan tersebut sedikit mencederai hubungan baik yang selama ini terjalin antar pedagang.

(e) Akomodasi

Akomodasi dipandang sebagai suatu proses yang menunjukkan pada usaha-usaha manusia untuk meredam pertentangan demi mencapai keadaan yang stabil dan seimbang dalam interaksi sehari-hari. Bentuk akomodasi yang tergambar dari suatu interaksi antar pedagang lebih menunjukkan pada suatu proses dimana individu dari masing-masing pihak saling menyesuaikan diri dan berusaha menyesuaikan diri dan berusaha menghasilkan

suatu sintesa agar lahir pola-pola baru, dimana ketiga kelompok ini dapat saling menerima.

Akomodasi sebagai suatu proses dimana orang-perorangan atau kelompok-kelompok manusia yang mula-mula saling bertentangan saling mengadakan penyesuaian diri untuk mengatasi ketegangan-ketegangan. Hal tersebut juga terjadi di obyek wisata Ketep. Proses akomodasi yang terjadi antar pedagang juga menunjukkan bahwa pertentangan dan ketidakcocokan dikarenakan persoalan alasan ekonomi yang berseberangan dan kerap menimbulkan konflik klise diupayakan untuk diredam dengan menjadikan nilai dan norma sosial atau kesepakatan dalam masyarakat sebagai dasar hubungan kerja dan penyesuaian diri untuk mencapai keseimbangan hubungan sosial. Upaya dalam proses ini telah terbukti dengan lahirnya hubungan yang akrab dan kerjasama dalam bidang sosial.

Proses akomodasi dilakukan untuk meredakan pertentangan dalam arti menuju pada keadaan selesainya pertentangan. Akomodasi sebagai suatu proses menuju pada usaha manusia untuk meredakan suatu pertentangan yaitu usaha manusia untuk mencapai kestabilan. Beberapa cara akomodasi untuk meredakan pertentangan yaitu:

- (a) Kompromi, yaitu pihak-pihak yang terlibat saling mengurangi tuntutannya agar tercapai suatu penyelesaian terhadap perselisihan yang terjadi. Sikap tersebut ditunjukkan dengan mengalah. Sikap tersebut ditunjukkan dengan sikap mengalah ketika tuntutannya pada pihak lain ternyata tidak diterima oleh pihak yang berlawanan.
- (b) Toleransi, yaitu penyelesaian konflik tanpa persetujuan formal. Bibit konflik tidak sampai muncul dan dibiarkan saja lambat laun akan hilang dengan sendirinya.

- (c) Mediasi, yaitu suatu proses damai dimana para pihak yang bersengketa menyerahkan penyelesaiannya kepada seorang mediator (seseorang yg mengatur pertemuan antara 2 pihak atau lebih yg bersengketa) untuk mencapai hasil akhir yang adil, tanpa biaya besar besar tetapi tetap efektif dan diterima sepenuhnya oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

5. PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdirinya obyek wisata Ketep membuka lapangan pekerjaan bagi warga desa Ketep. Karyawan yang bekerja di Ketep merupakan warga desa Ketep, sampai pedagang yang berada di dalam kawasan wisata juga berasal dari desa Ketep. Keberadaan pedagang di dalam obyek wisata menjadi fasilitas tambahan yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Hampir semua pengunjung lebih memilih membeli makanan di lapak-lapak pedagang dibandingkan membeli ke restoran yang telah disediakan pengelola, sehingga pedagang lebih diuntungkan.

Keberadaan kelompok pedagang menjadi daya tarik tersendiri di dalam kawasan obyek wisata Ketep. Kelompok pedagang tersebut terdiri dari kelompok pedagang makanan dan minuman, dan pedagang jagung bakar. Terbentuknya kelompok pedagang setidaknya dipengaruhi beberapa faktor yaitu kedekatan fisik lapak, kedekatan lingkungan tempat tinggal, kesamaan nasib, kesamaan profesi, dan kesamaan pemikiran. Beberapa faktor di atas telah membentuk hubungan dan interaksi sosial antar pedagang yang lebih menonjolkan sebuah hubungan kerja yang didasarkan atas rasa kebersamaan antar pedagang.

Bentuk interaksi antar pedagang dapat terlihat dengan adanya kerjasama, persaingan, kontravensi, konflik, dan akomodasi baik antara pedagang makanan dengan pedagang jagung bakar, maupun pedagang makanan dengan pedagang makanan. Bentuk kerjasama antara pedagang makanan dengan pedagang jagung bakar merupakan bentuk kerjasama yang saling menguntungkan seperti halnya kerjasama yang dilakukan antar

sesama pedagang makanan dan minuman. Bentuk kerjasama tersebut misalnya saling barter makanan, menjaga lapak sebelah, saling pinjam-meminjami uang yang merupakan wujud dari kebersamaan dan rasa kekeluargaan yang tinggi diantara pedagang.

Bentuk persaingan yang terjadi di dalam lingkungan pedagang berupa persaingan ekonomi. Persaingan ini timbul karena ada keinginan pedagang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan sebisa mungkin mendapatkan keuntungan. Persaingan dalam menarik pembeli menjadi bentuk persaingan yang ada di obyek wisata Ketep. Hasil persaingan pedagang lebih bersifat asosiatif positif yang dilakukan dengan jujur dan mengembangkan rasa solidaritas. Bentuk kontravensi hanya sedikit terlihat di antara pedagang. Bentuk kontravensi tersebut munculnya rasa tidak suka terhadap pedagang lain yang mendapatkan pembeli lebih banyak. Kontravensi yang terjadi diantara pedagang di obyek wisata Ketep Pass jarang menimbulkan masalah besar bagi pedagang karena mereka sangat menyadari bahwa mereka berdagang bersama-sama mencari rejeki bersama.

Konflik diantara pedagang terjadi pada awal berdirinya obyek wisata Ketep yang melibatkan pedagang makanan dengan pedagang jagung bakar yang dipicu perbedaan lokasi penjualan sehingga muncul anggapan aka nada perbedaan pendapatan. Konflik yang didasari kepentingan ekonomi juga terjadi antara pedagang di dalam obyek wisata Ketep dengan pedagang asongan. Konflik juga terjadi antara pedagang makanan dengan seluruh pedagang karena dipicu kecurangan salah satu pedagang yang sengaja menaikkan harga barang dagangannya. Semua konflik di obyek wisata Ketep dapat diatasi dengan baik oleh pedagang maupun pengelola. Bentuk akomodasi tersebut melalui kompromi, toleransi, dan mediasi.

b. Saran

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai interaksi sosial antar pedagang di dalam obyek wisata Ketep Pass desa Ketep kecamatan Sawangan kabupaten Magelang, peneliti memberi saran sebagai berikut.

- 1) Bagi pedagang di obyek wisata
 - (a) Semakin banyaknya pengunjung di obyek wisata Ketep harus dimanfaatkan dengan baik oleh para pedagang dengan lebih memberikan pelayanan yang baik, misalnya lebih ramah dalam menarik pembeli dan lebih meningkatkan jenis makanan yang dijual sehingga pengunjung lebih tertarik.
 - (b) Setiap pedagang hendaknya lebih terbuka satu sama lainnya, khususnya dalam hubungannya dengan kegiatan jual beli, sehingga persaingan lebih terbuka dan lebih adil
 - (c) Sebisa mungkin tetap menjaga hubungan baik dan pola interaksi yang telah terjalin selama bertahun-tahun antar sesama pedagang, sesuai dengan norma atau pakem yang telah disepakati bersama.
- 2) Bagi Pengelola
 - (a) Sebagai pengelola lebih sering berkomunikasi dengan pedagang agar hubungan antar pedagang dan pengelola dapat berjalan dengan baik
 - (b) Meningkatkan pemberdayaan kepada pedagang agar solidaritas menjadi lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Elvinaro Ardianto dan Bambang Q-Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Herbitus B. Sutopo. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Metodologi Penelitian untuk Ilmu sosial dan Budaya*. Surakarta: Depdikbud Universitas Sebelas Maret.
- Husaini Usman, dkk. 1995. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kamanto Sunarto 2000. *Pengantar Sosiologi Edisi Kedua*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Lexy J. Moleong. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Richard West dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrial Syarbaini dan RudiYanta. 2009. *Dasar-dasar Sosiologi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Internet

- Soeprapto Riyadi. 2007. *Teori Interaksi Simbolik. Averroes Community-Membangun Wacana Kritis Rakyat*. Tersedia dalam [http://www.averroes.or.id/research/teori-interaksionisme-simbolik .html/](http://www.averroes.or.id/research/teori-interaksionisme-simbolik.html). Diakses pada tanggal 3 Februari 2013 pukul 20.40