

RELASI SOSIAL PETANI SAYUR DALAM SISTEM PEMASARAN

DIKECAMATAN MAKALE TANA TORAJA



OLEH

Pelarias Serang

4519022007

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Strata Satu (S1) Pada

Program Studi Sosiologi Universitas Bosowa Makassar

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR

2022/2023

HALAMAN PENGESAHAN

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Bosowa, tersebut namanya di bawah ini :

Judul : Relasi Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Pemasaran di Kecamatan Makale Tana Toraja
Nama Mahasiswa : **Palerias Serang**
Nomor Stambuk : **45192022007**
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Sosiologi

Telah diperiksa dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (SI) pada Program Studi Ilmu Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Bosowa Makassar.

Makassar, 14 Februari 2023

Menyetujui ;

Pembimbing I

Dr. Dra. Hj. Asmirah, M.Si
NIDN. 0001076404

Pembimbing II

Dr. Muh. Rusdi Maidin, S.H., M.Si
NIDN, 0922125901

Mengetahui,

Dekan FISIP
Universitas Bosowa Makassar



Dr. A. Burchanuddin, S.Sos., M.Si
NIDN. 0905107005

Ketua Jurusan
Ilmu Sosiologi

Dr. Drs. Iskandar, M.Si
NIDN. 0010076201

HALAMAN PENERIMAAN

Pada hari Kamis Tanggal Dua Bulan Februari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga Dengan Judul Skripsi **Relasi Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Pemasaran di Kecamatan Makale Tana Toraja**

Nama : **Palerias Serang**
Nomor Stambuk : **4519022007**
Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
Program Studi : **Ilmu Sosiologi**

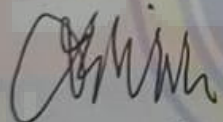
Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bosowa Makassar Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Sosiologi

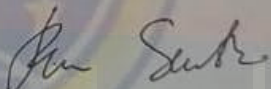
Makassar, 14 Februari 2023

Pengawas Umum:


Dr. A. Burchanuddin, S.Sos., M.Si

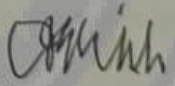
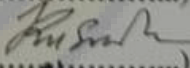
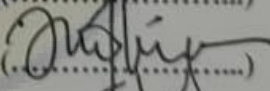
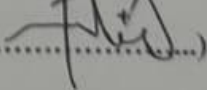
Panitia Ujian :


Dr. Dra. Hj. Asmirah, M.Si
Ketua


Dr. Muh. Rusdi Maidin, S.H., M.Si
Sekretaris

Tim Penguji :

1. Dr. Dra. Hj. Asmirah, M.Si
2. Dr. Muh Rusdi Maidin, S.H., M.Si
3. Dr. A. Burchanuddin, S.Sos., M.Si
4. Dr. Harifuddin Halim, M.Si


(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Palerias Serang**
Tempat, tanggal lahir : **Burake, 02 April 2000**
NIM : **4519022007**
Jurusan : **S1 Sosiologi**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul :

**RELASI SOSIAL PETANI SAYUR DALAM SISTEM PEMASARAN DI
KECAMATAN MAKALE TANA TORAJA**

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar keserjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, Februari 2023

Y yataan,



Palerias Serang
NIM: 4519022007

Abstrak

Palerias Serang, Relasi sosial petani sayur dalam sistem pemasaran. Pembimbing (1) Asmirah. Pembimbing (2) Muh.Rusdi Maidin. Penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui relasi sosial dan interaksi apa saja yang dilakukan dalam sistem pemasaran antara pedagang dengan konsumen yang ada di pasar makale.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif Kualitatif, objek penelitiannya adalah pedagang dan konsumen di pasar makale. Pengumpulan data menggunakan tehnik Observasi, Wawancara, Dokumentasi dan Catatan Pengamatan.

Tujuan Skripsi ini di lakukan agar kita dapat mengetahui relasi sosial dan interaksi yang terjadi baik itu berupa jual beli maupun kegiatan yang lain yang dapat memunculkan interaksi. Bentuk interaksi yang muncul di antara pedagang dan konsumen yaitu bentuk asosiatif yang dimana asosiatif yang menimbulkan adanya relasi sosial yang baik di dalam pemasaran sayuran yang ada di makale.

Kata Kunci: ***Relasi Sosial, Interaksi, Pasar Makale***



BOSOWA

KATA PENGANTAR

Segala Puji Dan Syukur hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, atas anugerah-Nya yang melimpah, serta kasih setianya yang besar akhirnya penulisan dapat menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul

“RELASI SOSIAL PETANI SAYUR DALAM SISTEM PEMASARAN DI KECAMATAN MAKALE TANA TORAJA”

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Bosowa Makassar.

Dengan penuh kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak guna kesempurnaan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan dan bimbingan dari bergai pihak. Dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. A Burchanuddin,S.Sos.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Bosowa
2. Bapak Dr.Iskandar M.Si Selaku Ketua Program Studi Sosiologi
3. Ibu Dr. Hj.Asmirah,M.Si Selaku Pembimbing I

4. Bapak Drs. A.M. Rusdi Maidin,SH.,M.Si Selaku Pembimbing II
5. Bapak Dr. A Burchanuddin,S.Sos.,M.Si Dan Dr. Harifuddin,M.Si
Selaku Penguji I Dan II
6. Kedua Orang Tua Saya Yang Selalu Mendokan Tulus Dan Ikhlas
Selama Saya Mulai Berkuliah Sampai Saya Di Titik Terakhir
7. Karyawan Dn Karyawati Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial Dan
Politik Universitas Bosawa
8. Teman-Teman Satu Angkatan Yang Telah Memberikan
Dukungan Dan Semangat Selama Masa Penyusunan Skripsi
9. Untuk Yuli Palumpun,Berta Patima Dan Matius Patampang Yang
Selalu Meberikan Masukan Dan Saran Dalam Menyusun Skripsi

Demikian skripsi ini yang penulis buat dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Akhirnya dengan segala kekurangan dan kesalahan yang mungkin pernah diperbuat. Semoga Tuhan selalu memberikan rahmat dan kasih karunia-Nya kepada kita semua. Amin

Makassar, Februari 2023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMA	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR BAGAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	7
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Relasi Sosial.....	10
B. Bentuk Interaksi	12
C. Relasi interpersonal.....	26
D. Penelitian Relevan.....	30
E. Kerangka konsep.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	35

C. Sumber Data.....	36
D. Informan Penelitian.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Keabsahan Data.....	39
H. Operasionalisasi Konsep	40

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Sejarah Pasar Makale.....	42
B. Letak Geografis.....	44
C. Keadaan Pedagang Pasar Sentral Makale	48

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	51
1. Interaksi antara pedagang sayur dan pembeli	54
2. Kerjasama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli.....	61
B. Pembahasan.....	63
1. Interaksi antara pedagang sayur dan pembeli	63
2. Kerjasama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli.....	65

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 1. Keadaan Pasar Dan Pembayaran Tarif Retribusi 56

Tabel 2. Daftar Nama Profil Informan 58





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pedagang sayur memiliki relasi sosial dimana hasil dari interaksi yang terjalin dari beberapa individu dan memiliki relasi saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya yang di mana dalam pemasaran sayuran dilakukan dengan sebuah interaksi langsung dimana penjual dan konsumen saling berkomunikasi di pasar tepatnya di pasar Makale. Mereka berinteraksi mengenai pembelian sayur dengan menanyakan harga dari sayuran tersebut. Dalam sebuah pemasaran sayuran di pasar, ada hal yang muncul diantara penjual dan pembeli dimana ada sistem yang berpegaruh dalam jual beli. Dimana antar pedagang saling mempengaruhi pembeli atau konsumen dalam hal harga. Sering pula konsumen terpegaruh dengan pedagang lain yang dimana konsumen sudah memilih sayuran di pedangan itu tetapi pedangan lainnya mengatakan bahwa sayur ini saya berikan dengan harga murah.

Pasar ialah salah satu fasilitas sosial yang didalamnya mengandung beberapa aturan dan kesepakatan dari kedua belah pihak dalam menjalin suatu proses interaksi. Sehingga dari sini dapat dimaknai bawa pasar bukan hanya sebagai ruang praktik jual beli, akan tetapi keberadaan ruang sosial juga bergantung disini. Ruang ini dijadikan suatu fondasi sosial, supaya kegiatan interaksi antar masyarakat tetap terjalin, hal ini karena dapat memberikan suatu keuntungan guna mempererat silaturahmi sekaligus tindak jual beli sebagai roda ekonomi. Meskipun pasar makale kadang sepih tetapi tidak lepas dari itu

pedagang tetap menjalankan sebuah interaksi antar pedagang lainnya agar tercipta suasana yang tenteram.

Pasar adalah sebuah tempat manusia berinteraksi satu sama lain atau tempat pedagang dan konsumen bertemu yang dilakukan antara pedagang dan konsumen menawar barang yang di beli. Pada transaksi jual dan beli baik bagi pemasok, pedagang, maupun konsumen secara langsung akan melaksanakan interaksi untuk mendapatkan kebutuhannya karena menjadi suatu afeksi dalam kehidupan berbudaya di masyarakat. Dari hal itu proses interaksi yang terjadi baik itu berupa kegiatan pemasaran antara penjual dan pembeli maupun kegiatan yang lainnya disitu pasti menghasilkan ragam varian interaksi sosial. Bentuk interaksi tersebut seperti asosiatif maupun disosiatif, dari hal itu dapat dijelaskan diantaranya, Bentuk asosiatif membentuk suatu interaksi atau hubungan timbal balik antara individu dengan kelompok yang membentuk kesatuan dan mengarah pada suatu kerja sama. Disosiatif adalah suatu bentuk atau proses interaksi sosial yang mengarah pada konflik atau dapat merenggangkan solidaritas kelompok yang terjadi dipasar dapat menjadi hal yang rugi karena memecahkan hal yang sudah menjadi tabiat dan peraturan untuk masing-masing peran.

Komunikasi merupakan unsur penting bagi manusia dimana didalamnya sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi, tanpa adanya interaksi orang atau masyarakat tidak menyelesaikan sesuatu yang terjadi pada dirinya. Dengan adanya interaksi pasti manusia antara satu dengan yang lainnya menjalankan kehidupannya dengan baik dan menjauhi sebuah hambatan yang ada, tetapi dari semua itu tidak mungkin orang atau manusia bisa mampu melakukan interaksi

dengan baik. interaksi kita juga dapat mengetahui sebuah kejadian atau peristiwa yang terdapat di lingkungan ini, terlebih peristiwa di pasar makale, dimana kita dapat melihat langsung kejadian dan titik waktu yang terjadi di pasar Makale, yang dimana peristiwa yang ada didalam pemasaran sayur,yang dimana peristiwanya itu terdapat sebuah interaksi antara penjual dan pembeli.

Komunikasi dalam sebuah bisnis tujuannya untuk memberikan informasi kepada pihak bisnis lain seperti dalam sebuah pemasaran sayuran yang dimana pembeli turun langsung ke pasar untuk membeli dagangan sayur yang sudah di sediakan oleh masyarakat yang memiliki bisnis dagang. Komunikasi tersebut dapat dilakukan dengan melalui verbal kemudian non-verbal. Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dilakukan dalam sebuah bisnis dan dunia usaha. Tanpa adanya sebuah komunikasi tidaklah mungkin kita bisa menyakini seseorang atau individu dalam sebuah dunia perbisnisan, seperti juga yang terjadi dalam pemasaran sayuran, disitu pasti ada sebuah aspek komunikasi yang terjalin di dalamnya dimana ada hubungan interaksi yang di lakukan pedagang dengan pembeli yang berinteraksi dengan saling menawar sayur yang akan dibeli oleh pembeli. Komunikasi ialah bakat dasar yang wajib dimiliki oleh semua orang, karena dengan adanya komunikasi setiap orang dapat mengkomunikasikan kebutuhannya serta dapat memecahkan polemic yang dihadapi dengan bantuan dari orang sekitarnya.

Penelitian tentang bentuk interaksi seperti pedagang sayur telah dilakukan oleh sejumlah peneliti, misalnya; M. Rusdi, Siti Hajar Loilatu, Ismail, Radiatan Mardiah, Astriani A. Papuangan, pada tahun 2019 tentang “Interaksi

Sosial Pedagang Sayur di Pasar Induk Namlea Kabupaten Buru”menemukan bahwa bentuk interaksi sosial yang dilakukan oleh pedagang sayur di pasar Namlea, merupakan bentuk interaksi yang terjadi secara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok maupun individu dengan kelompok. Bentuk interaksi ini terjadi di waktu-waktu tertentu, yang terbagi ke dalam bentuk interaksi sosial asosiatif dan disosiatif.

Selain itu menurut pandangan Astuti, pada tahun 2021 tentang “Pola Interaksi Antara Pedagang Dan Pembeli Pada Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Dipasar Sentral Palopo” menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi terjadinya interaksi sosial asosiatif atau kerja sama antara sesama pedagang maupun pembeli yaitu : adanya tujuan yang sama, kedekatan fisik, asimilasi. Faktor terjadinya interaksi disosiatif atau interaksi yang mengarah ke konflik yaitu: persaingan antara sesama pedagang sayur, namun masi mengarah pada persaingan yang bersifat positif dan kontravensi atau perasaan tidak suka yang dirasakan pedagang sayur ketika ada pembeli yang menawar dibawah harga modal.

Pemasaran sayuran yang terdapat di pasar makale yang terletak di Kecamatan Makale,Kabupaten Tana Toraja. Pasar makale ini salah satu pasar tradisional yang setiap hari ramai dikunjungi pembeli, yang dipenuhi para pelaku pasar yang ingin beraktifitas dipasar makale. Mereka para penjual dan pembeli yang inginmelakukan jual beli dimana penjual menawarkan setiap sayuran untuk pembeli yang lewat dihadapan mereka,tidak hanya terdapat penjual sayur saja tetapi terdapat penjual anehkah makan, minuman dan buah-buhan. Semua

kegiatan yang berada di pasar makale menandakan bahwa terlihat juga berbagai aktifitas masyarakat.

Terkadang dipasar makale sering timbul konflik antar pedagang dengan pedagang, dimana mereka saling memperebutkan tempat penjualan yang diperebutkan oleh mereka, Tak hanya itu terkadang pedagang dan pengunjung pasar makale kadang berkonflik karena memarkirkan motor mereka di depan tempat pedagang berjualan. Pedagang emosi karena motor pengunjung menutup jalan bagi pembeli yang ingin membeli dagangan mereka. Pada tahun 2021 Satpol PP dan dakmar Tana Toraja turun ke pasar makale untuk menertipkan semua tempat perdagangan dan tempat pemarkiran kendaraan, Satpol PP mengonduksifkan lokasi di pasar dimana mereka sudah membuatkan tempat khusus pemarkiran motor dan mobil, serta untuk pedagang sudah di siapkan tempat untuk mereka berdagang, pedagang tersebut di pisah-pisah sesuai jenis barang yang mereka jual, seperti penjual sayur mereka di berikan tempat khusus untuk menjual sayur dan mereka tiap tahun membayar pajak khusus untuk pengepul sayur dan bagi mereka yang menggunakan keranjang mereka mencari tempat yang kosong dan masi bisa di tempati untuk menjual sayuran mereka, bagi yang menjual ikan kering maupun ikan hidup memiliki tempat tersendiri begitu pun dengan mereka penjual parang dan penjual baju.

Dipasar Makale berbagai macam sayur-sayuran yang dijual diantaranya ialah cabai, tomat, wortel, kangkung, sawi, bayam, kacang panjang, dan berbagai macam buah-buahan lainnya yang dijual di pasar. Hal itu untuk membantu kelangsungan usaha berdagang sayuran diperlukan kerja sama dan membentuk

aktor pasar, karena pedagang mendapatkan pasokan sayuran dari hasil pertaniannya maupun dari petani sayuran lainnya, untuk memenuhi permintaan pasar. Terkadang sayuran yang dibeli dari produsen memiliki harga yang mahal di akibatkan hasil panen yang kurang banyak akibat mendapat musim yang kurang bagus. Maka pedagang yang membeli dari produsen terpaksa membeli dan mendagangkannya kembali dengan harga di atas harga yang dibeli dari produsen tadi, tetapi terkadang pedagang pun berpikir untuk menjual dengan harga murah jika dagangan sayurnya masi banyak. Dari situ terkadang pedagang megalami kerugian dan tidak balik modal.

Pedagang sayur yang termasuk usaha kecil termasuk dalam suatu kondisi berdirinya usaha mikro kecil atau usaha mandiri yang dilakukan oleh orang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya. Usaha mikro kecil ini tergolong sebagai usaha sektor informal yang melakukan kegiatan ekonomi. Penggiat usaha ini berusaha menjual dagangan mereka di pasar, dan pusat keramaian yang terdapat banyak pembeli. Beberapa bentuk kerja sama yang terjadi dipasar makale yaitu: Pertama, tempat pertemuan pedagang dan pedagang. Pasar merupakan tempat pertemuan pedagang dan pembeli dan beberapa barang dan jasa tersedia dan akan terjadinya pemindahan hak pemilik, pertemuan tersebut akan menimbulkan interaksi sosial. Kedua, pedagang dan pelanggan merupakan jenis interaksi individu dengan individu. Dimana inteaksi ini menjalin hubungan bisnis yang sebagai jalan bagi setiap pedagang agar barang dagangannya laku terjual. Kerja sama ini didasarkan dengan sebuah kepercayaan dan ikatan emosial dari setiap pedagang sudah memiliki pelanggan tetap dan

pelanggan tetap akan diberikan harga yang murah oleh para pedagang, sehingga hal ini membuat pelanggan tidak ingin berpaling ke pedagang lainnya. Ketiga, pedagang dan tukang ojek/tukang becak, komunikasi ini terjadi ketika para pedagang sayur memiliki pesanan yang ingin diantar ke salah satu tempat penjualan pelanggan. Sebagian pedagang sayur lebih memilih menggunakan jasa tukang ojek/tukang becak karena mereka pikir lebih cepat dan lebih aman. Jenis tersebut ini termasuk kerjasama yang paling sering dilakukan oleh para pedagang sayur.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan dalam latar belakang, peneliti hendak memberikan fokus riset pada kajian mengenai “Relasi Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Pemasaran Di Kecamatan Makale Tana Toraja”. Peneliti hendak meriset suatu fenomena mengenai ragam dan varian bentuk interaksi yang terjadi dari adanya sebuah sistem pemasaran antara penjual dan pembeli. Dari interaksi tersebut mungkin akan memunculkan suatu kerjasama yang dapat menguatkan hubungan-hubungan sosial dari para pelaku dipasar. Tetapi terdapat pula sebuah konflik antara pedagang dan pedagang dan pedagang dengan pembeli yang justru dapat menimbulkan sebuah perpecahan hubungan yang telah terjalin diantara mereka dan dapat merugikan dari masing-masing pihak, kemudian melemahkan hubungan interaksi mereka.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang disampaikan diatas mengenai judul penelitian “Relasi Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Pemasaran Di Kecamatan Makale,

Tana Toraja” maka dari itu dapat dibentuk masalah yang dapat dijadikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana interaksi antara pedagang sayur dengan pembeli dipasar makale ?
2. Bagaimana kerja sama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli dipasar makale?

C. Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini tentunya peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai dan terselesaikan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui interaksi antara pedagang sayur dengan pembeli dipasar makale
2. Untuk mengetahui kerja sama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli dipasar makale

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis.
- b. Bagi peneliti, melalui penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan mengenai pentingnya sebuah komunikasi dalam sosial masyarakat terlebih kepada mahasiswa sosiologi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pembaca

1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk referensi dan sebuah sumber informasi maupun pengetahuan mengenai Relasi Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Pemasaran Di Kecamatan Makale, Tana Toraja.

b. Bagi Peneliti

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti berikutnya untuk mengetahui jenis interaksi yang digunakan oleh pedagang sayur dalam berinteraksi antara penjual dan pembeli dipasar makale. Bagi para masyarakat dapat mengenal jenis interaksi. Selanjutnya mereka dapat menggunakan kegiatan apa bila suatu saat mereka melakukan aktivitas tersebut.
- 2) Penelitian ini digunakan untuk mengukur kemampuan peneliti dalam pengetahuan yang didapat dalam menempuh perkuliahan dan juga dengan terjun langsung kelapang seperti ke masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini membahas mengenai Relasi Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Pemasaran Di Kecamatan Makale Tana Toraja.

A. Pengertian Relasi Sosial

Dalam konteks hubungan sosial, hubungan adalah hubungan yang saling mempengaruhi dan bersifat timbal balik. Selain itu relasi sosial membentuk sebuah komunikasi yang diimana tadinya seperti orang asing dan kemudian adanya sebuah interaksi komunikasi maka terbentuklah sebuah hubungan yang baik dan membentuk keakraban. Pengaruh adalah proses antara dua orang atau lebih dalam hubungan sosial. Hubungan yang bermuatan emosional adalah hubungan. Hubungan dengan orang lain sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan manusia. Hal ini disebabkan karena manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan lingkungannya. Hubungan adalah alasan mengapa manusia tumbuh dan berkembang.

Ada pandangan bahwa penilaian aspek teori komunikasi memiliki orientasi multi teori. Dengan demikian, suatu fenomena komunikasi dapat dipahami semata-mata sebagai cerminan kajian teori komunikasi atau melalui penyelidikan teoretis. (Littlejohn,2009).Dampak yang timbul dalam sebuah proses komunikasi, yakni :

a. Dampak kognitif

Efek yang terjadi ketika dia berkomunikasi dengan orang lain dan membuatnya lebih berpengetahuan atau lebih pintar. Komunikator

dalam konteks ini disebut sebagai komunikasi pesan. Hanya mengubah pikiran seseorang adalah tujuan komunikator.

b. Dampak efektif

Dalam hal ini, tujuan komunikator bukan hanya untuk menginformasikan penerima, tetapi juga untuk membuat mereka merasakan sesuatu, seperti kasih sayang, emosi, kegembiraan, kemarahan, dan sebagainya.

c. Dampak Behaviora

Efek ini terwujud dalam perilaku, aktivitas, atau tindakan komunikasi.

Menurut Deddy Mulyana (Mulyana, 2007:46), Proses membangun pemahaman bersama atau sudut pandang antara pengirim dan penerima disebut komunikasi. Berdasarkan kedua perspektif tersebut, secara garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana pengirim menyampaikan suatu pemikiran, maksud, atau pesan kepada penerima dengan tujuan membina kedekatan dan saling pengertian, Mengacu pada (Suzy Azeharie,2015), metode komunikasi yang dominan antara pedagang dan pembeli di Desa Pare, khususnya antara pedagang batagor dan ibu-ibu pecel, adalah komunikasi tatap muka dalam bahasa Inggris..

Penelitian ini juga menggunakan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Darlmas Altman & Taylor (1973; Taylor & Altman,1987) yang menunjukkan bahwa kefasihan dan kedalaman meningkat dengan perkembangan hubungan. Suatu proses yang dikenal sebagai penetrasi terjadi ketika suatu hubungan rusak, dengan keluasan dan kedalaman sering (tetapi tidak selalu) menurun. Hubungan

biasanya menunjukkan kesempitan (*narrowness*), di mana topik hanya dibahas secara singkat, dan kedangkalan (*shallowness*), di mana topik hanya dibahas secara singkat. Anda biasanya akan mengalami ketidaknyamanan jika topik tersebut dibahas secara mendalam di awal hubungan. Ketika seseorang mengungkapkan diri mereka yang intim di tahap awal suatu hubungan, kami curiga ada yang salah dengan mereka. Selain itu, kita dapat mengamati bahwa Karl Marx sering muncul sebagai tokoh sentral dalam diskusi teori konflik. Teori konflik dilihat oleh Karl Marx sebagai bentuk perjuangan kelas.

Dia memperkenalkan gagasan struktur kelas dalam masyarakat dari perspektif itu. Menurut teori Marx, masyarakat adalah arena ketimpangan, atau ketimpangan, yang berpotensi menimbulkan konflik dan perubahan sosial. Marx menyimpulkan bahwa keberadaan kelompok pengendali dan penguasa terkait dengan konflik sosial. Menurut teori Marx, persaingan kepentingan ekonomi adalah akar penyebab konflik kelas.

B. Bentuk Interaksi

Interaksi sosial merupakan syarat utama kegiatan dalam masyarakat karena merupakan bentuk umum dari proses sosial. Hanya beberapa jenis interaksi sosial yang membentuk jenis proses sosial lainnya. Menurut Syahril Syarbaini dan Rudiyantha (2009), interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinamis yang melibatkan hubungan antara individu dan kelompok manusia. 25-26).

Bentuk umum dari proses sosial menurut Soerjono Soekanto (1983:58) adalah interaksi sosial, sedangkan bentuk khusus dari proses sosial adalah

aktivitas sosial. Hubungan sosial yang dinamis yang meliputi hubungan antar individu, antar kelompok manusia, dan antara individu dengan kelompok manusia dikenal dengan interaksi sosial. Kontak sosial dan komunikasi diperlukan agar transaksi sosial dapat berlangsung (Burhan Bungin, 2009: 55). (Menurut Effendi (2007), interaksi sosial adalah hubungan antara dua orang, di mana satu orang dapat mempengaruhi orang lain atau sebaliknya dan ada hubungan timbal balik. Individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok adalah contohnya. hubungan.

Ciri-ciri berikut terdapat dalam hubungan sosial antar individu, kelompok, dan individu, serta hubungan sosial antar kelompok dan individu (Slamet Santoso, 2004: 11).

1. Ada koneksi. Hubungan antar individu, antar kelompok, dan antara kelompok dengan individu, serta antara kelompok dengan kelompok, tidak diragukan lagi merupakan penyebab dari setiap interaksi. Hubungan antar manusia ditandai antara lain dengan sapaan, jabat tangan, dan topi..
2. Terdapat Individu. Seseorang yang memelihara hubungan dituntut untuk tampil dalam setiap interaksi sosial. Partisipasi antara satu orang dengan orang lain, baik secara individu maupun kelompok, menghasilkan hubungan sosial.
3. Ada tujuan, ada tujuan khusus untuk setiap interaksi sosial, seperti mempengaruhi orang lain.
4. Ada keterkaitan struktur dan fungsi kelompok. Karena individu dalam kehidupannya tidak lepas dari kelompok, maka terjadilah interaksi sosial

yang berkaitan dengan struktur dan fungsi kelompok tersebut. Setiap anggota kelompok memainkan peran. Orang dianggap sebagai makhluk sosial karena mereka tidak dapat hidup terpisah dari orang lain dalam kehidupannya dan berperan dalam kelompoknya.

a. Syarat Terjadinya Interaksi Sosial

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

1. Perjumpaan jasmani dan rohani dapat didekati melalui kontak sosial. Hubungan sosial primer (tatap muka) dan sekunder (terkait dengan media, surat kabar, televisi, radio, dll.) dapat terjalin. Kontak sosial positif, seperti kerja sama, dan kontak sosial negatif, seperti oposisi atau konflik, serta tidak ada sama sekali, keduanya dapat menghasilkan interaksi sosial.
2. Upaya berbagi informasi dengan orang lain disebut komunikasi. Interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi tanpa komunikasi. Karena perbedaan konteks sosial, berbagai perbedaan suasana sering muncul dalam komunikasi tentang makna perilaku orang lain. Bentuk komunikasi yang paling mendasar dan krusial adalah yang menggunakan tanda-tanda sederhana untuk berkomunikasi. Karakteristik komunikasi manusia tidak hanya mencakup penggunaan isyarat fisik, tetapi juga penggunaan kata-kata, khususnya simbol suara standar dengan makna yang sama.

Interaksi sosial juga dilandasi oleh beberapa faktor psikologi, yaitu (Syahrial Syarbaini dan Rudiyanata, 2009: 27) :

- 1) Plagiasi adalah tindakan meniru emosi orang lain dengan berbagai cara, termasuk gaya bicara, perilaku, kebiasaan, dan tindakan.
- 2) Ketika penerima tidak netral dan tidak mampu berpikir logis, sugesti muncul. Dari mayoritas hingga minoritas, individu dengan otoritas, karisma, dan posisi tinggi biasanya memberikan saran.
- 3) Karena membentuk kepribadian seseorang, identifikasi—kecenderungan seseorang untuk menjadi seperti orang lain—lebih mendasar daripada peniruan.
- 4) Simpati adalah proses perasaan tertarik pada orang lain.
- 5) Empati, atau simpati yang mendalam, dapat berdampak pada pikiran dan tubuh seseorang.

b. Macam-macam Interaksi Sosial

Suatu proses sosial yang dikenal dengan interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang terjalin antara individu dengan kelompok, kelompok dengan individu, atau kelompok dengan kelompok dalam suatu masyarakat. Beginilah cara manusia berusaha memenuhi kebutuhan dasarnya. Dalam kehidupan sehari-hari, terdapat tiga jenis interaksi sosial (Taufik Rahman, 2000: 21-22).

1. Interaksi antara individu dan individu

Interaksi individu Mempengaruhi, merangsang, atau merangsang individu lain melalui interaksi individu. Sementara individu yang terkena dampak akan memberikan umpan balik, tanggapan, atau keduanya. Berjabat

tangan, saling berteriak, bercakap-cakap, atau bahkan melangkah lebih jauh adalah semua bentuk interaksi antar manusia.

2. Interaksi antara individu dan kelompok

Interaksi antara individu dan kelompok Seorang orator yang berpidato di depan banyak orang merupakan contoh nyata interaksi antara individu dan kelompok. Kesepakatan semacam ini menunjukkan bahwa kepentingan seseorang bertentangan dengan kepentingan kelompok. interaksi antar kelompok dan antar kelompok.

3. Bentuk interaksi antara kelompok dan kelompok

Cara kelompok berinteraksi menunjukkan bahwa kepentingan anggota satu kelompok terkait dengan kepentingan anggota kelompok lain secara keseluruhan. Interaksi ini menunjukkan bahwa setiap tindakan individu melayani kepentingan kelompok.

c. Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Menurut Gilin dan Gilin (dalam Burhan Bungin, 2009: 58-63) menjelaskan bahwa ada dua golongan proses sosial yang merupakan akibat interaksi sosial, yaitu :

1) Proses Asosiatif

Proses asosiatif adalah proses di mana individu atau kelompok bekerja sama untuk memasarkan tujuan bersama sebagai hasil dari pengembangan saling pengertian dan kerja sama. Ini adalah jenis proses asosiatif:

- a. Kerjasama adalah ketika individu atau kelompok bekerja sama untuk mencapai satu atau lebih tujuan bersama. Bentuk kerjasama seperti: gotong royong (Kerjasama di masyarakat pedesaan), Bargaining (perjanjian mengenai pertukaran barang dan jasa), Coalition (dua organisasi yang mempunyai tujuan yang sama dan bekerja sama mewujudkan tujuan tersebut), Co-optation (kerjasama individu dan kelompok dalam sebuah organisasi atau negara untuk menciptakan suatu stabilitas), joint-venture (kerjasama dua perusahaan atau lebih dalam suatu proyek tertentu)
- b. Kendaraan sering digunakan dalam dua cara yang berbeda: gotong royong (kerja sama dalam masyarakat pedesaan), tawar-menawar (keepakatan mengenai pertukaran barang dan jasa), koalisi (dua organisasi dengan tujuan yang sama yang bekerja sama untuk mewujudkan tujuan tersebut), kooptasi (kerja sama individu dan kelompok dalam suatu negara atau organisasi untuk menciptakan stabilitas), dan usaha patungan (kerja sama dua atau lebih perusahaan dalam proyek tertentu). Pertama, proses yang menunjukkan adanya keseimbangan dalam interaksi sosial antara individu dan kelompok dalam masyarakat, terutama yang menyimpang dari norma dan nilai sosial. Kedua, diarahkan pada proses penyelesaian konflik sosial.

Dengan mencapai stabilitas, proses kenyamanan ini mengarah pada tujuan. Berikut ini adalah contoh akomodasi:

- (1) Pendirian melalui paksaan atau kekerasan psikis atau fisik.
 - (2) Kompromi adalah suatu jenis perjanjian di mana para pihak berselisih mengurangi tuntutan mereka satu sama lain untuk mencapai kesepakatan dengan pihak ketiga
 - (3) Mediasi adalah kesepakatan yang dibuat dengan bantuan pihak ketiga yang netral
 - (4) Konsiliasi adalah persetujuan yang dibuat dengan bantuan upaya mendamaikan keinginan para pihak yang berselisih
 - (5) Toleransi merupakan akomodasi informal karena ada pihak yang berusaha menghindari konflik
 - (6) Stalemate, bentuk akomodasi dimana pihak yang berkonflik mempunyai kekuatan sama dan berhenti pada satu titik tertentu serta masing-masing pihak menahan diri
 - (7) Ajudication, usaha akomodasi dengan jalan pengadilan.
- c. Asimilasi adalah proses sosial dimana dua atau lebih budaya yang berbeda dicampur bersama untuk membentuk budaya baru yang berbeda dari budaya asli.

2) Proses Disosiatif

Proses disosiatif merupakan salah satu bentuk perlawanan sosial yang dilakukan oleh individu dan kelompok dalam suatu masyarakat.

Berikut ini adalah manifestasi dari proses disosiatif:

- a) Persaingan adalah proses sosial di mana individu atau kelompok berjuang dan bersaing untuk mendapatkan keuntungan di bidang kehidupan yang menjadi fokus perhatian publik tanpa menggunakan kekerasan atau ancaman.
- b) Kontravensi adalah proses sosial yang terjadi dalam situasi di mana terdapat persaingan dan/atau konflik. Ketika terjadi konflik pada tataran konsep dan wacana serta upaya untuk gagal mencapai tujuan pihak lain, hal ini disebut kontravensi.
- c) Konflik adalah proses sosial di mana orang atau kelompok tidak setuju satu sama lain tentang perasaan, aspek budaya, perilaku, prinsip, ideologi, atau kepentingan mereka. Ketidaksepakatan ini mengakibatkan perselisihan yang mungkin melibatkan ancaman atau kekerasan fisik.

Leopold Von Wiese dan Howard Becker mengatakan bahwa kontradiksi adalah proses bertingkat yang semakin intens hingga hampir menyerupai persaingan dan konflik. Apakah Anda tahu berapa banyak konflik yang ada?.

Kontradiksi umum, kontradiksi medial, kontradiksi intensif, kontradiksi misterius, dan kontradiksi taktis adalah lima tingkat kontradiksi..

- 1) Kontradiksi yang luas, contoh perlawanan, keengganan, perlawanan, tindakan penghadangan, demonstrasi, gangguan, tindakan kekerasan, dan rencana dari pihak lain.

- 2) Kontradiksi median, seperti menyangkal pertanyaan yang diajukan oleh orang lain di muka umum, memfitnah orang lain, dan membebankan beban pembuktian kepada pihak lain.
- 3) Pelanggaran serius, contoh niat, dan mengecewakan pihak lain.
- 4) Kontradiksi yang membingungkan, contoh pengungkapan rahasia pihak lain kepada pihak ketiga, dan pengkhianatan.
- 5) Tindakan balasan taktis, seperti menyelinap ke arah lawan atau mengganggu atau membingungkan mereka.

Kontradiksi gender, kontradiksi antargenerasi, dan kontradiksi antargolongan adalah tiga kategori kontradiksi yang kita kenali.

1. Kontradiksi antar generasi, seperti perbedaan pendapat antara kelompok tua dan muda mengenai masuknya unsur budaya asing.
2. Perbedaan antar kelompok, seperti perbedaan kepentingan antara kelompok mayoritas dan kelompok minoritas.
3. Kontradiksi antar jenis kelamin, seperti perbedaan pendapat antara laki-laki dan perempuan mengenai cuti hamil dan cuti melahirkan.

a. Pertentangan (Konflik)

Suatu proses sosial di mana individu atau kelompok menggunakan paksaan atau kekerasan untuk mencapai tujuan mereka disebut sebagai konflik. Perbedaan individu, perbedaan budaya, perbedaan kepentingan, dan perubahan sosial semuanya berkontribusi terhadap

konflik. Konflik, menurut Robert M.Z. Lawang, adalah perjuangan untuk sumber daya yang langka seperti nilai, status, kekuasaan, dan sebagainya, dengan tujuan menaklukkan saingan dan pada saat yang sama menghasilkan uang. Setiap masyarakat mengalami konflik secara teratur. Tidak ada kelompok atau individu yang hidupnya tidak dirusak oleh konflik.

1) Sebab-sebab terjadinya konflik

Faktor-Faktor yang Menyebabkan Konflik Berikut adalah contoh faktor-faktor yang dapat menyebabkan konflik.

- a) Peserta konflik memiliki kepribadian yang berbeda karena latar belakang budaya mereka.
- b) Sikap dan perasaan orang berbeda dari satu orang ke orang lain.
- c) Mereka memiliki kepentingan yang berbeda sebagai individu atau sebagai kelompok.
- d) Masyarakat mengalami perubahan sosial yang cepat sebagai akibat dari pergeseran nilai atau sistem yang berlaku.

2) Akibat konflik

Konflik dapat menimbulkan dampak positif dan negatif. Hasil dari konflik dapat berkisar dari berikut ini, tergantung pada bentuk yang diambil dan perspektif kita secara keseluruhan

- a) Rasa persatuan kelompok yang lebih kuat di antara anggota. Ini biasanya dicapai ketika kelompok-kelompok dalam masyarakat berselisih.

b) Memecah atau menghancurkan persatuan kelompok. Konflik antara anggota kelompok biasanya menyebabkan hal ini.

c) Terjadi perubahan kepribadian seseorang

d) Harta benda dihancurkan dan orang dibunuh

3) Cara pemecahan konflik

Pilihan penyelesaian konflik masih sedikit, antara lain eliminasi, penaklukan atau dominasi, kekuasaan mayoritas, kesepakatan minoritas, dan integrasi. Opsi-opsi ini merupakan tambahan dari metode akomodasi yang telah dibahas sebelumnya.

a) Penghapusan melibatkan menjadikan diri Anda pihak dalam konflik dengan, antara lain, menyatakan "kami menyerah" atau "kami menarik diri".

b) Yang dimaksud dengan "penaklukan" atau "dominasi" adalah kemampuan individu atau kelompok yang paling berkuasa untuk menguasai individu atau kelompok lain, terutama pihak yang kurang kuat.

c) Aturan mayoritas, di mana hasilnya diputuskan oleh suara mayoritas atau dengan suara yang tidak memperhitungkan argumen.

d) Persetujuan minoritas, dimana kelompok mayoritas menang tetapi kelompok minoritas menerima keputusan tersebut tanpa merasa kalah dan enggan berpartisipasi dalam kegiatan bersama.

e) Integrasi, di mana sudut pandang yang berlawanan diperhitungkan, didiskusikan dan dievaluasi sampai kelompok lawan mencapai keputusan yang disetujui semua pihak.

4) Bentuk - Bentuk Konflik

Ada berbagai macam bentuk konflik dalam kehidupan masyarakat, antara lain konflik pribadi, politik, ras, antar kelas sosial, dan internasional.

- a) Konflik pribadi adalah konflik di mana dua orang tidak setuju karena masalah pribadi.
- b) Konflik politik adalah konflik di mana partai politik lawan terlibat dalam perjuangan, ideologi, dan cita-cita politik yang berbeda.
- c) Konflik asal ras adalah konflik yang timbul antara individu dari berbagai kelompok ras sebagai akibat perbedaan budaya dan kepentingan.
- d) Munculnya berbagai kepentingan merupakan akar penyebab konflik antar kelas sosial.
- e) Konflik yang melibatkan beberapa kelompok negara (blok) karena perbedaan kepentingan masing-masing merupakan konflik internasional.

Secara umum, Raihan Amalia Yasmin (Komunikasi Binusian 2021) mendefinisikan komunikasi verbal sebagai komunikasi tertulis atau lisan, seperti

penggunaan kata-kata. Bahasa tubuh, seperti ekspresi wajah dan gerakan tangan, serta intonasi suara dan kecepatan berbicara, adalah contoh komunikasi nonverbal.

Berbicara, atau komunikasi kata yang diucapkan, dapat terjadi secara langsung (tatap muka) atau melalui perantara media, seperti ponsel atau interaksi media sosial. Sementara komunikasi nonverbal lebih lazim dalam komunikasi langsung atau tatap muka, komunikasi verbal melalui tulisan dapat dilakukan melalui sarana seperti surat, kartu pos, dan sebagainya. Alasannya adalah penggunaan media digital untuk berkomunikasi seringkali tidak memungkinkan untuk menggunakan komunikasi nonverbal. Misalnya, kita tidak mungkin mengamati ekspresi wajah lawan bicara atau mendengar intonasinya.

Komunikasi nonverbal sering mengarah pada pemahaman karena keterbatasan ini. Emoji, misalnya, sering digunakan dengan cara yang tidak pantas. Misalnya, seseorang secara tidak sengaja mengirim emoji marah alih-alih emoji tersenyum di sebelahnya. Orang yang menerima pesan mungkin salah mengartikannya dan menjadi marah karenanya.

Komunikasi melalui sarana nonverbal dan verbal pada dasarnya saling terkait dan bermanfaat. Kami terus berkomunikasi dengan lawan bicara kami dalam komunikasi langsung. Komunikasi nonverbal sering terjadi secara tidak sadar dan otomatis. Misalnya, saat kita sedang marah atau bersemangat, kita biasanya berbicara lebih cepat dan dengan volume yang lebih banyak. Ini terjadi sebagai akibat dari perubahan emosional. Komunikasi verbal kita ditingkatkan oleh komunikasi nonverbal kita juga. Orang tidak akan mempercayai kita ketika kita mengatakan sesuatu jika gerakan tubuh kita tidak mendukung.

C. Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa yang telah melakukan penelitian semacam ini maupun oleh peneliti yang relevan dengan penelitian lain seperti penelitian yang memiliki judul yang hampir sama dengan penelitian ini yaitu:

- 1) Menurut penelitian M. Rusdi, Siti Hajar Loilatu, Ismail, Radiatan Mardiah, dan Astriani A. Papuangan (2019), pedagang sayur di pasar Namlea Kabupaten Buru melakukan berbagai interaksi sosial, termasuk interaksi satu lawan satu satu interaksi dengan individu, interaksi kelompok dengan individu, dan interaksi kelompok dengan individu. Ada dua jenis interaksi sosial semacam ini—interaksi sosial asosiatif dan disosiatif—yang terjadi pada waktu tertentu..
- 2) Muh Nuzuldin melakukan penelitian. Peneliti Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Alauddin Makassar mendeskripsikan bentuk-bentuk interaksi sosial pedagang sayur seperti interaksi, perselisihan, kesepakatan, konvensi, dan asimilasi yang terjadi pada waktu tertentu. Masing-masing bentuk interaksi tersebut dapat berupa interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Kajian Nuzuldin (2017) yang berjudul “Interaksi Sosial Pedagang Sayur di Pasar Induk Minasa Maupa Terdapat dua jenis interaksi tersebut yaitu interaksi sosial asosiatif dan interaksi sosial disosiatif.

3) Dalam Kajian Tahun 2021 “Pola Interaksi Pedagang dan Pembeli Selama Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus di Pasar Induk Palopo”, Astuti menemukan bahwa faktor-faktor berikut mempengaruhi terjadinya interaksi sosial asosiatif atau kerjasama antar sesama pedagang dan pembeli : tujuan berbagi keberadaan, kedekatan fisik, dan asimilasi. Faktor-faktor atau interaksi yang menyebabkan terjadinya konflik akibat interaksi disosiatif, seperti: persaingan antar pedagang sayur lainnya, namun tetap menimbulkan persaingan yang konstruktif serta kontradiksi atau ketidaksukaan antar pedagang sayur ketika pembeli menawar di bawah harga modal.

D. Kerangka Konsep

Pasar Tradisional Makale adalah tujuan yang populer. Karena Pasar Makale buka setiap hari, banyak orang yang pergi ke sana. Petani, pengumpul, penjual, konsumen yang terdiri dari beberapa pedagang, dan pengelola pasar hanyalah beberapa pelaku pasar di pasar Makale.

Pasar adalah tempat di mana orang berinteraksi satu sama lain atau di mana penjual dan pembeli bertemu. Dijalankan oleh pedagang dan pedagang, dan pedagang dan pembeli berinteraksi satu sama lain di sana. Tujuan ekonomi, di mana pedagang dan konsumen membeli dan menjual, muncul dari interaksi ini.

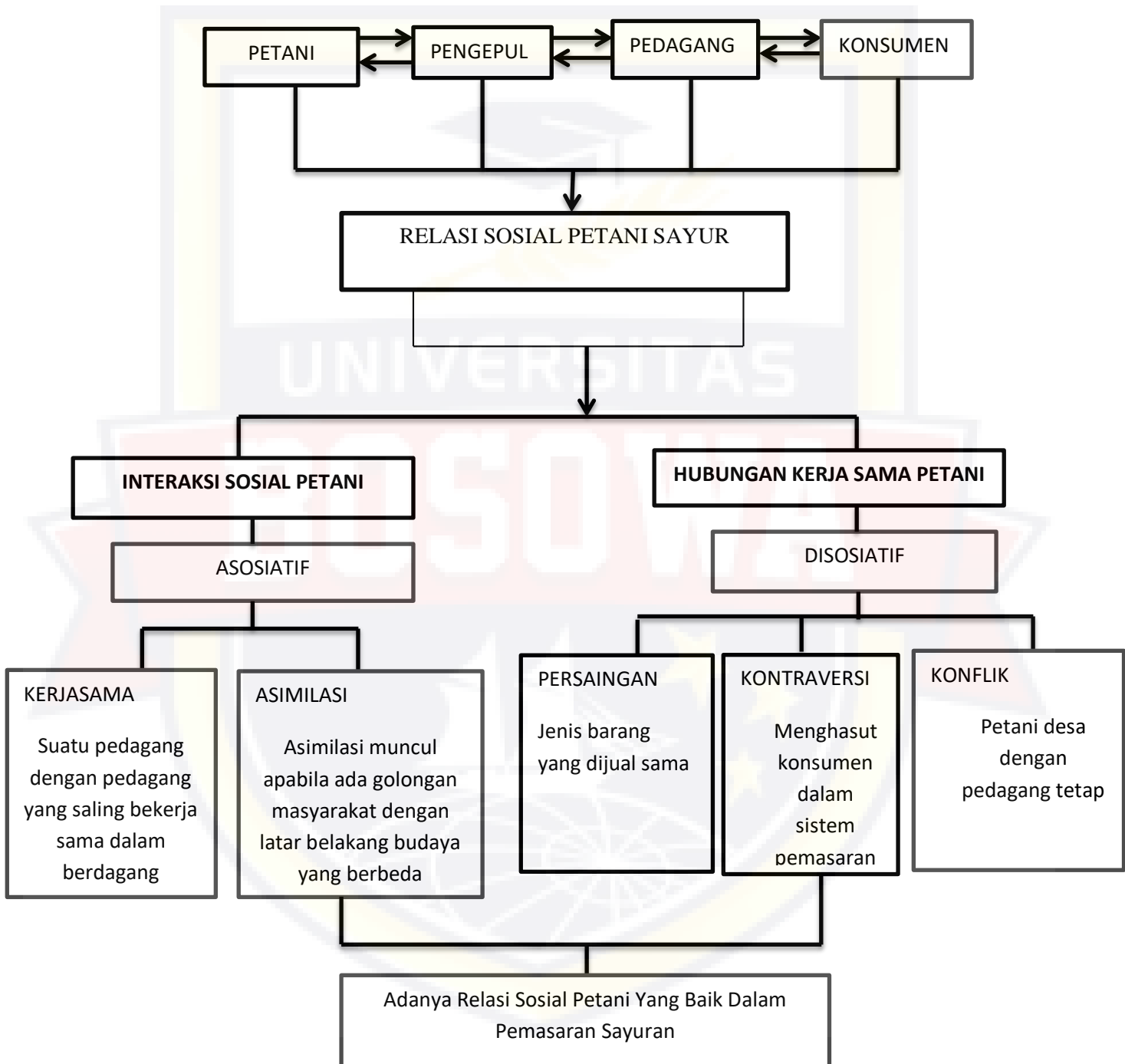
Interaksi asosiatif dan disosiatif dihasilkan dari interaksi sosial ini. Kesepakatan adalah suatu jenis proses sosial di mana dua atau lebih individu atau kelompok berusaha menyesuaikan satu sama lain tanpa campur tangan dengan

mencegah, mengurangi, atau menghentikan ketegangan yang dapat timbul atau ada untuk mencapai stabilitas (keseimbangan). Interaksi asosiatif ini mengarah pada kerja sama dan kesepakatan.

Salah satu bentuk interaksi sosial yang penting adalah kerjasama. Manusia dalam masyarakat bekerja sama satu sama lain sehingga kepentingan mereka dapat dilayani dengan lebih baik. Selain itu, disosiatif ini muncul dalam kompetisi, divergensi, dan konflik. Yang mana para pedagang saling bersaing dalam berdagang, yang mana persaingan terkadang sering terjadi di pasar makale. Selain itu, konvensi itu sendiri adalah suatu metode komunikasi manusia di mana pihak-pihak yang berpandangan berbeda saling menyembunyikan pandangan yang berbeda satu sama lain. Selain itu, konflik itu sendiri adalah pertengkaran antara dua individu atau kelompok yang meningkat menjadi skala besar dan pada akhirnya menghasilkan kekerasan atau konflik.

RELASI SOSIAL PETANI SAYUR DALAM SISTEM PEMASARAN

DIKECAMATAN MAKALE TANA TORAJA



Bagan 1. Kerangka Konsep

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti ini melakukan penelitian deskriptif kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data dalam bentuk kalimat bukan angka. Tujuannya untuk mempelajari bagaimana pedagang sayur berinteraksi di Pasar Makale Tana Toraja. Penelitian yang menggunakan sumber informasi dan perilaku yang dapat diamati untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dikenal dengan penelitian kualitatif.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research), yaitu mendatangi langsung ke tempat penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan melakukan observasi, wawancara, atau penelaahan dokumentasi guna memperoleh data yang lengkap. . Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian secara mendalam di Pasar Makale dan mencari informasi maksud dari pokok yang diteliti yaitu interaksi penjual sayur.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian berkaitan dengan judul yang diteliti akan dilaksanakan di pasar Pakale Tana Toraja. Untuk mengetahui interaksi yang di gunakan oleh pedagang sayur ,antara penjual dan pembeli sayur di Pasar Makale. Peneliti mengambil lokasi penelitian karena kota Makale ini banyak masyarakatnya mayoritas pedagang sayur dan lebih mudah dijangkau oleh peneliti. Waktu pelaksanaan

penelitian dilaksanakan pada sekitar bulan Juni 2022 atau terhitung setelah proposal penelitian ini disetujui.

C. Sumber Data

Subjek data ini berupa tempat, orang, atau benda dimana peneliti dapat mengamati, bertanya mengenai hal-hal variabel yang diteliti. Data dalam sebuah penelitian ini adalah semua data ataupun informasi yang diperoleh dari sumber informasi yang dianggap mengetahui dan mampu memberikan penjelasan bagaimana informasi atau subjek tersebut. Sumber data penelitian diperoleh dari sebuah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari objek yang diteliti. Sumber data primer digunakan untuk mendapatkan data yang akurat terkait penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

2. Data sekunder

Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data sekunder merupakan data tambahan yang berupa informasi untuk melengkapi data primer yang diperoleh oleh literatur, dokumentasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini, informan yang diambil adalah orang-orang yang dapat memberikan pendapatnya mengenai masalah yang diangkat. Informan yang dimaksud adalah aktor utama (pedagang sayur) yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah yang diangkat.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Oleh dari itu pengumpulan data merupakan sebuah langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena seorang peneliti harus terampil dalam mengumpulkan data. Seperti dalam melakukan penelitian, peneliti melakukan :

1. Observasi, Penelitian ini melakukan studi yang digunakan dengan sengaja tentang fenomena atau kejadian sosial dan berbagai gejala psikis melalui pengamatan dan pencatatan.
2. Wawancara, dimana peneliti itu sendiri melakukan proses percakapan untuk mengetahui dengan lisan mengenai kejadian, orang dan peristiwa. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada 5(lima) orang yang diantaranya ialah 3(tiga) orang penjual sayur dan 2(dua) orang pembeli yang ada di pasar Makale.

Dalam proses wawancara, peneliti berencana akan mengajukan beberapa pertanyaan, di antaranya:

- a. Bagaimana anda menarik pembeli agar datang membeli sayuran anda ?

- b. Sudah berapa lama anda menjadi pedagang sayur ?
 - c. Sekitar berapa orang pembeli datang untuk membeli sayuran anda ?
 - d. Apakah sayuran anda habis terjual atau tidak! jika ada sisa sayuran apakah anda membawa pulang dan mengkonsumsinya atau akan di jual kembali ?
 - e. Berapa kira-kira hasil pendapatan anda sehari/sebulan ?
 - f. Apakah dipasar makale ini anda sering menemukan terjadi konflik ?
 - g. Apakah anda melakukan suatu kerjasama dengan pedagang lain maupun pembeli?
3. Dokumentasi, peneliti melakukan sebuah dokumentasi berupa catatan, rekaman video, dan foto. Sebagai proses dokumentasi peneliti.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu teknik analisis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menghasilkan data, menjelaskan dan menganalisis sehingga memberikan informasi dan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti. Berikut ini adalah langkah-langka yang dilakukan penulis, diantaranya:

Data analisis ini didapatkan peneliti dari suatu observasi, dimana peneliti melakukan studi fenomenologi atau didapatkan dari pengamatan dan pencatatan. Selain itu analisis data juga didapat dengan melakukan wawancara, dimana peneliti melakukan percakapan kepada orang yang dapat memberikan

informasi mengenai masalah yang diangkat peneliti. Analisis data juga menggunakan dokumentasi, data dari dokumentasi dapat berupa catatan, pengambilan foto dan perekam video. Data ini juga diperoleh dari sumber-sumber yang mendukung penelitian ini yakni dari sumber internet dimana peneliti dapat membaca hasil penelitian orang lain dalam mendukung sebuah hasil dari peneliti dan juga ada sumber lain yang peneliti dapatkan yakni dari sumber buku yang ada menyangkut dengan masalah yang diangkat oleh peneliti.

Dari hasil analisis data yang digambarkan dapat ditarik kesimpulan bahwa dari analisis data ini, seorang peneliti muda menyelesaikan penelitiannya dengan bantuan melakukan langkah-langka dalam analisis data yang tersusun dari observasi, wawancara dan dokumentasi tak hanya itu peneliti juga terbantu dengan adanya sumber-sumber dari internet dan buku. Penyajian data ini tidak berupa angka-angka, akan tetapi didefinisikan data yang diambil dari wawancara maupun observasi dan dokumentasi.

G. Pegabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti dapat melakukan beberapa langka yang harus dilakukan yakni data yang telah diperoleh dan diteliti sesuai dengan apa yang terjadi, hal tersebut menjamin bahwa data informasi yang dikumpulkan itu benar. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perbandingan anatara sumber data yang satu dengan sumber data yang lain untuk memastikan atau membandingkan data tersebut.

H. Oprasional Konsep

Oleh karena itu untuk memberikan kemudahan dalam proses pengukuran variabel penelitian, variabel yang dibahas dan didefinisikan secara oprasional sebagai berikut:

1. Interaksi

Intteraksi adalah munculnya komunikasi yang dilakukan antara satu individu kepada individu lainnya, atau kepada individu kepada kelompok lainnya. Beberapa bentuk interaksi yang biasa dilakukan diantaranya ialah bertatap muka, berbicara secara langsung, berjabat tangan pun dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk interaksi.

2. Konsumen

Konsumen adalah orang atau pihak tertentu yang membayar untuk mendapatkan produk untuk mmenuhi kebutuhan mereka yang tersedia dari masyarakat, baik bagi kepentingn dirinya, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.

3. Pedagang/ Pengepul

Pedagang adalah seseorang yang mendagangkan, dagangannya kepada para konsumen. Penjual yang banyak ditemui diberbagai tempat, penjual secara umum memiliki sebuah tempat yang sudah diketahui oleh parah konsumen atau para langganan tetap. Sedangkan Pengepul adalah sebagaian pengumpul/pengepul yang biasa orang toraja ucapkan dengan (Pa'balili Utan) yang mengumpulkan sayuran atau barang yang ada dari para petani, atau pedagang lain dan kemudian dijual kembali.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Sejarah Pasar Makale Tana Toraja

Fondasi Peraturan Tana Toraja melewati siklus panjang yang dapat diverifikasi. Dahulu kala kawasan ini dikenal dengan sebutan "Rumah Lepongan Bulan Tanah Matari' Allo". Pada masa perbatasan Belanda sekitar tahun 1926, Tanah Toraja dijadikan Onder Afdeeling Makale – Rantepao di bawah Selfbestur Luwu yang terdiri dari 32 Lanschap dan 410 Kota. Setahun setelah Indonesia merdeka, Onder Afdeeling Makale – Rantepao dikucilkan dari wilayah Swapraja Luwu berdasarkan Besluit Lannshap No. 105 tanggal 8 Oktober 1946 menjadi badan pengawas mandiri yang tetap soliter di bawah kekuasaan umum "Tongkonan Ada ". Pada tanggal 31 Agustus 1957 keadaan Swapraja berubah menjadi Daerah Tingkat II Tana Toraja dengan ibu kota Makale sesuai Crisis Regulation Nomor 3 Tahun 1957.

Setelah diproklamasikannya Peraturan Nomor 2 Tahun 1999 tentang Badan Legislatif Daerah Tingkat II, Tana Toraja berubah menjadi Rejim Tana Toraja.

Meskipun terletak pada tingkat yang sulit dijangkau, terutama sebelum 100 tahun ke-20, Tana Toraja telah menjadi bagian penting dari sistem perdagangan internasional (global) selama beberapa waktu. Tana Toraja, pada dasarnya sejak 100 tahun ketujuh belas, telah menjadi sumber budak yang ditukar ke Siam. Nicholas Gervaise di pelabuhan negara itu melihat budak-budak Toraja

"yang telah ditaklukkan oleh Penguasa Makassar" memenuhi geladak pedagang yang hendak berlabuh (Gervaise 1701 Dikutip dalam Bigalke 1981). Pertukaran telah menguat sejak pertengahan abad ke-19 ketika espresso dan senjata (dan yang kurang signifikan, material) menjadi produk yang ditawarkan ke dan dari tana Toraja. Senjata api dan kain diperoleh, sementara espresso dan budak diperdagangkan di luar.

Pada abad ke-20, model perdagangan Tana Toraja yang meliputi produk utama seperti espresso, senjata, dan material bahkan lebih merupakan model perdagangan eceran, khususnya para pedagang membawa produk utama mereka yang dirujuk terutama melalui Tana Toraja baik dari arah timur maupun timur. Palopo, atau dari arah selatan dari Enrekang hingga tiba di pelabuhan Pare yang banyak dipengaruhi oleh Sidenreng. Pedagang budak tentu saja bukan pedagang eceran karena umumnya termasuk unsur menaklukan suatu wilayah di Tana Toraja oleh penguasa setempat dan mengambil sawah serta menjual penghuninya sebagai budak. Secara keseluruhan, pertukaran budak adalah pertempuran masalah dan kekuasaan pemerintahan. Selain pedagang budak, seiring berjalannya waktu dan pertukaran kopi dan senjata menjadi lebih produktif, upaya muncul baik dari penguasa lingkungan maupun pemimpin Luwu, sidenreng dan kemudian tulang, untuk memfasilitasi pertukaran produk dasar ini dan dapatkan manfaat dari bermacam-macam biaya. Upaya untuk memfasilitasi yang berikutnya pada tahun 1885-1897 memulai pertempuran tentang jalur pelayaran antara luwu dan sidenreng espresso dan para penguasa lokal di Tana Toraja dan para pedagang di

belakang mereka konflik yang pada akhirnya juga menyeret tulang ke dalam kekacauan ini.

Salah satu komponen dalam kerangka pertukaran tidak diragukan lagi, sejujurnya, pasar dalam arti sebenarnya. Pasar adalah tempat berkumpulnya penjual dan pembeli yang memperdagangkan produk dan data. Seperti di banyak tempat di Asia, pasar di Tana Toraja juga merupakan organisasi yang bekerja sesuai rencana sehari-hari. Mengingat sumber-sumber dari Bigalke (1981) beralasan bahwa sektor bisnis di Tana Toraja pada abad ke-19 pada saat itu merupakan bagian dari kerangka kerja pivot yang mencakup 66 sektor bisnis dan mengikuti rencana 6 hari dengan setiap pasar terbuka. Pasar besar di bagian utara Tana Toraja, yakni di Kalambe dan Rantepao, mampu menampung 1.500 hingga 5.000 pengunjung saat beraktivitas. Sedangkan sektor usaha yang lebih sederhana 600 sampai 800 tamu. Penguasa pasar mendapat semacam keuntungan biaya yang dia kumpulkan dari masing-masing broker.

Pemerintahan di Toraja sudah dimulai sejak pemerintahan Hindia Belanda. Sehubungan dengan Peraturan Krisis Nomor 3 Tahun 1957 yang didukung oleh W. L. Tambing di DPR RI, Daerah Tingkat II Daerah Tana Toraja akhirnya terbentuk, yang pengesahannya selesai pada tanggal 31 Agustus 1957 dengan Pejabat Kepala Daerah Propinsi bernama Lakitta.

B. Letak Geografis

Secara administratif, Tana Toraja yang bisa dibilang "Tator" dan beribukota Makale ini terletak antara 2° dan 120° Bujur Timur. Berbatasan

dengan Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Pinrang di selatan, Kabupaten Luwu dan Provinsi Sulawesi Barat di timur, serta Toraja Utara dan Provinsi Sulawesi Barat di utara.

Sangai Saddang, salah satu sungai terpanjang di Provinsi Sulawesi Selatan, mengalir melalui Kabupaten Tana Toraja. Ibukota Kabupaten Tana Toraja dan ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan berjarak 329 kilometer, melewati Kabupaten Enrekang, Kabupaten Sidrap, Kota Pare-Pare, Kabupaten Barru, Kabupaten Pangkep, dan Kabupaten Maros.

Total ada 19 kecamatan di Kabupaten Tana Toraja yaitu Bonggakaradeng, Sim dump, Rano, Mappak, Mengkendek, Gandang Batu Sillanan, Sangalla Selatan, Sangalla Utara, Makale, Saluputti, Bittuang, Rembon, Masanda, Malimbong Balepe, Rantetayo, dan Kurra. Luas wilayah Kabupaten Tana Toraja adalah Wilayah Makale seluas 39,75 km² atau 1,93 persen dari luas wilayah Kabupaten Tana Toraja. Dengan luas masing-masing 211,47 dan 206,76 meter, Kecamatan Malimbong Balepe dan Kecamatan Bonggakaradeng merupakan dua kecamatan terluas.

Jumlah penduduk termasuk kecamatan Makale adalah 3.5207 jiwa menurut proyeksi Indonesia. Makale merupakan kecamatan di Kabupaten Tana Toraja dengan jumlah penduduk terbesar dari seluruh kecamatan. Jumlah penduduk ini mencapai 15,29% dari total penduduk Kabupaten Tana Toraja.

Ketinggian Kabupaten Tana Toraja berkisar antara 125 hingga 3.075 meter di atas permukaan laut. Topografi sedikit bergelombang dan berbukit, serta

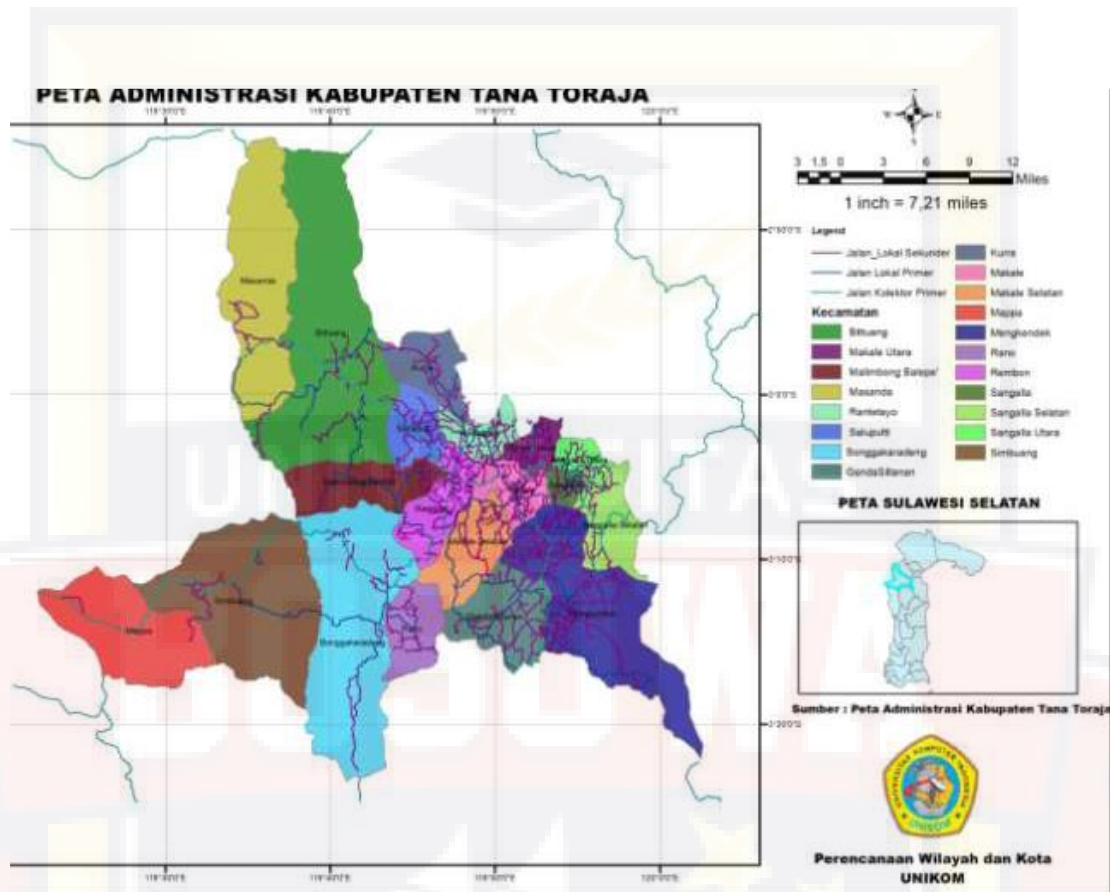
data topografi tidak banyak. Daerah dengan data kemiringan antara 0 dan 8%, biasanya di sebelah timur dan sepanjang jalan utama. Kabupaten Tana Toraja memiliki kemiringan lahan berkisar antara 8 hingga 15 persen, sedangkan Kabupaten Simbuang, di bagian barat, biasanya memiliki kemiringan lahan lebih dari 40 persen. Kabupaten seperti Bonggakaradeng dan Masanda, serta beberapa lainnya, merupakan kawasan lindung.

Perbukitan, lembah, dan pegunungan berbatu yang ditumbuhi sawah dan hutan mendominasi lanskap Tana Toraja. Kabupaten Tana Toraja beriklim tropis lembab karena letaknya yang bergunung-gunung.

Mayoritas penduduk Tana Toraja bergantung pada pertanian sebagai sumber pendapatan utama mereka, sedangkan tenaga kerja yang tersisa bekerja di berbagai pekerjaan lain, seperti: pemerintahan, jasa pendidikan, perdagangan, hotel dan restoran, bangunan, industri pengolahan, transportasi dan komunikasi, bank dan lembaga keuangan, dan kerajinan industri adalah contoh dari industri ini. Bahasa asli Toraja, Toraja, banyak dituturkan di wilayah Makale. Baik dalam kelompok sosial maupun masyarakat, bahasa ini digunakan untuk komunikasi sehari-hari.

Meskipun sistem kekerabatan sosial masyarakat Toraja mirip dengan masyarakat Bugis di Sulawesi Selatan, namun keluarga inti yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak termasuk dalam sistem kekerabatan sosial. Keluarga di sekitarnya, sebaliknya, terdiri dari nenek, kakek, saudara kandung, menantu, ipar, mertua, sepupu, dan sebagainya, yang semuanya memiliki ikatan darah satu sama lain.

Gotong royong, persatuan dan kesatuan, yang tetap terjaga dengan tetap mengakar dalam masyarakat, merupakan ciri khas masyarakat secara keseluruhan.



Gambar 2.1

Peta Administrasi Kabupaten Tana Toraja

The Tana Toraja Regency has a height of 125 to 3,075 meters above sea level, a slightly wavy and hilly topography, and little topographical information. Areas with a slope of the data between 0 and 8%, typically in the east and along the main road. The Tana Toraja Regency is home to land slopes ranging from 8 to 15 percent, while Simbuang District, in the west, typically has land slopes greater than 40 percent. Districts like Bonggakaradeng and Masanda, as well as a few

others, are protected areas. Hills, valleys, and rocky mountains overgrown with rice fields and forests dominate Tana Toraja's landscape. Tana Toraja Regency enjoys a humid tropical climate due to its mountainous location.

C. Keadaan Pedagang Pasar Sentral Makale

Pada Kamis, 25 Desember 2014, terjadi kebakaran di Pasar Induk Makale Tana Toraja. Pasca kebakaran Pasar Makale di Kabupaten Tana Toraja, Sulawesi Selatan, sejumlah pedagang mencari barang-barang yang masih bisa digunakan. Tidak ada korban jiwa dalam kebakaran pasar tertua di Toraja ini yang meluluhlantahkan sebanyak 170 kios. Kebakaran kedua yang terjadi pada Rabu, 3 Maret 2020 juga menghanguskan 14 kios milik warga. Kejadian tersebut tidak menimbulkan korban jiwa, namun kerugian mencapai Rp. 7 miliar.

Normalisasi pasar dan penertiban kondisi Pasar Induk Makale saat ini akan selesai pada tahun 2021. Melalui Surat Perintah Tugas 005/0508/VI/2021, tanggal 26 Juni 2021, Bupati Tana Toraja memerintahkan agar Pasar Induk Makale dapat beroperasi. dan dinormalisasi. Untuk proses penertiban dan normalisasi, 30 orang dari Satpol PP dan pemadam kebakaran, 5 orang dari Dinas Perhubungan, 10 orang dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian, 5 orang dari Dinas PRKP, 3 orang dari Dinas PUPR, 3 orang dari BAPPENDA, 3 orang dari kantor kecamatan Makale, dan 2 orang dari kecamatan Tondon Mamullu diterjunkan setiap hari.

Agustinus Andi Padang, SS, menyatakan, “Dengan penertiban dan normalisasi, Pasar Induk Makale kini terlihat rapi, luas, dan kami juga lebih

leluasa dalam berbelanja.” kepala polisi daerah. Pada Senin, 8 Februari 2021, Satpol PP dan Dakar Tana Toraja bertemu di pasar induk Makale. Ditambahkannya, normalisasi pasar, pendataan pedagang, dan pembagian pedagang sesuai kategori merupakan kegiatan yang dilakukan saat ini. Misalnya, pedagang yang menjual sayuran semuanya berada di blok A, sedangkan pedagang yang menjual ikan, pakaian, kopi, dan sebagainya semuanya berada di blok yang terpisah.

Begitu pula dengan WC umum yang akan diperbaiki agar pengunjung Pasar Induk Makale merasa lebih nyaman. Selain itu, agar proses ini berjalan lancar dan membuahkan hasil yang sesuai dengan harapan masyarakat dan pemerintah, diperlukan dukungan seluruh masyarakat.

Tabel 1. Keadaan Pasar Dan Pembayaran Tarif Retribusi

Lokasi	Jenis Pungutan	Tarif Retribusi
1	2	3
Pasar Sentral Makale	a. Pedagang desa	Rp. 2000
	b. Losd	Rp. 5000
	c. Kios Mini	Rp. 5000
	d. Ruko	Rp. 5000
	e. Warung	Rp. 5000

Tarif pembayaran yang harus dibayar pedagang setiap hari agar lokasi penjualannya tetap buka. Meski membayar retribusi tempat kepada petugas Pasar

Makale setiap hari, lingkungan pedagang sudah mulai jauh lebih nyaman ketika mereka berjual beli dengan pedagang, kios mini, dan tanpa mengubah kondisi tempat berjualannya.

Di Pasar Sentral Makale Tana Toraja, terlihat banyak kios dengan pedagang yang menjual modal besar telah terbakar. Namun, kerugian trader tidak selalu mengakibatkan kehancuran finansial atau kerugian modal. Karena mereka sudah siap menanggung kerugian dan mengatasi hal-hal yang bisa merugikan mereka.

UNIVERSITAS

BOSOWA



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Informan

Data dan informasi mengenai jenis interaksi yang terjadi dalam proses jual beli diperoleh dari wawancara dengan pedagang sayur dan sejumlah pengunjung dan pembeli di Pasar Makale Tana Toraja. Untuk membuat sampel yang dapat mewakili seluruh populasi pasar Makale secara akurat, wawancara dilakukan dengan responden yang memenuhi kriteria penelitian untuk penelitian tersebut. Tiga pedagang sayuran dan dua pengunjung/pembeli pasar Makale berpartisipasi dalam survei penelitian ini.

Dengan mengawali proses interaksi sosial antara peneliti dengan fenomena yang diteliti, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami sebuah fenomena dalam konteks interaksi yang alamiah. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif, yang terdiri dari petunjuk penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan, berdasarkan perilaku atau interaksi sosial seseorang, yang kemudian dapat dianalisis oleh peneliti. Daftar pertanyaan untuk proses wawancara, pengumpulan data, reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan atau analisis data pertama kali dibuat oleh peneliti.

Profil orang yang bersedia memberikan informasi kepada peneliti dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 2. Daftar Nama Profil Informan

NO	INISIAL	USIA	JENIS	
			KELAMIN	PROFESI
1	AP	56 Tahun	Laki-Laki	Pedagang Sayur
2	KS	49 Tahun	Perempuan	Pedagang Sayur
3	PU	29 Tahun	Laki-Laki	Pedagang sayur
4	R	24 Tahun	Perempuan	Pembeli
5	SA	37 Tahun	Perempuan	Pembeli

Sumber: Hasil Olahan Angket,2022

1. Bapak AP Pedagang Sayur

Bapak AP merupakan pedagang sayur di pasar makale Tana Toraja, Bapak AP sudah menikah dan memiliki 4orang anak, bapak AP berasal dari Palopo, bapak ini memiliki kepribadian yang Baik, Ramah dan Mudah Akrab dengan orang lain, karena Bapak ini Murah Senyum dan juga Bergurau. Beliau sudah lama menjadi Pedagang Sayur di Pasar Makale sejak Tahun 2013 dan sampai sekarang masih aktif berdagang, dipasar makale.

2. Ibu KS Pedagang Sayur

Ibu KS merupakan pedagang sayur dipasar Makale Tana Toraja, ibu ini memiliki kepribadian yang senang dan juga bergurau dia cenderung emosian tetapi murah senyum kepada orang disekelilingnya. Ibu KS ini juga memiliki lahan sayur sendiri, terkadang sayur yang ia jual dari hasil panen

miliknya. Ibu KS ini berasal dari Limbong tepatnya di Kecamatan Makale, beliau memiliki 5 orang anak dan masi memiliki 1 anak yang di sekolahkan.

Ibu KS bersama suaminya bekerja keras untuk membantu biaya kuliah anaknya.

3. Bapak PU pedagang sayur

Bapak PU merupakan seorang pedagang sayur yang dimana dirinya seorang pendatang dari enrekang yang dimana dirinya datang untuk berdagang hasil pertaniannya, Bapak Pu adalah seorang yang rama pada orang disekitarnya, dan dirinya memiliki sikap cerewat dan bergurau kepada pedagang lain atau pun kepada pembelinya, Bapak Pu memiliki kepribadian yang baik kepada yang ada disekitarnya. Bapak Pu pendatang baru di pasar makale yang sekitar 3 bulan menetap di pasar makale sebagai pedagang. Bapak Pu memiliki 2 orang anak dan masi dalam bangku sekolah. Bapak Pu adalah tulang punggung untuk anaknya yang masi bersekolah karena istri dari Bapak Pu sudah tiada/meninggal dunia.

4. Ibu R Pembeli

Ibu R merupakan pelanggan dari bapak AP yang dimana ibu R sudah sejak lama menjadi langganan tetap bapak AP karena bapak AP memberikan harga murah kepada ibu R, karena ibu R memiliki warung makan yang dimana membutuhkan beberapa sayuran yang dimana sayuran didapatkan dari bapak AP, ibu R jarang membeli sayuran dari pedagang lain kecuali jika bapak AP tidak berdagang. Meski ibu R membeli sayur dari pedagang

lain tapi harga yang didapatkan tidak sama dengan yang didapatkan dari bapak AP.

5. Ibu SA Pembeli sayur

Ibu SA merupakan pembeli yang sering berbelanja di pasar makale, ibu SA membeli sayur untuk bahan campur sayur yang akan di jual pada jam 2 subuh. Ibu SA terkadang membeli sayur diberbeda tempat yang dimana ibu SA membeli sayur yang masi sengar dan masi bisa di jual kembali terkadang Ibu SA memilih-milih tempat beli sayur karena ada pedagang sayur yang muka atau ekspresinya sangat cemberut dan juga terkadang membeli sayur ia melakukan penawaran yang dibawa harga jika menututnya mahal. Ibu SA membeli sayur yang tidak ia tanam di lahannya/kebun.

B. Hasil Penelitian

1. Bentuk interaksi antara pedagang sayur dengan pembeli

"umpan balik" adalah tindakan yang diambil oleh penerima pesan untuk menunjukkan pembelian dan merupakan hasil interaksi yang terjadi sebagai akibat dari pertukaran informasi antara satu individu atau kelompok dan sumber pesan.

Seseorang hanyalah pengirim atau penerima dalam model linier. Secara alami, ini adalah perspektif yang sangat sempit tentang orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi. Oleh karena itu, Wilbur Schramm menyatakan pada tahun 1954 bahwa kita juga harus mengamati hubungan pengirim-penerima. sebuah model interaksi yang menekankan komunikasi

dua arah—dari pengirim ke penerima dan dari penerima ke pengirim. Komponen kunci dari model komunikasi interaksional adalah umpan balik atau tanggapan terhadap pesan, yang menunjukkan bahwa seseorang dapat menjadi pengirim dan penerima dalam suatu interaksi tetapi tidak dapat melakukannya secara bersamaan. Umpan balik dapat menuntut atau tidak disengaja, verbal atau nonverbal. Dari segi makna kebijakan, umpan balik juga membantu komunikator menentukan apakah pesan mereka tersampaikan. Dalam model interaksional, umpan balik terjadi setelah pesan diterima daripada saat sedang dikirim.

Misalnya, menurut faktor kerja sama, kerja sama adalah proses interaksi di mana dua atau lebih individu atau kelompok bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama. Interaksi tersebut terlihat pada para pedagang sayur di pasar Makale yang salah satunya bekerjasama dengan pedagang atau pelanggan lain ketika mereka menyadari bahwa mereka memiliki kepentingan yang sama karena dengan bekerjasama memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masing-masing.

Perlu diketahui bahwa interaksi adalah rangkaian tindakan perilaku yang terjadi antara dua orang atau lebih yang saling memberi masukan sebelum masuk ke beberapa penjelasan tentang berbagai bentuk interaksi antara penjual sayur dan pembeli. Salah satu interpretasi interaksi adalah hubungan sosial yang dinamis. Dalam interaksi, kualitas terpenting yang perlu dimiliki individu atau kelompok untuk membentuk hubungan yang sukses adalah:

a. Sifat Yang Harus Dimiliki Oleh Pedagang Agar Disukai Konsumen

Selain modal berupa uang, modal berupa soft skills (keahlian) diperlukan untuk menjalankan usaha atau usaha yang berpotensi untuk berhasil. Keterampilan tersebut harus saling melengkapi satu sama lain agar usaha atau bisnis dapat tumbuh dan berhasil.

Penjual tidak hanya harus menguasai ilmu bisnis dari bisnis yang dijalankan, tetapi juga memahami kendala yang melingkupinya, seperti persaingan bisnis. Penjual harus bisa melihat peluang atau potensi di sekitarnya selain tantangan tersebut, yang bisa mendongkrak statistik penjualan. Jumlah peluang bisnis akan meningkat jika penjual memiliki beberapa barang tersebut.

Salah satu faktor terpenting berhasil atau tidaknya sebuah bisnis adalah seberapa baik bisnis tersebut melayani pelanggannya, sehingga pedagang harus menguasai keterampilan ini. Pepatah mengatakan bahwa pembeli adalah raja, dan ini benar adanya. karena cara penjual dipersepsikan oleh pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan perusahaan. Akibatnya, pedagang perlu tahu bagaimana memperlakukan pelanggan dengan baik. Jika seorang pedagang memperlakukan pelanggan dengan baik dan dengan rasa hormat, pelanggan akan merasa nyaman membeli dari mereka dan menjadi pelanggan tetap bisnis tersebut. Hal baik lainnya adalah pelanggan diperlakukan dengan baik dan akan memberi tahu pelanggan lain tentang bagaimana bisnis melayani mereka. Karena

pelanggan merasa layanannya sangat memuaskan, banyak pelanggan datang ke bisnis ini untuk membeli.

Sikap optimis yang ditunjukkan para pedagang diibaratkan sebagai virus yang menyebar dan menghasilkan umpan balik positif dari satu orang ke orang lain untuk menarik pelanggan. Sebaliknya, jika pelaku bisnis memperlakukan konsumen dengan buruk, niscaya konsumen akan enggan untuk membeli dari lokasi tersebut. Salah satu strategi yang digunakan bisnis untuk maju dan berkembang adalah memperlakukan pelanggan dengan baik. Berikut ada beberapa sifat yang disukai oleh konsumen:

a. Kejujuran

Tidak akan pernah ada penurunan kualitas sayuran yang dijual. Pedagang yang baik tidak bisa berbohong tentang harga yang didapat dari pengumpul sayuran (ma'balili utan), mulai dari harga. Pedagang sayur hanya bermodal dua ribu rupiah. Selain harga sayuran dan kualitasnya, kejujuran juga dijunjung tinggi dalam segala aspek kehidupan, baik di tempat kerja maupun di luarnya. Bersikap adil kepada semua pengumpul dan pembeli sayuran tanpa membeda-bedakan agar mereka merasa senang dengan kita.

Kejujuran adalah kualitas yang sangat penting yang perlu dimiliki oleh setiap orang agar seseorang percaya pada kita. Dalam bisnis jual beli sayuran misalnya, disinilah kami berbagi pengalaman positif karena kejujuran adalah kunci kesuksesan semua orang. Jangan tidak jujur dengan pelanggan; melakukan hal itu akan menjadi bumerang,

menyebabkan bisnis atau organisasi Anda gagal atau mengalami musibah yang tidak terduga.

Seperti yang dikatakan oleh bapak AP :

Ada beberapa pedagang yang menjual sayurannya di atas harga yang dibeli dari pengepul karena mereka mencari keuntungan, bisa dibilang mendapatkan banyak keuntungan sehingga konsumen merasa ditipu dan atau tidak tertarik lagi membeli dagangannya. Ambillah keuntungan yang sewajarnya saja dan pikirkanlah kondisi orang lain. Mengambil keuntungan tidak memudahkan kita dalam melakukan sebuah bisnis. (wawancara, 14 oktober 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat saya simpulkan bahwa kebaikan dan kejujuran seseorang itu sangat berarti bagi setiap orang dimanapun mereka berada. Kepribadian seseorang yang baik dan jujur akan memberikan dampak yang positif.

b. Murah senyum

Senyuman (juga dikenal sebagai senyuman) adalah ekspresi wajah yang disebabkan oleh gerakan atau munculnya gerakan pada bibir—di ujung atau di sekitar mata—dalam fisiologi. Kebanyakan orang tersenyum untuk mengekspresikan kegembiraan mereka. Oleh karena itu, agar seorang pedagang dapat menarik pelanggan untuk membeli sayurannya, mereka menerapkan senyum kepada mereka karena senyuman menciptakan ikatan batin dengan orang-orang di sekitar mereka sehingga pelanggan merasa tertarik dan selalu ingin berbelanja di pedagang tersebut..

Seperti yang dikatakan ibu KS :

Meskipun saya memiliki kepribadian yang cenderung emosional tetapi masih bisa memberikan senyuman kepada konsumen, karena dari konsumen saya

bisa mendapatkan interaksi yang baik dengan mereka, pepata mengatan bahwa murah senyum adalah media paling murah dalam membangun sebuah hubungan.(wawancara, 14 oktober 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, senyuman itu memberikan banyak manfaat dalam membantu pelayanan kita setiap saat terutama pedagang dengan konsumen. Agar pelanggan kembali datang, maka kita perlu menjadi tuan rumah yang menyenangkan hati orang, menerima pelanggan dengan bahasa tubuh yang membuat pelanggan merasa di terima dengan senang hati karena cara kita memperlakukannya dengan baik.

c. Komunikatif

Tindakan pelayanan komunikatif ialah tindakan pelayanan yang dibirikan oleh produsen untuk dalam rangka menyakinkan atau merayu dan memberikan suatu jaminan kepada konsumen, sehingga mereka tertarik untuk membeli barang yang kita tawarkan.

Seperti yang di katakan oleh bapak PU:

Ia harus memperlakukan konsumennya dengan sangat komunikatif agar ia dapat lebih akrab dengan konsumen/pembelinya dan berusaha memengaruhi pembeli dengan tawaran-tawaran yang murah dari pedagang lainnya. Bapak PU terkadang bergurau bersama konsumen dengan cara memberikan harga murah kepada pembeli atau memberikan sayuran lebih kepada pembeli, sehingga pembeli merasa puas dan tertarik untuk sering berbelanja di tempat bapak PU. (wawancara,15 oktober 2022)

Dapat pula kita simpulkan bahwa seorang pedagang meski memiliki kepribadian komunikatif atau muda untuk diajak bercerita dan dari bercerita dapat menumbulkan humoris yang bisa mencaikan suasana, sehingga

pembeli tidak merasakan kecanggungan ketika datang untuk berbelanja di tempat anda.

2. Bentuk kerja sama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli

Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui bentuk kerja sama pedagang sayur dengan pembeli, dimana peneliti melihat bahwa terjadinya suatu tawar-menawar antara pedagang dan pembeli. Yang dimana pembeli/konsumen menawarkan seikat sayur yang dari harga Rp. 5.000 satu ikat menjadi Rp.3.000 satu ikanya. Dan disitulah muncul sebuah kerja sama antara penjual dan pembeli. Dapat juga kita lihat bukan cuman pedagang dan pembeli saja yang melakukan sebuah kerja sama tetapi antar sesama pedagangpun melakukan hal itu dimana mereka melakukan tukar-menukar uang dengan pedang lainnya yang ada di sekitarnya.

Seperti yang dikatakan oleh R dan SA :

Bargaining (tawar-menawar) yang terjadi antara pedagang dan pembeli sudah biasa terjadi dipasar, karena pembeli mencari harga murah sesuai dengan kemampuan belanjaan yang sudah di rencanakan. Jika sudah melakukan tawar-menawar terkadang pembeli menawarkan harga dibawa harga yang sudah ditentukan oleh pedagang. (wawancara,17 oktober 2022)

Berdasarkan hasil dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, tawar-menawar pasti selalu ada dimanapun kita berada karena tidak mungkin kita berbelanja sesuatu yang mahal jika kita tidak menawar

dengan harga murah. Terkadang pembeli menawar dengan harga yang murah tetapi pedagang memberikannya dengan harga yang diminta oleh pembeli agar pembeli tidak berpaling ke pedagang lainnya.

C. Pembahasan

1. Bentuk interaksi antara pedagang sayur dengan pembeli di pasar makale

Sebelum saya membahas lebih jauh tentang perbedaan cara interaksi pembeli dan penjual sayur, perlu saya sampaikan bahwa sayur mayur dijual di pasar Makale yang berada di Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. Salah satu bazaar tradisional, Pasar Makale, dipadati para pelaku dan menarik banyak pembeli setiap harinya. Masyarakat pedagang di pasar Makale berkumpul pada pukul 02.00 WIB untuk berjualan dan membeli sayuran dari pedagang sayur atau petani desa. Harga yang dibayarkan pedagang masih rendah, dan pengepul yang membeli dari pedagang tersebut menawarkan harga yang lebih tinggi dari harga yang dibayarkan pedagang.

Dalam pemasaran sayuran, penjual dan pembeli saling berkomunikasi secara langsung di pasar, khususnya pasar makale. Pedagang sayuran memiliki hubungan sosial yang merupakan hasil interaksi antara dua orang atau lebih dan memiliki hubungan timbal balik antara individu dengan individu atau individu dengan kelompok lain. Mereka berinteraksi dengan pembelian sayuran, dan ada sistem yang mempengaruhi jual beli dimana

pedagang mempengaruhi pembeli atau konsumen dalam hal harga antara penjual dan pembeli.

Aturan, norma, dan saksi terbentuk melalui interaksi di pasar, yang merupakan pranata sosial. Ini menunjukkan bahwa pasar menciptakan ruang sosial dan ekonomi. Tempat di mana orang berinteraksi satu sama lain atau tempat penjual dan pembeli bertemu adalah pasar.

Sebaliknya, menurut Kotler (Kharisma, 2016), pemasaran adalah proses sosial di mana individu atau kelompok menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk bernilai tambah dengan pihak lain untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan.

Pedagang dan pembeli sayur pasar Makale akan membentuk hubungan sosial dan jejaring sosial sebagai hasil dari interaksi mereka. Interaksi yang, sebagai akibat dari komunikasi yang buruk, akan mengakibatkan perpecahan antara pembeli dan penjual. Interaksi sosial terjadi ketika para pelaku pasar makale tradisional saling berinteraksi.

Bentuk interaksi dalam transaksi di pasar tradisional Makale dapat dideskripsikan berdasarkan temuan observasi dan data dari informan di atas. Pada BAB III dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif dengan maksud untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial antara peneliti dengan situasi yang diteliti. Biasanya hal tersebut menimbulkan konflik dalam suatu interaksi, yang terkadang dialami oleh para pedagang, dan para pedagang biasanya tidak sepakat mengenai tempat berjualan.

2. Bentuk kerja sama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli

Bentuk kerja sama yang adapat terjadi ssehingga barang dagangan bisa sampai ke tangan pembeli disebut kegiatan distribusi.

Dari hasil wawancara ada bentuk kerja sama yang didapatkan yaitu jual beli dan tawar menawar berikut pembahasannya:

a. Jual beli

Pengalihan hak milik pedagang dan pelanggan diperlukan karena perdagangan adalah sarana manusia untuk memenuhi kebutuhan dan membina persahabatan. Apabila merek telah menyepakati syarat-syarat barang dan harganya, maka akad jual beli dianggap telah terjadi antara penjual dan pembeli. Perjanjian jual beli tidak lebih dari kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang dan harga.

b. Tawar menawar

Ketika kita berbicara tentang negosiasi yang sebenarnya, seringkali kita seperti melihat-lihat seperti di pasar tradisional makale. Mereka tawar-menawar untuk mencapai kesepakatan antara dua orang atau lebih. Biasanya, kesepakatan ini dibuat oleh orang-orang yang belum diterima oleh kedua belah pihak. Kami sesekali mengamati pembeli yang berpura-pura pergi dengan harapan penjual akan menelepon mereka. Tawar-menawar adalah ketika pembeli dan penjual berbicara tentang berapa harga yang harus dibayar untuk mendapatkan harga terbaik untuk barang tersebut,

bukan penjual. Praktik kuno menegosiasikan harga melalui diskusi dikenal sebagai tawar-menawar. Di pasar makale tradisional, tawar-menawar juga merupakan praktik konstan yang tidak akan pernah hilang karena orang menggunakannya setiap hari atau setiap kali berbicara tentang membeli barang di pasar. Bila Anda ingin bernegosiasi secara efektif, Anda perlu menyadari trade-off. Saat bernegosiasi, seseorang harus menjaga sikap ramah dan sopan saat menawarkan harga. Di pasar makale, jual beli membutuhkan interaksi yang sangat strategis.

Ketika mereka akan melakukan pembelian atau penjualan, orang-orang dari latar belakang budaya tradisional mana pun harus berinteraksi. Pasar tradisional Makale dipenuhi oleh orang-orang dari berbagai budaya, status sosial, dan minat. Alhasil, banyak sekali dinamika di pasar ini, mulai dari cara pedagang berinteraksi dengan pembeli dan penjual.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bentuk interaksi antara pedagang sayur dengan pembeli

Dari hasil wawancara mengenai bentuk interaksi antara pedagang sayur dengan pembeli maka terdapat kesimpulan yang bisa ditarik yaitu:

"umpan balik" adalah tindakan yang diambil oleh penerima pesan untuk menunjukkan pembelian dan merupakan hasil interaksi yang terjadi sebagai akibat dari pertukaran informasi antara satu individu atau kelompok dan sumber pesan. Ini menunjukkan bahwa pasar menciptakan ruang sosial dan ekonomi. Tempat di mana orang berinteraksi satu sama lain atau tempat penjual dan pembeli bertemu adalah pasar. Walaupun tidak ada cara untuk berkomunikasi, interaksi dapat berjalan dengan baik. Namun, harus ada ketidaksepakatan antara pembeli dan penjual, yang dapat menyebabkan perpecahan dan konflik.

2. Bentuk kerja sama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli

Bentuk kerja sama diantara pedagang dan pembeli, antara lain:

a. Jual beli

Peralihan hak milik dari penjual kepada pembeli disebabkan karena perdagangan merupakan sarana manusia untuk memenuhi kebutuhan dan menjalin silaturahmi. Mengenai perjanjian jual beli yang diduga telah terjadi antara pedagang dan konsumen, bagaimana jika mereka

menyepakati barang dan harga yang ditempelkan, yang menjadi kesepakatan penting antara penjual dan pembeli.

b. Tawar menawar

Orang yang belum diterima oleh kedua belah pihak melakukan tawar menawar untuk mencapai kesepakatan antara dua orang atau lebih. Kami sesekali mengamati pembeli yang berpura-pura pergi dengan harapan penjual akan menelepon mereka. Tawar-menawar adalah ketika pembeli dan penjual berbicara tentang berapa harga yang harus dibayar untuk mendapatkan harga terbaik untuk barang tersebut, bukan penjual. Praktik kuno menegosiasikan harga melalui diskusi dikenal sebagai tawar-menawar. Di pasar makale tradisional, tawar-menawar juga merupakan praktik yang tidak akan pernah hilang karena orang menggunakannya setiap kali berbicara tentang membeli barang atau setiap hari.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang diampaikan oleh peneliti adalah:

1. Pertahankalah kerja sama yang baik diantara pedagang dengan pembeli maupun pedagang dengan pedagang.
2. Bagi masyarakat pasar tradisional makale pertahankan sosialisasi dan jagalah sarana dan prasarana yang sudah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti. (2021). Pola Interaksi Antara Pedagang Dan Pembeli Pada Masa Pandemi Covid 19 Studi Kasus Di Pasar Sentral Palopo. Skripsi.
- Ali, H. (2004). Pengertian Interaksi Sosial. 87.
- Bigalke, T. 1981."A Social History of " Tana Toraja" 1870-1965.
- Davishare. (2014). Interaksi Sosial (Pengertian, Syarat, Ciri, Faktor, Bentuk, Jenis) - Davishare. Blogger.
- Enifika, D. R., Bahari, Y., & Salim, I. (2020). Relasi sosial asosiatif dalam kelompok tani dewi ratih kecamatan mempawah hilir kelurahan terusan. Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa.
- Fahmi. (2013). 22 Pengertian Pasar Modal Menurut Para Ahli (Bahas Lengkap). In 2015.
- Gillin, G. dan. (1954). Cultural Sociology. Arevisison of an introduction to sociology.
- Handayani, N. (2007). Modal sosial dan keberlangsungan usaha. In Skripsi.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). Teori Komunikasi. In Salemba Humanika.
- Mulyana, A. (2016). Sosiologi Komunikasi. Jurnal Komunikasi Massa.
- Muslim. (2020). Komunikasi Nonverbal. Waraqat : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman. <https://doi.org/10.51590/waraqat.v1i2.40>

Muh.Nuzuldin. (2017). Interaksi Sosial Pedagang Sayur di Pasar Induk Minasa Maupa Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. 54.

Paul M. Muchinsky. (2012). Pengantar Sosiologi Konflik. Psikologi Sosial.

Roland. (2020). Pola Komunikasi Antar Pedagang Dan Pembeli Di Lapangan Pancasila Kota Palopo. In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents.

Rusdi, M., Loilatu, S. H., Ismail, I., Mardiah, R., & Papuangan, A. A. (2021). Interaksi Sosial Pedagang Sayur di Pasar Induk Namlea Kabupaten Buru. Jurnal Ilmiah Mandala Education. <https://doi.org/10.36312/jime.v7i4.2376>

Siregar, N. S. S. (2016). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. Perspektif, 1(2), 100–110. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>

Saleh Laha. (2016). Konflik Dan Sumberdaya Pasar. Gema Kampus IISIP YAPIS Biak. <https://doi.org/10.52049/gemakampus.v11i1.16>

Soekanto, S. (2013). Sosiologi: Suatu Pengantar. In Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia.

Suheri. (2018). Makna Interaksi Dalam Komunikasi (Teori Interaksi Simbolik dan Teori Konvergensi Simbolik). AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial, Dan, Budaya. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.17>

Suzy Azeharie. (2015). Pola Komunikasi Antara Pedagang dan Pembeli di Desa Pare, Kampung Inggris Kediri. Jurnal Komunikasi.

Uhyat, H. (2013). (Resume Buku) Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Prof. Dr. Sugiyono). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: PT Alfabet.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman wawancara dalam relasi sosial petani sayu dalam sistem pemasaran dipasar tradisonal Makale

RUMUSAN MASALAH PERTAMA

1. Bagaimana bentuk interaksi antara pedagang sayur dengan pembeli dipasar makale

- Bagaimana anda menarik pembeli agar datang membeli sayuran anda ?
- Bagaimana cara anda berinteraksi dengan pembeli ?

2. Bagaimana bentuk kerja sama yang dilakukan pedagang sayur dengan pembeli di pasar makale ?

- Bagaimana anda berinteraksi dalam sebuah tawar-menawar ?
- Bagaimana anda melakukan persaingan dengan pedagang lainnya ?
- Sikap dan sifat seperti apa yang anda sukai dari pembeli/konsumen ?
- Apakah anda melakukan suatu kerja sama dengan pedagang lain maupun pembeli ?

Lampiran 2

Daftar Nama Informan

AP	Antonius Paya'
KS	Katrin Salasa
PU	Paulus Unu'
R	Randan
SA	Sarira Anti

LAMPIRAN 3

Hasil Dokumentasi Di Suasana Pasar Makale



Gambar 2.1 Proses Wawancara Antara Petani Desa



Gambar 2.2 Proses Tawar-Menawar Antara Pedagang Dan Pembeli



Gambar 2.3 Proses Jual Beli Sayur Antara Petani Des Dan Pengepul Atau Pedagang



Gambar 2.4 Keadaan Pasar Makale



Gambar 2.5 Keadaan Di Tempat Penjual



UNIVERSITAS BOSOWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Urip Sumoharjo Km. 4, Gd. 1 Lt. 7, Makassar-Sulawesi Selatan 90231
Telp. 0411 452 901 – 452 789 Ext. 123, Faks. 0411 424 568
Email: info@unibos.ac.id, http://www.unibos.ac.id

Nomor : A.574/FSP/UNIBOS/III/2022
Lampiran : 1 (satu) rangkap Proposal Skripsi
Perihal : Permintaan Izin Penelitian Penyusunan Skripsi

Kepada Yth.
Kepala Kecamatan Makale Tana Toraja

Di-
Kota Tana Toraja

Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/ Penulisan Skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bosowa Makassar, maka kami mohon kiranya kepada mahasiswa tersebut dibawah ini

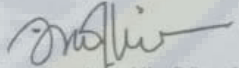
Nama	Palerias Serang
NIM	4519022007
Judul penelitian	Relasi Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Pemasaran di Kecamatan Makale Tana Toraja
Tempat	Kecamatan Makale Tana Toraja
Waktu	Oktober – Januari 2022

Untuk dapat diberi bantuan dalam memperoleh informasi serta pengambilan data yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir/ Penyusunan Skripsi tersebut.

Demikian harapan kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Makassar, 05 Oktober 2022
Dekan Fisip Unibos,

↳


Dr. A. Burchanuddin, S.Sos., M.Si
NIDN : 0905107005

Tembusan :
1. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN TANA TORAJA
KECAMATAN MAKALE
KELURAHAN BUNTU BURAKE
JLN. BUISUN NO: TLP. NO: MAKALE

SURAT KETERANGAN

Nomor : 014.039/KBB/11/2023

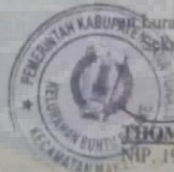
Yang bertanda tangan di bawah ini, Lurah Buntu Burake menerangkan bahwa :

Nama	: PALERIAS SERANG
NIM	: 4519022007
Tempat/Tanggal Lahir	: Burake, 02-04-2000
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Lingkungan Limbong, Kelurahan Buntu Burake
Fakultas	: fisipol
Semester	: Ganjil 2022/2023
Judul Penelitian	: RELASI SOSIAL PETANI SAYUR DALAM SISTEM PEMASARAN DI KELURAHAN BUNTU BURAKE KECAMATAN MAKALE KABUPATEN TANA TORAJA
Lokasi Penelitian	: KELURAHAN BUNTU BURAKE

Sesuai dengan Surat Permohonan Izin Penelitian saudara dengan nomor A.574 FSP/UNIBOS/III/2022, tanggal 05 Oktober 2022 perihal Permohonan Penelitian maka dengan ini kami sampaikan bahwa sampai saat ini saudara telah melakukan Penelitian di Kelurahan Buntu Burake untuk itu kami berikan Surat ini bahwa telah dikembalikan ke Kampus "UNIVERSITAS BOSOWA" Untuk proses pendidikan selanjutnya.

Demikian Surat Keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Buntu Burake, 06 Februari 2023


Lurah
Sekretaris
THOMAS MANGELO
NIP. 197204091992031003

PEMERINTAH KABUPATEN TANA TORAJA
KECAMATAN MAKALE

JLN. R.A. KARTINI NO. 05 TELP. (0423) 22050

KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor: 16/18.05/KM/II/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FIUS MINGGU,SH.,M.Si
Jabatan : Camat
Alamat : Makale

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa nama yang tersebut di bawah ini :

Nama : PALERIAS SERANG
NIM : 4519022007
Tempat Tanggal Lahir : Burake, 02 April 2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Limbong Burake Kec. Makale
Kabupaten Tana Toraja

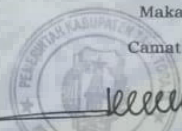
Asal Instansi/Lembaga : Universitas Bosowa Fakultas Fisipol

Telah melaksanakan Penelitian dengan topic **"RELASI SOSIAL PETANI SAYUR DALAM SISTEM PEMASARAN DI KELURAHAN BUNTU BURAKE KECAMATAN MAKALEKABUPATEN TANA TORAJA"** yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 s/d Januari 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Makale, 06 Januari 2023

Camat ,



FIUS MINGGU,SH.,M.Si
Pangkat : Pembina Tk.I
NIP. : 196805191994031010