

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam etnis dan budaya, salah satunya etnis Minangkabau. Masyarakat Minangkabau terkenal dengan perdagangannya, oleh sebab itu dominan profesi mereka kebanyakan di sektor perdagangan. Hal ini tampak dalam ungkapan sebuah pepatah "*elok jadi kapalo samuik dari pado ikua gajah*" (lebih baik menjadi pemimpin dari kelompok kecil dari pada masuk dalam kelompok besar namun hanya jadi bawahan) ungkapan ini menjelaskan prinsip masyarakat Minangkabau yang lebih memilih bekerja secara mandiri (memimpin usaha miliknya sendiri). Dengan berdagang, orang Minangkabau bisa menjalankan kehidupan sesuai dengan keinginannya, bisa memenuhi ambisinya, dan dapat hidup bebas tanpa ada pihak yang mengekang (Vanessa, 2021). Bahkan masyarakat Minangkabau diidentifikasi sebagai salah satu pelaku wirausahaan di Indonesia dengan kultur yang unik dan historis mendorong berkembangnya kewirausahaan (Elfindri, dkk, 2010).

Etnis Minangkabau berasal dari pulau Sumatera, tepatnya di Provinsi Sumatera Barat, masyarakat Minangkabau sendiri tidak hanya mendiami Sumatera namun juga mendiami berbagai wilayah yang ada di Indonesia bahkan hingga sampai ke luar negeri sebagai pedagang dan profesi lainnya. Pada awalnya hal ini terjadi karena kurangnya bahan alam akhirnya terjadi budaya merantau, dan didalam tradisinya anak laki-laki yang tidak boleh tinggal di rumah, tinggal di surau merupakan salah satu cara untuk mendapatkan modal di rantau sesuai dengan

pepatah "karatrau madang di hulu, babuah babungo banlun, marantau bujang dahulu di rumah paguno balun" yang memiliki arti jika di kampung belum bisa berbuat banyak untuk orang sekitar sebaiknya merantau dahulu (Naim, 2013) karena perkembangan zaman budaya merantau tidak hanya dilakukan oleh laki-laki saja tapi sekarang perempuan juga melakukan budaya merantau untuk mendapatkan pengalaman dan uang. Uang yang mereka dapatkan dari hasil perantauannya kelak akan dijadikan sebagai modal usaha yang akan mereka bangun di kampung halaman. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya masyarakat Minangkabau yang dominan menjadikan berdagang sebagai sumber mata pencaharian mereka, dapat dilihat dari banyaknya wilayah di Sumatera Barat yang menjadikan pasar sebagai pusat perekonomian wilayah, beberapa kota yang menjadikan pasar sebagai pusat perekonomian wilayahnya seperti Kota Padang, Kota Bukittinggi, dan Kota Payakumbuh.

Sebagai suatu suku bangsa yang berbudaya kolektivitas, masyarakat Minangkabau cenderung patuh pada tradisi dan adat istiadat dan saling dukung terutama dalam konteks *in-groups* seperti sanak saudara *extended families*. Gabriel et al. (2007) menekan bahwa pada masyarakat yang terikat dengan adat istiadat dan saling terhubung satu sama lain, maka akumulasi itu akan melahirkan suatu modal berharga yaitu modal sosial. Modal sosial bisa didefinisikan sebagai aset, sumber daya, atau kemampuan yang berasal dari kepercayaan (*trust*), timbal balik (*reciprocity*), niat baik (*goodwill*) dan pengetahuan dari suatu jaringan yang sudah terdefinisi dengan jelas (Woolcock, 1998). Masyarakat Minangkabau

memiliki kemampuan berdagang sebagai modal sosial yang akan diturunkan kepada keturunannya.

Kemampuan berdagang seorang pedagang Minangkabau diturunkan atau diajarkan melalui keterbiasaan, seorang pedagang akan mendidik anak mereka melalui keterlibatan langsung padahal usaha(perdagangan) dipelajari tanpa pendidikan namun dari keterampilan yang dapat dimiliki dari penerapan nilai-nilai kewirausahaan.

Dari observasi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa para pedagang tidak menuntut anak mereka untuk menjadi pedagang, namun memberikan pilihan tersebut kepada anak mereka sendiri. Anak yang memutuskan ikut berdagang merupakan anak yang tidak ingin untuk melanjutkan pendidikan lebih tinggi hingga akhirnya pedagang menawarkan kepada anaknya untuk meneruskan usaha mereka. Dilihat dari usaha pedagang telah melakukan usaha mereka secara turun menurun dan terus-menerus melanjutkan usaha yang telah orang tua mereka dirikan, namun juga ada pedagang yang mengalami perubahan usaha milik mereka karena beberapa alasan salah satu contohnya karena keuntungan yang lebih besar. Oleh sebab itu, para pedagang mempersiapkan salah satu maupun seluruh anaknya yang memiliki ketertarikan dalam berwirausaha untuk mampu melakukan usaha berdagang secara mandiri di masa depan.

Dalam proses mengajarkan anak untuk menjadi pedagang orang tua biasanya membawa anaknya ikut berdagang di toko milik mereka, dalam proses ini sesungguhnya pedagang ingin menjadikan anaknya seorang wirausaha yang tangguh agar kelak mampu untuk meneruskan usaha yang di miliki keluarganya,

namun untuk menjadi seorang pedagang tangguh atau jadi seorang wirausaha yang sukses tentu harus memiliki nilai-nilai atau memahami dan menerapkan nilai-nilai kewirausahaan.

Pada dasarnya nilai kewirausahaan ini bukan sekedar pengetahuan teknik atau keterampilan, tetapi lebih berorientasi pada sikap mental melalui proses diri dengan praktik dan pengalaman karena dorongan motivasi dari diri sendiri. Dengan bekal sikap mental itulah diharapkan muncul gagasan, ide, dan pemikiran anak dalam menghadapi kehidupan berdagangnya.

Keluarga berperan penting dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam diri seorang pedagang. Dari sinilah seseorang pertama kali mengenal lingkungan sosial dan budaya, juga mengenal keluarga hingga mengenal dirinya sendiri. Dalam pembentukan kepribadian pedagang dipengaruhi oleh bagaimana cara orang tua memberikan pendidikan kepada anaknya baik kebiasaan, teguran, nasehat, perintah, atau larangan. Keluarga memiliki peranan penting dalam penerapan nilai kepada anak, seperti menerapkan nilai-nilai kewirausahaan yang sudah dimiliki oleh keluarganya.

Keluarga merupakan suatu unit sosial terkecil dalam suatu masyarakat, dan keluarga merupakan kelompok sosial pertama dalam kehidupan manusia. Keluarga merupakan suatu kesatuan sosial terkecil yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak yang diawali oleh pernikahan. Ikatan keluarga pada dasarnya didahului dengan adanya perkawinan. Meskipun seorang laki-laki dan perempuan sudah tinggal bersama di dalam suatu rumah, namun jika belum didahului oleh perkawinan, belum dapat dikatakan sebagai keluarga. Menurut Suwardiman (Sofiyoto, 2013), ada beberapa

faktor seorang individu membentuk suatu keluarga, di antaranya untuk memenuhi kebutuhan biologis, untuk memenuhi kebutuhan sosial, status penghargaan, untuk pembagian tugas (mendidik anak, mencari nafkah), dan demi hari tua kelak (pemeliharaan di hari tua).

Lingkungan keluarga merupakan tempat yang sebagian besar anak-anak lewati untuk berinteraksi. Melalui keluarga edukasi terjadi dalam interaksi yang terjadi di dalamnya. Nilai-nilai yang dianut oleh anak-anak diajarkan atau ditularkan baik secara sadar maupun tidak sadar melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan bersama. Upaya yang dapat dilakukan keluarga dalam menumbuhkan nilai-nilai kewirausahaan anak dapat dilakukan secara verbal dan dengan melibatkan anak dalam berbagai kegiatan ekonomi keluarga yang akan menimbulkan persepsi positif dan pada akhirnya akan menimbulkan motivasi kewirausahaan (Majdi, 2012). Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bongsu, bahwa pendidikan di lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap motivasi untuk berwirausaha (Bongsu, 2017). Selain itu sebagian besar wirausahawan cenderung belajar dari pengalaman ikut orang tua atau keluarga (Fathorahman, 2011). Dalam pemahaman tentang sebuah nilai yang dianut oleh keluarga terbentuk melalui penerapan yang berlaku didalam sebuah keluarga itu sendiri. Dikaitkan dengan kewirausahaan lingkungan keluarga sangat penting perannya. Menurut penelitian, sebagian besar wirausahawan yang sukses, ternyata muncul atau dilahirkan dari keluarga yang wirausahawan juga (Bali Pos, 2008). Hal ini terjadi karena didalam keluarga wirausaha yang membudayakan kewirausahaan melalui

kebiasaan. Dengan kata lain, keluarga yang berkecimpung di dunia usaha mengajak keluarganya untuk terlibat didalamnya.

Penerapan merupakan konsep yang harus dipahami dan diterapkan secara konsisten dalam berbagai aspek kehidupan. Keluarga pedagang menerapkan bagaimana mental yang dimiliki seorang pedagang dan bagaimana sikap yang harus dimiliki oleh seorang pedagang, penerapan didalam keluarga pedagang terjadi melalui perintah maupun dari permintaan orang tua kepada anak didalam keluarga, permintaan ataupun perintah itu mendatangkan sikap dan mental seorang pedagang.

Penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang dapat menjadi cara yang efektif untuk memperkenalkan anak pada kewirausahaan. Menurut beberapa ahli berpendapat bahwa, penerapan adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya. Penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan, baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Penerapan membentuk anak menjadi seorang pedagang nantinya yang akan meneruskan usaha keluarga, diharapkan anak mampu menilai dan memahami bagaimana nilai-nilai kewirausahaan berperan penting dalam diri seorang pedagang yang baik, disini orang tua berperan penting dalam menerapkan nilai-nilai pada anaknya. Dari penerapan yang diberikan oleh orang tua pada anaknya diharapkan seorang anak mampu menerapkan nilai-nilai kewirausahaan.

Pedagang yang berpengalaman dapat berbagi pengalaman mereka dalam memulai dan menjalankan usaha dagang, serta memberikan contoh-contoh yang baik tentang keterampilan dan sikap kewirausahaan. Dimulai dengan membuat anak terlibat langsung pedagang dapat meminta bantuan anak dalam menjalankan pekerjaan sederhana, seperti membantu menjual produk, mengelola uang, atau membuat produk sederhana, ini akan membantu anak mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan menumbuhkan rasa percaya diri mereka.

Dari keterlibatan langsung di lapangan yang dilakukan seorang anak dalam kegiatan dagang orang tuanya, membuat anak merasakan, memahami dan menilai habitusional mereka. Dari kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang yang memiliki pola yang bisa dipahami hingga menjadi kebiasaan, kebiasaan-kebiasaan itu yang nantinya akan menjadi pengalaman seorang pedagang yang diturunkan secara terus menerus dari generasi ke generasi keluarga pedagang. Sesuai dengan Metode berfikir Orang Minangkabau yang bersifat metaforikal karena sifat alam dimetaforakan kepada perilaku kehidupan sehari-hari sehingga dikenal filosofi Minang (*Alam Takambang Jadi Guru*) alam dikembangkan sebagai guru. Menurut filosofi ini, orang Minang tidak bisa terlepas dari alam beserta elemennya karena pada hakikatnya manusia tidak bisa hidup sendiri melainkan membutuhkan pasangan, seperti siang berpasangan dengan malam, langit dan bumi, dan air dengan api. Sebagai bagian dari alam, manusia mempunyai kemampuan untuk belajar dan membaca tanda-tanda yang disampaikan oleh alam (Hadijah, 2019).

Melalui penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang, pedagang diharapkan mampu mengembangkan keterampilan dan sikap

kewirausahaan yang membantu mereka di masa depan. Pedagang akan menjadi lebih mandiri, kreatif, dan inovatif, serta memiliki kemampuan untuk memulai dan menjalankan usaha mereka sendiri maupun meneruskan usaha orang tua mereka.

Bertahan dan berkembangnya suatu usaha tentulah melalui praktek penerapan pengembangan nilai-nilai kewirausahaan seperti nilai kepemimpinan, berorientasi pada nilai dan hasil, berorientasi pada masa depan, berani mengambil resiko, percaya diri, dan inovatif. Peran orang tua dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan penting diteliti mengingat berdagang jadi profesi dominan masyarakat Minangkabau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdagang adalah sumber mata pencaharian utama atau sampingan bagi masyarakat Minangkabau, dalam berdagang dibutuhkan keahlian dan mental berdagang untuk itu dibutuhkan nilai-nilai kewirausahaan yang harus dimiliki oleh seorang pedagang dari nilai-nilai kewirausahaan pedagang dapat mengembangkan usaha milik mereka. Nilai-nilai kewirausahaan bisa dipahami melalui penerapan yang terjadi didalam keluarga, penerapan nilai-nilai kewirausahaan didapat melalui peran orang tua yang memberikan pengarahan bagaimana sikap dan mental seorang pedagang.

Keluarga berperan penting dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan didalam keluarga pedagang. Dengan demikian menarik untuk mengkaji lebih dalam **“Bagaimana peran orang tua dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan pada keluarga pedagang?”**

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mendeskripsikan peran orang tua dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan pada keluarga pedagang.

2. Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan peran orang tua dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan pada keluarga pedagang.
2. Mengidentifikasi bentuk-bentuk kendala dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan yang terjadi dalam keluarga pedagang.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mahasiswa atau khalayak umum dalam perkembangan ilmu sosial khususnya ilmu sosiologi tentang kajian sosiologi pasar dan sosiologi keluarga.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya, serta bahan diskusi dan informasi bagi pedagang tentang penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Penerapan

Kata penerapan berasal dari kata dasar terap yang mana artinya menjalankan suatu kegiatan, kemudian menjadi suatu proses, cara menjalankan atau melakukan sesuatu, baik yang abstrak atau sesuatu yang kongkrit. Penerapan secara bahasa

mempunyai arti cara atau hasil. Penerapan merupakan suatu hal yang dilakukan dan diterapkan. Ada banyak pengertian para ahli yang menjelaskan tentang arti dan maksud dari penerapan.

Menurut Wahab penerapan adalah suatu keputusan yang dituangkan melalui tindakan oleh seseorang atau sekelompok golongan untuk diarahkan agar mencapai tujuan yang sudah diputuskan. Penerapan juga merupakan melaksanakan sesuatu yang dipraktekkan ke dalam lingkungan sekitar. Sedangkan Menurut Mulyadi penerapan mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan.

1.5.2 Nilai-nilai Kewirausahaan

Karakteristik dalam kewirausahaan masing-masing memiliki makna dan perngai tersendiri yang disebut nilai. Menurut Milton berkenaan dengan konsep nilai, ia membaginya menjadi dua, yaitu nilai sebagai sesuatu yang dimiliki seseorang dan nilai sebagai sesuatu yang berkaitan dengan objek. Sidharta Poespadibrata berpendapat watak seseorang merupakan sekumpulan data yang bisa dipandang sebagai sistem nilai. Oleh karena itu, karakteristik yang terdapat pada kewirausahaan sekaligus menjadi ciri-cari dari kewirausahaan dapat dipandang sebagai sistem nilai kewirausahaan. Nilai kewirausahaan tersebut identik dengan sistem nilai yang melekat pada sistem nilai menejer. Andreas A. Danandjaja, Andreas Budiharjo, dan Sidharta Poespadibrata membagi dua sistem nilai menejer; sistem nilai pribadi, dan sistem nilai kelompok atau organisasi. Dalam sistem nilai pribadi terdapat empat jenis nilai diantaranya; nilai primer pragmatik, nilai primer moralistik, nilai primer afektif, dan nilai bauran. Berdasarkan karakteristik

kewirausahaan yang telah disebutkan, maka diperoleh nilai-nilai kewirausahaan sebagai berikut:

1. Percaya Diri Kepercayaan diri merupakan suatu panduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas dan pekerjaan. Dalam praktik kewirausahaan, sikap kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan yang diperlukan untuk memulai, melakukan dan menyelesaikan tugas yang dihadapi. Oleh karena itu, seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk menyelesaikan dan mencapai keberhasilan.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil nilai ini berarti selalu ingin mencari dan memulai sesuatu. Dalam memulai diperlukan adanya niat dan tekad yang kuat serta karsa yang besar. Sehingga dalam memulai dapat menentukan hasil pencapaian yang menjadi tujuan.
3. Keberanian mengambil resiko wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari pada usaha yang kurang menantang. Usaha yang penuh dengan resiko akan melahirkan ide-ide baru serta inovasi yang mengarah pada pengembangan diri.
4. Kepemimpinan Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan. Nilai kepemimpinan akan mempengaruhi perusahaan dalam mengeksplorasi kreatifitas dan inovasi terhadap perkembangan yang akan dicapai.
5. Berorientasi ke masa depan orang yang memiliki nilai ini adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena dengan memiliki

pandangan yang jauh ke masa depan, akan semakin mendorong diri untuk terus berkembang.

6. Nilai inovatif merupakan unsur keorsinilan seseorang. Wirausaha inovatif adalah orang yang kreatif dan melahirkan cara-cara baru yang lebih baik dalam berwirausaha.

1.5.3 Pedagang

Pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa dipasar (Pemkot Yogyakarta, 2009). Menurut pandangan sosiologi ekonomi menurut Drs. Damsar, MA membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/sumber utama dana satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- b. Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
- c. Pedagang Subsistensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.

d. Pedagang Semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak di harapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Pedagang adalah orang atau instusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

1.5.4 Keluarga

Keluarga merupakan unit terkecil dalam masyarakat yang menurut tipenya terbagi atas dua yaitu keluarga batih yang merupakan satuan keluarga yang terkecil yang terdiri atas ayah, ibu, serta anak *nuclear family* dan keluarga luas *extended family* (Rustina, 2022). Sedangkan menurut Ahmadi, keluarga merupakan suatu sistem kesatuan yang terdiri dari anggota-anggota yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu sama lain (Ahmadi, 2002). Pendapat ini sejalan dengan ungkapan Suparlan yang mengatakan bahwa hubungan antara anggota dijiwai oleh suasana kasih sayang dan rasa tanggung jawab (Suparlan, 1993). Karena itu Vembriarto mengemukakan bahwa keluarga adalah kelompok sosial yang terdiri dari ayah, ibu dan anak-anak yang mempunyai hubungan emosi dan tanggung jawab dan memelihara yang menimbulkan motivasi dan bertanggung jawab (Vembriarto, 1982).

1.5.5 Pasar

Pasar merupakan salah satu pranata sosial yang menggerakkan produksi, distribusi, dan konsumsi suatu barang dan jasa dalam masyarakat. Pasar tidak saja dilihat dari *market-place* tapi pasar bisa dilihat dari aktivitas dan hubungan-hubungan sosial yang terbentuk antar aktor di dalamnya. Menurut Apers(2009) pasar tidak muncul secara sendiri(alamiah) tetapi dibuat oleh manusia(*man-made*).

Pasar adalah kekuatan permintaan dan penawaran, tempat penjual yang ingin menukar uang dengan barang dan jasa. Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam intitusi ekonomi, bahkan kebanyakan fenomena ekonomi berhubungan dengan pasar. Disamping itu juga, pasar merupakan salah satu penggerak utama dinamika kehidupan ekonomi. Adanya pasar terjadi karena pertemuan antara penjual dan pembeli dalam konteks persaingan(Damsar dan Indrayani., 2013).

Dalam masyarakat terdapat pasar yang berhubungan dengan budaya dimana dari waktu ke waktu adanya perubahan, baik itu tren pakaian, makanan, mobil,, musik, dan produk lainnya yang berganti sesuai dengan selera pasar yang berubah-ubah. Jadi tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat itu mengalami perubahan pasar itu sendiri akibat adanya budaya itu sendiri yang turut mempengaruhi masyarakat.

1.5.6 Tinjauan Sosiologis

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori pengambilan peran (*role-taking*) dari George Herbert Mead. Menurut Mead pengambilan peran adalah suatu usaha untuk memainkan perilaku yang diharapkan dari seorang yang benar-benar memegang peranan yang diambilnya. Untuk menempatkan diri di tempat orang lain

untuk memahami bagaimana orang lain berperasaan dan mengantisipasi bagaimana orang tersebut akan bertindak.(Paul B. Horton, 1996)

Melalui kesadaran tentang peran, perasaan, dan nilai-nilai orang lain inilah konsep generalisasi orang lain mengambil bentuk dalam benak kita. Ini adalah suatu bentuk peran-peran yang dimainkan orang lain dan bentuk harapan-harapan tentang kita yang mereka miliki. Dengan mengambil peran generalisasi orang lain secara berulang-ulang, seseorang mengembangkan konsep diri konsep mengenai orang macam apa dia. Di kala mereka mengembangkan kemampuan ini, anak-anak mula-mula hanya mampu mengambil peran orang lain yang signifikan *significant other*.

Dari penjelasan diatas, penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga cocok dikaji dengan teori pengambilan peran. Karena didalam teori pengambilan peran seseorang didalam keluarga akan mengambil peran dari orang yang berpengaruh didalam hidupnya yaitu keluarga, pengambilan peran membutuhkan kesadaran didalam diri yang berhubungan dengan harapan dari keluarganya, peran yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada pekerjaan yang dimiliki oleh keluarga, pekerjaan dalam penelitian ini adalah pedagang. Dalam penelitian ini mengkaji bagaimana penerapan nilai-nilai kewirausahaan terjadi didalam keluarga pedagang, bagaimana peran keluarga dalam menerapkan nilai-nilai kewirausahaan dengan memahami bagaimana peran keluarga dalam penerapan nilai-nilai kewirausahaan.

1.5.7 Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan merupakan acuan bagi peneliti dalam membuat penelitian. Penelitian yang relevan ini berisikan tentang penelitian orang lain yang dijadikan sebagai sumber atau bahan dalam membuat penelitian.



Tabel 1. 1
Penelitian Relevan

| No. | Nama | Judul Penelitian | Tujuan penelitian | Metode penelitian | Hasil |
|-----|---|---|---|--|---|
| 1. | Risna Resnawaty, Nunung Nurwati, Soni A. Nulhaqim (2020) Jurnal Program Studi Kesejahteraan Sosial FISIP Unpad | Sosialisasi prinsip kewirausahaan sejak usia remaja di desa cintamulia Kabupaten Sumedang | Untuk membantu perubahan pola pikir mempersiapkan sumberdaya terutama siswa mempunyai mental wirausaha. | Metode penelitian yang di gunakan penelitian kuantitatif | Penelitian penanaman nilai-nilai tersebut dilaksanakan melalui berbagai kegiatan dan strategi yang sesuai dengan karakteristik anak. Sosialisasi Program Penerapan Prinsip Kewirausahaan Sejak usia merupakan proses untuk perubahan pola pikir mempersiapkan sumberdaya terutama siswa mempunyai mental wirausaha. |
| 2. | Idris, Fatiya Rosyida, Khofifatu R. Adi (2020) Jurnal FISIP Universitas Negeri Malang | Internalisasi nilai-nilai kewirausahaan etnis madura | Untuk mengungkap bagaimana proses internalisasi nilai-nilai kewirausahaan terhadap keluarga. | Metode kualitatif | Penelitian ini menggambarkan bagaimana internalisasi nilai-nilai kewirausahaan dalam etnis madura, penelitian ini menemukan internalisasi nilai kewirausahaan dilakukan dengan keteladanan dan keterlibatan serta pembiasaan kepada anak. |
| 3. | Muarifah (2021) | Penerapan etika kewirausahaan islam | Untuk mengetahui penerapan etika | Metode kualitatif | Penelitian ini memperlihatkan bagaimana etika pedagang di pasar PEKkabata Pinrang |

| | | | | | |
|----|---|--|---|-------------------|--|
| | Skripsi Program Studi Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN | pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang. | kewirausahaan islam pada pedagang pasar rakyat di Pekkabata Pinrang. | | dan bagaimana penerapan etika kewirausahaan yang mereka alami dan mengidentifikasi factor penghambat penerapan etika kewirausahaan islam. |
| 4. | Nabila Bahar, Thamrin Tahir, Muhammad Hasan, Innana, Tuti Supatminingsih (2024) Pendidikan Ekonomi FEB Universitas Negeri Makasar | Analisis pola pendidikan ekonomi orang tua dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada keluarga petani Jeneponto | Untuk mengetahui bagaimana cara menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada keluarga petani di Desa Lentu Kecamatan Bontoramba. | Metode Kualitatif | Penelitian ini memperlihatkan pola pendidikan ekonomi yang diterapkan orang tua dari pola pendidikan otoriter yang memberikan peraturan ketat, sanksi dan paksaan sesuai dengan keinginannya. Terdapatnya tantangan orang tua dalam pendidikan jiwa ekonomi dalam keluarga seperti perbedaan pandangan dan keengganan anak membantu pekerjaan orang tua. |



Berdasarkan penelitian relevan di atas, dapat disimpulkan persamaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dan menggunakan teori yang sama yaitu teori sosialisasi. Sedangkan perbedaan yang ada adalah metode di salah satu penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teori kewirausahaan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti mengungkapkan apa yang didengar dan dirasakan melalui kata-kata atau pernyataan dalam bentuk deskriptif tidak melalui data-data statistik. Hal ini sama dengan apa yang diungkapkan oleh (Afrizal, 2014:13) penelitian kualitatif ini merupakan metode dari penelitian ilmu sosial dengan mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata dan perbuatan manusia di mana peneliti tidak boleh mengkuantitatifkan data yang diperoleh di lapangan serta tidak menganalisis angka-angka. Pada penelitian ini peneliti akan mencari jawaban Bagaimana peran nilai-nilai kewirausahaan di dalam keluarga pedagang. Sesuai dengan tujuan penelitian maka tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penggunaan pendekatan ini akan memberikan peluang kepada peneliti untuk mengumpulkan data-data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi guna menggambarkan subyek penelitian (Moelong, 1998:6).

Penelitian dengan menggunakan metode ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran mendalam, sistematis faktual dan akurat mengenai data yang di dapat dari lapangan tentang peran nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang di Kota Payakumbuh baik itu berupa hasil wawancara, catatan lapangan, dan foto-foto yang diambil di lapangan.

1.6.2 Informan Penelitian

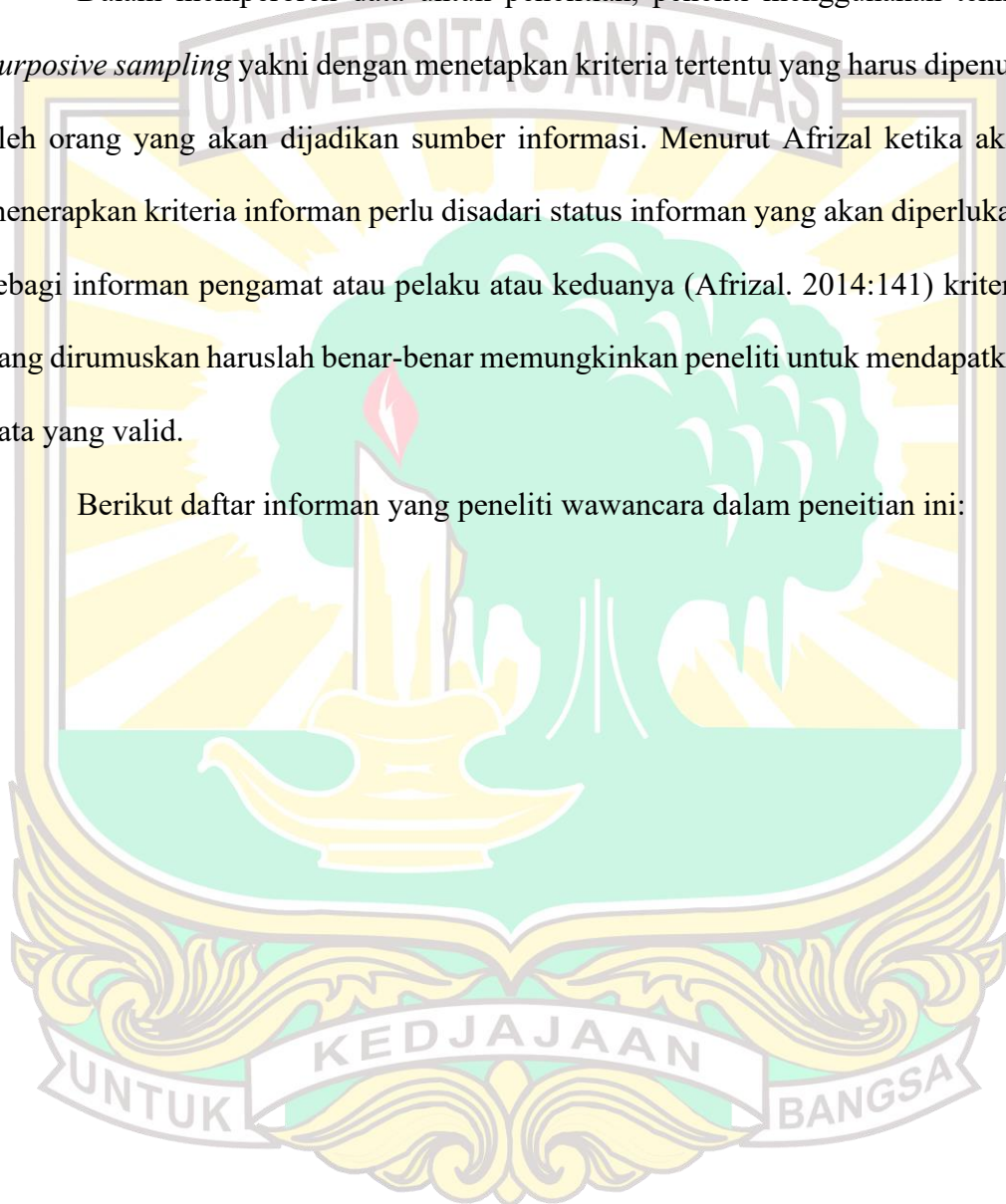
Informan penelitian merupakan orang yang berpengaruh dalam sebuah penelitian yang nantinya akan memberikan informasi terkait pertanyaan-pertanyaan penelitian kepada peneliti. Menurut (Afrizal, 2014 : 139) informan penelitian itu dapat memberikan informasi yang berasal dari dirinya sendiri dan dari kejadian yang telah terjadi. Ia mengkategorikan informan penelitian menjadi dua yaitu:

1. Informan pelaku, merupakan informan yang memberikan keterangan terkait dirinya, terkait perbuatannya, pikirannya, dan interpretasinya (makna) maupun tentang pengetahuannya. Mereka merupakan subjek penelitian itu sendiri. Informan pelaku pada penelitian ini adalah keluarga pedagang yang usahanya telah berdiri hingga dua generasi atau lebih. Adapun kriteria informan dari penelitian ini yaitu Keluarga yang sudah berjualan selama dua generasi atau lebih, yang sudah memiliki calon penerus dalam usahanya, dan usahanya dapat meraih keuntungan kurang lebih 10 juta perbulannya, yang melakukan perdagangan di Pasar Kota Payakumbuh.
2. Informan pengamat, merupakan informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan ini dapat dikatakan sebagai orang yang tidak diteliti melainkan mengetahui tentang

orang yang di teliti atau dapat juga disebut sebagai agen/saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Dalam penelitian ini yang menjadi informan pengamat yaitu

Dalam memperoleh data untuk penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yakni dengan menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber informasi. Menurut Afrizal ketika akan menerapkan kriteria informan perlu disadari status informan yang akan diperlukan, sebagai informan pengamat atau pelaku atau keduanya (Afrizal. 2014:141) kriteria yang dirumuskan haruslah benar-benar memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang valid.

Berikut daftar informan yang peneliti wawancara dalam penelitian ini:



Tabel 1. 2
Daftar Informan

| No. | Nama | Umur (tahun) | Pekerjaan | Kategori Informan | Ket |
|-----|--------------------|--------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| 1. | Yusmaini | 50 | Pedagang Ayam | Pelaku | Orang Tua Rika |
| 2. | Rika Gustila | 25 | Pedagang Ayam | Pengamat | Anak Yusmaini |
| 3. | Joni Isra | 52 | Pedagang Kelontong | Pelaku | Orang Tua Diko |
| 4. | Diko Ibnu Farhan | 24 | Pedagang Kelontong | Pengamat | Anak Joni Isra |
| 5. | Afrizul | 57 | Pedagang Sate | Pelaku | Orang Tua Alvin |
| 6. | Alvin alfatah | 25 | Pedagang Sate | Pengamat | Anak Afrizul |
| 7. | Rozi Winanda | 45 | Pedagang Emas | Pelaku | Orang Tua Putri |
| 8. | Putri Zahra Fadila | 24 | Pedagang Emas | Pengamat | Anak Rozi |
| 9. | Nolan Wawan Sinaga | 53 | Pedagang Rendang | Pelaku | Orang Tua Pedagang |

Sumber: Data Primer 2023

1.6.3 Data yang Diambil

Menurut (Afrizal, 2014 : 17) pada penelitian kualitatif data yang diambil ialah berupa kata-kata (lisan atau tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia tanpa adanya upaya untuk mengangkakan data yang telah diperoleh. Menurut Sugiyono, ia membagi data penelitian menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer, merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh yaitu berupa informasi-informasi dari informan seperti hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam yang berhubungan dengan peran orang tua terhadap penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang
2. Data sekunder, merupakan data berupa dokumen-dokumen yang memuat tentang informasi seputar penelitian. Dokumen yang diperoleh dapat berupa data

dari instansi pemerintahan, berita, artikel, surat kabar, majalah dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini data sekunder yang dimaksud berupa berita, jurnal dan dokumentasi lainnya yang berhubungan dengan kewirausahaan dan nilai-nilai kewirausahaan guna menambah referensi dalam pengumpulan data.

1.6.4 Teknik dan Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang ditempuh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menjawab masalah penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam (indepth interview) dan observasi. Pengertian observasi dan wawancara mendalam yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dengan menggunakan panca indra. Dengan observasi dapat memanfaatkan panca indra untuk mengetahui, melihat, mendengar dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian. Observasi yang digunakan adalah observasi tidak terlibat yaitu peneliti memberitahu maksud dan tujuan pada kelompok yang diteliti (Ritzer 1992: 74). Observasi digunakan sebagai metode utama selain wawancara mendalam. Dengan observasi kita bisa melihat, mendengarkan dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi. Dengan observasi peneliti dapat melihat lokasi dan mengetahui bagaimana peran orang tua terhadap penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang.

2. Wawancara mendalam

Teknik Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Wawancara mendalam adalah sebuah wawancara tanpa alternatif jawaban yang dilakukan untuk mendalami informasi dari seorang informan (Afrizal, 2014 :136). Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara tak berstruktur, artinya yaitu peneliti melakukan wawancara berdasarkan pertanyaan yang umum kemudian dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah selesai melakukan wawancara. Dalam penelitian ini yang diwawancarai adalah keluarga yang memiliki usaha dan bekerja sama dengan pesona sumbu yang merupakan informan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Wawancara dilakukan *“face to face”* atau berhadapan langsung dengan narasumber yang akan dimintai jawabannya. Format wawancara disusun oleh peneliti terlebih dahulu sebelum melakukan wawancara yang berisi pokok-pokok pertanyaan yang nantinya akan ditanyakan kepada informan. Dalam melakukan wawancara mendalam, awalnya peneliti terlebih dahulu menanyakan kesediaan dari informan untuk diwawancarai. Setelah informan menyetujui untuk diwawancarai maka peneliti akan melakukan kegiatan wawancara. Ketika wawancara berlangsung peneliti menggunakan beberapa instrument untuk membantu peneliti mengingat proses wawancara yang dilakukan, instrument yang digunakan oleh peneliti berupa buku dan alat tulis untuk catatan lapangan dan handphone untuk recording saat wawancara dilakukan serta sebagai alat pengambilan dokumentasi berupa foto dengan informan. Peneliti memilih

teknik wawancara mendalam karena bisa dilakukan dengan leluasa serta mendalam dengan para informan yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian.

1.6.5 Proses Penelitian

Proses penelitian ini diawali dengan mengajukan TOR pada bulan Januari 2023 dengan topik “internalisasi nilai-nilai kewirausahaan pedagang pada anak”. Kemudian judul penelitian yang awalnya digunakan dalam pengajuan TOR diganti menjadi “sosialisasi nilai-nilai kewirausahaan pedagang menengah-atas pada anak” setelah banyak pertimbangan dari dosen pembimbing. Setelah disetujui, tahap selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi awal mengenai sosialisasi nilai-nilai kewirausahaan pedagang menengah-atas pada anak, lalu peneliti melakukan diskusi dengan dosen pembimbing mengenai hasil observasi dan data awal yang didapat di lapangan dan disetujui untuk melanjutkan tahapan ke seminar proposal. Setelah seminar proposal dari bimbingan dengan dosen pembimbing akhirnya judul di ganti kembali dengan “konstruksi nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang” setelah bimbingan lebih lanjut akhirnya diputuskan judul yang peneliti jadikan sebagai judul penelitian adalah “penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang”.

Langkah selanjutnya yang dilaksanakan peneliti adalah menyusun daftar pedoman wawancara untuk menjawab pertanyaan penelitian guna mencapai tujuan penelitian. Setelah proses bimbingan mengenai pedoman wawancara disetujui, peneliti memulai turun lapangan untuk mendapatkan data pada tanggal 30 April 2024 dengan mendatangi kediaman para pedagang untuk melakukan wawancara

dengan informan secara langsung. Wawancara pertama dilakukan dengan salah seorang informan yang diawali dengan membuat janji untuk melakukan wawancara. Setelah kesepakatan mengenai jadwal wawancara ditentukan, peneliti menanyakan pertanyaan seputar penelitian kepada informan mengenai konstruksi nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang.

Wawancara selanjutnya dilaksanakan di hari yang sama dengan informan kedua yang merupakan anak dari informan pertama, peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan informan kedua setelah membuat kesepakatan dalam menentukan waktu wawancara. Wawancara yang dilaksanakan pada informan dengan tujuan mengetahui penerapan nilai-nilai kewirausahaan dilaksanakan kurang lebih selama 2 jam dengan dibantu alat perekam untuk memudahkan dalam penyajian data.

Wawancara selanjutnya dilaksanakan pada tanggal 13 Mei 2024 di tempat yang telah di janjikan. Setelah membuat janji untuk melakukan wawancara, selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan informan di rumah pedagang tersebut dengan menanyakan pertanyaan mengenai penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang. Setelah mewawancarai orang tua, peneliti melakukan wawancara dengan anak yang keduanya merupakan informan dari penelitian ini.

Selanjutnya wawancara dilaksanakan tanggal 20 Mei 2024 dengan keluarga informan ketiga di rumah informan, karna informan masih tinggal dengan orang tuanya, peneliti mewawancarai kedua informan yang merupakan ayah dan anak.

Wawancara keempat dilaksanakan tanggal 28 Juli 2024 di tempat informan berjualan, wawancara dengan informan dilaksanakan saat informan sedang beristirahat dan memang sedang sepi, karena melakukan wawancara di tempat kerja wawancara sedikit terjeda saat ada pelanggan yang datang, ini sedikit mewakan waktu tapi untungnya wawancara bisa diselesaikan di hari yang sama.

Wawancara terakhir dilaksanakan di hari yang sama, dengan informan terakhir di toko milik informan yang kebetulan bersebelahan dengan rumah informan itu sendiri, wawancara dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan dengan informan yang disepakati melalui media whatsapp yang akhirnya diputuskan untuk melakukan wawancara di toko milik informan dengan tujuan mengetahui penerapan nilai-nilai kewirausahaan dalam keluarga pedagang.

Dalam melakukan penelitian di lapangan, peneliti tidak mengalami hambatan yang begitu berarti selain menyesuaikan jadwal dengan para informan. Informan yang bekerja sebagai pedagang tidak memiliki jadwal tetap untuk pulang ke rumah sehingga jadwal wawancara yang dilakukan terkadang tidak sesuai dengan rencana awal yang sudah dibuat. Hal ini dapat diatasi dengan saling berkabar melalui whatsapp untuk memudahkan pertemuan guna melakukan wawancara.

1.6.6 Unit Analisis

Dalam penelitian kualitatif unit analisis data sangat dibutuhkan untuk memfokuskan kajian dalam penelitian atau untuk menentukan kriteria objek yang diteliti. Unit analisis menentukan siapa, apa, tentang apa proses pengumpulan data terfokus. Unit analisis dalam sebuah penelitian dapat berupa individu, kelompok,

organisasi dan waktu tertentu sesuai dengan topik permasalahan yang akan diteliti. Unit analisis dalam penelitian ini adalah kelompok yaitu keluarga pedagang di pasar Kota Payakumbuh yang usahanya telah ada dari dua keturunan atau lebih, yang anaknya akan menjadi penerus usaha tersebut.

1.6.7 Analisis Data

Analisis data didefiniskan sebagai suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling berkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dan data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi (Afrizal, 2014 : 175–176). Dalam menganalisis data, peneliti menentukan data penting, menginterpretasikan, menegelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu, dan mencari hubungan antara kelompok-kelompok tersebut.

Analisis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Ia membagi analisis data menjadi tiga tahap secara garis besar, yaitu:

a. Kodifikasi Data

Data yang telah dikumpulkan di lapangan ditulis kembali dan diberikan nama atau pengkodean terhadap data yang telah diperoleh. Peneliti dapat mengelompokkan data sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga peneliti dapat membedakan mana informasi yang penting dan tidak penting. Informasi penting merupakan informasi yang sesuai dengan topik penelitian, sedangkan pernyataan informan yang tidak berkaitan dengan pernyataan informan dianggap sebagai data yang tidak penting. Hasil dari tahap kodifikasi data ini ialah memperoleh tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian (Afrizal, 2014). Dari klasifikasi ini maka

peneliti akan menfokuskan interpretasinya terhadap penggalan informasi yang dianggap penting dan relevan dengan tujuan penelitiannya.

b. Tahap penyajian data

Tahap penyajian data merupakan tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan (Afrizal, 2014). Dalam hal ini Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian karena dianggap lebih efektif dibandingkan dengan naratif. Melalui penyajian data ini, peneliti dapat dengan mudah melihat hasil catatan lapangannya dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

c. Penarikan kesimpulan

Dalam tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data dari suatu wawancara atau sebuah dokumen di lapangan (Afrizal, 2014). Setelah menarik kesimpulan, peneliti kemudian mengecek lagi keabsahan interpretasi dengan mengecek ulang kodifikasi dan penyajian data pada tahap yang dilakukan sebelumnya agar tidak terjadi kesalahan dalam analisis data.

1.6.8 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ialah tempat dimana sebuah penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian juga dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian (Afrizal, 2014). Tidak hanya mengacu pada wilayah saja lokasi penelitian juga mengacu pada organisasi dan sejenisnya. Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Kota Payakumbuh tepatnya di pasar Kota Payakumbuh. Alasan dipilihnya lokasi

ini karena peneliti melihat pasar Kota Payakumbuh merupakan daerah tempat pedagang yang berkegiatan di sana.

1.6.9 Definisi Operasional Konsep

1. Penerapan

Penerapan merupakan proses penggunaan atau pelaksanaan suatu konsep teori, atau metode dalam situasi nyata. Artinya konsep-konsep yang ada tidak hanya dimiliki, tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Peran

Peran adalah tingkah laku seseorang yang mementaskan suatu kedudukan tertentu. Dalam peranan yang berkaitan dengan suatu pekerjaan, seseorang diharapkan dapat melakukan kewajiban-kewajibannya sesuai dengan peranan yang dipegangnya, Soerjono, Soekanto (1981)

Peran adalah bentuk perilaku yang diharapkan dari seorang individu yang menempati posisi atau status sosial tertentu. Peran adalah pola perilaku yang komprehensif yang diakui secara sosial, menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan menempatkan seseorang dalam masyarakat

3. Nilai

Nilai adalah sesuatu yang berharga dalam suatu masyarakat, yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mengatur kehidupan manusia sehari-hari harga atau dengan kata lain nilai merupakan penghargaan yang melekat pada sebuah objek. Objek yang dimaksud adalah berbentuk benda, barang, keadaan, perbuatan, atau perilaku.

4. Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan suatu yang baru dan berbeda yang di wujudkan dalam perilaku yang di jadikan sumber daya tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.

Kewirausahaan dibutuhkan sebelum memulai usaha dan perkembangan usaha.

5. Keluarga

Keluarga merupakan unit terkecil dalam masyarakat yang menurut tipenya terbagi atas dua yaitu keluarga batih yang merupakan satuan keluarga yang terkecil yang terdiri atas ayah, ibu, serta anak (*nuclear family*) dan keluarga luas (*extended family*).

6. Pedagang

Pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mana pencaharian mereka. Damsar (1997:106) mendefinisikan pedagang sebagai berikut: “Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung” Manning dan Effendi (1991) menggolongkan para pedagang dalam tiga kategori, yaitu: penjual borongan, pedagang besar, pedagang kecil.

1.6.10 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dari bulan Januari 2023 hingga bulan Oktober 2024. Untuk lebih jelasnya peneliti akan menampilkan rancangan jadwal penelitian pada tabel berikut.

Tabel 1. 3
Jadwal Penelitian

| No | Nama Kegiatan | 2023 | | 2024 | |
|----|-------------------------|-------|------------|-------------------|---------|
| | | Maret | April-Juli | Agustus-September | Oktober |
| 1 | Seminar Proposal | | | | |
| 2 | Penelitian Lapangan | | | | |
| 3 | Penulisan dan Bimbingan | | | | |
| 4 | Ujian Skripsi | | | | |