

**ANALISIS RELASI SOSIAL ANTARA PENJUAL DAN PEMBELI
DI PASAR IKAN FLAMBOYAN PONTIANAK**

ARTIKEL PENELITIAN



**OLEH:
NIDYA PRATIWI
NIM. F1091151035**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISI RELASI SOSIAL ANTARA PENJUAL DAN PEMBELI DI
PASAR IKAN FLAMBOYAN KOTA PONTIANAK**

ARTIKEL PENELITIAN

**NIDYA PRATIWI
NIM F1091151035**

Disetujui,

Pembimbing I



**Prof. Dr. Yohanes Bahari, M.Si
NIP.195811031986021001**

Pembimbing II



**Dr. Izhar Salim, M.Si
NIP. 19560605198703002**

Mengetahui,



**Dr. H. Martono, M.Pd
NIP. 196803161994031014**

Ketua Jurusan P.IIS



**Dr. Hj. Sulistyarini, M.Si
NIP. 196511171990032001**

ANALISIS RELASI SOSIAL ANTARA PENJUAL DAN PEMBELI DI PASAR IKAN FLAMBOYAN PONTIANAK

Nidya Pratiwi, Yohanes Bahari, Izhar Salim

Program Studi Pendidikan Sosiologi FKIP Untan Pontianak

Email: nidyaprtw5@gmail.com

Abstract

This study was entitled Analysis of Social Relations between Sellers and Buyers in Flamboyan Fish Market Pontianak. This study aimed to determine how the form of cooperation in the form of bargaining (bargaining process) and the social relations of sellers and buyers in the process of permanent buyers in Flamboyan Fish Market Pontianak. The research method used was qualitative research with descriptive methods. Data collection techniques used was observation, interviews, and documentation studies. The results of this study indicated that 1) The social relations of sellers and buyers in the form of bargaining cooperation, namely by planning negotiation targets with the buyer (being friendly), the seller's strategy in the negotiation target (buying and selling agreement), negotiation results (buying and selling) 2) Relationships social seller and buyer in the process of permanent customers, the seller provides quality goods, the seller sets the price, the seller conducts promotions, and the seller establishes a social relationship with the buyer.

Key words: Social Relations, Sellers Buyers, Market

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial, tentunya membutuhkan orang lain untuk dapat tumbuh kembang menjadi manusia yang utuh. Dalam perkembangannya, setiap individu bisa berubah karena interaksi dan saling berpengaruh antar sesama individu yang satu dan yang lain maupun dengan proses sosialisasi. Pada awal manusia dilahirkan belum bersifat sosial, dalam artian belum memiliki kemampuan dalam berinteraksi dengan orang lain. Kemampuan sosial seseorang diperoleh dari berbagai kesempatan dan pengalaman bergaul dengan orang-orang dilingkungannya.

Hubungan sosial merupakan yang berkaitan dengan interaksi sosial di masyarakat umum. Tentunya hubungan dalam masyarakat melalui proses interaksi, interaksi ini terjadi melalui dua hal yakni kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial dapat berlangsung dalam tiga bentuk yakni, individu, antar individu dengan kelompok, dan antar kelompok. Sedangkan komunikasi yaitu seseorang memberi makna pada perilaku orang lain. Hubungan atau interaksi ini biasanya disebut sebagai relasi sosial. Relasi sosial merupakan hasil dari rangkaian interaksi

(rangkaiannya) yang sistematis antara dua orang atau lebih (Soekanto, 2007:57).

Relasi sosial yang merupakan syarat untuk terjadinya aktivitas sosial yang dilakukan melalui proses interaksi. Bentuk hubungan interaksi atau relasi sosial ini menyangkut hubungan antar orang perorangan, antar kelompok manusia, dan orang kepada kelompok.

Salah satu tempat terjadinya hubungan sosial yaitu di pasar. Pasar yang merupakan sarana atau tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli, baik itu secara langsung maupun tidak langsung, guna melakukan aktivitas transaksi jual beli. Dalam melakukan transaksi jual beli, seseorang akan menjalin suatu relasi atau hubungan. Dalam proses interaksi yang sudah berlangsung intens akan menimbulkan suatu kesepakatan dari kedua belah pihak, baik penjual ataupun pembeli akan menentukan proses transaksi selanjutnya akan seperti apa kemudian penjual mengkonfirmasi kepastian pembeli terkait masalah harga barang, dan lain-lain.

Selain itu, dengan bertransaksi atau melakukan jual beli di pasar akan menimbulkan hubungan kerja sama antara penjual dan pembeli. Apabila relasi tersebut berjalan dengan baik dan dalam jangka waktu lama maka penjual dan pembeli akan saling mengenal sehingga menjadi pelanggan bagi penjual dan langganan bagi pembeli.

Tawar-menawar dilakukan sebagai sarana transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Interaksi tawar-menawar sangat mempengaruhi keberhasilan di antara mereka dalam mencapai kesepakatan harga. Sesuai dengan teori interaksi sosial yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto bahwa interaksi sosial adalah proses mengenai cara-cara berhubungan yang dapat dilihat jika individu dan kelompok-kelompok sosial saling bertemu serta menentukan sistem dan hubungan sosial. Hubungan antara teori tersebut dengan budaya tawar-menawar, maka tawar-menawar adalah

suatu proses sosial yang dapat menentukan hubungan subjek yang berkaitan.

Pasar Flamboyan merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Pontianak beralamat di Jln. Gajahmada, Benua Melayu Darat, Pontianak Selatan. Di dalam pasar tradisional ini menjual berbagai macam kebutuhan pokok, salah satunya adalah menjual ikan.

Berdasarkan hasil pra-riset yang dilakukan pada tanggal 20 Januari 2019 jam 07.00 WIB, melakukan pengamatan langsung dan melakukan wawancara singkat dengan salah satu penjual ikan yang bernama Pak Ade Gunawan. Selain itu, juga didapat mengenai daftar nama pedagang ikan terlama di Pasar Ikan Flamboyan.

Masing-masing penjual ikan memiliki cara untuk menarik minat pembeli. Apabila calon pembeli tertarik dan ingin membeli, pembeli tersebut tentu bertanya berapa harga yang diberikan oleh penjual ikan. Harga ikan yang dijual tidak jauh berbeda antara penjual ikan yang satu dengan yang lain. Tentunya calon pembeli menginginkan harga yang standar bahkan yang murah dengan kualitas ikan yang baik. Biasanya penjual memberikan harga tertentu apabila pembeli membeli ikan yang jumlahnya lebih banyak.

Dalam hal ini, penjual akan memberikan harga miring ke pembeli tersebut. Ada pula penjual yang tetap kekeh dengan harga yang sudah ditawarkan kepada calon pembeli atau pembeli. Dengan demikian, dalam proses jual beli ini terjadilah relasi antara penjual ikan dan pembeli di pasar tersebut.

Kemudian apabila penjual tersebut sudah menanamkan kepercayaan terhadap pembeli, maka pembeli tersebut akan menjadi pembeli tetap atau langganan. Pelanggan akan mendapatkan harga yang berbeda karena telah menjalani suatu relasi atau hubungan yang lebih intens. Banyak strategi yang dilakukan oleh penjual, diantaranya dengan selalu menjaga hubungan baik dengan calon pembeli

atau langganannya demi terciptanya kerjasama yang baik pula, dan lain-lain.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Lexy J Moleong (2008:6) menyatakan bahwa, “Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll, secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.

Menurut Lexy J Moleong (2008:127) lokasi penelitian adalah “tempat dimana peneliti itu dilakukan”. Lokasi dalam penelitian ini terdapat di Pasar Flamboyan Kota Pontianak yang terletak di jalan Gajahmada, Benua Melayu Darat Pontianak Selatan. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument adalah peneliti itu sendiri.

Menurut Sugiyono (2017:102) “penelitian kualitatif merupakan *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Menurut Iskandar (2009:76) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber data primer ini didapat oleh peneliti melalui informan-informan yang akan diwawancarai. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang daging sapi di Pasar Flamboyan.

Sumber data sekunder menurut Iskandar (2009: 77) adalah “data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaah terhadap dokumen pribadi, resmi, kelembagaan, referensi-referensi atau

peraturan, literatur laporan, tulisan dan lain-lain yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data jumlah pedagang Pasar Flamboyan di Kantor Pedagangan Kota Pontianak.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Sedangkan alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan observasi, panduan wawancara, serta buku catatan dan arsip-arsip.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2017:247) mengemukakan “Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan”.

Menurut Sugiyono (2017:249), “Penyajian data merupakan proses menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan bersifat naratif. Penyajian Data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan”.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2017:345) merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal interaktif, hipotesis atau teori. Pengujian keabsahan data digunakan dalam penelitian ini meliputi perpanjangan pengamatan, triangulasi sumber.

Menurut Sugiyono (2017:270-271) menyatakan bahwa perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali kelapangan, melakukan

pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin akrab (tidak ada jarak lagi), semakin terbuka, saling mempercayai, sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Perpanjangan pengamatan yang peneliti lakukan yaitu selama 5 hari untuk mendapatkan kedalaman, keluasan, dan kepastian data yang peneliti temukan.

Menurut Sugiyono (2017:372) mengemukakan bahwa, triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati “Relasi Sosial antar Penjual dan Pembeli di Pasar Ikan Flamboyan Kota Pontianak”. Observasi yang dilakukan selama 5 kali pada tanggal 1 September 2019, 4 September 2019, 7 September 2019, 8 September 2019 dan 11 September 2019. Adapun yang menjadi sub-sub dalam masalah penelitian ini adalah bagaimana relasi sosial penjual dan pembeli dalam bentuk kerjasama bargaining proses tawar menawar dan bagaimana relasi sosial penjual dan pembeli pada proses pelanggan tetap.

Observasi Pertama

Dalam hal ini, relasi sosial yang terjadi pada penelitian ini merujuk pada dalam hal bentuk kerjasama bargaining proses (proses tawar menawar). Proses tawar menawar yang terjadi di pasar tradisional sudah menjadi kebiasaan, yang berbeda dengan pasar modern. Setiap pembeli mempunyai caranya tersendiri dalam tawar menawar dengan penjual. Hasil akhir merupakan hasil kesepakatan kedua belah

pihak. Selain itu, dengan adanya relasi atau hubungan sosial antara penjual dan pembeli dapat mempengaruhi proses transaksi itu sendiri. Pembeli maupun penjual yang telah memiliki langganan, maka akan lebih mudah dalam melakukan proses tawar menawar. Oleh karenanya, mereka sudah saling kenal, dan menjalin relasi sosial dalam kurun waktu tertentu.

Pada pukul 05.30 WIB para penjual dan pembeli sudah ramai berbelanja melakukan transaksi jual beli di Pasar Ikan. Penjual tersebut dibantu dengan temannya menjual ikan dengan baik. Puncaknya pembeli pada saat subuh hingga pagi hari. Berdasarkan observasi saat penjual dan pembeli melakukan proses transaksi jual beli, peneliti melihat adanya proses tawar menawar yang dilakukan oleh kedua belah pihak tersebut. Mereka saling berkomunikasi dan berinteraksi.

Dalam hasil observasi pula, peneliti menemukan adanya penjual yang merencanakan sasaran negosiasi dengan pembeli. Dalam proses ini, penjual bersikap ramah, tersenyum terhadap pembeli, agar dapat melanjutkan proses negosiasi selanjutnya yang akan berakhir dengan transaksi jual beli. Penjual yang selalu bersikap ramah tentunya akan membuat pembeli senang dan nyaman saat membeli ikan di lapaknya. Selalu ramah meskipun pembeli belum tentu benar-benar membeli ikannya, tetapi tetap tidak ada salahnya penjual ikan tersebut bersikap ramah terhadap pembeli.

Pada pihak penjual, pada saat menawarkan barang dagangannya/ikan, penjual selalu berusaha bisa menjalin relasi sosial dengan pelanggan/pembeli atau bahkan dengan calon pembelinya, karena pada dasarnya, proses interaksi dan relasi dapat berjalan dengan baik apabila individu yang satu dengan yang lain saling memberikan umpan balik, respon, dan lain sebagainya.

Selain itu, penjual sadar bahwa berjualan di pasar tradisional pasti ada pembeli yang selalu menawar berapapun harga yang diminta

oleh penjual. Itulah seni berbelanja di pasar tradisional. Terjadi interaksi antara penjual dan pembeli, bahkan dalam prosesnya mereka saling bercanda dan tertawa, serta berkenalan.

Observasi Kedua

Pada hari Rabu, 4 September 2019 pukul 05.00 WIB, peneliti melakukan observasi kedua yang berlokasi di pasar ikan Flamboyan. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melihat dan menemukan adapun strategi penjual dalam sasaran negosiasi yaitu ia selalu memperhatikan nada bicara dengan pembeli, bersikap ramah, sopan, serta tetap berusaha agar apa yang menjadi tujuannya dapat tercapai dengan baik. Dalam hasil observasi pula, peneliti menemukan adanya penjual yang merencanakan sasaran negosiasi dengan pembeli. Dalam proses ini, penjual bersikap ramah, tersenyum terhadap pembeli, agar dapat melanjutkan proses negosiasi selanjutnya yang akan berakhir dengan transaksi jual beli. Penjual yang selalu bersikap ramah tentunya akan membuat pembeli senang dan nyaman saat membeli ikan di lapaknya. Selalu ramah meskipun pembeli belum tentu benar-benar membeli ikannya, tetapi tetap tidak ada salahnya penjual ikan tersebut bersikap ramah terhadap pembeli.

Pada pihak penjual, pada saat menawarkan barang dagangannya/ikan, penjual selalu berusaha bisa menjalin relasi sosial dengan pelanggan/pembeli atau bahkan dengan calon pembelinya, karena pada dasarnya, proses interaksi dan relasi dapat berjalan dengan baik apabila individu yang satu dengan yang lain saling memberikan umpan balik, respon, dan lain sebagainya.

Selain itu, penjual sadar bahwa berjualan di pasar tradisional pasti ada pembeli yang selalu menawar berapapun harga yang diminta oleh penjual. Itulah seni berbelanja di pasar tradisional. Terjadi interaksi antara penjual dan pembeli, bahkan dalam prosesnya mereka saling bercanda dan tertawa, serta berkenalan.

Observasi Ketiga

Pada pukul 04.30 WIB seperti biasa pasar masih sangat ramai. Penjual dan pembeli saling berinteraksi, tak terlepas dari proses tawar menawar. Dalam hal ini pula, terdapat cara yang dilakukan penjual untuk mendapatkan pelanggan yang ditinjau dari relasinya yaitu adanya cara penyediaan barang yang berkualitas. Jika melihat dari kualitas ikan yang dijual di Pasar Tradisional Flamboyan, tentunya pembeli dapat menilai bagaimana keadaan ikan tersebut, apakah ikan itu segar atau tidak. Penjual selalu berusaha memberikan produk/ikan yang terbaik, agar pembeli percaya dan menjadi pembeli tetap (pelanggan) di tempatnya.

Kualitas sama dengan mutu yang merupakan salah satu hal yang sangat penting dan diutamakan oleh para penjual dan para pembeli. Kemudian, dengan menyediakan barang berkualitas untuk pelanggannya, pelanggan tidak akan kemana-mana melainkan langsung datang ke tempat penjual yang sudah menjadi langganannya. Dengan demikian, dalam kurun waktu tertentu semakin tercipta relasi sosial yang baik diantara keduanya. Dalam menetapkan harga, penjual ikan di pasar Flamboyan tentu sudah memperhitungkan seberapa besar modal dan keuntungan. Misalnya, ikan gembung. Pembeli memeriksa bagian insang dan kepala ikan. Apabila telah menemukan ikan pilihannya, pembeli tersebut menanyakan harga ikan. Jika dirasa harga ikan tersebut cukup mahal atau bahkan harga antara penjual yang satu dengan yang lain sama, maka pembeli biasanya langsung membahas dan berbicara mengenai kualitas harga penjual ikan yang di sebelah lebih bagus tapi harganya lebih murah. Saat inilah penjual melakukan cara untuk menarik pembeli dengan selalu berhubungan baik dengan calon pembeli atau pelanggannya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah diperoleh peneliti mengenai relasi sosial antara penjual dan pembeli di pasar ikan Flamboyan, maka selanjutnya akan dibahas satu persatu sesuai dengan sub masalah yakni sebagai berikut:

Relasi Sosial Antara Penjual Dan Pembeli Dalam Bentuk Asosiatif Kerja Sama Berupa *Bargaining Proses (Proses Tawar Menawar)*

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada para penjual dan pembeli di Pasar Ikan Flamboyan Kota Pontianak menyampaikan bahwa tidak ada perjanjian secara tertulis ataupun tidak tertulis antara penjual dan pembeli mengenai tawar menawar tersebut. Adapun teori yang mengemukakan mengenai taktik yang sering digunakan dalam negosiasi, yaitu menurut Case (Dalam Djoko Purwanto, 2006:252) Dari keempat taktik yang telah dikemukakan oleh Case, baik penjual maupun pembeli memiliki taktik dalam proses tawar menawar, mulai dari taktik dengan caranya sendiri, taktik bekerjasama, taktik tidak bertindak apa-apa, dan taktik melangkah ke tujuan lain. Walaupun pembeli adalah raja, penjual tetaplah memegang kendali dalam proses jual beli.

Bentuk kerjasama berupa tawar menawar yang ada di Pasar Ikan Flamboyan, penjual tentunya merencanakan sasaran negosiasi pada pembeli yaitu dengan bersikap ramah), strategi penjual sasaran negosiasi yaitu adanya kesepakatan jual beli), dan hasil negosiasi atau terjadinya proses jual beli. Dengan demikian, bentuk kerjasama yang telah dilakukan penjual ikan tersebut, maka ia bisa mendapatkan pelanggan.

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa bentuk *bargaining process* (proses tawar menawar) yang terwujud antara penjual dan pembeli di Pasar Ikan Flamboyan Kota Pontianak yaitu dapat terwujud dengan adanya bentuk tawar menawar antara penjual dan pembeli, tetapi hal tersebut tidak didasari

dengan adanya suatu perjanjian. Dan dengan menggunakan empat taktik, yang masing-masing memiliki cara yang berbeda-beda.

Pada pukul 05.30 WIB para penjual dan pembeli sudah ramai berbelanja melakukan transaksi jual beli di Pasar Ikan. Penjual tersebut dibantu dengan temannya menjual ikan dengan baik. Puncaknya pembeli pada saat subuh hingga pagi hari.

Berdasarkan hasil pengamatan yang diperoleh peneliti di lapangan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan keempat informan, yaitu penjual dan pembeli di Pasar Ikan Flamboyan mengatakan bahwa relasi sosial antara penjual dan pembeli dalam bentuk kerja sama berupa bargaining proses (proses tawar menawar) dengan cara masing-masing memiliki khas nya sendiri.

Hal ini diungkapkan langsung oleh Bapak Ade Gunawan selaku penjual ikan, “Iya ada. Dalam proses perdagangan, perlu sekali adanya kondisi yang menyenangkan dan suasana keakraban antara penjual dan pembeli, bersikap ramah terhadap pembeli salah satu cara dalam merencanakan sasaran negosiasi”. Wawancara pada Sabtu, 7 September 2019 pukul 07.00 WIB. Kemudian diungkapkan juga oleh Bapak Sy. Abu Bakar selaku penjual ikan, “Iya, ada. Kepada siapapun kita harus ramah, dan tidak ada salahnya selalu sopan, bahkan saya menggunakan bahasa yang lembut dan halus saat pertama kali atau yang sering belanja di tempat saya. Dengan bersikap baik, sopan, serta ramah, pembeli biasanya mulai menanyakan harga, dan tidak jarang pula membeli ikan di tempat saya”. Wawancara pada Rabu, 11 September 2019 pukul 07.30 WIB.

Relasi Sosial Penjual Dan Pembeli Pada Proses Pelanggan Tetap Di Pasar Ikan Flamboyan Kota Pontianak

Peneliti menemukan adanya hubungan atau relasi sosial antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional yang masih menjadi tempat belanja yang paling menyenangkan untuk

memenuhi kebutuhan pokok. Berbelanja di pasar Flamboyan itu sendiri masih ada tawar menawar, artinya pembeli yang sudah menjadi pelanggan seperti saudara, sehingga penjual melepas dengan harga rendah asal sudah ada selisih keuntungan walau sedikit.

Menjalin relasi sosial adalah salah satu cara yang dilakukan para pedagang untuk mencari keuntungan. Cara tersebut digunakan untuk menjaring relasi-relasi sosial yang berkembang di kalangan pedagang ada yang berlangsung lama dan ada yang sementara.

Hal ini didukung dengan pernyataan dari Bapak Sy. Abu Bakar selaku penjual ikan, “Iya, ada. Terutama ke pelanggan tetap, dikarenakan ia yang selalu rutin atau sering datang berbelanja ikan di tempat saya. Menjalin relasi sosial tidak hanya di pasar saja, melainkan pada saat berpaspasan bertemu di luar pasar, kami saling tegur, saling sapa, dan lain sebagainya”. Wawancara pada Rabu, 11 September 2019 pukul 07.30 WIB. Begitu pula dengan yang dikatakan oleh Bapak Ade Gunawan selaku penjual ikan, “Ya, pasti ada. Namanya kerja cari uang di pasar ya dengan siapa saja kita bisa menjalin hubungan dengan baik, dengan pembeli, sesama penjual, dan siapapun. Untuk pembeli, saya terapkan taktik dan cara saya agar pembeli tersebut datang lagi, membeli. Pembeli bisa datang darimana saja, kita (penjual) harus bersikap baik, agar pembeli tidak jera. Yang awalnya hanya pembeli biasa menjadi pelanggan itu karena kita (penjual) bisa melakukan hal yang baik kepada pembeli”. Wawancara pada Sabtu, 7 September 2019 pukul 07.00 WIB.

Peneliti menemukan adanya hubungan atau relasi sosial antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional yang masih menjadi tempat belanja yang paling menyenangkan untuk memenuhi kebutuhan pokok. Berbelanja di pasar Flamboyan itu sendiri masih ada tawar menawar, artinya pembeli yang sudah menjadi pelanggan seperti saudara, sehingga penjual melepas dengan harga rendah asal sudah ada selisih keuntungan walau sedikit.

Transaksi di pasar Ikan ini bukan hanya proses jual beli, namun pertemuan pembeli dan penjual di pasar sekaligus bertukar informasi, menjalin silaturahmi, dan lain sebagainya. Ini adalah cara penjual ikan menjalin relasi dengan pembeli untuk mendapatkan pelanggan yang sudah sering datang membeli ikannya. Ketika sudah terjalin hubungan dengan baik, terjadilah kepercayaan, yang perlu dipegang oleh kedua belah pihak.

Dengan adanya jalinan relasi sosial antara penjual dan pelanggan tetapnya, mereka akan saling kenal dan tidak hanya pada saat di pasar saja, melainkan pada saat diluar pasar pada saat berpaspasan mereka saling tegur sapa, dan tak jarang pula menjadi kerabat. Untuk penjual atau pembeli yang sudah menjadi langganan tetap, akan saling mengenali. Dengan tau nama penjual/pembeli telah menunjukkan mereka menjalin relasi sosial.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan relasi sosial antara penjual dan pembeli di pasar ikan Flamboyan dalam proses tawar menawar, penjual merencanakan sasaran negosiasi pada pembeli (bersikap ramah), yaitu setiap pembeli memiliki sikap yang ramah terhadap pembelinya agar pembeli menjadi senang dan nyaman saat berbelanja ikan di tempatnya, dalam kurun waktu tertentu akan menciptakan suatu relasi diantara penjual dan pembeli. Penjual melakukan promosi, yaitu promosi yang dilakukan di apsar tradisional berbeda dengan pasar modern, tetapi pasar tradisional juga memiliki cara dalam mendapatkan pelanggan yang tidak kalah saing di pasar modern. Dengan melakukan promosi atau penjualan yang baik, akan tercipta relasi yang baik pula antara penjual dan juga pembeli.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasan hasil tersebut, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut, sesama manusia tentunya saling menjalin relasi sosial atau hubungan sosial. Manusia tidak dapat hidup sendiri, dan tentunya harus memikirkan orang lain. Dengan proses tawar menawar, maka otomatis penjual dan pembeli telah melakukan relasi. Baik penjual dan pembeli harus lebih bekerja sama dalam hal tawar menawar agar tercapainya tujuan dan tercapainya proses transaksi jual beli. Dalam relasi sosial yang dilakukan penjual dan pembeli pada proses pembeli tetap, penjual harus lebih kuat dalam menjalin relasi sosialnya, agar pelanggan bertambah banyak dan selalu menjaga hubungan baik dengan pembeli dan yang lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta : Gung Persada Press.
- Moleong, Lexy.J (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Purwanto, Djoko. (2006). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga. Setiadi, Elly M dan Usma Kolip. (2011). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana
- Soekanto, Soejono. (2017). *Sosiologi Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabet

