

PERILAKU SOSIAL PEDAGANG *HANDPHONE/GADGET* DI PASAR TRADISIONAL KLITIKAN PAKUNCEN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

SOCIAL BEHAVIOR MERCHANT MOBILE / GADGET IN TRADITIONAL MARKETS KLITIKAN PAKUNCEN YOGYAKARTA SPECIAL REGION

Oleh : Muhammad Reza Ardianto , Pendidikan Luar Sekolah, Rezaardianto666@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku sosial pedagang *handphone/ gadget* di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu pada perilaku sosial, interaksi sosial. Desain dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian adalah dari UPT Pasar Klitikan, pedagang Klitikan, pengunjung pasar. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang didapat dari hasil wawancara dengan informan penelitian dan data sekunder yang berupa laporan dan dokumen-dokumen resmi. Instrumen penelitian ini adalah diri peneliti sendiri. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Guna menjamin validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif, yaitu analisis dengan menggunakan tiga komponen yang terdiri dari reduksi data, *display data*, dan verifikasi dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku sosial pedagang di Pasar Klitikan Pakuncen dapat dilihat dari interaksinya dengan sesama pedagang *handphone/gadget* di pasar adalah baik dan ada kerjasamanya, karena setiap manusia dalam kehidupan sosial akan membutuhkan dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Kemudian dari hal tersebut mereka akan berhubungan melalui kontak maupun komunikasi. Komunikasi yang dilakukan secara dua arah lebih membantu mereka dalam mendapatkan informasi secara sempurna. Interaksi pedagang dengan konsumen/pembeli yang berada di pasar berjalan dengan baik dan ramah serta senang hati melayani konsumen. Dalam hal ini diperjelas bahwa para pengunjung pasar mempunyai kepentingan pribadi masing-masing, namun karena keadaan yang berada dipasar tersebut interaksi diantara mereka harus dilakukan. Interaksi diantara pelaku pasar memunculkan bentuk interaksi sosial. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku sosial pedagang yaitu: motivasinya dalam berjualan, keagamaan, pengaruh lingkungan keluarga, pengaruh lingkungan masyarakat.

Kata kunci: *pedagang, perilaku sosial*

Abstract

This study aims to determine the social behavior of traders phones / gadgets in Traditional Markets Klitikan Pakuncen Yogyakarta Special Region, namely in social behavior, social interaction. The design in this research is a descriptive qualitative research. Informers in research is from the UPT Klitikan market traders Klitikan, visitors market. The source of the data used in this research is the primary data obtained from the interviews with informants research and secondary data that is in the form of reports and the official documents. This research instrument is themselves researchers themselves. The technique of data collection done with interview technique, observation and documentation. In order to ensure the validity of data, researchers using source triangulasi technique. Data Analysis in this research using the model of interactive analysis, namely the analysis using three components that consist of data reduction, display data and verification and conclusion. The research results show that the social behavior in the market traders Klitikan

Pakuncen can be seen from his interaction with fellow traders handphone/gadget in the market is good and no cooperation, because every man in social life will need and interact with each other.

Then from that they will be related through contact and communication. Communication that is done in a two-way more help them in getting the information perfectly. The interaction of merchants with customers/buyer in the market running with good and friendly and happy to serve consumers. In this case it is made clear that the visitors have market personal interests of each, but because the situation is in emerging markets is the interaction between them must be done. The interaction between market players raises the form of social interaction. The factors that can affect social behavior merchants: motivation in the marketplace, religious influence of the family environment, the influence of the society

Keywords: merchant, social behavior

PENDAHULUAN

Terjadinya krisis ekonomi pada tahun 1998 menjadikan bertambahnya masalah kehidupan masyarakat di bidang ekonomi. Dampak krisis ekonomi sangat terasa sekali oleh masyarakat. Meningkatnya harga-harga kebutuhan pokok membuat masyarakat kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Krisis ekonomi ini menyebabkan jatuhnya beberapa usaha produksi yang berakibat pada peningkatan pengangguran karena adanya PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja yang tersedia, semakin memperbesar daya saing antara individu di masyarakat. Apalagi dengan adanya perdagangan bebas, dimana individu bebas bersaing dengan individu lain membuat masyarakat harus menghadapi suatu kondisi persaingan yang tinggi. Persaingan yang terjadi menimbulkan ketimpangan-ketimpangan sosial yang cukup tinggi di dalam kehidupan masyarakat.

Ketimpangan-ketimpangan sosial yang cukup tinggi di masyarakat diperparah oleh perkembangan kota yang semakin pesat dan tidak

diikuti penambahan lapangan kerja yang memadai. Masyarakat yang sebelumnya bekerja di sektor formal menjadi beralih bekerja di sektor informal. Menurut data Biro Pusat Statistik 2009, jumlah pengangguran sebesar 8,96 juta orang dan besarnya jumlah pengangguran sarjana sebesar 701.651 orang.

Dari jumlah sarjana yang menganggur tersebut, menurut data BPS 2009 yang berkeinginan menjadi pekerja atau karyawan pegawai negeri atau swasta sebanyak 83,18 %, sedangkan yang berkeinginan menjadi wirausaha hanya 6,14 % (Sudrajat: 2011). Pekerjaan yang menuntut banyak keahlian membuat masyarakat yang berpendidikan rendah menjadi tergeser oleh masyarakat yang berpendidikan lebih tinggi. Masyarakat yang berpendidikan tinggi lebih dominan menguasai segala bidang di dunia kerja. Hal ini dapat menambah jumlah pengangguran, yang nantinya diikuti dengan fenomena-fenomena baru munculnya pekerja di sektor informal sebagai jalan keluar dari masalah pengangguran.

Pada saat ini sektor informal berkembang pesat di Indonesia, khususnya di kota-kota besar termasuk kota Yogyakarta seperti saat ini. Hal itu disebabkan sektor informal memberi ruang kepada masyarakat yang tidak memiliki keahlian (*skill*) dalam berkompetisi di sektor formal. Di satu

sisi kegiatan ekonomi dan sosial penduduk yang diiringi dengan kebutuhan yang tinggi semakin memerlukan pendapatan yang tinggi pula. Dibutuhkan banyak ruang untuk meningkatkan pendapatan penduduk yang semakin tinggi dengan bekerja di sektor informal. Pekerjaan di sektor informal sangat bermacam-macam dan mempunyai karakteristik sendiri.

Karakteristik pekerjaan di sektor informal yaitu bentuknya tidak terorganisir, kebanyakan usaha sendiri, cara kerja tidak teratur, biaya dari diri sendiri atau sumbernya dari tidak resmi. Banyak masyarakat yang memilih untuk bekerja di sektor informal karena berbagai pertimbangan. Sektor informal mudah untuk menjadi lapangan kerja bagi masyarakat berekonomi rendah yang banyak terdapat di negara kita terutama pada kota besar maupun kota kecil. Sektor informal sangat memberi arti bagi golongan masyarakat berekonomi rendah dan telah memberikan kesempatan kerja bagi para pengangguran di kota-kota besar.

Pada dasarnya manusia memiliki naluri untuk bekerja. Naluri tersebut didorong oleh keharusan manusia untuk memenuhi kebutuhan demi kelangsungan hidupnya. Pada mulanya bekerja merupakan suatu upaya yang dilakukan manusia untuk bertahan hidup. Pada perkembangan selanjutnya, dimana pemikiran dan tindakan manusia mengalami perubahan ke arah perkembangan, maka bekerja pun berubah dalam pengertian bekerja sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada keuntungan.

Menurut pasal 86 ayat 1 undang-undang No 13 Tahun 2003 menyatakan: "bahwa setiap pekerja atau buruh mempunyai hak untuk memperoleh perlindungan atas: a) keselamatan dan kesehatan

kerja; b) moral dan kesusilaan; dan c) perlakuan yang sesuai dengan harkat dan martabat manusia serta nilai-nilai agama". Perlindungan hukum sebagaimana termasuk di atas disesuaikan dengan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan kerja ini sama banyak jumlahnya, baik yang bersifat normatif maupun merupakan hak dasar dari pekerja.

Keberadaan pasar merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu daerah. Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, pusat perbelanjaan dan toko Modern pada Bab I pasal 1 disebutkan bahwa Pasar Tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya, masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual-beli barang dengan cara tawar-menawar

Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen Yogyakarta merupakan salah satu tempat bagi pekerja di sektor informal untuk mencari penghasilan atau pendapatan. Pasar klitikan yang beralamatkan di jalan HOS Cokroaminoto No. 34, Kuncen, kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, ini merupakan pasar Tradisional yang cukup terkenal di Kota Yogyakarta. Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen menjual barang-barang bekas maupun baru mulai dari onderdil motor, sepeda, mobil, kamera dan juga handphone.

Pasar Klitikan Pakuncen ini sebelumnya berada di sepanjang jalan Mangkubumi hingga ke Malioboro. Panjang lokasi hingga dua kilometer. Klitikan adalah salah satu keunikan yang ada di Kota Yogyakarta. Tidak diketahui siapa yang pertama kali memberi nama pasar itu. Dalam bahasa Jawa Klitikan artinya barang bekas yang tidak utuh atau terpisah-pisah. Melihat potensi pasar yang besar, tentunya dibutuhkan pula tempat yang lebih besar dan layak untuk mendukung aktifitas para pedagang. Oleh karena itu pemerintah daerah (Pemda) mengalokasikan pasar yang sebelumnya terletak di Jalan Mangkubumi pindah ke daerah Wirobrajan Pakuncen.

Awal mula perpindahan lokasi dari Mangkubumi ke Wirobrajan memberikan dampak yang baik bagi para pedagang. Pendapatan para pedagang terutama pedagang *handphone/gadget* lebih meningkat dari sebelumnya. Hal tersebut berlangsung dari tahun 2007 sampai 2014 akhir. Seiring berjalannya waktu di ikuti oleh harga *handphone/gadget* baru yang semakin murah membuat kondisi jual-beli *handphone/gadget* di pasar pakuncen mengalami penurunan. Penurunan yang signifikan terjadi karena konsumen lebih tertarik membeli *handphone/gadget* yang baru dari pada membeli yang bekas/2nd.

Pedagang *Handphone/gadget* di Pasar Klitikan Pakuncen adalah pedagang yang memberikan jasa jual-beli *handphone/gadget* baru atau bekas berbagai merk. Mereka memberikan jasa jual-beli kepada siapa saja yang menginginkan. Pasar Klitikan Pakuncen ini tidak kalah dengan pasar-pasar *handphone/gadget* yang ada di pusat perbelanjaan atau mall seperti Jogja Tronik, Ramai mall, Ambarukmo Plasa dll.

Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen merupakan pasar tradisional yang dengan sistem transaksi jual-beli yang sederhana. Setiap harinya ada saja pengunjung yang datang ke pasar meskipun tidak sebanyak diakhir pekan, para pengunjung ada yang hanya melihat-lihat ada juga yang bertransaksi namun meskipun tidak membeli barang dagangannya para pedagang tetap dengan ramah melayani pengunjung yang datang. Pengunjung pasar Tradisional Klitikan Pakuncen ini khususnya bagian pedagang *Handphone/gadget* berasal dari berbagai macam kalangan meskipun sebagian besar mereka yang datang adalah kelas ekonomi menengah kebawah namun tak jarang juga kalangan ekonomi keatas juga sering berkunjung ke pasar ini “Bantuan yang disalurkan lewat program REKOMPAK berupa Bantuan Dana Lingkungan (BDL), Bantuan Dana Rumah (BDR), Komponen Pendampingan Masyarakat, dan Komponen Pendampingan Teknis”.

Adapun asal daerah pedagang *handphone/gadget* yang terdapat di Pasar Klitikan Pakuncen, sebagian berasal dari Yogyakarta dan bahkan ada juga yang berasal dari luar kota Yogyakarta seperti Bandung, Madura, Jakarta, Semarang dan sekarang pun sudah menetap tinggal di Kota Yogyakarta. Latar belakang pendidikan para pedagang yang ada di pasar klitikan kuncen tersebut kebanyakan berkependidikan rendah bahkan ada juga sebagian yang sarjana. Ini tentunya akan berpengaruh terhadap kondisi ekonominya. Pendapatan para pedagang *Handphone/gadget* di Pasar Klitikan Pakuncen ini setiap bulannya tidak menentu. Tiap harinya pun juga tidak bisa diprediksi *handphone/gadget* laku terjual berapa unit setiap harinya.

Selain faktor wilayahnya yang luas dan memungkinkan para pekerja di sektor informal untuk beroperasi. Banyak cara dan usaha yang dilakukan oleh pedagang *handphone/gadget* dalam menunjang kondisi sosial ekonomi di tengah derasnya arus perkembangan kota yang setiap hari selalu menuntut persaingan dan kerja keras dari seluruh elemen masyarakat. Dalam pasar tersebut terjadi interaksi antara pedagang dengan konsumen *handphone/gadget* yang hendak melakukan aktivitas jual-beli *handphone/gadget* tersebut. Komunikasi antara pedagang satu sama lain bisa dikatakan kurang baik. Hal ini disebabkan adanya persaingan dan ambisi untuk mendapatkan keuntungan dan dapat mempengaruhi perilaku sosialnya.

Perilaku pedagang *handphone/gadget* di pasar terbentuk dari kebiasaan pedagang melakukan aktifitas sehari-harinya di pasar. Perilaku tersebut diperoleh pedagang dari lingkungan sosialnya, baik ketika berada di lingkungan tempat tinggalnya maupun lingkungan tempat bekerja. Dari masalah yang dialami oleh pedagang tersebut dapat mempengaruhi pada kehidupan pedagang untuk kedepannya, yang akhirnya akan menimbulkan suatu perilaku sosial pedagang. Perilaku sosial adalah suasana saling ketergantungan yang merupakan keharusan untuk menjamin keberadaan manusia, Rusli Ibrahim (Didin Budiman, 2001: 1). Perilaku sosial adalah perilaku yang diperlihatkan oleh individu di dalam berinteraksi oleh orang lain.

Dalam kehidupan sehari-hari seseorang selalu bergantung kepada orang lain untuk melakukan segala aktivitasnya. Manusia merupakan makhluk monodualitas, dimana manusia sebagai makhluk hidup yang mempunyai kesadaran sendiri untuk

beraktivitas dengan dunianya serta kesadaran untuk hidup dalam sebuah komunitas. Manusia dalam hidupnya mempunyai tugas dan fungsi tertentu. Di pandang dari segi sosial, manusia saling bergaul, hormat-menghormati dan bantu membantu demi kesejahteraan bersama.

Kunci utama bagi kelangsungan kehidupan masyarakat dan kesejahteraan bersama tersebut adalah adanya interaksi. Interaksi disini meliputi interaksi antara individu yang satu dengan individu yang lain, antara dengan kelompok, kelompok dengan individu, maupun kelompok dengan kelompok. Apabila interaksi dalam suatu masyarakat macet, maka kehidupan masyarakat tersebut tidak akan dapat berjalan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa interaksi merupakan kunci dari semua kehidupan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan keseluruhan cara yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian yang dimulai dari proses perumusan masalah hingga sampai pada tahap penarikan kesimpulan. Ada dua macam pendekatan yang digunakan dalam penelitian yaitu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif.

Pendekatan kuantitatif merupakan wujud penelitian yang menuntut seorang peneliti menggunakan angka-angka yang diwujudkan dengan menggunakan analisis statistik. Sedangkan pendekatan kualitatif adalah peneliti bekerja menggunakan data-data yang diperoleh dari hasil informasi yang didapat serta keterangan yang didukung dengan penjelasan data, FX Sudarsono dalam Mariska Tamara (2014).

Subjek Penelitian

Subyek penelitian merupakan sesuatu yang kedudukannya sentral karena pada subyek penelitian itulah data tentang variabel yang diteliti berada dan diamati oleh peneliti. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data berupa orang, benda bergerak, ataupun proses tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi dalam mengumpulkan data. Maka sumber data adalah kata-kata atau tindakan orang yang diwawancara, sumber data tertulis, dan foto. Subjek sasaran penelitian ini adalah pengelola, para pekerja sosial, dan peserta didik, Suharsimi Arikunto dalam Mariska Tamara (2014: 42).

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah pengurus pasar dan para pedagang yang berada di pasar khususnya pedagang *handphone/gadget*. Alasan memilih subjek ini adalah untuk mencari informasi sebanyak mungkin dari berbagai sumber, sehingga data-data yang diperoleh dapat akurat dan diakui kebenarannya.

Setting dan Waktu Penelitian

Penelitian mengenai Perilaku Sosial Pedagang *Handphone/gadget* di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen Daerah Istimewa Yogyakarta dilaksanakan selama 3 bulan.. Waktu penelitian untuk mengumpulkan data dilaksanakan pada bulan Januari 2016 sampai bulan maret 2016.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri (Sugiyono:2008). Namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen peneliti sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah

ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2009: 307).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar observasi, lembar wawancara, dan dokumentasi terstruktur yang dibuat sendiri oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi nara sumber dalam kegiatan wawancara adalah Pengurus pasar dan Pedagang *Handphone/gadget*

Adapun pedoman wawancara dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Perilaku sosial pedagang *handphone/gadget* selama berada di pasar.
- 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya sikap perilaku sosial pedagang di pasar.

Menurut Sugiyono (2010: 329) bahwa studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen seperti foto, serta laporan kegiatan. Informasi yang bersifat dokumentatif sangat bermanfaat guna pemberian gambaran secara keseluruhan dalam mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai perpustakaan serta kegiatannya.

Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan reduksi data, display data, verifikasi dan pengambilan keputusan serta keabsahan data. Keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai narasumber.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti tentang perilaku sosial pedagang *handphone/gadget* di pasar tradisional klitikan pakuncen daerah istimewa yogyakarta yaitu:

1. Perilaku sosial pedagang *handphone/gadget* di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen

a. Interaksi pedagang dengan sesama pedagang *handphone/gadget* di pasar.

Interaksi pedagang dengan sesama pedagang *handphone/gadget* di pasar adalah baik dan ada kerjasama diantara mereka. Sebagai makhluk sosial manusia mempunyai dorongan untuk mengadakan hubungan dengan orang lain, manusia mempunyai dorongan sosial. Dari hasil penelitian dengan pedagang *handphone/gadget*, cara berinteraksi pedagang dengan sesama pedagang *handphone/gadget* di pasar, proses sosial yang merupakan akibat interaksi sosial, yaitu: proses Asosiatif, sebuah proses yang terjadi saling pengertian dan kerjasama timbal balik antara orang perorang atau kelompok satu dengan kelompok lainnya, dimana proses ini menghasilkan pencapaian tujuan bersama. Seperti kerjasama. Kerjasama adalah usaha bersama individu atau kelompok untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama. Bentuk kerjasama seperti: gotong royong.

b. Interaksi pedagang dengan konsumen/pembeli yang berada di pasar

Interaksi pedagang dengan konsumen/pembeli yang berada di pasar berjalan dengan baik dan ramah serta senang hati melayani konsumen. Para pedagang *handphone/gadget*, Pasar Klitikan Pakuncen melakukan kontak sosial dengan saling bertegur sapa, saling menanyakan kabar antara pedagang satu dengan pedagang lainnya. Dari hasil penelitian dengan pedagang *handphone/gadget*, Interaksi pedagang dengan konsumen/pembeli yang berada di pasar, Perilaku sosial pedagang selama berada di pasar, Perilaku manusia tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu itu berada. Perilaku manusia didorong oleh motif tertentu sehingga manusia berperilaku (Ircham, 2005) dalam Hasanah (2010).

c. Perilaku sosial pedagang selama berada di pasar

Perilaku sosial pedagang selama berada di pasar berlangsung dengan baik. Kontak sosial yang terjadi antara para pedagang di Pasar Klitikan Pakuncen pada umumnya terjadi secara langsung dimana antara para pedagang melakukan kontak sosial dengan bertatap muka dan berdialog langsung di Pasar Klitikan Pakuncen. Dari hasil penelitian dengan pedagang *handphone/gadget*, perilaku sosial pedagang selama berada di pasar, perilaku sosial memusatkan perhatiannya kepada antar hubungan antara individu dan lingkungannya. Perilaku sosial adalah tingkah laku individu yang berlangsung dalam hubungannya dengan faktor

lingkungan yang menghasilkan akibat-akibat atau perubahan dalam lingkungan menimbulkan perubahan terhadap tingkah laku (George Ritzer, 2011: 71-72)

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku sosial pedagang *handphone/gadget*, di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen

Motivasi merupakan kekuatan penggerak yang membangkitkan aktivitas pada makhluk hidup dan menimbulkan tingkah laku serta mengarahkan menuju tujuan tertentu. Dalam hal ini motivasi memerankan perannya sebagai alasan seseorang melakukan sesuatu. Motivasi merupakan dorongan untuk melakukan sesuatu. Dalam perilaku, motivasi ini penting, karena perilaku sosial seseorang merupakan perilaku termotivasi. Motivasi pedagang *handphone/gadget*, di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen terkadang semangat terkadang kurang semangat dalam berdagang, juga karena kebutuhan keluarga yang banyak dan perasaan nyaman dalam berdagang.

Agama memegang peranan penting dalam mempengaruhi perilaku sosial. Seseorang yang memiliki pemahaman agama yang luas, pasti juga memiliki perilaku sosial yang baik. Karena pada hakikatnya, setiap agama mengajarkan kebaikan. Sebagian besar pedagang *handphone/gadget*, di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen belum sempurna melaksanakan sholat 5 waktu, dikarenakan karena kesibukan mereka melayani pembeli jika ramai dan karena mungkin faktor kelupaan.

Faktor eksternal adalah segala sesuatu yang ada diluar manusia yang dapat mempengaruhi perkembangan kepribadian dan keagamaan seseorang. Adapun faktor-faktor tersebut salah satunya adalah lingkungan keluarga, Keluarga merupakan lingkungan yang pertama dan utama. Dalam keluarga itulah manusia menemukan kodratnya sebagai makhluk sosial. Karena dalam lingkungan itulah ia untuk pertama kalinya berinteraksi dengan orang lain. Sebagian besar pedagang *handphone/gadget*, di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen mendukung untuk berjualan *handphone/gadget* di pasar klitikan pakuncen karena ketika ingin mulai usaha, penting membicarakan dan bicara terbuka kepada keluarga. Menjelaskan bahwa memulai bisnis akan menghadapi masa-masa sulit diawal, tantangan yang tidak mudah, yang membutuhkan dukungan dan pengorbanan dari keluarga

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Pendapatan pedagang *handphone/gadget*, di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen tidak mesti tergantung ramai atau sepi perharinya bisa 200-300ribu dan sebulan bisa 3-4juta kondisi ramai.

Harga adalah sebuah cerminan dari nilai yang dipersepsikan oleh konsumen. Dalam sebuah persaingan untuk mendapatkan konsumen, perusahaan menggunakan taktik untuk mengalahkan pesaingannya. Salah

satu taktik yang digunakan adalah harga. Dengan menciptakan harga yang nampak murah sering menjadi tujuan, tetapi hal ini justru mengarahkan kepada menurunnya keuntungan industri bersangkutan. Kendala pedagang *handphone/gadget*, di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen dalam menjual *handphone/gadget* di pasar sebagian besar disebabkan oleh persaingan harga, kemudian karena pasar sepi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Perilaku Sosial dilihat dari interaksinya Interaksi dengan sesama pedagang *handphone/gadget* di pasar adalah baik dan ada kerjasamanya, karena setiap manusia dalam kehidupan sosial akan membutuhkan dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Kemudian dari hal tersebut mereka akan berhubungan melalui kontak maupun komunikasi. Komunikasi yang dilakukan secara dua arah lebih membantu mereka dalam mendapatkan informasi secara sempurna. Proses asosiatif merupakan suatu proses interaksi yang mempunyai kecenderungan untuk membuat masyarakat bersatu dan meningkatkan solidaritas di antara anggota kelompok seperti kerjasama, akomodasi, akulturasi serta asimilasi. Interaksi pedagang dengan konsumen/pembeli yang berada di pasar berjalan dengan baik dan ramah serta senang hati melayani konsumen. Dalam hal ini diperjelas bahwa para pengunjung pasar mempunyai kepentingan pribadi masing-masing, namun karena keadaan yang berada

dipasar tersebut interaksi diantara mereka harus dilakukan. Interaksi diantara pelaku pasar memunculkan bentuk interaksi sosial. Menurut Soekanto, (2005) bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan antara orang-orang, perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorang dengan kelompok manusia.

Perilaku sosial pedagang selama berada di pasar baik, karena perilaku merupakan tanggapan atau reaksi dari individu terhadap rangsangan lingkungan yang terwujud dalam bentuk gerakana tau sikap. Perilaku juga sebagai fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya. Adanya interaksi sosial yang terjalin diantara para pedagang juga berpengaruh terhadap perilaku sosial pedagang karena setiap hari para pedagang bekerja dan bertemu dengan para pedagang lainnya sehingga dapat membentuk kehidupan interaksi social diantara pedagang. Adanya kontak dan komunikasi yang terjalin menjadi faktor penting dalam kehidupan sosial para pedagang karena merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Sosial Setiap pedagang memiliki motivasi untuk sukses. Motivasi adalah sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang di indikasikan dengan adanya, hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita, penghargaan dan penghormatan. Motivasi di pengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri pedagang sendiri. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar

diri pedagang sendiri misalnya laba. Pedagang di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen terkadang semangat terkadang kurang semangat dalam berdagang

Bagi orang Muslim, kegiatan berdagang sebenarnya lebih tinggi derajatnya, yaitu dalam rangka beribadah kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Berdagang adalah sebagian dari hidup kita, yang harus di tunjukan untuk beribadah menguasai pekerjaannya. Bahwa tiap pekerjaan yang baik dapat bernilai ibadah, pedagang yang beragama islam/muslim pasti melakukan ibadah sholat, ada juga yang tidak melakukan ibadah sholat. . Disamping itu juga untuk moral kebaikan masih belum dapat dicapai karena yang saya lihat sebageian besar masih adanya system black market/pasar gelap yang dimana jual beli gelap masih ada, seperti misalnya: ada beberapa lapak yang melayani orang menjual barang yang kejelasan barang tersebut belum diketahui statusnya entah itu barang yang dia temukan atau juga penjual itu mendapatkannya dari mana. Sehingga masih dikatakan negatif dalam melakukan transaksi, diluar akidah dan moral kejujuran. Walaupun seperti itu masih tetap menjadi tradisi di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen dengan modal kepercayaan. Itu pun juga termasuk perilaku sosial yang negatif akan tetapi lahan penghasilan para pedagang hanya terdapat pada pasar tersebut. Maka dari itu jika selagi ada kesempatan, selalu dipergunakan bagi para pedagang untuk membeli barang tersebut yang dianggap sebagai bonus

Keluarga yang tidak mendukung pasti kerap mengeluh dan tidak mau

kompromi. Sebaliknya, keluarga yang mendukung, memberikan semangat dan yang paling penting mau ikut prihatin. Keluarga pedagang paham bahwa kesulitan sekarang akan mendatangkan kebahagiaan yang lebih besar nantinya

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut.

Besarnya daya serap pasar terhadap *handphone* di Indonesia, telah memberikan banyak kesempatan bagi para distributor *handphone* untuk saling bersaing menyalurkan dan memasarkan *handphone* yang telah diproduksi oleh para produsen kepada masyarakat. Tentu saja hal ini telah menciptakan suatu persaingan yang tinggi bagi para distributor *handphone*, sehingga bagi para distributor yang tak mampu bersaing secara sehat melakukan pendistribusian *handphone* secara ilegal, seperti mendistribusikan *handphone* dengan cara menghindari pajak.

Saran

Dari hasil penelitian di Pasar Tradisional Klitikan Pakuncen tentang *perilaku sosial pedagang handphone/gadget*, maka diajukan

beberapa saran atau manfaat yang dapat di ambil dari hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Saran secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi bagi penelitian sejenis dan memberikan informasi ilmiah terhadap kajian kajian pekerja sektor informal terutama pedagang *handphone/gadget*
2. Saran secara praktis
 - a. Bagi mahasiswa, menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pendidikan tentang perilaku sosial pedagang *handphone/gadget* di Pasar Klitikan Pakuncen.
 - b. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta, sebagai masukan untuk meningkatkan mutu pendidikan sehubungan dengan perilaku sosial pedagang *handphone/gadget* di Pasar Klitikan Pakuncen.
 - c. Bagi masyarakat, dapat dipahami tentang perilaku sosial bahwa semua perilaku sosial pedagang yang berada di Pasar Klitikan Pakuncen khususnya di bagian *handphone/gadget* tidak semuanya cenderung negatif.
 - d. Bagi pemerintah, sebagai masukan saja untuk lebih memperhatikan perilaku sosial para pedagang supaya para pedagang memiliki perilaku yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Idi, (2011). *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Abdulsyani. (2012). *Sosiologi: Skematika., Teori, dan Terapan*. Jakarta: PT Bumi Aksara

- Abu Ahmadi. (2002). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bimo walgito, (2003). *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- BPS Kota Yogyakarta. (2012). *Kota Yogyakarta Dalam Angka*. Yogyakarta: BPS Kota Yogyakarta
- Chaplin, J. P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja grafindo Persada.
- Djauzi Moedzakir. (2010). *Desain dan Model Penelitian Kualitatif (Biografi, Fenomenologi, Teori Grounded, Etnografi, dan Studi Kasus)*. Malang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang
- Fattah Hanurawan, (2010). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Feldman, S Robert. (2012). *Pengantar Psikologi Edisi 10-Buku 1 Understanding Psychology, 10 th ed*. Jakarta: Salemba Humanika
- Gunawan, Ary. (2000). *Sosiologi Pendidikan: Suatu Analisis Sosiologi Tentang Berbagai Problem Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Herimanto dan Winarno. (2011). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanum Marimbi. (2009). *Sosiologi dan Antropologi Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Jalaluddin Rakhmat. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- J. Tombokan Runtukahu. (2012). *Analisis Perilaku Terapan Untuk Guru*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

- Jonathan Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementerian Sosial Republik Indonesia. (2009). *Glosarium Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: pusdatin Kesos
- Keputusan Peraturan Presiden no. 112. (2007). *Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional*
- Moleong, J. Lexy. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Martha Kristiyana. (2013). *Perilaku Sosial Pekerja Seks Komersial (PSK) di Pasar Hewan Prambanan, Sleman, Yogyakarta*. *Skripsi*. PLS FIP UNY
- Meiti Subardhini. (2004). *Mencoba Mengurangi Benang Kusut Anak Jalanan (Penerapan Teknik Perubahan Perilaku)*. *Peksos: Jurnal Ilmiah Pekerjaan Sosial* Vol.3, Nomor 2, Hlm. 525-531. STKS Bandung.
- Muhamad Irham dan Novan Ardy W. (2013). *Psikologi Pendidikan: Teori dan Aplikasi dalam Proses Pembelajaran*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Rohinah M Noor. (2012). *Mengembangkan Karakter Anak Secara Efektif di Sekolah dan di Rumah*. Yogyakarta: Pedagogia (PT Pustaka Insan Madani, Anggota IKAPI)
- Ritzer, George. (2011). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sarwono Wirawan Sarlito. (2000). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Septiani. (2013). *Perilaku Sosial Buruh Gendong (Endong-endong) di Pasar Giwangan Yogyakarta (Studi di Yayasan Annisa Awzasti)*. *Skripsi*. PLS FIP UNY
- Soerjono Soekanto. (2002). *Mengenal Tujuh Tokoh Sosiologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soerjono Soekanto. (2000). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____ (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
- Upton, Penney. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Penerbit Erlangga
- Yudrik Jahja. (2013). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- _____ (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Purwi Tyas. (2015). *Perilaku Sosial Anak di Rumah Singgah Hafara Kasihan Bantul Yogyakarta*. *Skripsi*. PLS FIP UNY