

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara Indonesia adalah negara yang memiliki pulau-pulau besar dan terbentang luas dari Sabang hingga Marauke. Di Negara Indonesia memiliki berbagai macam kekayaan alam yang terdapat di dalamnya. Di suatu negara seluas dan sebanyak ini jumlah pularnya, maka banyak pula jumlah penduduknya. Pulau Jawa sebagai tempat ibukota Negara Indonesia memiliki kepadatan penduduk yang melimpah. Sebagai negara yang berpenduduk padat dan memiliki jumlah pulau-pulau yang terbentang luas maka negara ini memiliki berbagai suku bangsa yang beranekaragam.

Penduduk Indonesia yang paling padat penduduknya adalah di Pulau Jawa, untuk itu pemerintah Indonesia mengadakan pola *bedol* desa. Pola *bedol* desa ini diadakan untuk kesejahteraan penduduk di daerah Jawa yang bertempat tinggal di Wonogiri dan daerah lainnya di Pulau Jawa. Diadakannya pola *bedol* desa adalah untuk membangun Waduk Gajahmungkur yang mana waduk ini dibuat agar penduduk yang berada di area Wonogiri ini tidak terkena luapan air yang mengakibatkan musibah besar, untuk itu dibangunlah Waduk Gajahmungkur untuk kesejahteraan penduduk sekitar. Dengan begitu para penduduk dipindahkan ke Pulau Sumatera yang masih belum banyak penduduknya. Selain mengurangi kepadatan penduduk di Pulau Jawa, pola *bedol* desa ini juga untuk membuka lapangan pekerjaan baru berupa pertanian. Pola *bedol* desa atau perpindahan penduduk Jawa ke Sumatera ini disebut dengan transmigrasi.

Transmigrasi adalah program yang dibuat oleh pemerintah Indonesia untuk memindahkan penduduk dari suatu daerah yang padat penduduknya ke daerah lain yang jarang penduduknya. Pelaksanaan transmigrasi di Indonesia sejak tahun 1949 dan puncaknya pada masa orde baru, hingga saat ini telah memindahkan lebih dari 5 juta penduduk dari Pulau Jawa, Madura, Bali dan Kepulauan Nusa Tenggara ke Pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Maluku dan Papua.

Tahun 1977, menjadi awal kedatangan para transmigrasi dari pulau Jawa di daerah Sumatera Barat terutama perbatasan dengan provinsi Jambi yang dikenal dengan transmigrasi Sitiung. Wilayah ini sebelumnya termasuk Kabupaten Sawahlunto Sijunjung, namun sejak adanya pemekaran pada tahun 2004 yang lalu menjadi Kabupaten Dharmasraya. Rata-rata mereka berasal dari daerah yang sama yakni Wonogiri Jawa Tengah dengan sistem transmigrasi *bedol* desa. Mereka bertransmigrasi karena harus merelakan tanah dan daerahnya untuk menjadi Waduk Gajahmungkur demi kesejahteraan rakyat lainnya sebagai sentra pengairan sawah. Warga ini banyak bermukim di daerah Sitiung 1 dan berturut-turut sampai tahun 1990 juga terjadi transmigrasi sampai lokasi Sitiung 5 dan daerah pemukiman transmigrasi Timpeh. Pada tahun 1990, pada umumnya para transmigrasi sudah bercampur dan tidak terpusat kepada satu daerah seperti Wonogiri ([http// kompasiana.com](http://kompasiana.com)).

Para transmigran yang berada di daerah Sitiung tidak semuanya memilih profesi sebagai pedagang, rata-rata pekerjaan awal mereka adalah berladang. Di Sitiung mereka memiliki ladang sawah, karet, dan sawit. Berladang atau bertani merupakan mata pencaharian utama masyarakat Sitiung, tetapi ada juga sebagian

kecil dari mereka yang memang dari dulu sudah berdagang. Memang sebagian penduduk yang transmigran hanya diberi modal oleh pemerintah berupa bantuan tempat tinggal (rumah) yang berpetak-petak untuk ditinggali bersama keluarganya. Setelah mendapat rumah dari pemerintah para transmigran mengembangkan tanah yang mereka miliki, yang awalnya hanya hutan belantara lalu mereka sulap menjadi sebuah ladang atau perkebunan dengan ditanami tanaman yang bermanfaat seperti karet, sawit, dan lain sebagainya.

Berdagang merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang digeluti oleh masyarakat saat ini. Hal ini sudah berlangsung sejak zaman dahulu dimana sistem barter (menukar barang dengan barang) merupakan sistem perdagangan awal di zaman dulu. Setelah masyarakat mengenal uang maka uanglah yang menjadi alat tukar atau pembayaran dalam perdagangan. Ada 2 hal yang ditawarkan dalam sebuah perdagangan, yaitu barang dan jasa. Contoh perdagangan yang menawarkan barang seperti alat-alat elektronik, pakaian, dan makanan. Contoh perdagangan yang menawarkan jasa adalah seperti bengkel kendaraan bermotor.

Perdagangan yang secara umum dimaknai dengan suatu bentuk penyebaran, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa mempunyai suatu proses dan tempat sendiri (<http://Wikipedia.com.Diakses2012/01/>). Dalam pandangan sosiologi, Marx memandang perdagangan sebagai suatu bentuk transportasi serta sebagai suatu bentuk konsekuensi dari produksi (Damsar, 2005:41). Selanjutnya dalam Polanyi (1967) yang dikutip Irfandi mempertegas bahwa inti dari perdagangan adalah pemindahan pendistribusian suatu barang atau jasa dari suatu tempat ke tempat lain. Dari pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa

perdagangan terjadi karena adanya produksi bukan menyebabkan produksi. Untuk menyebarkan, menjual, dan memasarkan barang dan jasa, suatu perdagangan membutuhkan suatu lokasi pemasaran yang biasa disebut dengan *market place* (Irfandi, 2010:2).

Dengan adanya suatu perdagangan dapat membantu masyarakat yaitu dengan terpenuhinya kebutuhan sehari-hari. Berdagang bukan hanya dilakukan oleh yang terampil saja tetapi juga dapat dilakukan oleh orang yang memiliki modal usaha. Pasar yang memiliki peranan jual beli sangat besar bagi masyarakat, karena dengan adanya sebuah transaksi jual beli, bukan hanya menambah interaksi sesama manusia, tetapi juga dapat memperdagangkan dagangannya yang berupa bahan makanan, sembako, pakaian, barang-barang elektronik, dan lain-lain. Berdagang juga tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan hidup saja, tetapi juga dapat meningkatkan kemakmuran bagi masyarakat, mendorong kegiatan ekonomi, mendorong kemajuan di bidang-bidang tertentu, serta memperoleh hasil.

Keanekaragaman suku bangsa di Indonesia juga menyangkut keanekaragaman budayanya. Hal ini meliputi perbedaan Adat istiadat, agama, bahasa, dan keseniannya. Namun tidak ada perbedaan fisik yang begitu besar antara suku-suku bangsa di Indonesia, ini di sebabkan oleh kesamaan ras akibat proses amalgamasi/kawin campur, dan migrasi penduduk. Etnis atau suku Bangsa merupakan proses dari sistem kekerabatan yang lebih luas. Kekerabatan yang tetap percaya bahwa mereka memiliki ikatan darah dan berasal dari nenek moyang yang sama. Menurut Koentjaraningrat, suku bangsa berarti sekelompok manusia

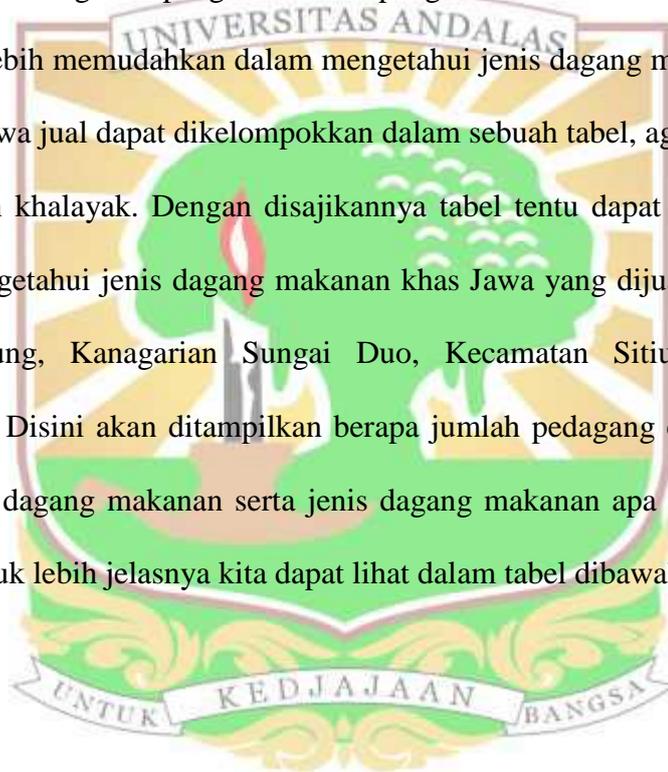
yang memiliki kesatuan budaya dan terikat oleh kesadaran dan identitas tersebut. Kesadaran dan identitas biasanya dikuatkan oleh kesatuan bahasa (<http://www.pustakaindo.com/Diakses2016/08/6>).

Dewasa ini, suku bangsa atau etnis yang beragam tidak memicu sebuah perpecahan. Banyak suku di Indonesia yang menghargai suku lainnya, bahkan dapat melakukan kerjasama dalam bidangnya. Suku bangsa juga merupakan kesatuan hidup manusia yang memiliki kebudayaan dan tradisi yang unik, membuat mereka memiliki identitas khusus dan berbeda dengan kelompok lainnya. Bukan hanya dari segi tradisi ataupun agama, tetapi dari segi jenis makanan dan cara berdagang bahkan barang yang dijual oleh masing-masing suku juga memiliki identitas khusus untuk membedakannya dengan kelompok lain. Masing-masing etnis ada identitas yang digelutinya yaitu berupa barang dagangan atau produk yang dijual terlihat adanya identitas khusus yang dimiliki. Munculnya suatu perdagangan adalah karena adanya perbedaan kecakapan antara manusia yang satu dengan yang lainnya, kebutuhan manusia yang tidak terbatas dan beranekaragam jenisnya, letak geografis dimana manusia itu hidup, serta kebudayaannya. Tentu dengan adanya sebuah pasar yang menyatukan penjual dan pembeli dapat tercapainya sebuah kehidupan yang sejahtera, karena saling melengkapi satu sama lainnya.

Dewasa ini kebutuhan setiap manusia akan sebuah barang dan jasa sangat tinggi. Kegiatan belanja dan konsumsi barang atau jasa seakan tidak pernah berhenti. Berbelanja adalah kegiatan rutin yang dilakukan seseorang demi pemuasan kebutuhannya. Kepuasan seseorang dalam berbelanja berasal dari

barang atau jasa dari pembeliannya. Berdagang tidak dapat dilakukan oleh sembarang orang, karena berdagang harus memiliki kemampuan serta modal yang cukup, karena apabila tidak dibekali dengan kemampuan dan modal yang cukup akan memberikan akibat buruk bagi pedagangnyanya sendiri. Berdagang juga harus memiliki nilai jual yang banyak diminati oleh khalayak banyak. Dalam berdagang tentu terbentuknya sebuah pola interaksi sosial dan prosesnya. Hubungan ini dilihat dari sisi saling mempengaruhi dan dipengaruhi.

Untuk lebih memudahkan dalam mengetahui jenis dagang makanan apa saja yang orang Jawa jual dapat dikelompokkan dalam sebuah tabel, agar mudah untuk dipahami oleh khalayak. Dengan disajikannya tabel tentu dapat membantu para khalayak mengetahui jenis dagang makanan khas Jawa yang dijual di Pasar Blok B Koto Agung, Kanagarian Sungai Duo, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya. Disini akan ditampilkan berapa jumlah pedagang etnis Jawa yang menjual jenis dagang makanan serta jenis dagang makanan apa saja yang orang Jawa jual, untuk lebih jelasnya kita dapat lihat dalam tabel dibawah ini:



Tabel 1.1
Jumlah Pedagang Etnis Jawa di Pasar Blok B Koto Agung
Kanagarian Sungai Duo Kecamatan Sitiung Kabupaten
Dharmasraya, tahun 2016.

NO	Jenis Dagangan	Jumlah pedagang
1	Bakso dan Mie Ayam	9 pedagang
2	Pecel Lele dan Ayam	4 pedagang
3	Gilingan Bakso	2 pedagang
4	Pabrik Tempe Keripik	3 pedagang
5	Pabrik Tahu	1 pedagang
	Total	19 pedagang

sumber : Data Primer Januari 2017

Dari tabel di atas terlihat memang pedagang Jawa yang berada di pasar Koto Agung berjumlah 19 pedagang yang berjualan makanan seperti bakso, pecel ayam dan lele, tahu, dan tempe keripik yang menjadi identitas daerahnya. Dari 19 pedagang tersebut diantaranya memiliki toko atau kios tetap yang tidak hanya berjualan di hari pasar saja, tetapi memang setiap harinya berjualan. Sedangkan pedagang Minang yang berjualan di pasar Koto Agung berjumlah 10 pedagang, jenis dagangannya berupa rumah makan. Jenis dagangan seperti rumah makan bukanlah asli dari orang Minang itu sendiri, tetapi istrinya orang Jawa dan suaminya orang Minang mereka melakukan pernikahan campuran, setelah itu mereka bersama-sama membuka rumah makan yang mana lauk pauk yang mereka jual adalah masakan minang seperti *asam padeh*, gulai ayam, dan lain sebagainya.

Berdagang membutuhkan keterampilan atau kemampuan serta modal usaha yang cukup. Seperti yang ditemukan di daerah Sitiung terutama di pasar Blok B

Koto Agung pedagang berjualan berbagai macam jenis dagangan dengan berbagai etnis pula. Pedagang menjual barang dagangannya sesuai dengan identitas atau kekhasan barang dagang yang mereka jual, seperti halnya ciri dari masing-masing daerah, yaitu suku Jawa yang biasanya menjual dagangannya dengan identitas berupa bakso, sate Madura, rumah makan, tahu, tempe keripik, dan pecel lele. Biasanya warung bakso yang dimiliki oleh orang Jawa menggunakan nama “mas” bukan “uni atau uda” karena memang ciri khas panggilan dari orang Jawa adalah “mas”, begitu juga dengan pecel lele yang menggunakan nama daerah yaitu pecel lele wong Solo, Lamongan, dan lain sebagainya.

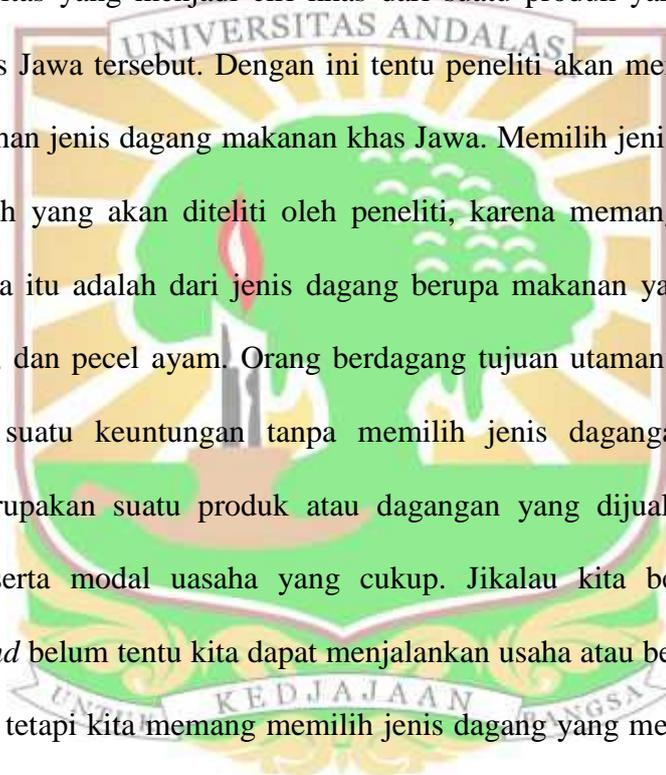
Pedagang yang berada di pasar Blok B Koto Agung tersebut tidak semuanya berjualan berdasarkan masing-masing identitas daerah asal, tetapi mereka semua berjualan dengan berbagai jenis dagangan seperti penjual sayur, sembako, pakaian, ikan dan ayam, dan lain sebagainya. Dengan jenis dagangan yang orang Jawa miliki ini tentu menjadi sebuah pembeda dalam pemasaran dagangan. Orang tentu sudah bisa menebak kalau orang yang berjualan bakso, tahu, tempe keripik, pecel lele dan ayam, dan lain-lainnya itu adalah jenis berdagangnya orang Jawa, karena orang Minang tidak bisa berjualan bakso ataupun yang menjadi ciri khas dari masakan Jawa. Adapun pedagang minang yang menjual jenis dagangan masakan khas Jawa akan mempengaruhi cita rasanya, karena masakan yang orang Jawa dan orang Minang masak itu tentu akan berbeda bumbu, sehingga cita rasa khas dari masakan itu kurang sempurna.

Di daerah pasar Koto Agung terdapat kurang lebih 500 pedagang yang berjualan disana dengan berbagai macam jenis dagangan, tidak hanya pedagang bakso, pecel ayam, tahu, tempe keripik, dan lain sebagainya saja, disini juga terdapat berbagai macam pedagang, seperti pedagang sayur-mayur, sembako, pakaian, ayam, dan ikan, dan banyak lainnya. Pedagang yang mendominasi berjualan adalah pedagang dengan jenis dagang berupa sembako dan sayur-mayur, dengan begitu tentu kita dapat melihat bahwa memang persaingan diantara sesama pedagang dengan jenis dagang yang sama tentu harus menjadi sebuah perhatian. Dengan adanya persaingan tentu orang akan melakukan berbagai macam strategi untuk mendapatkan suatu keuntungan. Tetapi pedagang sembako dan sayur-mayur disini tidak menjadi sorotan bagi peneliti, karena memang jenis dagangan berupa sembako, pakaian, sayur-mayur, dan lain sebagainya kurang dapat dibedakan manakah yang penjual orang Jawa dan mana pedagang orang Minang. Dengan begitu yang menjadi penelitian disini adalah pedagang etnis Jawa yang memang memilih jenis dagangan berupa makanan yang mereka jual berdasarkan identitas daerah asal seperti bakso, tahu, tempe keripik, dan nasi pecel.

Jenis dagangan yang para pedagang jual ini semata-mata bukan karena keinginan yang timbul dari pedagang, tetapi adapula yang dipengaruhi karena adanya garis keturunan dimana para pedagang ini harus menjual jenis dagangan mereka karena sudah pernah dijual sebelumnya oleh keluarga mereka seperti keturunan dari orang tua, dan sebagainya. Dengan adanya modal kemampuan dari orang tua atau keluarga sebelumnya yang sudah menjual jenis dagangannya tentu

mau tidak mau generasi berikutnya harus turut andil untuk mengembangkan dan meneruskan jenis dagangan yang dulunya pernah dijual oleh keluarga sebelumnya.

Identitas yang dimiliki oleh etnis Jawa di Pasar Blok B Koto Agung Kanagarian Sungai Duo inilah yang akan menjadi penelitian yang dilakukan. Karena mayoritas masyarakat yang berada disana adalah masyarakat Jawa dengan berbagai identitas yang menjadi ciri khas dari suatu produk yang dimiliki oleh pedagang etnis Jawa tersebut. Dengan ini tentu peneliti akan mencari apa alasan dibalik pemilihan jenis dagang makanan khas Jawa. Memilih jenis dagang berupa makanan inilah yang akan diteliti oleh peneliti, karena memang ciri khas dari pedagang Jawa itu adalah dari jenis dagang berupa makanan yaitu bakso, tahu, tempe keripik, dan pecel ayam. Orang berdagang tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan suatu keuntungan tanpa memilih jenis dagangan, tetapi jenis dagangan merupakan suatu produk atau dagangan yang dijual sesuai dengan kemampuan serta modal usaha yang cukup. Jikalau kita berdagang hanya mengikuti *trend* belum tentu kita dapat menjalankan usaha atau berdagang sampai berkelanjutan, tetapi kita memang memilih jenis dagang yang menjadi minat dari lingkungan dan penjualan jenis dagang berupa makanan yang memang selalu diminati oleh masyarakat baik dari semua kalangan. Serta menjual jenis dagang makanan bukanlah hal yang mudah, karena memang berdagang jenis makanan ini harus tetap mempertahankan cita rasa dan kekhasan dari makanan tersebut.



1.2. Rumusan Masalah

Pada hakekatnya berdagang juga harus memiliki merek dagang yang menjadi sebuah identitas khusus untuk masyarakat agar dapat mengenalinya, seperti dari suku Jawa menjual makanan berupa pecel lele, bakso, tempe keripik, dan tahu. Selain Pedagang Jawa ada juga pedagang Minang yang menjual jenis dagang makanan sesuai dengan identitas daerah asalnya. Tidak adanya orang Minang yang menjual jenis dagangan orang Jawa karena memang pada dasarnya menjual jenis dagangan orang Jawa hal yang dikira cukup sulit dilakukan, karena dapat merubah cita rasa. Disini memang terlihat adanya segmentasi berdagang, dengan begitu peneliti ingin melihat apa yang sebenarnya menjadi permasalahan dalam suatu perdagangan.

Pada umumnya alasan utama orang berdagang dan memilih jenis barang dagang makanan ini adalah untuk mendapatkan suatu keuntungan dari hasil dagangan. Disisi lain tentunya para pedagang tersebut memiliki alasan yang sama kuatnya dengan alasan utama, untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa alasan dari pedagang memilih jenis dagang berupa makanan.

Dari permasalahan diatas sehingga timbul pertanyaan : **Apa alasan pedagang etnis Jawa memilih jenis dagang berupa makanan ?**

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

Tujuan Umum

Untuk mendeskripsikan alasan pedagang dari etnis Jawa memilih jenis dagang berupa makanan yang menjadi identitas asal daerah.

Tujuan Khusus

1. Untuk mendeskripsikan profil pedagang makanan yang berada di pasar Koto Agung.
2. Untuk memetakan dan melihat jenis dagangan yang dipilih.
3. Untuk mendeskripsikan motif sebab (*because motive*) dan motif akibat (*in order to motive*) pedagang etnis Jawa dalam memilih jenis dagang makanan yang menjadi identitas daerah asal.

1.4. Manfaat Penelitian

Ada pun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Akademis

Bagi manfaat akademis, bermanfaat memberikan kontribusi ilmu terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi Sosiologi Pasar.

2. Manfaat Praktis

Bagi aspek praktis, bermanfaat bahan masukan bagi peneliti lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Etnis atau suku bangsa dan Transmigrasi

Menurut Koentjaraningrat, suku bangsa, tiap kebudayaan yang hidup dalam suatu masyarakat, baik suatu komunitas desa, kota, kelompok kekerabatan, atau lainnya, memiliki suatu corak yang khas, yang terutama tampak oleh masyarakat itu sendiri. Warga kebudayaan itu sendiri biasanya tidak menyadari dan melihat corak khas tersebut. Sebaliknya, mereka dapat melihat corak khas kebudayaan lain, terutama apabila corak khas itu mengenai unsur-unsur yang perbedaannya sangat mencolok dibandingkan dengan kebudayaan sendiri. Konsep yang tercakup dalam istilah “suku bangsa” adalah suatu golongan manusia yang terikat oleh kesadaran dan jati diri mereka akan kesatuan dari kebudayaan mereka, sehingga kesatuan kebudayaan tidak ditentukan oleh orang luar (misalnya oleh seorang ahli antropologi, ahli kebudayaan dan sebagainya), melainkan oleh warga kebudayaan yang bersangkutan itu sendiri (Koentjaraningrat: 2005: 165-167).

Secara Antropologi Budaya, etnis Jawa adalah orang-orang yang secara turun temurun menggunakan bahasa Jawa, bertempat tinggal di Jawa Tengah dan Jawa Timur serta mereka yang berasal dari daerah-daerah tersebut. Semua orang Jawa berbudaya satu dan mempunyai satu orientasi kepada kultur Surakarta dan Yogyakarta sebagai sentra kebudayaan mereka (Herusatoto: 2000: 37). Selanjutnya orang-orang Jawa tersebut mempertahankan hidupnya dengan cara membuka usaha sebagai pedagang, selain itu banyak juga diantara mereka yang bekerja sebagai petani serta buruh tani maupun buruh bangunan

Definisi masyarakat oleh Koentjaraningrat. “ Masyarakat dalam bahasa Inggris dipakai istilah *society* yang berasal dari kata Latin *socius* , yang berarti kawan . Istilah masyarakat itu sendiri berasal dari akar kata Arab Syaraka yang berarti ikut serta, berpartisipasi.” (Koentjaraningrat: 1981: 144). “Definisi masyarakat secara khusus dapat kita rumuskan sebagai berikut : *Masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinyu , dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama .* ” (Koentjaraningrat: 1981: 146-147). Masyarakat bisa dikatakan sebagai suatu bentuk komunitas karena orang yang sama berkumpul di luar sistem (Victor Turner). “Adanya prasarana untuk berinteraksi memang menyebabkan bahwa warga dari suatu kolektif manusia itu akan saling berinteraksi.” (Koentjaraningrat: 1981: 144).

Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan adalah : *keseluruhan sistem gagasan, tindakan , hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar*”.(Koentjaraningrat: 1981: 180). Kata kebudayaan itu sendiri diambil dari bahasa Sansekerta yang berasal dari kata *Budhayah* yang berarti budi atau akal.

Secara umum pengertian transmigrasi ialah perpindahan, dalam hal ini memindahkan orang dari daerah yang padat ke daerah yang jarang penduduknya dalam batas negara dalam rangka kebijaksanaan nasional untuk tercapainya penyebaran penduduk yang lebih seimbang (Heeren, 1979: 6).

Transmigrasi di Indonesia bermula dari upaya pemerintah Hindia Belanda untuk memindahkan penduduk Pulau Jawa yang semakin padat ke pulau-pulau

lain yang membutuhkan tenaga kerja untuk mengembangkan potensinya dan merupakan bagian dari Politik Etis. Istilah transmigrasi sendiri secara resmi baru digunakan pada awal tahun 1946 oleh pemerintah Republik Indonesia ketika kebijaksanaan tentang pengembangan industrialisasi di pulau-pulau seberang atau luar Jawa dirumuskan dalam Konferensi Ekonomi di Yogyakarta (Siswono Yudohusodo, 1998: 6).

Perkembangan selanjutnya dari program transmigrasi adalah ketika diperkenalkannya program transmigrasi Pola Sitiung oleh Departemen Tenaga Kerja, Transmigrasi, dan Koperasi (Depnakertranskop) pada Pelita II. Pola ini berawal dari adanya transmigrasi bedol desa dari daerah Wonogiri Jawa Tengah (meliputi 41 desa) ke empat desa baru di Kabupaten Sawahlunto-Sijunjung Sumatera Barat, yaitu Sitiung, Tiumang, Sialanggaung, dan Kotosalak. Penduduk dari 41 desa di Wonogiri tersebut dipindahkan karena desa tempat tinggal mereka terkena proyek bendungan Gajah Mungkur. Jumlah transmigran tersebut adalah 65.517 jiwa atau lebih kurang 2.000 KK. Hal yang dinilai lebih dalam pola ini adalah adanya koordinasi yang lebih baik antar instansi terkait dalam pelaksanaannya. Misalnya pembabatan hutan, membangun prasarana jalan, jembatan, dan irigasi dilaksanakan oleh Departemen Pekerjaan Umum, urusan pemerintahan desa oleh Departemen Dalam Negeri, pengkaplingan tanah hingga pembuatan sertifikat dilakukan oleh Jawatan Agraria, pendirian Puskesmas dan tenaganya oleh Departemen Kesehatan, sekolah dan gurunya oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Provinsi-provinsi yang dijadikan daerah pemukiman transmigrasi dewasa ini adalah Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara,

Sumatera Barat, Riau, Jambi, Bengkulu, Sumatera Selatan, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Maluku, dan Papua (<http://witrianto.blogdetik.com/Diakses/2010/12/16>).

Dalam pelaksanaan Pola Siting, transmigran tidak perlu membangun rumah dulu, karena rumah sudah disiapkan oleh Depnakertranskop. Begitu berhasilnya pola ini, Menteri Tenaga Kerja, Transmigrasi, dan Koperasi, Prof. Soebroto bermaksud memperluas pola ini ke-14 provinsi lainnya di Indonesia. Akan tetapi, ternyata untuk menerapkan pola ini ke propinsi lain kendalanya cukup banyak, antara lain kesiapan lokasi transmigrasi, dan koordinasi yang kurang berjalan dengan baik (<http://wordpress.com/Diakes/2014/01/24>).

1.5.2. Perspektif Sosiologis

Dalam paradigma definisi sosial, terdapat tiga teori didalamnya, yakni teori Aksi, Interaksionisme Simbolik, dan Fenomenologi. Ketiga teori tersebut memiliki pandangan yang sama, bahwa manusia merupakan aktor yang kreatif dan realitas sosialnya dan setiap tindakan tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai yang berlaku di lingkungannya (Ritzer, 2013 : 43).

Terkait dengan penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori fenomenologi yang digagas oleh Alfred Schutz. Menurut Schutz tindakan subjektif para aktor tidak muncul begitu saja, tetapi melalui proses panjang dengan mempertimbangkan kondisi sosial, budaya, dan norma etika agama atas

dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan (Waters dalam Wirawan, 2012 : 134).

Tindakan individu merupakan tindakan subjektif yang merujuk pada suatu motif tujuan yang sebelumnya mengalami proses intersubjektif berupa hubungan tatap muka atau *face to face relationship* yang bersifat unik. Dengan kata lain, sebelum masuk pada *tataran in order to motif* ada tahapan *because motif* (Wirawan, 2012 : 136-137).

Schutz juga mengatakan bahwa setiap tindakan yang dilakukan manusia merupakan akibat dari penafsiran atau pemaknaan dan pemahaman masing-masing (Ritzer, 2013 : 59 ; Poloma, 2010 : 11 ; Wirawan, 2012 : 134). Dengan demikian manusia memiliki pendefinisian tersendiri yang diaplikasikan kedalam dunia sosial sehari-hari yang merupakan akibat dari pandangan manusia sebagai subyeknya. Dalam dunia keseharian merupakan suatu intersubjektif, yaitu dalam kesadaran seseorang terdapat kesadaran orang lain. Menurut Craib (Damsar, 2015: 152) dunia ini, *stock of knowledge* (kumpulan pengetahuan) yang dimiliki ditipikasikan, yaitu mengklasifikasikan pengalaman dengan melihat kesamaannya dengan orang lain.

Ada empat unsur pokok pada teori ini :

1. Perhatian terhadap aktor, yaitu bahwa manusia bukan sekedar obyek tetapi sekaligus merupakan pencipta dari dunianya sendiri, sebagaimana ia menginterpretasikan tingkah lakunya sendiri.
2. Memusatkan perhatian kepada kenyataan yang penting dan sikap alamiah (*nature attitude*).

3. Memusatkan pada masalah mikro, yakni mempelajari proses pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial.
4. Memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan , serta memahami bahwa norma-norma dan aturan-aturan yang mengendalikan tindakan manusia dinilai sebagai hasil interpretasi si aktor terhadap kejadian-kejadian yang dialaminya.

Motif merupakan suatu keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan dalam mewujudkan tujuan-tujuan tertentu dalam diri individu. Pengertian motif menurut Moenir adalah semua orang yang berakal sehat, apabila melakukan perbuatan pasti ada yang dituju melalui perbuatan itu. Perbuatan itu sendiri dilandasi oleh adanya suatu daya dari dalam diri seseorang, yang “memaksa” orang tersebut berbuat sesuatu. Daya dorong dari dalam itulah yang disebut dengan bahasa populer *motif* (Moenir, 2008: 129).

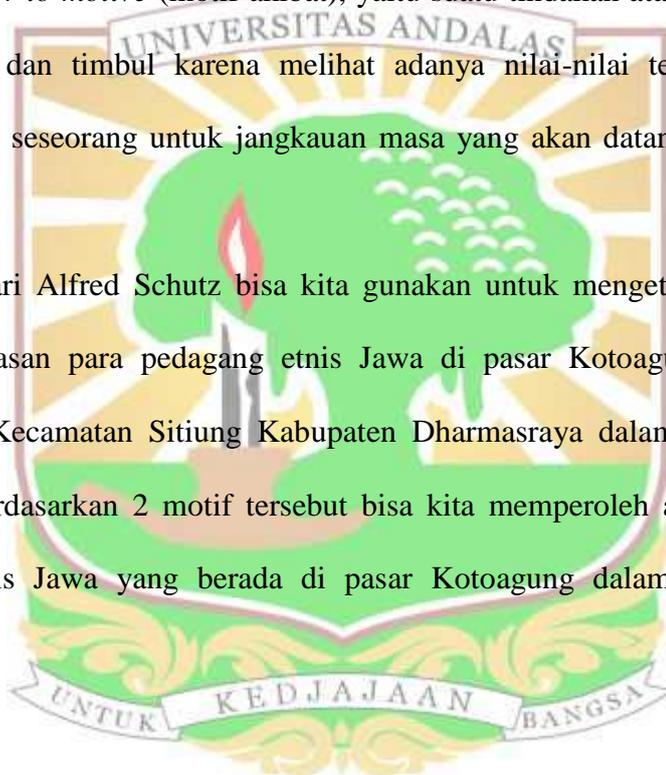
Teori fenomenologi (Schutz) melihat bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan bila manusia memberikan arti dan makna arti dan makna tertentu terhadap tindakannya itu, dan manusia memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti (Ritzer, 2003: 59). Schutz mengatakan untuk memperjelas dan memeriksa makna dari tindakan manusia, kita tidak memulai dari memahami makna dari suatu tindakan saja, tetapi yang harus kita lakukan adalah menemukan apa yang mau dicapai oleh tindakan tersebut. Schutz menambahkan, sebuah elaborasi harus kita lakukan dengan menghubungkan maksud dari tindakan sebelumnya dan yang diterima apa adanya. Oleh karena itu, kita tidak hanya berurusan dengan satu makna saja tetapi dengan suatu kompleksitas makna.

Alfred Schutz membuat suatu perbedaan terhadap motif-motif dari sebuah tindakan agar kita bisa memahami sebuah tindakan, yaitu:

1. *Because Motive* (motif sebab), yaitu suatu tindakan yang diarahkan pada pengalaman masa lalu seseorang. Motif seseorang individu dalam melakukan sesuatu didasarkan pada pengalaman-pengalaman yang ada pada dirinya.

2. *In order to motive* (motif akibat), yaitu suatu tindakan atau motivasi yang tumbuh dan timbul karena melihat adanya nilai-nilai tertentu terhadap tindakan seseorang untuk jangkauan masa yang akan datang (Craib, 1986: 134).

Teori dari Alfred Schutz bisa kita gunakan untuk mengetahui bagaimana motif atau alasan para pedagang etnis Jawa di pasar Kotoagung Kanagarian Sungai Duo Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya dalam memilih jenis dagangan. Berdasarkan 2 motif tersebut bisa kita memperoleh alasan dari para pedagang etnis Jawa yang berada di pasar Kotoagung dalam memilih jenis dagangan.



1.5.3. Ekonomi dan Pasar

Sektor informal terdiri dari unit-unit berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi diri sendiri dan dalam usahanya itu sangat dihadapkan berbagai kendala seperti faktor modal fisik, faktor pengetahuan, dan faktor keterampilan. Menurut Subangun (1991:53) dalam

bukunya Sektor Informal di Indonesia dari Titik Pandang non – Akedemik, sektor informal itu (a) mudah untuk dimasuki; (b) bersandar pada sumber daya lokal; (c) usaha milik sendiri; (d) operasinya dalam skala kecil; (e) padat karya dan teknologinya bersifat adaptif; (f) keterampilan dapat diperoleh di luar sistem sekolah formal; dan (g) tidak terkena langsung oleh regulasi dan pasarnya bersifat kompetitif.

Salah satu kegiatan sektor informal yaitu, perdagangan. Perdagangan adalah usaha melakukan penjualan kembali barang-barang baru maupun bekas tanpa mengalami perubahan teknis (Statistik Kota Surabaya, 2007). Sedangkan dalam Kamus Bahasa Indonesia perdagangan adalah (perihal mengenai perniagaan). Pedagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk mendapat untung.

Gagasan Marx, bahwa ekonomi menentukan corak-corak masyarakat diubah menjadi pemikiran bahwa bentuk-bentuk sosial dan budaya tertentu harus ada sebelum pertumbuhan ekonomi dapat terjadi. Entah secara eksplisit atau tidak, teori-teori mengandung gagasan bahwa ada hubungan timbal-balik antara ekonomi dan masyarakat, atau paling sedikit antara unsur ekonomi dan unsur sosial. Satu pangkal tolak ialah, bahwa perekonomian ada sangkut pautnya dengan kegiatan-kegiatan dan kelembagaan yang berkaitan dengan kekayaan masyarakat. seperti terdapat pada tulisan-tulisan Adam Smith dan kebanyakan tulisan Alfred Marshall, yang berdasarkan anggapan, bahwa semua lembaga menamakan ekonomi sebagai studi umat manusia “dalam usaha hidup sehari-hari,” yang berarti bahwa hidup secara keseluruhan adalah ekonomi (Frans Seda, 1981 : 2).

Pendekatan Talcott Parsons dan Neil Smelser, pendekatan ini adalah pengolahan dan penerapan gagasan dasar Parsons, bahwa semua sistem sosial harus mempunyai subsistem yang fungsional. Perekonomian adalah salah satu subsistem tersebut. Bila boulding memusatkan pikiran pada tukar menukar, maka Parsons dan Smelser mengambil produksi sebagai kaidah dan memandang ekonomi sebagai subsistem yang memproduksi setiap barang kebutuhan yang kiranya relevan bagi seluruh masyarakat.

Uraian yang paling jelas mengenai teori ini terdapat di dalam karya Lionel Robbins, yaitu berjudul "*An Essay on the Nature and Significance of Economic Science.*" Definisi Robbins yang kerap kali dikutip adalah :

"Ilmu ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku manusia dalam hubungan antara tujuan-tujuan dan sarana-sarana langka yang mempunyai berbagai daya guna (Seda, 1981 : 5)". Suatu tata nilai mengandung suatu spektrum nilai-nilai yang mungkin bertentangan atau persaingan satu sama lain atau malahan tidak berfungsi sama sekali. Tetapi itu semua merupakan hubungan timbal balik antara individu dan kebudayaan. Suatu sistem peranan atau struktur sosial memberikan suatu kerangka yang besar yang membatasi tindakan-tindakan serta menentukan hubungan antar tindakan-tindakan tersebut. Hubungan ekonomis berdasarkan atas struktur sosial.

Penekanan dari Max weber adalah penempatan institusi ekonomi dalam masyarakat namun dalam kerangka tindakan individu yang terkait dengan individu lain di dalam berbagai konteks, seperti ekonomi, agama, dan politik. Dengan kata lain ia menegaskan asumsi bahwa para aktor sosial diikat dan

dipengaruhi oleh aktor sosial lainnya dan keterikatan inilah yang menjadi arah tindakan sosial (Smelser dan Swedberg, 1994 : 5). Tindakan individu bisa berupa tindakan yang rasional, tradisional atau spekulatif irrasional (Weber 1922 : 63-69). Hal ini yang kemudian menjadi dasar perspektif dari sosiologi untuk melihat tindakan ekonomi (economic actions) yang sangat berbeda dengan perspektif dari mikro.

Antropolog (sosiologi) Karl Polanyi dalam bukunya *The Great Transformation* (1947) memiliki perspektif yang kurang lebih sama dengan Max Weber, bahwa institusi ekonomi pada dasarnya terintegrasi di dalam sistem yang lebih luas yaitu sistem sosial. Bergulirnya institusi ekonomi melalui prinsip pasar (*market principle*), misalnya, tidak berdiri sendiri (*autonomous*) dari institusi sosial lainnya. Malahan sistem sosialah yang menjadi dasar sejauh mana gerak institusi ekonomi tersebut. Struktur sosial merupakan pendekatan yang paling banyak menarik perhatian para sosiolog untuk meneliti pasar. Alasannya pendekatan ini sangat representatif untuk mengkonstruksi teori sosiologi pasar (Nursyirwan, 1999 : 2).

Di zaman kolonial abad ke 19 dan 20 telah tercatat bahwa proses transformasi sosial ekonomi nagari ke dalam ekonomi pasar sudah berlangsung (Manan, 1995 : 49). Secara institusional paling tidak pasar tergambar bersama dengan keberadaan suatu nagari, dan konfederasi nagari, karena nagari senantiasa dilengkapi oleh sejumlah asetnya dan salah satunya adalah pasar nagari. Salah satu penunjukkan konkrit bahwa bagaimana pasar itu teridentifikasi pada nagari

adalah dari namanya. Jadi secara struktural institusional pasar tidak terlepas dari keberadaan struktur nagari (Dobbin, 1992 : 64).

Pasar adalah tempat orang berjual-beli. Menurut Prianto (2008; 10), pasar dijelaskan sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, saling tarik-menarik kemudian menciptakan harga barang di pasar. Pasar pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki aktivitas jual beli yang sederhana, terjadi tawar menawar dengan alat pembayaran berupa uang tunai. Pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomi, kebudayaan, politis, dan lain-lainnya., tempat pembeli dan penjual (atau penukar tipe lain) saling bertemu untuk mengadakan tukar-menukar (Frans Seda, 1981 : 10).

1.5.4. Penelitian Yang Relevan

Penelitian relevan dapat menginformasikan mengenai hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik yang akan diteliti. Hal ini juga berguna untuk menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Dalam penelitian relevan juga akan menjelaskan kedudukan penelitian dalam kajian yang sama (Afrizal, 2014: 122-123).

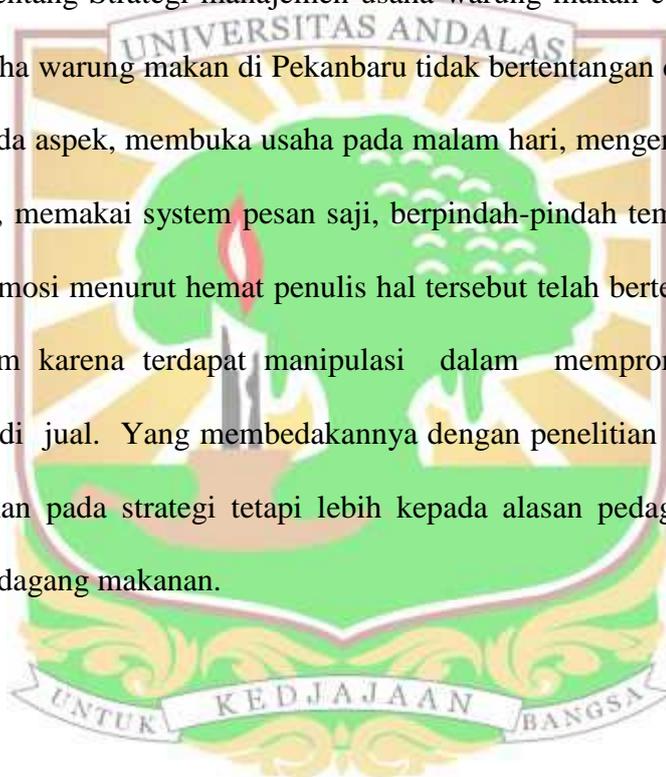
Penelitian mengenai alasan pedagang etnis Jawa dalam memilih jenis dagangan juga telah pernah diteliti pada Tesis Nursyirwan Effendi (1999) dengan judul “ Minangkabau Rural Markets : Trade and Traders In West Sumatera, Indonesia”. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang identitas atau *merk* dagang

dari berbagai etnis seperti Minang dan Jawa. Penelitian ini dilakukan di daerah Pekanbaru, yang mana penelitian ini menjelaskan jenis dagang yang pedagang minang dagangkan seperti rumah makan padang serta pedagang Jawa yang menjual makanan seperti bakso dan pecel lele. Adapun yang membedakannya dengan rencana penelitian ini adalah lebih fokus pada alasan pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung dalam memilih jenis dagangan, serta fokus kajian pedagangnya hanya terfokus pada pedagang etnis Jawa yang menjual berbagai makanan yang menjadi identitas daerahnya, serta fokus lainnya adalah berdagang bukan hanya karena identitas etnis saja tetapi memang memilih jenis dagangan berdasarkan kemampuan keterampilan serta modal usaha yang cukup.

Penelitian mengenai alasan pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung, Kecamatan Sitiung dalam memilih jenis dagangan pernah dilakukan sebelumnya pada Skripsi Stiawan (2005) dengan judul “Moral Ekonomi Pedagang Jawa di Pasar Blok B 1 (studi terhadap pedagang Jawa di pasar Blok B sit 1, Kanagarian Sitiung, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya)”. Penelitian ini fokus pada apa sebenarnya moral ekonomi, moral ekonomi adalah suatu analisa yang menyebabkan seseorang berperilaku, bertindak dalam kegiatan perekonomian. Dalam kondisi ini pedagang Jawa di pasar Blok B Sitiung 1 mengalami sebuah dilema yaitu memenuhi kewajiban moral kepada kerabat atau tetangga dan di satu pihak untuk mengakumulasikan modal dalam wujud barang atau uang. Adapun yang membedakannya dengan rencana penelitian ini adalah fokus penelitiannya, jika sebelumnya fokus kepada moral ekonomi pedagang Jawa sedangkan peneliti

kali ini ingin mengetahui alasan pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung dalam memilih jenis dagangan.

Penelitian mengenai alasan pedagang etnis Jawa dalam memilih jenis dagangan juga telah pernah diteliti sebelumnya pada skripsi Muhammad Syahri (2011) dengan judul “Strategi Manajemen Usaha Warung Makan Ditinjau Dari Ekonomi (Studi Pada Warung Makan Etnis Jawa Di Pekanbaru)”. Penelitian ini menjelaskan tentang Strategi manajemen usaha warung makan etnis Jawa dalam mengelola usaha warung makan di Pekanbaru tidak bertentangan dengan ekonomi Islam yaitu pada aspek, membuka usaha pada malam hari, mengembangkan usaha di tempat lain, memakai system pesan saji, berpindah-pindah tempat, akan tetapi dari aspek promosi menurut hemat penulis hal tersebut telah bertentangan dengan Ekonomi Islam karena terdapat manipulasi dalam mempromosikan menu makan yang di jual. Yang membedakannya dengan penelitian ini adalah fokus kajiannya bukan pada strategi tetapi lebih kepada alasan pedagang etnis Jawa memilih jenis dagang makanan.



1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Pendekatan Penelitian dan Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini menjelaskan alasan pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung memilih jenis dagang makanan. Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode

penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014:13). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 1998: 35).

Metode penelitian kualitatif dipilih dengan tujuan untuk mengupayakan suatu penelitian yang menggambarkan dengan sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dari suatu peristiwa, serta sifat-sifat tertentu. Jadi menurut peneliti metode ini sangat cocok digunakan dalam penelitian ini karena mampu menggambarkan permasalahan secara sistematis alasan pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung memilih jenis dagang makanan.

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka tipe yang dipakai dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif berisi gambaran tentang latar pengamatan, orang, tindakan dan pembicaraan. Tipe penelitian deskriptif berusaha untuk menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang diteliti yaitu alasan pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung memilih jenis dagang makanan. Dalam melakukan penelitian dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif ini, peneliti melihat dan mendengar

langsung semua peristiwa yang terjadi di lapangan. Kemudian mencatat selengkap dan seobjektif mungkin peristiwa dan pengalaman yang didengar dan dilihat oleh peneliti.

1.6.2. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan oleh peneliti untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi penelitian, karena itu diharapkan informan adalah orang yang benar-benar paham dengan segala situasi dan kondisi penelitian dan menguasai permasalahan penelitian (Moleong, 1998:90). Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam (Afrizal, 2014: 139). Untuk menggali dan mendapatkan informasi mengenai alasan pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung dalam memilih jenis dagang makanan di Kanagarian Sungai Duo, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya, maka peneliti memerlukan informan sebagai subyek penelitian, bukan sebagai obyek penelitian.

Informan yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pedagang etnis Jawa yang berjualan di pasar Koto Agung
2. Pengurus pasar Koto Agung
3. Pembeli atau konsumen dari suku Minang

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik tertentu yang tujuannya untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber dan menggali informasi yang menjadi dasar penulisan laporan (Moleong, 1998:3). Untuk

menentukan informan yang diambil, maka peneliti memakai teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber informasi. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang akan dijadikan informan penelitiannya sebelum penelitian dilakukan (Afrizal, 2014:140).

Alasan digunakan teknik *purposive sampling* karena mengingat banyaknya pedagang yang ada di pasar Koto Agung, oleh karena itu penetapan pedagang sebagai informan dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pedagang etnis Jawa yang berjualan berupa jenis dagangan yang seperti bakso, pecel ayam dan lele, tahu, dan tempe keripik
- b. Sudah berjualan kurang lebih 5 tahun

Dalam penelitian ini yang dijadikan informan adalah para pedagang atau pemilik warung yang menjual jenis dagangan makanan khas Jawa seperti tahu, bakso, tempe keripik, pecel lele dan ayam. Berdasarkan data yang dikumpulkan dilapangan ada 11 informan yang diambil dalam penelitian ini, kenapa 11 informan, karena dirasa 11 informan ini sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan peneliti dalam melakukan wawancara. 11 informan tersebut juga dipilih karena demi kecukupan data yang diperoleh oleh peneliti dan untuk menjawab tujuan penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Daftar Informan

No	Nama Informan	Umur	Jenis Dagang	Lama Berdagang
1.	Sukiman	64 tahun	Bakso	40 tahun
2.	Sumardi	50 tahun	Bakso	10 tahun
3.	Rohanti	34 tahun	Bakso	37 tahun
4.	Tumino	55 tahun	Bakso	38 tahun
5.	Katijo	49 tahun	Bakso	32 tahun
6.	Prapto	52 tahun	Pecel ayam	32 tahun
7.	Sukir	47 tahun	Pecel ayam	18 tahun
8.	Sutarmi	38 tahun	Pecel ayam	38 tahun
9.	Sumarno	58 tahun	Tempe Keripik	27 tahun
10.	Ramto	55 tahun	Tahu	7 tahun
11.	Suparni	59 tahun	Tempe Keripik	20 tahun

Sumber: Data Primer Januari 2017

Berdasarkan tabel diatas terdapat 11 informan pelaku yang diwawancarai. Dari 11 informan tersebut, 5 diantaranya menjual bakso, 3 orang menjual pecel ayam dan lele, 1 orang menjual tahu, dan 2 orang menjual tempe keripik.

Tabel dibawah merupakan data dari informan pengamat (triangulasi). Dimana triangulasi sebagai informan pengamat merupakan pengurus pasar serta pembeli yang bersuku Minang yang menyukai untuk membeli jenis dagang makanan dari masakan khas Jawa ini.

Tabel 1.3
Daftar Informan Pengamat

No	Nama	Usia	Suku	Status Pekerjaan
1.	Yasta Harifan	55 tahun	Minang	Ketua Pasar
2.	Sutarso	80 tahun	Jawa	Prasarana, Keamanan
3.	Lili	33 tahun	Minang	Pembeli
4.	Rina	37 tahun	Minang	Pembeli
5.	Marliswar	36 tahun	Minang	Pembeli

Sumber : Data Primer Maret 2017

1.6.3. Data yang Diambil

Sumber data adalah salah satu vital dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan berbeda dari yang diharapkan. Dalam penelitian untuk mendapatkan data atau informasi data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder (Bungin, 2001 : 129).

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan melalui dua sumber yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung saat proses penelitian berlangsung. Semua data primer diperoleh ketika melakukan wawancara mendalam dengan informan. Adapun data yang diambil adalah wawancara dengan para pedagang etnis Jawa di Pasar Koto Agung. Dengan demikian

yang menjadi sasaran penelitian adalah pemilik usaha dagang makanan khas Jawa yang menjual jenis dangang seperti bakso, pecel ayam dan lele, tahu, dan tempe keripik yang berada di Kanagarian Sungai Duo Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya yang masih tetap melakukan kegiatan berdagangnya sesuai dengan merek dagang yang mereka pilih.

2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu dengan mempelajari bahan-bahan tertulis, literature-literatur yang berkaitan, artikel, internet, hasil penelitian serta data statistik yang mempunyai relevansi dengan permasalahan penelitian. Data-data yang akan diperoleh dalam penelitian ini antara lain adalah data penduduk dari kantor wali nagari, serta data dari pengurus pasar, dan kasus-kasus yang serupa seperti yang sedang diteliti oleh peneliti. Sedangkan data sekunder didapatkan dari Wali Nagari, BPS, dan literature lainnya yang tentu memiliki keterkaitan dengan permasalahan penelitian ini.

1.6.4 . Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

1.Observasi

Teknik observasi merupakan metode paling mendasar untuk memperoleh informasi pada dunia sekitarnya. Teknik ini merupakan pengamatan secara langsung pada suatu objek yang diteliti. Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang berusaha menyoroti dan melihat serta mengamati fenomena sosial secara langsung dari setiap aktivitas subjek penelitian. Observasi

atau pengamatan merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan panca indra langsung terhadap objek, situasi maupun perilaku. Selain itu pengamatan merupakan teknik yang bebas dari kemampuan dan kemauan objek untuk melaporkan perilakunya. Pengamatan merupakan pengamatan langsung dan pengalaman merupakan guru yang terbaik, karena setelah melihat atau merasakan lalu dapat dipercaya kebenarannya. Pengamatan disini untuk mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana terjadi pada kenyataan sebenarnya dan peneliti dapat mengetahui situasi perilaku objek tersebut (Moleong, 1998:125).

Pertimbangan digunakannya teknik ini adalah bahwa apa yang orang katakan, sering kali berbeda dengan apa yang orang itu lakukan. Dengan observasi kita dapat melihat, mendengar dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi. Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian. Data observasi berupa data faktual, cermat dan terperinci tentang keadaan lapangan, observasi yang digunakan adalah observasi tidak terlibat yaitu penelitian memberitahu maksud dan tujuan pada kelompok yang diteliti (Ritzer, 2003:74).

Observasi langsung, guna memperoleh data serta kejelasan dan pertanggung jawaban data. Yang diobservasi adalah pencarian dan kepastian data. Observasi dilakukan di pasar Koto Agung Kanagarian Sungai Duo Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya. Observasi langsung telah dilakukan dari bulan Oktober sampai November untuk kelengkapan data awal.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan mengamati para pedagang dari Etnis Jawa yang menjual makanan khas Jawa tersebut, salah satunya adalah

pedagang bakso yang tidak hanya memiliki satu warung bakso saja tetapi juga memiliki dua warung bakso, dimana warung bakso yang pertama itu berada didalam pasar dan hanya buka pada hari pasar saja yaitu hari kamis. Sedangkan kios atau warung tetap beliau yang ada di pinggiran jalan buka tiap harinya dari mulai jam 10 pagi sampai jam 9 malam, terkadang lebih cepat, karena melihat banyaknya pembeli yang datang, sehingga dagangannya laku terjual dan cepat habis.

Observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa tidak semua pedagang makanan etnis Jawa menjual sendiri hasil dagangannya, tetapi ada juga yang mempekerjakan beberapa karyawan untuk membantu. Seperti halnya penjual bakso dan pecel ayam mereka memiliki karyawan untuk membantu menjual dagangan diwarung. Penjual tahu dan tempe keripik mengandalkan dan meminta bantuan keluarganya seperti anak dan istrinya tanpa mempekerjakan karyawan dalam memproduksi atau membuat tahu dan tempe keripik. Dengan demikian tidak semua penjual tempe keripik dan tahu memproduksi hasil produksinya, terkadang mereka membuat hasil produksi mereka sesuai dengan permintaan serta waktu yang mereka miliki, karena di daerah Sitiung ini kebanyakan tidak hanya melakukan satu pekerjaan saja yaitu berdagang, tetapi ada juga yang bekerja di sektor pertanian dan perkebunan.

Observasi selanjutnya dilakukan didalam pasar, dimana peneliti melihat siapa saja pembelinya yang berada di Pasar Koto Agung ini. Bagaimana mereka menawarkan dagangannya dan melayani pembeli. Observasi dilakukan pada pagi

dan siang hari karena mengingat jarak tempuh dari rumah peneliti ke pasar Koto Agung ini cukup jauh.

Setelah diamati para pembeli yang berada di Pasar Koto Agung berasal dari suku Jawa, Minang, dan Batak. Pedagang yang berada di pasar Koto Agung kebanyakan dari suku Minang, ada yang berasal dari Solok, Koto Baru, Sungai Rumbai, Silanggaung, dan daerah lainnya. Observasi ini dilakukan kepada pedagang yang menjual jenis dagang makanan, jenis makanan yang dijual oleh para pedagang etnis Jawa antara lain bakso, pecel ayam, tahu, dan tempe keripik. Serta mereka mulai membuka warungnya pada pukul 10:00-23:00WIB.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam disebut juga dengan istilah wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2013: 140).

Afrizal (2014: 20) mengatakan bahwa salah satu teknik pengumpulan data yang lazim dipergunakan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Dalam melakukan wawancara mendalam seorang peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail dengan alternatif jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan yang umum yang kemudian didetailkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara

untuk melakukan wawancara berikutnya. Mungkin ada sejumlah pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelum melakukan wawancara (sering disebut pedoman wawancara), tetapi pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak terperinci dan berbentuk pertanyaan terbuka (tidak ada alternatif jawaban).

Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap secara intensif dan berulang-ulang. Pada penelitian kualitatif, wawancara mendalam menjadi alat utama yang dikombinasikan dengan observasi partisipan (Bungin, 2010: 56).

Wawancara dengan informan dilakukan dengan mengunjungi warung dan juga rumah. Sebelumnya membuat janji dengan informan untuk melakukan wawancara dan menentukan dimana lokasi yang dijadikan sebagai tempat untuk melakukan wawancara mendalam beserta kapan waktunya. Apabila data tersebut belum cukup maka akan diadakan wawancara secara intensif dan berulang-ulang untuk memperkuat data yang diperlukan.

Ketika melakukan wawancara, terlebih dahulu peneliti memberitahukan maksud dan tujuan dari wawancara kepada informan. Setelah itu, barulah dimulai wawancara dengan berpedoman kepada pedoman wawancara sehingga peneliti dapat dengan baik menanyakan tentang hal-hal yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan catatan lapangan dengan menggunakan buku dan pena, *handphone*, atau alat perekam. Peneliti juga membuat catatan ringkas, berupa *point-point*, lalu sampai di rumah langsung dibuat catatan lapangan yang diperluas.

Wawancara dilakukan dengan informan yang memiliki usaha dengan jenis dagang makanan khas Jawa seperti bakso, pecel ayam dan lele, tahu, dan tempe keripik. Dimana berdasarkan data yang didapat dari pengurus pasar, bahwa sebanyak 19 unit pedagang yang menjual jenis makanan khas Jawa di pasar Koto Agung, Kanagarian Sungai duo, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya. Dari data yang didapat dari pengurus pasar ada sekitar 2 orang yang menjalankan usaha dagang makanan khas Jawa seperti bakso dan pecel ayam dikarenakan turun temurun, selebihnya ada beberapa macam alasannya, yaitu ada yang karena faktor ekonomi, kerja sampingan, untuk mengisi waktu luang saat tidak ada kerjaan, dan ada juga yang merupakan sumber utama penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi keluarganya. Pada awal wawancara dimulai, terlebih dahulu peneliti menanyakan identitas dan profil informan, maksud dan tujuan wawancara dan masuk ke *item-item* pertanyaan yang tertera pada pedoman wawancara.

Wawancara dimulai pada tanggal 20- 23 januari 2017 yakni pada pagi hari hingga sore hari di pasar Koto Agung, Kanagarian Sungai Duo, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya. Wawancara ulang dilakukan pada tanggal 23 maret 2017- 25 maret 2017 untuk kecukupan data, karena dirasa wawancara dibulan Januari belum cukup untuk melengkapi data-data sebelumnya. Ketika melakukan wawancara, terlebih dahulu peneliti memberitahukan maksud dari wawancara kepada informan. Kemudian barulah dimulai wawancara dengan berpedoman kepada pedoman wawancara sehingga peneliti dapat dengan baik menanyakan tentang hal-hal yang relevan dengan tujuan penelitian. selama

penelitian berlangsung peneliti berkunjung ke rumah dan warung dari para informan untuk melakukan suatu wawancara.

Wawancara dilakukan setelah ada kesepakatan bahwa data yang didapat hanya berguna untuk kepentingan penelitian. setelah diskusi panjang dan meyakinkan informan, sehingga dapat kesepakatan bahwa mereka bersedia diwawancarai dengan berbagai kesepakatan. Informan diwawancarai di rumah serta di warungnya, karena jikalau datang kerumah penjual bakso atau pecel ayam belum tentu mereka di rumah untuk itu dilakukannya wawancara ketika pemilik jenis dagangan makanan khas Jawa ini berada di warungnya.

Sementara itu untuk jadwal wawancaranya peneliti tidak begitu sulit menetapkan hari dan jamnya, karena peneliti telah melakukan observasi kapan kesibukan informan tiap harinya, jam berapa mereka selesai melakukan aktivitas dan kapan waktu luang yang panjang mereka sehingga tidak ada waktu batasan dalam penelitian. akan tetapi beberapa kesulitan yang ditemukan di lapangan oleh peneliti diantaranya adalah informan memiliki keterbatasan informasi terkait, kesulitan lainnya adalah ada informan yang tidak mau difoto karena merasa malu, selanjutnya kesulitan yang ditemukan adalah informan yang acuh atau cuek tidak ingin diwawancarai dan juga galak, serta ada juga yang takut untuk diwawancarai karena takut kalau peneliti akan menanyakan hal-hal yang tidak diinginkan. Salah satu curhatan dari pedagang bakso beliau mengatakan kalau ada pewawancara yang menanyakan hal-hal yang sangat mendetail yang ditakutkan dapat merugikan penjual tersebut.

Selanjutnya, untuk memvalidkan dan mendalami data maka peneliti melakukan triangulasi, triangulasi bukanlah alat atau strategi pembuktian, melainkan suatu alternatif pembuktian. Kombinasi yang dilakukan melalui multi-metode dalam hal bahan-bahan empiris, sudut pandang dan pengamatan yang teratur tampaknya menjadi suatu strategi yang baik untuk menambah kekuatan, keluasan, dan kedalaman suatu penelitian (Salim, 2006: 35). Triangulasi data berfungsi untuk mengecek kevaliditasan data, maka orang-orang yang dimintai informasi dalam penelitian ini yaitu pengurus pasar dan pembeli dari suku Minang yang suka membeli makanan khas Jawa ini seperti bakso, pecel ayam dan lele, tahu, dan tempe keripik.



Tabel 1.4
Teknik Pengumpulan Data

No.	Tujuan Penelitian	Informan	Data	Teknik
1	Mendeskripsikan profil pedagang makanan yang berada di pasar Koto Agung	Pedagang	-Asal daerah -Profesi atau pekerjaan sebelum transmigrasi	Wawancara mendalam
2	Pemetaan dan melihat jenis dagang yang dipilih a. Pemetaan b. Jenis dagang yang dipilih	a. Pengurus Pasar b. Pedagang	-Gambaran pemetaan -Jenis dagang yang dijual oleh pedagang	Wawancara mendalam dan Observasi
3.	Mendeskripsikan motif sebab (<i>because motive</i>) dan motif akibat (<i>in order to motive</i>) pedagang etnis Jawa dalam memilih jenis dagang makanan yang menjadi identitas daerah asal.	Pedagang	-Alasan memilih jenis dagang makanan berdasarkan <i>because motive</i> dan <i>in order to motive</i> -Tujuan berdagang jenis makanan	Wawancara mendalam

Sumber : Data Primer Januari 2017

1.6.5. Unit Analisis

Dalam suatu penelitian, unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain

objek yang diteliti ditentukan berdasarkan kejenuhan data sesuai dengan permasalahannya dan tujuan penelitian. Unit analisis dapat berupa individu, kelompok sosial, lembaga (keluarga, organisasi, negara) dan komunitas. Dalam penelitian ini unit analisisnya adalah individu yaitu pedagang yang memiliki jenis dagangan makanan khas Jawa, pedagang yang dimaksudkan adalah pedagang etnis Jawa yang menjual jenis dagangan berupa bakso, pecel ayam dan lele, tahu, dan tempe keripik yang berada di Pasar Koto Agung, Kanagarian Sungai Duo, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya dalam memilih jenis dagangan.

1.6.6. Analisis Data

menurut Afrizal (2014: 176) analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari pengumpulan data sampai pada tahap penulisan laporan. Menurut Miles dan Huberman (1992: 16-19) dalam Afrizal (2014: 174) analisis data kualitatif adalah mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Reduksi data diartikan sebagai kegiatan pemilihan data penting dan tidak penting dari data yang telah terkumpul. Penyajian data diartikan sebagai penyajian informasi yang telah tersusun. Kesimpulan data diartikan sebagai tafsiran atau interpretasi terhadap data yang telah disajikan.

Dalam tahap penulisan ini, data yang diperoleh peneliti dengan menggunakan berbagai teknik khususnya dari hasil wawancara mendalam yang dituliskan dan direkam oleh peneliti, kemudian dibuat transkrip wawancaranya dengan mengubah data berupa rekaman menjadi data yang tertera dalam bentuk

uraian tertulis. Data yang diperoleh peneliti tentang alasan pedagang etnis Jawa di Pasar Koto Agung memilih jenis dagang makanan dari semua informan yang dipilih, kemudian dibaca berulang-ulang oleh peneliti untuk mendapatkan gambaran hasil yang jelas, setelah itu baru peneliti mengambil data yang perlu dan membuang data yang tidak perlu (mereduksi data).

Setelah data tersebut direduksi, peneliti melakukan penyajian data bentuk penulisan data yang telah dipilah sebelumnya. Kemudian pada tahap verifikasi (simpulan), peneliti mulai menuliskan hasil penelitian yang didapatkan di lapangan untuk mengantarkan peneliti dalam merumuskan sebuah kesimpulan tentang alasan para pedagang etnis Jawa di pasar Koto Agung yang memilih jenis dagang makanan. Pelaksanaan analisis data dalam penulisan ini dengan konsep Miles dan Huberman, dilakukan dengan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan, perhatian, pengabstraksian dan pentranformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan dari awal sampai akhir penelitian. Disini peneliti mendengarkan dan membaca lagi hasil wawancara di lapangan selanjutnya membuang hasil wawancara yang tidak berhubungan dengan penelitian.

2. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok satu, kelompok dua dan seterusnya. Peneliti juga melakukan display

data secara sistematis agar lebih mudah untuk dipahami data diklasifikasikan berdasarkan tema-tema inti sehingga mudah dalam penyajiannya.

3. Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi

Kesimpulan yang diambil ditangani secara longgar dan tetap terbuka sehingga kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan maksud, menguji kebenaran, kekokohan dan kecocokannya sehingga lebih mudah dalam menarik kesimpulannya.

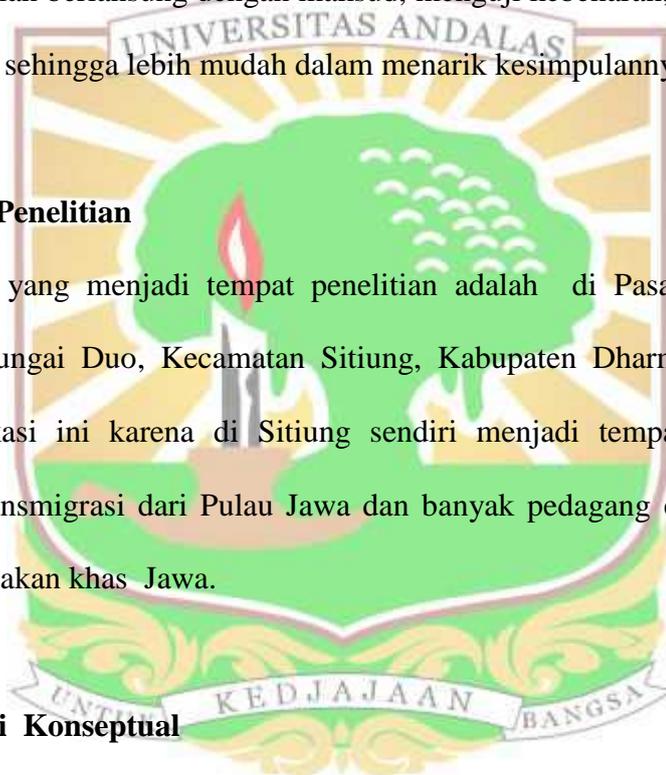
1.6.7. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi tempat penelitian adalah di Pasar Koto Agung, Kanagarian Sungai Duo, Kecamatan Sitiung, Kabupaten Dharmasraya. Alasan pemilihan lokasi ini karena di Sitiung sendiri menjadi tempat utama orang melakukan transmigrasi dari Pulau Jawa dan banyak pedagang etnis Jawa yang berjualan masakan khas Jawa.

1.6.8. Definisi Konseptual

1. Dagang

Dagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan berniaga yaitu jual-beli (<http://kbbi.web.id/dagang>).



2. Identitas Merek (Brand Identity)

Pembedaan antara produk dan merek menurut Susanto (2003:1) dapat dipakai sebagai panduan untuk memperjelas tentang identitas. Produk meliputi ruang lingkup, atribut, kualitas, dan penggunaan. Sedangkan merek meliputi simbol, kepribadian merek, segala asosiasi terhadap organisasi, negara asal, pencitraan oleh pengguna, manfaat ekspresi diri, manfaat emosional, dan hubungan antara merek dan pelanggan.

3. Pasar

Menurut Kotler, Pasar adalah suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.

4. Etnis

Etnis adalah penggolongan manusia berdasarkan kepercayaan, nilai, kebiasaan, adat istiadat, norma, bahasa, sejarah, geografis, dan hubungan kekerabatan (Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang No. 4 tahun 2008).

1.6.9. Jadwal Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sejak dimulai dengan survei awal pada Agustus 2016, dilanjutkan dengan pembuatan proposal pada bulan Oktober dan melakukan seminar proposal pada bulan Desember 2016, sampai pada berakhirnya tahap pembuatan skripsi. Proses penelitian yang telah dilakukan merupakan suatu lanjutan penelitian dari data awal yang didapatkan ketika survey awal dilakukan. Data-data awal yang didapatkan dikembangkan lebih lanjut dilapangan melalui wawancara mendalam dan dukungan data sekunder sehingga

data tersebut bisa dituliskan sebagai sebuah skripsi. Jadwal penelitian ini dibuat sebagai pedoman pelaksanaan dalam penelitian penulisan karya ilmiah (skripsi) ini. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, dari bulan Januari 2017 sampai Juli 2017, untuk lebih jelas dipaparkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.5
Jadwal Penelitian

Uraian Kegiatan	2017						
	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Jun	Jul
Mengurus Surat Izin Penelitian	■						
Membuat Pedoman Wawancara		■					
Penelitian Lapangan		■					
1. Mengunjungi informan	■	■					
2. Wawancara Mendalam	■	■	■				
3. Observasi	■	■	■				
Analisis Data		■					
4. Reduksi Data		■	■				
5. Penyajian Data		■	■				
6. Penarikan Kesimpulan		■	■				
Penulisan Draft Skripsi				■	■	■	
Bimbingan Skripsi				■	■	■	■
Ujian Skripsi							■