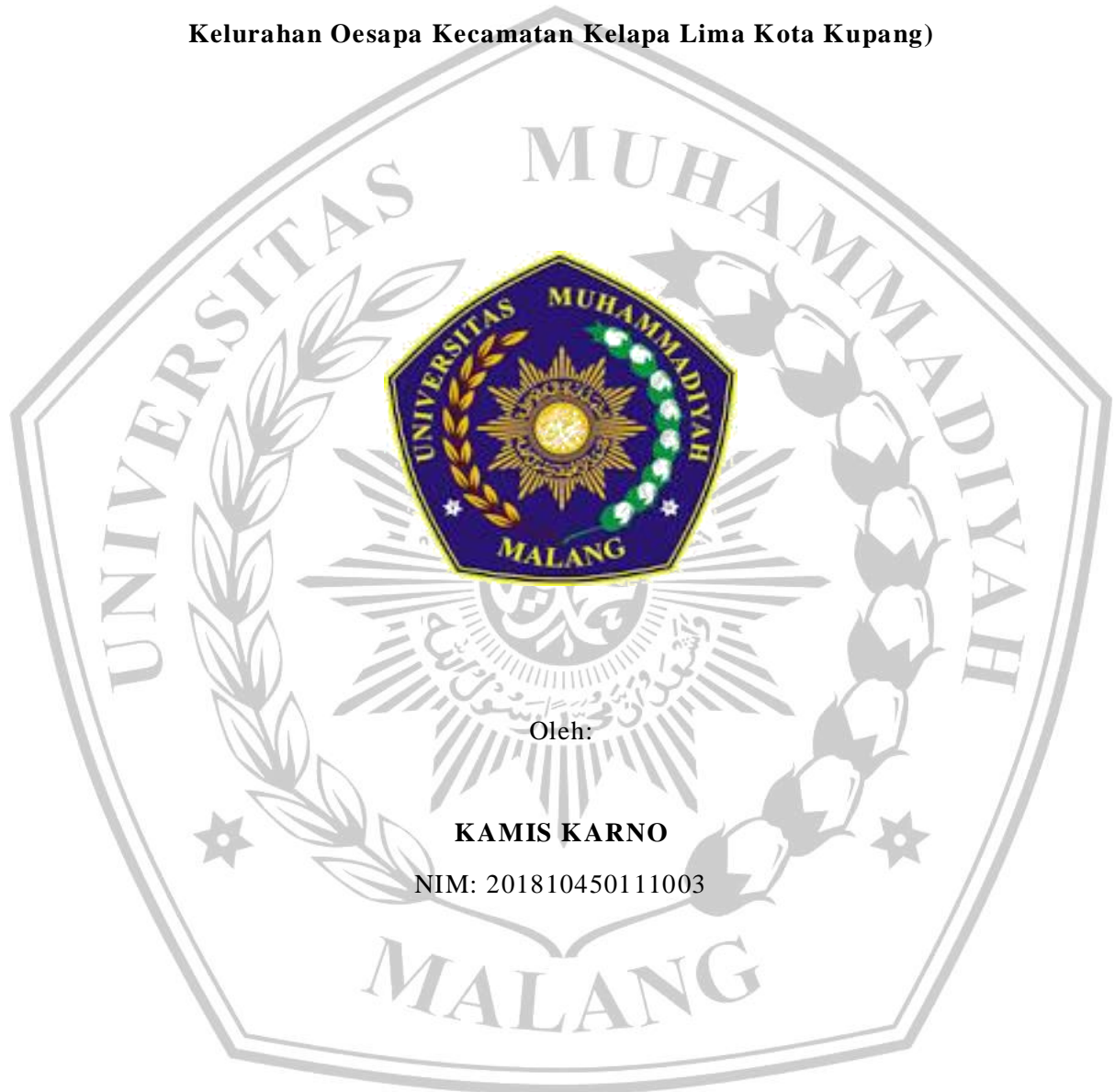


DISERTASI

**INTERAKSI BUDAYA DAGANG ETNIS TIMOR DAN ETNIS PENDATANG
DI PASAR TRADISIONAL KOTA KUPANG**

**(Studi Fenomenologi pada Pedagang Timor dan Bugis di Pasar Tradisional
Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)**



Oleh:

KAMIS KARNO

NIM: 201810450111003

**PROGRAM STUDI DOKTOR SOSIOLOGI
DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERISTAS MUHAMMADIYAH MALANG
NOPEMBER 2024**

DISERTASI

INTERAKSI BUDAYA DAGANG ETNIS TIMOR DAN ETNIS PENDATANG DI PASAR TRADISIONAL KOTA KUPANG

**(Studi Fenomenologi pada Pedagang Timor dan Bugis di Pasar Tradisional
Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)**



Oleh:

KAMIS KARNO

NIM: 201810450111003

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Doktor Sosiologi

**PROGRAM STUDI DOKTOR SOSIOLOGI
DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
NOPEMBER 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**INTERAKSI BUDAYA DAGANG ETNIS TIMOR DAN ETNIS PENDATANG
PADA PASAR TRADISIONAL DI KOTA KUPANG
(Studi Fenomenologi pada Pedagang Timor dan Bugis di Pasar Tradisional
Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)**

DISERTASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Doktor Sosiologi

Kamis Karno
NIM: 201810450111009

Promotor : **Prof. Dr. Ishomuddin** _____

Ko-Promotor I : **Assoc. Prof. Dr. Saiman** _____

Ko-Promotor II : **Dr. Syarifuddin Darajad** _____

Malang, Nopember 2024

Mengetahui,

Menyetujui,

Direktur
Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Doktor
Sosiologi

Prof. Latipun, Ph.D.

Prof. Dr. Oman Sukmana, M.Si

MOTTO

*Pengetahuan dapat berasal dari pengalaman,
bahkan dari kesalahan orang lain.
Untuk memperolehnya, perlu kesadaran
untuk jujur dan berani bersikap.*

Kamis Karno

*"Sikap adalah hal kecil yang
Membuat perbedaan besar."*

Winston Churchill



PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah ini kupersembahkan untuk:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah tiada, terima kasih banyak untuk cinta, didikan, motivasi dan doamu yang mengantarkan ananda sampai pada taraf keberhasilan ini.
2. Istriku tercinta Elma Taruna Leo Bire dan ketiga anandaku tersayang Rani Setyahadi, Srikandi Wulandari, dan Rini Ardhani Triana yang telah memberikan dukungan semangat serta sabar menanti keberhasilanku ini dalam menyelesaikan studi doktoral.
3. Masyarakat Timor, sahabatku di pulau Timor tempatku lahir dan dibesarkan. “Di mana bumi ku pijak, di situ langit ku junjung”



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahNya, Disertasi yang berjudul “Interaksi Budaya Dagang Etnis Timor Dan Etnis Pendatang Di Pasar Tradisional Kota Kupang (Studi Fenomenologi pada Pedagang Timor dan Bugis di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)”, dapat diselesaikan.

Disertasi ini merupakan upaya penyelesaian yang dilakukan secara sungguh-sungguh, yang walaupun upaya yang dilakukan ini terasa berat dikerjakan di sela-sela kesibukan sebagai dosen yang mendapatkan izin belajar, namun diusahakan untuk bisa menghasilkan karya tulis ini secara utuh dalam bentuk disertasi lengkap sehingga dapat memenuhi syarat akademis pada tingkat pendidikan doktoral.

Keberhasilan penulisan Disertasi ini tidak lepas dari dukungan semua pihak, sehingga beban masalah yang dirasakan berat ini mampu penulis lampau dengan baik. Oleh karena itu, melalui pengantar ini, saya ucapkan terima kasih terutama kepada Prof. Dr. Ishomuddin, M.Si sebagai Dosen dan juga sebagai Promotor Utama saya di Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang, kepada Prof. Dr. Saiman, M.Si selaku Ko-Promotor I yang dengan sabar memberikan bimbingan, kepada Dr. Syarifuddin Darajat, S.Sos, M.Hum, sebagai Ko-Promotor II dan juga sahabat baik yang banyak membantu dalam penyelesaian Disertasi ini, kepada serta Prof. Dr. Zainur Wula S.Pd, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kupang yang telah memberikan izin studi dan dukungan untuk melanjutkan studi doktoral di Universitas Muhammadiyah Malang.

Ucapan terima kasih selanjutnya saya sampaikan kepada Prof. Dr. Nazzaruddin Malik, SE. M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Latipun, Ph.D sebagai Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang, dan Prof. Dr. Oman Sukmana M.Si selaku Ketua Program Studi Doktor Sosiologi dan Magister Sosiologi, yang telah memberikan ruang kebijakan yang baik sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan Doktoral Sosiologi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Pada kesempatan ini pula dengan kerendahan hati saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Wahid Hasyim Tra Beni, S.Sos. M.Si. dan

Dr. Arifin Jenawa, S.Pd. M.Pd. selaku beberapa sahabat baik yang banyak membantu memberikan saran kritis dan sumbangan pemikirannya dan motivasi kepada penulis, juga kepada Ibu Risma selaku Bendahara Tata Usaha pada Program Pascasarjana UM Malang yang sangat responsive dan sangat membantu penulis dalam memberikan layanan administrasi akademik. Tidak lupa pula kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan yang mungkin terlupakan, dan tidak sempat disebutkan satu per satu, penulis ucapkan terima kasih, semoga perhatian dan dukungan tersebut mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Kepada kedua orang tuaku yang telah tiada, ayahanda Karno (alm) dan Mina Hede (almh) yang telah membesarkan dan mendidikku, serta memotivasiku agar rajin belajar untuk meraih cita-cita, sehingga dengan harapan dan doa ayahanda dan ibunda ananda dapat mencapai pada taraf pendidikan doktoral ini, kuhaturkan rasa terima kasih dan hormat. Meskipun saat ini, apa yang telah ananda raih ini tidak sempat ayahanda dan ibunda nikmati. Semoga Allah SWT, memberikan ampunan, rahmat berlimpah dan tempat terbaik di hadapanNya. Juga terima kasih untuk istriku tercinta Elma Taruna Leo Bire dan ketiga anandaku tersayang Rani Setyahadi, Srikandi Wulandari, dan Rini Ardhani Triana yang dengan penuh kesabaran menanti keberhasilan ayahnya ini meraih predikat Doktor. Semoga apa yang ayahmu raih ini akan menjadi inspirasi dan pendorong semangat bagimu anak-anakku, untuk mencapai predikat yang lebih baik.

Karya Disertasi ini sangat saya sadari sepenuhnya, tentunya masih belum sempurna, karena itu semua kritik dan saran yang konstruktif guna memperbaiki kualitas tulisan ini sangat saya harapkan. Semoga karya ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan yang bermanfaat dalam mengembangkan pengetahuan kemasyarakatan di tengah luasnya ilmu pengetahuan sosiologi yang telah dihadirkan dalam dunia akademis, dan mendapat ridho dari Allah SWT. Amin.

Malang, 19 Nopember 2024

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kamis Karno

NIM : 201810450111003

Program Studi : Program Doktor Sosiologi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Disertasi dengan Judul: "Interaksi Budaya Dagang Etnis Timor Dan Etnis Pendatang Di Pasar Tradisional Kota Kupang (Studi Fenomenologi pada Pedagang Timor dan Bugis di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang)" adalah hasil karya saya sendiri dan dalam naskah disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam kutipan dan Daftar Pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan adanya unsur-unsur plagiasi, saya bersedia disertasi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai ketentuan hukum yang berlaku.
3. Disertasi ini dapat digunakan sebagai sumber pustaka yang merupakan Hak Bebas Royalty Non Eksklusif.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Nopember 2024

Yang menyatakan

Meterai
10.000

KAMIS KARNO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Batasan Konsep	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Penelitian Terdahulu.....	14
2. Fenomenologi Dalam Kajian Konsep	31
3. Konsep Interaksi Sosial	35
4. Konsep Kebudayaan	39
5. Konsep Budaya Dagang	45
6. Konsep Pedagang	48
7. Konsep Etnis dan Etnisitas	51
8. Konsep Etnis Timor	54
9. Konsep Etnis Pendatang	58
10. Konsep Pasar	60
11. Konsep Pasar Tradisional	62
B. Landasan Teori.....	64
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Paradigma Penelitian.....	70

B.	Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	71
C.	Lokasi dan Waktu Penelitian	74
D.	Fokus Penelitian.....	75
E.	Subyek / Informan Penelitian	78
F.	Sumber Data	79
G.	Teknik Pengumpulan Data.....	80
H.	Teknik Analisis Data.....	83
I.	Pemeriksaan Keabsahan Data.....	86
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Hasil Penelitian Tentang Kondisi Umum di Lokasi Penelitian	90
1.	Sejarah Singkat Kota Kupang dan Munculnya Pasar Tradisional	90
2.	Sejarah Pasar Tradisional Oesapa	94
3.	Kondisi Geografis	97
4.	Kondisi Klimatologi	104
5.	Kondisi Demografis	105
6.	Kondisi Hubungan Sosial Politik	112
7.	Kondisi Sosial dan Ekonomi Pasar	114
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	121
1.	Fenomena interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada Pasar Tradisional	121
a.	Kerjasama	130
b.	Persaingan	133
c.	Konflik	138
2.	Dinamika interaksi sosial pedagang etnis Timor dan etnis Bugis di Pasar Tradisional	142
C.	Diskusi Teoritis dan Temuan Penelitian	161
1.	Diskusi Teoritis	161
2.	Temuan Penelitian	172
D.	Proposisi Yang Dihasilkan	182
BAB VII	PENUTUP	
A.	Simpulan	185
B.	Implikasi Teori.....	187
C.	Rekomendasi.....	189
DAFTAR PUSTAKA.....		193
LAMPIRAN – LAMPIRAN		200
RIWAYAT HIDUP		201

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Komposisi Penduduk Kelurahan Oesapa Menurut Jenis Kelamin	107
Tabel 2. Komposisi Penduduk Kelurahan Oesapa Menurut Usia.....	108
Tabel 3. Komposisi Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Jenjang Pendidikan	109
Tabel 4. Keadaan Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Pekerjaan	110
Tabel 5. Keadaan Penduduk Kelurahan Oesapa berdasarkan Agama	111



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Analisis Data dan Pemeriksaan Keabsahan Data Creswell	89
Gambar 2. Peta Kecamatan Kelapa Lima	98
Gambar 3. Peta Lokasi Pasar Oesapa di Kota Kupang	99
Gambar 4. Gerbang Timur Pasar Oesapa di Jalan Kusambi III	102
Gambar 5. Gerbang Utama Pasar Oesapa di Jalan Kusambi II	103
Gambar 6. Gerbang Barat Pasar Oesapa di Jalan Kusambi I	104
Gambar 7. Foto Kondisi Pasar Oesapa Saat Musim Hujan	105
Gambar 8. Foto Proses Wawancara dengan Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Oesapa dalam Rangka Pengumpulan Data Sekunder	106
Gambar 9. Foto Fakta adanya kandang ternak ayam di dalam areal pasar, pada Sudut Timur Pasar Oesapa	115
Gambar 10. Kondisi Pedagang Etnis Timor di Tengah Pasar Oesapa	116
Gambar 11. Kondisi Pasar Oesapa Setelah Hujan Berakhir	116
Gambar 12. Kondisi Lapak Pedagang di Sisi Pembatas Pantai Oesapa	117
Gambar 13. Kondisi perahu pedagang bugis yang berprofesi nelayan di Pantai Oesapa Kota Kupang (dilihat dari atas tembok pembatas pantai Oesapa)	117
Gambar 14. Kondisi Pedagang Etnis Timor yang Menggunakan Teras Ruko Sembako pedagang Etnis Bugis	118
Gambar 15. Kondisi Fasilitas Usaha Pedagang Etnis Timor di tengah Pasar Oesapa	145
Gambar 16. Foto kondisi pedagang etnis Timor yang tertidur kelelahan di halaman penduduk lokal	153
Gambar 17. Foto kondisi anak pedagang Bugis yang dilibatkan dalam kegiatan usaha orang tuanya di Kios Sembako	158
Gambar 18. Foto kondisi anak pedagang Bugis - Jawa yang dilibatkan dalam kegiatan usaha orang tuanya, sedang melayani pelanggan	159
Gambar 20. Diagram Model Fenomenologi dan Interaksi Budaya Dagang	180

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup	196
---------------------------------	-----



ABSTRAK

Kamis Karno, (2024), Disertasi: Interaksi Budaya Dagang Etnis Timor dan Etnis Pendatang Di Pasar Tradisional Kota Kupang (Studi Fenomenologi pada Pedagang Timor dan Bugis di Pasar Tradisional Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang). Prof. Dr. Ishomuddin M.Si. sebagai Promotor Utama, Prof. Dr. Saiman, M.Si, Assoc. Dr. Syarifuddin Darajat, M.Hum. Assoc.

Penelitian ini bertujuan memahami fenomena interaksi budaya dagang antara etnis Timor dan etnis Bugis serta dinamika interaksi sosial di Pasar Tradisional Oesapa, Kota Kupang, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, yang menekankan pentingnya pemaknaan subjektif dari tindakan sosial yang dilakukan oleh individu pedagang etnis Timor dalam konteks interaksi budaya dan ekonomi di pasar. Pendekatan ini relevan untuk mengungkap bagaimana pedagang dari kedua etnis memberikan makna terhadap aktivitas perdagangan mereka, serta bagaimana makna tersebut membentuk pola kerjasama, persaingan, dan konflik di pasar.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun telah terjadi interaksi budaya antara kedua etnis selama puluhan tahun, proses pewarisan budaya dagang di kalangan pedagang etnis Timor mengalami stagnasi. Keunikan penelitian ini terletak pada identifikasi bahwa ketakutan pedagang etnis Timor untuk berinvestasi jangka panjang dalam lahan dan modal menghambat proses pewarisan budaya dagang kepada generasi berikutnya. Hal ini mengakibatkan generasi muda etnis Timor kurang terlibat dalam dunia perdagangan sejak dini, sehingga mereka tidak memiliki intuisi dagang yang kuat seperti yang dimiliki oleh generasi muda etnis Bugis. Sementara itu, pedagang etnis Bugis berhasil mewariskan budaya dagang yang kompetitif dan adaptif kepada anak-anak mereka, yang sejak kecil telah terbiasa dengan dinamika pasar dan berani berinvestasi. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan struktural dan budaya antara pedagang etnis Timor dan Bugis, yang tercermin dalam perbedaan cara mereka memaknai perdagangan dan strategi ekonomi. Pedagang Bugis, dengan modal sosial dan ekonomi yang lebih kuat, mendominasi pasar melalui penguasaan lahan dan pengelolaan properti; etos kerja mereka didorong juga oleh nilai-nilai *transcendental* memandang usaha dagang sebagai sarana ibadah kepada Allah SWT. Sebaliknya, pedagang Timor cenderung mempertahankan pola perdagangan tradisional tanpa adanya perubahan yang signifikan; namun mereka lebih fokus orientasinya kepada investasi pendidikan umum anak-anak mereka. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa interaksi budaya dagang antara etnis Timor dan Bugis di Pasar Oesapa mencerminkan adaptasi sosial yang kompleks dan ketergantungan ekonomi. Fenomena ini dipengaruhi oleh perbedaan modal, akses terhadap sumber daya, serta pemaknaan subjektif terhadap aktivitas perdagangan. Temuan ini memberikan wawasan penting tentang dinamika interaksi etnis dalam konteks pasar tradisional, dan dapat menjadi landasan bagi upaya pemberdayaan pedagang lokal, khususnya etnis Timor, dalam meningkatkan daya saing ekonomi mereka.

Kata Kunci: Interaksi Budaya Dagang, Etnis Timor, Etnis Bugis, Pasar Tradisional Oesapa, Fenomenologi Alfred Schutz, Dinamika Interaksi Sosial

ABSTRACT

Kamis Karno, (2024), Dissertation: The Interaction of Timorese and Immigrant Ethnic Trading Cultures in the Traditional Market of Kupang City (Phenomenological Study on Timorese and Bugis Traders in the Traditional Market of Oesapa Village, Kelapa Lima District, Kupang City). Prof. Dr. Ishomuddin M.Si. Primary Supervisor, Prof. Dr. Saiman, M.Si, Assoc. Dr. Syarifuddin Darajat, M.Hum. Assoc.

This research aims to understand the phenomenon of cultural trade interaction between ethnic Timorese and ethnic Bugis and the dynamics of social interaction in Oesapa Traditional Market, Kupang City, using Alfred Schutz's phenomenological approach, which emphasizes the importance of the subjective meaning of social actions carried out by individual ethnic Timorese traders in the context of cultural and economic interactions in the market. This approach is relevant to reveal how traders from both ethnicities give meaning to their trading activities, as well as how these meanings shape patterns of cooperation, competition and conflict in the market. The findings of this study show that despite decades of cultural interaction between the two ethnicities, the process of inheriting trade culture among Timorese traders has stagnated. The uniqueness of this research lies in the identification that the fear of Timorese traders to invest long-term in land and capital hinders the process of passing on the trading culture to the next generation. As a result, Timorese youth are not involved in trading from an early age and therefore do not have the strong trading intuition that Bugis youth have. Bugis traders, on the other hand, have been able to pass on a competitive and adaptive trading culture to their children, who have become accustomed to market dynamics and are willing to invest. This phenomenon points to a structural and cultural gap between Timorese and Bugis traders, which is reflected in the different ways in which they interpret trade and economic strategies. Bugis traders, with stronger social and economic capital, dominate the market through land tenure and property management; their work ethic is also driven by transcendental values, viewing trading as a means of worship to Allah SWT. In contrast, Timorese traders tend to maintain traditional trading patterns without any significant changes; however, they are more focused on investing in their children's general education. The conclusion of this study is that the trade culture interaction between Timorese and Bugis in Oesapa Market reflects complex social adaptation and economic dependence. This phenomenon is influenced by differences in capital, access to resources, and subjective meanings of trading activities. The findings provide important insights into the dynamics of ethnic interaction in the context of traditional markets, and can serve as a foundation for efforts to empower local traders, especially Timorese, to improve their economic competitiveness.

Keywords: Trade Culture Interaction, Ethnic Timorese, Ethnic Bugis, Oesapa Traditional Market, Alfred Schutz Phenomenology, Social Interaction Dynamics

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang sosial, budaya, dan ekonomi, telah dipicu oleh kemajuan teknologi informasi dan transportasi di Indonesia sejak pergantian abad ke-21. Fenomena globalisasi yang didorong oleh inovasi teknologi itu membuka pintu bagi masyarakat untuk mengakses informasi dan berinteraksi secara lebih luas dengan dunia luar (Imanto, 2012). Pusat transformasi digital yang muncul di beberapa kota misalnya Jakarta, Batam, Medan, Surabaya, Bali, dan Makassar, mulai mengubah pola konsumsi dan aktivitas ekonomi masyarakatnya. Masyarakat di kota-kota ini telah memanfaatkan teknologi seperti *e-commerce*, *e-banking*, dan *e-learning* untuk menunjang kegiatan ekonomi dan sosial mereka (Budijarto, 2018).

Masuknya pelaku bisnis modern seperti *minimarket*, *supermarket*, dan toko *online* ke wilayah ini menimbulkan tantangan baru bagi para pedagang lokal yang beroperasi di pasar tradisional. Penelitian (Poesoro, 2007; Brata, 2016). menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern berdampak negatif terhadap pasar tradisional, mempengaruhi keuntungan pedagang kecil dan mempersempit ruang gerak mereka.

Meskipun kemajuan informasi digital, mendorong munculnya pasar-pasar swalayan modern dan pasar *online*, eksistensi pasar tradisional tetap relevan di tengah masyarakat. Kehadiran pasar tradisional tetap menjadi ruang penting bagi interaksi masyarakat lokal dalam melakukan transaksi ekonomi, juga sebagai wadah

kontak sosial dan budaya. Di sinilah persinggungan antara teknologi dan tradisi menciptakan dinamika yang menarik, menuntut inovasi agar pasar tradisional dan para pelaku pasar dapat beradaptasi tanpa kehilangan karakter uniknya.

Pasar tradisional di Indonesia, termasuk Pasar Oesapa di Kota Kupang, berperan sebagai salah satu pusat interaksi ekonomi dan sosial yang penting bagi masyarakat lokal. Pasar-pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi bisnis, tetapi juga sebagai ruang sosial di mana berbagai kelompok etnis berinteraksi dalam konteks perdagangan sehari-hari. Di Pasar Oesapa, terjadi interaksi unik antara pedagang etnis Timor, sebagai penduduk asli, dan pedagang etnis Bugis serta Jawa, yang merupakan pendatang dari Sulawesi dan Jawa (Setiadi & Kolopaking, 2016). Dinamika sosial ini mencakup aspek-aspek **kerjasama dagang, persaingan dagang, dan konflik dagang**, yang semuanya berperan penting dalam membentuk struktur sosial dan ekonomi pasar tersebut, juga memperlihatkan kekuatan dan kelemahan potensial antar kelompok etnis.

Di pasar Oesapa kota Kupang misalnya, interaksi antara pedagang etnis Timor dan pedagang etnis pendatang menggambarkan dinamika sosial yang kompleks. Salah satu tantangan terbesar adalah persaingan dengan pedagang etnis Bugis dan Jawa yang lebih mapan. Pedagang Bugis, yang umumnya memiliki modal lebih besar, seringkali mendominasi pasar melalui penguasaan lahan dan pembangunan infrastruktur yang lebih permanen. Sementara itu, pedagang etnis Timor, yang sering kali terpaksa menyewa tempat dari pedagang Bugis, harus berjuang lebih keras untuk mempertahankan kelangsungan usahanya (Badan Pusat Statistik, 2020). Banyak dari mereka yang dari tahun ke tahun masih bergelut dengan kemampuan ekonomi yang minimalis, pas-pasan dan cenderung statis.

Keadaan itu memperlihatkan adanya ketimpangan dalam penguasaan sumber daya ekonomi di pasar tradisional, yang mencerminkan adanya masalah struktural dalam pengelolaan ekonomi lokal. Pedagang Bugis dan Jawa, meskipun berstatus sebagai pendatang, mereka mampu membangun kekuatan ekonomi yang lebih stabil dibandingkan dengan pedagang etnis Timor yang merupakan penduduk asli. Fenomena ini juga menunjukkan adanya berbagai faktor lain di luar modal yang mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang, seperti strategi bisnis, jaringan sosial, dan etos kerja (Schutz & Luckmann, 2019).

Selain itu, terdapat faktor sosial-budaya yang turut mempengaruhi dinamika ekonomi di Pasar Oesapa. Masyarakat etnis Timor, misalnya, cenderung menghindari pekerjaan sebagai wirausahawan dan lebih memilih profesi menjadi PNS (Pegawai Negeri Sipil). Profesi PNS dianggap lebih bergengsi karena menawarkan penghasilan tetap, status sosial yang tinggi, dan lingkungan kerja yang dianggap lebih bermartabat. Hal ini berbeda dengan pandangan masyarakat etnis Bugis dan Jawa yang cenderung lebih berani mengambil risiko bersaing dalam kewirausahaan dan perdagangan. Kecenderungan ini semakin memperlebar kesenjangan ekonomi antara pedagang etnis Timor dan pendatang.

Persaingan sering kali dipahami sebagai hasil dari pemahaman subjektif masing-masing kelompok terhadap peluang dan tantangan yang ada di pasar. Schutz dalam teorinya menekankan bahwa tindakan sosial dipandu oleh makna subjektif yang diberikan individu terhadap situasi tertentu. Dalam hal ini, pedagang Timor dan Bugis membangun "*stock of knowledge*" yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan resep praktis ("*recipe knowlede*") berdasar pengalaman hidup mereka

(*life world*) bagaimana berinteraksi secara harmonis meskipun ada perbedaan budaya dan kekuatan ekonomi (Schutz, 2017).

Selain persaingan, ada juga konflik dagang yang muncul sebagai bagian dari dinamika sosial di Pasar Oesapa. Konflik ini sering kali muncul akibat ketidaksetaraan dalam akses terhadap sumber daya dan perbedaan dalam strategi bisnis antara pedagang etnis Timor dan Bugis. Namun, konflik-konflik ini cenderung diselesaikan melalui negosiasi informal dan penyesuaian terhadap norma-norma sosial yang berlaku di pasar. Hal ini mencerminkan kecenderungan masyarakat Indonesia untuk mengutamakan harmoni sosial dalam menyelesaikan konflik, yang juga terlihat dalam interaksi di pasar tradisional (Setiadi & Hassan, 2015).

Walaupun persaingan dan konflik dagang merupakan bagian yang tak terhindarkan dari dinamika pasar, terdapat juga aspek kerjasama dagang antara pedagang etnis Timor dan pendatang di Pasar Oesapa. Kerjasama ini terlihat melalui penyewaan lahan dan tempat dagang oleh pedagang Bugis kepada pedagang Timor. Meski terdapat ketergantungan ekonomi, kerjasama ini mencerminkan adaptasi sosial di mana kedua kelompok berusaha mencapai tujuan bersama dalam konteks yang saling menguntungkan. Dalam perspektif fenomenologi Schutz (2017), kerjasama ini dapat dipahami sebagai bentuk interaksi sosial yang didasari oleh makna subjektif yang dibangun oleh masing-masing kelompok terhadap situasi yang mereka hadapi.

Namun, kerjasama ini juga memiliki sisi lain yang menunjukkan adanya ketimpangan kekuatan ekonomi antara kedua kelompok. Pedagang Bugis, dengan modal yang lebih besar, sering kali memiliki kendali lebih besar dalam kerjasama ini, sementara pedagang Timor berada dalam posisi yang lebih rentan. Ketergantungan ini menciptakan dinamika yang kompleks, di mana kerjasama yang ada dapat

berubah menjadi konflik jika terjadi ketidakseimbangan dalam pembagian keuntungan atau jika ada perbedaan dalam pemahaman terhadap norma-norma sosial yang berlaku (Setiadi & Kolopaking, 2016).

Pasar tradisional di Indonesia, termasuk Pasar Oesapa di Kota Kupang, mencerminkan realitas sosial dan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat lokal. Meskipun pedagang etnis Timor memiliki keunggulan sebagai "tuan rumah" di tanah mereka sendiri, mereka sering kali berada dalam posisi yang kurang menguntungkan dalam persaingan ekonomi dengan pedagang pendatang yang lebih mapan. Fenomena interaksi antara pedagang etnis Timor dan pendatang di pasar ini, jika dipahami tentu akan memperluas wawasan tentang bagaimana kekuatan ekonomi, budaya, dan sosial saling berinteraksi dan membentuk dinamika kehidupan sehari-hari.

Bertahun-tahun penulis amati, hal yang unik pada bidang sosial politik di kota Kupang, masyarakat suku lokal mentalnya sangat berani jika harus berhadapan dengan konflik. Hal itu sering muncul dalam berbagai protes kepada pemerintah daerah terkait, layanan administrasi, alokasi bantuan pemerintah, alokasi lahan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil, yang menuntut agar masyarakat lokal haruslah mendapatkan prioritas dan kuota yang lebih besar dibandingkan masyarakat pendatang. Namun jika ditantang untuk menciptakan usaha ekonomi kreatif (wirausaha) misalnya sebagai produsen dan pedagang, lebih mudah dijumpai masyarakat lokal yang tidak berminat, malu, ragu dengan berbagai alasan atau takut rugi sebelum mencoba. Pada bidang ekonomi perdagangan, di kota Kupang, lebih mudah dijumpai masyarakat lokal beretnis Timor, Rote, Sabu, Flores, Alor dan

Sumba yang bekerja sebagai pramuniaga atau penjual (pada toko dan perusahaan swasta milik etnis Tionghoa, Jawa, Padang dan Sulawesi).

Fenomena masyarakat lokal yang dominan hanya mampu bekerja pada perusahaan kecil milik masyarakat etnis pendatang tersebut, bukan hanya pada perusahaan besar, seperti perusahaan kontraktor (berbadan usaha PT/CV) atau pada kompleks mall dan pertokoan, melainkan dominan terlihat pula pada kegiatan usaha pedagang kecil di pasar tradisional di Kota Kupang seperti halnya di pasar Oesapa Kota Kupang. Sangat mudah ditemukan pekerja etnis Timor yang bekerja pada usaha micro seperti petak kios sembako pedagang etnis Bugis; namun tidak ditemukan kondisi sebaliknya.

Memang ada juga masyarakat etnis Timor yang mencoba atau terpaksa berdagang di teras petak kios pedagang etnis pendatang. Kegiatan itu dilakukan secara berpindah-pindah tempat; hari ini ada, besoknya susah ditemukan. Sepintas tampak bahwa kelompok pedagang etnis Timor yang paling memprihatinkan dan kadang menimbulkan rasa iba bagi warga lokal. Mereka seolah terjebak pada kondisi yang terlihat lebih miskin dibandingkan pedagang pendatang dari pulau Sulawesi dan pulau Jawa. Mengapa demikian? Fenomena dan realitas itulah yang paling memotivasi peneliti untuk menelitinya lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz.

B. Rumusan Masalah Pokok

Rumusan masalah merupakan pertanyaan utama penelitian yang disusun berdasarkan masalah yang ingin diketahui dan harus dijawab melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Rumusan ini berfungsi sebagai pemandu yang memastikan

penelitian tetap fokus dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dalam konteks ini, isu utama atau permasalahan utama penelitian ini adalah:

1. Bagaimana fenomena interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa Kota Kupang?
2. Bagaimana dinamika interaksi sosial pedagang etnis Timor dan etnis Bugis di pasar tradisional Oesapa Kota Kupang?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan permasalahan utama yang telah dipaparkan, maka secara khusus penelitian ini ingin mencapai dua tujuan yakni:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa Kota Kupang.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis dinamika interaksi sosial pedagang etnis Timor dan etnis Bugis di pasar tradisional Oesapa di Kota Kupang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pemahaman elemen-elemen teoritis dan praktis, seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan manfaat memperkaya wawasan intelektual terkait sosiologi ekonomi melalui pengembangan konsep dan model yang relevan dengan bidang kajian, sekaligus memperdalam pemahaman teoretis mengenai fenomenologi sebagai pendekatan dalam menganalisis dinamika sosial dan ekonomi yang khas dalam kehidupan masyarakat serta kontribusinya terhadap keberagaman dan kohesi sosial di wilayah tersebut.

b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan informasi yang bermakna, berkontribusi pada munculnya proposisi ilmiah dan hipotesa dalam bidang sosiologi ekonomi terkait dengan pemaknaan subyektif pedagang etnis Timor terhadap posisi interaksi mereka dengan pedagang etnis pendatang, yang mana pada waktunya pemahaman ini dapat berkontribusi bagi etnis Timor untuk bangkit dari kemiskinan budaya dan suasana ketergantungan ekonomi, dan mampu beradaptasi terhadap persaingan akibat globalisasi ekonomi. Hal ini juga akan menopang upaya pemberdayaan masyarakat etnis Timor dalam memanfaatkan pasar tradisional sebagai lahan usaha yang sangat potensial bagi peningkatan kesejahteraan hidup mereka.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan masyarakat untuk memahami hambatan budaya serta membangun budaya ekonomi masyarakat etnis Timor di pasar-pasar tradisional pulau Timor, agar dapat terlepas dari belenggu kemiskinan dan upaya menempatkan masyarakat Timor sebagai “tuan rumah” yang bermartabat atau berkedaulatan ekonomi.

b. Bagi Pemerintah

Temuan dalam penelitian semoga dapat memberikan kontribusi akademis yang signifikan untuk mengkaji interaksi sosial di pasar tradisional, sekaligus menjadi bahan refleksi bagi pemerintah daerah Kota Kupang dalam mengevaluasi dan memperkuat peran pemberdayaan serta pembangunan kesejahteraan. Dengan tujuan tersebut, penelitian ini tidak hanya mendukung kebijakan yang lebih efektif untuk melindungi pedagang kecil dan

mempertahankan pasar tradisional sebagai pusat ekonomi dan budaya yang vital, tetapi juga sebagai sumbangan pemikiran agar masyarakat etnis Timor melepaskan diri dari belenggu budaya kemiskinan di tengah dinamika persaingan global dan lokal.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai landasan pengetahuan yang diharapkan dapat menghadirkan disertasi yang berbobot ilmiah dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademik Program Doktor Sosiologi Universitas Muhammadiyah Malang.

E. Batasan Konsep

Konsep-konsep utama terkait tema penelitian ini perlu didefinisikan secara jelas dengan merujuk pada berbagai sumber referensi, agar tidak menimbulkan perbedaan persepsi dan penafsiran dalam memahami substansi penelitian ini. Tentunya konsep-konsep yang dikutip dari berbagai referensi telah dipertimbangkan relevansinya agar dapat digunakan sebagai alat pembanding, alat penjelas serta alat untuk memprediksi fenomena yang hendak dipahami.

Ada beberapa konsep dasar yang relevan, yang perlu didefinisikan berdasarkan rujukan berbagai literatur untuk mendukung proses analisis dan argumentasi. Konsep-konsep dimaksud antara lain: 1) Fenomenologi; 2) Interaksi Sosial; 3) Kebudayaan; 4) Budaya Dagang; 5) Pedagang; 6) Etnis dan Etnisitas; 7) Etnis Timor; 8) Etnis Pendatang; 9) Pasar; dan 10) Pasar Tradisional.

1. Fenomenologi

Fenomenologi adalah pendekatan filosofis dan metodologis yang berfokus pada studi pengalaman subjektif dan makna yang diberikan individu terhadap

pengalaman mereka. Dalam konteks penelitian sosial, fenomenologi berupaya memahami bagaimana individu menginterpretasikan dan memberi makna pada dunia mereka melalui pengalaman sehari-hari. Pendekatan ini sering digunakan untuk mengeksplorasi fenomena sosial dari perspektif pertama individu (Schutz, 2017).

2. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan proses di mana orang atau kelompok saling mempengaruhi satu sama lain dalam situasi tertentu yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi itu mencakup perilaku, hubungan timbal balik, dan jenis-jenis kotak sosial (komunikasi). Interaksi sosial adalah dasar dari struktur sosial dan membentuk pola hubungan dalam masyarakat (Goffman, 2005).

3. Kebudayaan

Budaya suatu kelompok masyarakat meliputi norma, nilai, kepercayaan, adat istiadat, bahasa, seni, dan perilaku sosial lainnya. Kebudayaan mengarahkan perilaku anggota masyarakat dan membedakan satu kelompok dari kelompok lainnya. Melalui proses sosialisasi dari satu generasi ke generasi berikutnya, kebudayaan diwariskan (Geertz, 1973). Kebudayaan juga diartikan sebagai keseluruhan sistem kepercayaan, gagasan, perilaku, dan kreasi manusia yang diperoleh melalui pendidikan. Koentjaraningrat (2015) dan Sedyawati (2018) menyatakan kebudayaan dapat dikenali melalui beberapa ciri, yaitu dinamis, selektif, dan diwariskan dari generasi ke generasi. **Dinamis** berarti bahwa kebudayaan selalu berubah dan berkembang seiring waktu. **Selektif** menunjukkan bahwa budaya mencerminkan pola perilaku dan pengalaman

manusia yang terbatas dan terpilih, sementara **warisan budaya** diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

4. Budaya Dagang

Budaya dagang merujuk pada sistem nilai, norma, praktik, dan kebiasaan yang berkembang dalam konteks kegiatan perdagangan. Ini mencakup cara-cara di mana individu dan kelompok dalam masyarakat tertentu menjalankan aktivitas ekonomi, berinteraksi dengan pelanggan, serta menjalin hubungan bisnis. Budaya dagang juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti etnisitas, tradisi lokal, dan dinamika pasar (Swidler, 1986).

5. Pedagang

Pedagang adalah individu atau kelompok yang mencari nafkah melalui kegiatan membeli dan menjual barang dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam sosiologi ekonomi, pedagang diklasifikasikan berdasarkan cara mereka mengelola pendapatan dari perdagangan dan bagaimana pendapatan tersebut berkontribusi terhadap ekonomi keluarga mereka (Damsar, 2020). Profit atau keuntungan yang diperoleh pedagang adalah selisih antara harga beli dan harga jual barang, di mana harga jual harus lebih besar dari harga beli. Dalam konteks pedagang etnis Timor di Pasar tradisional Oesapa, mereka lebih tepat diklasifikasikan sebagai pedagang subsistensi, karena mereka menjual produk yang mereka hasilkan sendiri dan pendapatannya terutama digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga mereka, sehingga tidak cukup untuk ditabung sebagai modal kerja untuk ekspansi usahanya.

6. Etnis dan Etnisitas

Etnisitas dalam perspektif sosiologi, etnisitas dipahami sebagai salah satu dimensi penting dari stratifikasi sosial. Etnisitas dapat menjadi faktor penentu

dalam pembentukan kelompok sosial, di mana kelompok-kelompok etnis yang berbeda sering kali memiliki status sosial, kekuasaan, dan akses terhadap sumber daya yang berbeda-beda (Giddens, 2013). Etnisitas dalam sosiologi juga sering dikaitkan dengan konsep minoritas, di mana kelompok etnis tertentu mungkin berada dalam posisi subordinat dalam masyarakat yang didominasi oleh kelompok etnis lainnya.

Etnis adalah kelompok sosial yang memiliki identitas budaya bersama, termasuk bahasa, asal usul, tradisi, dan sering kali kepercayaan yang sama. Identitas etnis sering kali diwariskan secara turun-temurun dan memainkan peran penting dalam membentuk hubungan sosial dan struktur masyarakat. Etnisitas juga dapat mempengaruhi pola interaksi dan dinamika sosial dalam berbagai konteks, seperti ekonomi dan politik (Barth, 1998).

7. Etnis Timor

Etnis Timor merujuk pada kelompok masyarakat yang berasal dari Pulau Timor, terutama di wilayah Nusa Tenggara Timur (NTT), Indonesia. Etnis ini memiliki identitas budaya yang khas, antara lain bahasa, adat istiadat, praktik sosial dan ekonomi yang unik. Etnis Timor dikenal dengan nilai-nilai tradisional dan hubungan sosial yang erat di antara anggotanya (Molnar, 2011).

8. Etnis Pendatang

Etnis pendatang merujuk pada kelompok-kelompok etnis yang berasal dari luar wilayah tempat mereka tinggal saat ini. Di konteks Pasar Tradisional Oesapa, etnis pendatang seperti Bugis, Jawa, dan Sulawesi adalah kelompok-kelompok yang datang ke wilayah tersebut untuk bertransaksi atau bermukim dan menjalankan aktivitas ekonomi. Pelras (1996) menyatakan bahwa etnis

pendatang sering membawa serta budaya dan praktik dagang mereka, yang dapat mempengaruhi dinamika sosial dan ekonomi setempat.

9. Pasar

Pasar adalah tempat atau ruang di mana barang dan jasa dipertukarkan antara penjual dan pembeli. Pasar bisa berupa fisik, seperti pasar tradisional dan modern, atau virtual, seperti pasar online. Pasar memainkan peran penting dalam perekonomian, karena menjadi pusat interaksi ekonomi, sosial, dan budaya antara berbagai pelaku ekonomi (North, 1990). Dalam konteks sosiologis, pasar bukan hanya sebagai tempat pertukaran barang, tetapi juga sebagai institusi sosial yang mencerminkan cara hidup masyarakat. Geertz (1997) dalam karyanya "*Peddlers and Princes*" menyebutkan bahwa pasar adalah kelembagaan ekonomi sekaligus cara hidup, yang mencakup berbagai kegiatan ekonomi. Setiadi & Kolopaking (2016), menyatakan pasar selain menopang ekonomi rakyat karena mempertemukan penjual dan pembeli, juga memiliki tanggung jawab yang lebih kompleks.

10. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dengan cara tradisional, dengan interaksi langsung berupa proses pertukaran antara penyedia barang (penjual) dan pembeli. Biasanya pasar ini terdiri dari lapak-lapak atau kios-kios yang dikelola secara informal, dengan harga yang sering kali dinegosiasikan melalui tawar-menawar. Setiadi & Kolopaking (2016) menjelaskan, pasar tradisional berfungsi sebagai pusat ekonomi lokal dan juga sebagai tempat interaksi sosial dan budaya, mencerminkan kebhinnekaan masyarakat yang menghuninya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Mencari dan melakukan kajian pustaka yang relevan perlu dilakukan sebelum penelitian dengan beberapa tujuan, antara lain untuk memperluas wawasan pengetahuan, membantu mendefinisikan posisi akademik tulisan dan menghindari plagiasi, dan menyediakan teori dan konsep yang mempertajam analisis.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang hendak dilakukan perlu dilakukan agar peneliti memahami fondasi dan konstruksi keilmuan yang telah dirintis sebelumnya oleh peneliti dan ilmuwan lain. Relevan dalam hal ini bukan berarti harus sama dengan yang akan diteliti, melainkan masih dalam cakupan yang sama, sehingga dapat menjadi landasan wawasan, memperluas perspektif peneliti tentang pola, alur analisis serta aspek-aspek kritis lainnya dalam memahami obyek yang diteliti. Tindakan penelusuran ini, akan memudahkan peneliti mencari perbandingan, dengan melihat kesamaan maupun perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, berupa sesuatu yang orisinal, baru dan unik untuk diteliti, sehingga ketika disajikan dalam karya ilmiah akan memberikan kontribusi pengetahuan yang menarik untuk dipelajari.

Creswell (2016) menyatakan bahwa relevansi literatur dalam penelitian bukan hanya untuk membuktikan kesamaan objek penelitian, tetapi untuk memberikan kerangka konsep atau teori yang mendasari, membantu peneliti memahami fenomena yang diteliti lebih baik. Dalam konteks Indonesia, Sugiyono (2019) juga menekankan

bahwa kajian pustaka tidak harus sama persis dengan penelitian yang sedang dilakukan. Asalkan masih dalam lingkup teori, konsep, atau fenomena yang serupa, referensi tersebut dapat dianggap relevan.

Aspek-aspek kritis yang dapat dilihat untuk mengetahui perbedaan suatu karya penelitian dengan penelitian terdahulu antara lain: a) Tempat dan waktu; b) masalah atau tujuan penelitian; c) Teori yang digunakan; d) Jenis penelitian dan pendekatan; e) Teknik penentuan informan dan instrument yang digunakan; f) Teknik analisis; dan g) Hasil penelitian dan diperoleh. Dari penelusuran di internet, penulis lain menggunakan fasilitas yang disediakan dalam website <https://www.connectedpapers.com> agar mudah mengetahui koneksi tema yang hendak diteliti dengan tema penelitian yang mungkin pernah dipublikasikan oleh peneliti lainnya.

Selain itu untuk menghindari adanya kesamaan yang mengarah pada adanya dugaan atau tuduhan plagiasi, digunakan beberapa fasilitas pengecekan *on-line* pada situs <https://plagiarismcheckerx.com>, <https://www.duplichecker.com>, dan <https://www.turnitin.com>, atau menggunakan aplikasi SIPEBI "Grammarly" untuk bahasa Indonesia yang dibuat oleh Kemdikbud Republik Indonesia.

Paparan penelitian terdahulu ini penting sebagai referensi pendukung yang memperkaya inspirasi penulis dalam melakukan tahapan-tahapan rencana penelitian. Hal yang terpenting dari bernilainya suatu penelitian di samping memenuhi rasa ingin tahu dan keunikan masalah adalah adalah kebaruan (*novelty*) yakni suatu solusi inovatif yang dapat membantu peneliti dalam analisis pemecahan masalah penelitian maupun solusi inovatif bagi pembaca hasil penelitian. Beberapa penelitian yang dijadikan referensi antara lain berikut ini.

a. Penelitian yang dilakukan oleh Amalia dan rekan-rekannya (2015) dengan judul “Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa di Pasar Semawis Semarang” bertujuan untuk mengkaji nilai-nilai etos kerja pedagang etnis Tionghoa di pasar tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang mencakup proses pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data, sampai dengan pembuatan simpulan dan verifikasi. Hasil penelitian Amalia dan tim-nya ini mengidentifikasi enam nilai utama dalam etos kerja pedagang Tionghoa, yaitu kerja keras, hidup hemat (sederhana), disiplin, kejujuran, kemandirian, serta orientasi pada keuntungan. Beberapa faktor yang mempengaruhi etos kerja, antara lain hubungan kekerabatan, tradisi atau adat istiadat, dan pengetahuan atau pendidikan. Faktor kekerabatan berperan dalam melanjutkan bisnis keluarga secara turun-temurun, faktor tradisi mencerminkan prinsip kerja pedagang Tionghoa seperti "buka awal tutup akhir", sedangkan pendidikan berkontribusi melalui latar belakang akademis dan keinginan untuk terus belajar. Implikasi dari etos budaya kerja ini mencakup aspek ekonomi dan sosial-budaya. Di bidang ekonomi, etos ini meningkatkan kesejahteraan keluarga dan menciptakan orientasi masa depan yang lebih baik dalam bidang ekonomi. Di sisi sosial-budaya, etos kerja tersebut memperkuat keberadaan budaya, meningkatkan solidaritas, serta memperkokoh identitas etnis.

- b. Penelitian oleh Yulanda (2015) dengan judul “Pengaruh Nilai Budaya Bisnis pada Masyarakat Minangkabau Terhadap Perilaku Kewirausahaan Pedagang Perantau di Tanah Abang” berfokus pada peningkatan jumlah usaha, termasuk sektor perdagangan besar dan kecil, rumah makan, hingga hotel, yang menunjukkan pertumbuhan komunitas wirausaha. Dalam penelitian ini, budaya dipandang sebagai komponen krusial yang membentuk sikap dan perilaku, sehingga memengaruhi keberhasilan seorang wirausaha. Hal ini terutama terlihat melalui nilai-nilai budaya yang berperan dalam mengembangkan potensi individu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh nilai budaya bisnis masyarakat Minangkabau terhadap perilaku kewirausahaan pedagang perantau Minangkabau yang menjalankan usaha di Pasar Tanah Abang. Dengan pendekatan survei eksplanatori, penelitian ini menggunakan pedagang perantau Minangkabau sebagai unit analisis. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 400 responden yang dipilih secara acak. Metode analisis mencakup uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi budaya seperti *Uncertainty Avoidance*, *Masculinity-Femininity*, serta *Long and Short Time Orientation* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku kewirausahaan. Namun, dimensi *Power Distance* berdampak negatif pada minat berwirausaha, sementara *Individualism-Collectivism* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Penelitian ini juga mengungkap adanya faktor lain di luar nilai budaya yang turut memengaruhi perilaku kewirausahaan.
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan tim (2017) berjudul “Kemampuan Adaptasi dan Integrasi Pedagang Jawa dengan Pedagang Lokal

Pasar Tradisional di Kota Makassar” mengeksplorasi peran komunikasi antarbudaya antara pedagang Jawa dan lokal sebagai salah satu elemen utama dalam membangun adaptasi serta integrasi. Tujuan utama penelitian ini adalah memahami sejauh mana kemampuan komunikasi pedagang Jawa dengan pedagang lokal di pasar tradisional Makassar, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jumlah informan sebanyak 11 orang, terdiri dari 5 pedagang Jawa, 5 pedagang lokal, dan Kepala Pasar Terong di Makassar. Pengambilan sampel dilakukan secara purposif, sementara data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaksi yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi antara pedagang Jawa dan pedagang lokal tercipta melalui aspek komunikasi yang mendukung perubahan sosial. Peran pemerintah dalam menyediakan sarana dan kelembagaan sosial yang diikuti oleh pedagang turut berkontribusi dalam proses tersebut. Faktor-faktor lain yang memengaruhi komunikasi ini mencakup dukungan pemerintah berupa fasilitas, serta partisipasi tokoh masyarakat dalam keberlangsungan adaptasi dan integrasi. Kegiatan keagamaan dan pendekatan melalui dialog langsung untuk bertukar pendapat juga memainkan peran penting dalam memperkuat proses adaptasi dan integrasi secara positif.

- d. Penelitian oleh Sudrajat (2020) berjudul "Pewarisan Budaya dalam Perkembangan Ekonomi Masyarakat: Penelitian pada Masyarakat Kelurahan

Regol Kecamatan Garut Kota" bertujuan untuk mengungkap bagaimana proses pewarisan budaya terjadi di Kelurahan Regol serta mengidentifikasi penyebab lemahnya budaya ekonomi di masyarakat. Penelitian ini juga menelusuri respons masyarakat terhadap dinamika budaya dan perubahan ekonomi yang berlangsung. Untuk menganalisis fenomena ini, digunakan teori Pewarisan Budaya dari Hari Poerwanto, yang mengkaji proses serta bentuk pewarisan budaya, dan teori Pierre Bourdieu mengenai habitus, modal (capital), serta arena, yang saling berkaitan dalam kehidupan sosial kelompok masyarakat. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh langsung dari lapangan, sedangkan data sekunder berasal dari berbagai sumber literatur pendukung. Pengumpulan data melibatkan teknik observasi, wawancara, dan studi pustaka. Temuan di Kelurahan Regol menunjukkan bahwa pewarisan budaya lebih dominan melalui mekanisme horizontal, di mana interaksi dalam kelompok sosial memainkan peran utama. Namun, habitus budaya yang ada belum cukup mendukung peningkatan ekonomi masyarakat karena kurangnya modal sosial yang dibutuhkan untuk bersaing di arena ekonomi modern yang semakin kompetitif. Hal ini mengakibatkan lemahnya budaya ekonomi dan respons masyarakat yang cenderung pasif terhadap perubahan budaya dan ekonomi. Pewarisan budaya yang terjadi dalam jangka waktu panjang memiliki peran signifikan dalam menentukan pola perkembangan ekonomi, termasuk mata pencaharian masyarakat. Sayangnya, perilaku, pola pikir, dan sikap masyarakat belum sepenuhnya mendukung terciptanya kemajuan ekonomi yang berkelanjutan.

- e. Penelitian oleh Nurhadi (2016) tentang “Fenomenologi Alfred Schutz dalam Kajian Sosiologi: Implementasi dalam Studi Budaya dan Kemiskinan”. Jurnal ini mengulas tentang penerapan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz dalam studi sosiologi, khususnya dalam memahami budaya dan kemiskinan. Selain itu juga bertujuan untuk memahami bagaimana individu memaknai pengalaman hidup mereka dalam konteks kemiskinan dan bagaimana interaksi sosial dipengaruhi oleh persepsi subjektif mereka. Landasan teori yang digunakan adalah teori fenomenologi menurut Alfred Schutz yang fokus memahami bagaimana individu menginterpretasikan dan memberi makna pada pengalaman mereka sehari-hari. Alat analisisnya Studi Kasus, yakni menggunakan studi kasus untuk mendalami memahami fenomena budaya dan kemiskinan dari perspektif subjektif individu. Jenis dan pendekatan penelitiannya adalah Kualitatif Fenomenologis untuk menggali pengalaman subjektif dan interpretasi individu terhadap kemiskinan dan budaya. Teknik penentuan informannya adalah purposive sampling, yakni memilih informan yang memiliki pengalaman relevan dengan topik penelitian. Hasil Penelitiannya menemukan bahwa persepsi subjektif individu tentang kemiskinan sangat dipengaruhi oleh konteks budaya mereka. Interaksi sosial di dalam komunitas miskin dipengaruhi oleh cara individu memaknai pengalaman hidup mereka, yang pada gilirannya mempengaruhi dinamika sosial.
- f. Penelitian oleh Abdullah (2019) tentang “Etnisitas dan Dinamika Pasar Tradisional: Studi Kasus di Indonesia Timur”. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana etnisitas mempengaruhi dinamika pasar tradisional di Indonesia

Timur, termasuk di Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh perbedaan etnisitas terhadap pola interaksi, kepercayaan, kerjasama, serta penentuan posisi sosial dan ekonomi pedagang di pasar. Teori yang digunakan Teori Etnisitas dan Identitas Sosial yang menjelaskan bagaimana identitas etnis mempengaruhi hubungan sosial dan posisi dalam struktur sosial ekonomi. Alat analisis Studi Kasus untuk mendalami dinamika etnis di pasar tradisional melalui analisis konteks spesifik. Jenis penelitian Sudi Kasus dengan pendekatan kualitatif. Adapun penentuan informan dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* yakni memilih pedagang dari berbagai etnis yang aktif di pasar untuk mendapatkan wawasan yang relevan. Hasil penelitiannya menemukan bahwa perbedaan etnisitas antara pedagang mempengaruhi pola interaksi, tingkat kepercayaan, dan kerjasama di pasar. Etnisitas juga berperan dalam menentukan posisi sosial dan ekonomi pedagang, dengan beberapa etnis memiliki dominasi tertentu dalam struktur pasar.

- g. Penelitian oleh Lestari (2020), tentang “Kemiskinan, Budaya, dan Identitas Etnis: Studi Komparatif antara Masyarakat Lokal dan Pendetang di NTT”. Penelitian ini membandingkan persepsi dan identitas etnis terkait kemiskinan antara masyarakat lokal dan pendatang di NTT (Nusa Tenggara Timur). Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana latar belakang budaya yang mempengaruhi pandangan terhadap kemiskinan dan strategi bertahan hidup. Teori yang digunakan Teori Identitas Sosial (Henri Tajfel) yang menjelaskan bagaimana identitas etnis membentuk persepsi dan respon individu terhadap kondisi sosial-ekonomi. Model analisisnya adalah studi komparatif yakni membandingkan dua kelompok etnis untuk

mengidentifikasi perbedaan dan persamaan dalam persepsi kemiskinan. Jenis dan pendekatannya adalah Kualitatif Komparatif yakni menggunakan pendekatan komparatif untuk menggali perbedaan perspektif antara masyarakat lokal dan pendatang. Teknik Penentuan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yakni memilih informan dari kedua kelompok etnis yang memiliki pengalaman terkait kemiskinan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kemiskinan dipandang secara berbeda oleh masyarakat lokal dan pendatang, tergantung pada latar belakang budaya mereka. Identitas etnis memainkan peran penting dalam membentuk persepsi kemiskinan dan strategi bertahan hidup, dengan masing-masing kelompok mengembangkan cara unik untuk menghadapi tantangan ekonomi.

h. Penelitian Rahardjo (2018), yang berjudul "*Etnisitas dan Dinamika Sosial di Pasar Tradisional: Studi Kasus di NTT*" membahas interaksi sosial yang terjadi antara pedagang etnis Timor dan pedagang pendatang di pasar tradisional di wilayah NTT. Fokus penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana etnisitas memengaruhi pola interaksi sosial serta pembentukan jejaring sosial dan ekonomi di pasar tersebut. Penelitian ini menggunakan kerangka Teori Etnisitas dan Identitas Sosial, yang menyoroti peran identitas etnis dalam membentuk hubungan sosial dan struktur pasar. Untuk memperoleh data yang mendalam, penelitian ini menerapkan metode observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Teknik observasi digunakan untuk mengamati secara langsung interaksi di pasar, sedangkan wawancara bertujuan menggali informasi secara rinci dari para pedagang yang terlibat. Jenis dan pendekatan yang dipilih adalah Kualitatif Etnografi yakni menggali

dinamika sosial melalui pendekatan etnografis yang mendalam. Teknik penentuan informan *Purposive Sampling* yakni memilih pedagang dari etnis Timor dan pendatang yang aktif di pasar untuk mendapatkan wawasan yang relevan. Hasil Penelitiannya menemukan bahwa etnisitas memainkan peran penting dalam interaksi sosial di pasar. Identitas etnis digunakan untuk membentuk jejaring sosial dan ekonomi, dengan kelompok etnis tertentu memiliki dominasi dalam aspek-aspek tertentu dari kegiatan pasar.

- i. Penelitian oleh Lestari (2019), tentang “Komunikasi Antarbudaya dalam Perdagangan: Studi di Pasar Tradisional Oesapa Kupang”. Penelitian ini mengeksplorasi komunikasi antarbudaya antara pedagang etnis Timor dan pendatang di Pasar Tradisional Oesapa Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana perbedaan bahasa dan budaya diatasi dalam interaksi perdagangan. Teori yang digunakan adalah Teori Komunikasi Antarbudaya (antropolog Edward T. Hall), yang menjelaskan bagaimana pedagang dari latar belakang budaya yang berbeda berkomunikasi dan bernegosiasi. Model analisis yang digunakan adalah analisis Komunikasi dan Strategi Negosiasi, yakni menganalisis cara-cara komunikasi dan negosiasi yang digunakan untuk mengatasi perbedaan budaya. Jenis dan pendekatan penelitian yang dipilih adalah Kualitatif Studi Kasus untuk mendalami komunikasi antar budaya dalam konteks spesifik pasar Oesapa. *Purposive Sampling* dipilih sebagai teknik penentuan informan, yakni memilih pedagang dari etnis Timor dan pendatang yang aktif dalam perdagangan untuk mendapatkan data yang relevan. Hasil Penelitiannya menemukan bahwa meskipun terdapat perbedaan bahasa dan budaya, pedagang mampu

berkomunikasi efektif melalui adaptasi bahasa dan strategi negosiasi yang mengakomodasi perbedaan budaya tersebut. Hal ini memungkinkan terciptanya hubungan perdagangan yang harmonis dan saling menguntungkan.

- j. Penelitian oleh Sutanto (2017), tentang “Relasi Kekuasaan dan Identitas Etnis dalam Pasar Tradisional: Kasus Pasar Oesapa di Kupang”. Penelitian ini membahas bagaimana relasi kekuasaan dan identitas etnis mempengaruhi dinamika pasar di Pasar Oesapa, Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana posisi dominan dan identitas etnis berdampak pada interaksi dan transaksi di pasar. Teori yang digunakan Teori Relasi Kekuasaan dan Identitas Etnis (Michel Foucault; Pierre Bourdieu) yang menjelaskan bagaimana kekuasaan dan identitas etnis saling mempengaruhi dalam konteks sosial dan ekonomi. Model analisis pendekatan sosiologis yang bebas menganalisis struktur kekuasaan dan dinamika identitas dalam interaksi pasar. Jenis dan pendekatan Kualitatif Sosiologis yaitu menggunakan pendekatan sosiologis untuk mengkaji dinamika kekuasaan dan identitas etnis. Teknik penentuan informan *Purposive Sampling* yaitu memilih pedagang dari berbagai etnis yang memiliki peran berbeda dalam struktur kekuasaan pasar. Hasil penelitiannya menemukan bahwa pedagang dari etnis pendatang cenderung memiliki posisi lebih dominan dalam transaksi perdagangan, yang sering kali menciptakan ketegangan dengan pedagang lokal etnis Timor. Relasi kekuasaan ini mempengaruhi distribusi sumber daya dan kesempatan di pasar.

k. Penelitian oleh Wijaya (2020), tentang “Pola Interaksi Etnis dalam Kegiatan Ekonomi di Pasar Oesapa Kupang”. Penelitian ini menelaah pola interaksi etnis dalam kegiatan ekonomi di Pasar Oesapa Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pedagang etnis Timor dan pendatang berinteraksi dalam konteks ekonomi yang saling menguntungkan meskipun terdapat perbedaan cara pandang dan pendekatan terhadap perdagangan. Landasan teori sebagai pisau analisis adalah Teori Pertukaran Sosial menurut George Homans yang menjelaskan interaksi ekonomi sebagai bentuk pertukaran sosial yang saling menguntungkan. Model Analisis yang digunakan adalah Analisis Pola Interaksi yakni menganalisis cara pedagang berinteraksi dalam kegiatan ekonomi untuk mengidentifikasi pola-pola tertentu. Jenis dan pendekatan yang digunakan adalah Kualitatif Studi Kasus untuk mendalami interaksi etnis dalam konteks spesifik pasar Oesapa. Informan dipilih menggunakan cara *Purposive Sampling* yakni memilih pedagang dari kedua etnis yang aktif dalam kegiatan ekonomi di pasar. Hasil penelitiannya menemukan bahwa interaksi antar pedagang etnis Timor dan pendatang berlangsung dalam kerangka yang saling menguntungkan. Meskipun terdapat perbedaan dalam cara pandang dan pendekatan terhadap perdagangan, keduanya mampu bekerja sama dan saling mendukung dalam mencapai tujuan ekonomi mereka.

l. Penelitian oleh Yulianto (2018), tentang “Budaya Dagang dalam Komunitas Etnis Timor: Sebuah Studi di Pasar Tradisional Kupang”. Jurnal ini menyoroti bagaimana nilai-nilai budaya lokal mempengaruhi praktik perdagangan dan interaksi sosial di antara pedagang Timor dan pedagang

pendatang di Pasar Oesapa Kupang. Teori yang digunakan adalah Teori Budaya Dagang (sosiolog S. N. Eisenstadt) yang menjelaskan bagaimana budaya lokal membentuk praktik perdagangan dan interaksi sosial. Model analisis yang digunakan adalah Analisis Budaya dan Praktik Dagang untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai budaya tercermin dalam praktik perdagangan sehari-hari. Jenis dan pendekatan yang digunakan adalah Kualitatif Etnografi yaitu menggunakan pendekatan etnografis untuk memahami budaya dagang dalam komunitas etnis Timor. Penentuan informan secara *Purposive Sampling*, yakni memilih pedagang etnis Timor yang aktif dan berpengalaman di pasar untuk mendapatkan wawasan yang mendalam. Hasil penelitiannya menemukan bahwa nilai-nilai budaya lokal, seperti gotong-royong dan kepercayaan, sangat mempengaruhi praktik perdagangan dan interaksi sosial. Pedagang Timor menggunakan nilai-nilai ini untuk membina relasi yang saling mendukung dan harmonis dengan pedagang pendatang, meskipun ada perbedaan budaya.

m. Penelitian oleh Subagyo (2019), tentang “Fenomena Transaksi Ekonomi di Pasar Tradisional: Perspektif Sosiokultural di Kupang”. Penelitian ini mengkaji fenomena transaksi ekonomi di Pasar Tradisional Oesapa dari perspektif sosiokultural. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor ekonomi, hubungan sosial, dan norma budaya saling mempengaruhi dalam menentukan transaksi ekonomi. Teori yang digunakan adalah Teori Sosiokultural Ekonomi (Geert Hofstede) yang menjelaskan interaksi antara faktor sosial, budaya, dan ekonomi dalam transaksi pasar. Model analisis yang digunakan adalah Analisis Sosiokultural yakni menganalisis bagaimana

hubungan sosial dan norma budaya mempengaruhi transaksi ekonomi. Jenis dan pendekatan yang digunakan adalah Kualitatif Etnografi yakni menggunakan pendekatan etnografis untuk memahami interaksi sosiokultural dalam konteks ekonomi pasar. *Purposive Sampling* digunakan untuk menentukan informan, yakni memilih pedagang yang aktif dalam transaksi ekonomi di pasar untuk mendapatkan data yang relevan. Hasil penelitiannya menemukan bahwa transaksi ekonomi di Pasar Oesapa dipengaruhi oleh faktor ekonomi, hubungan sosial, juga norma budaya yang berlaku di antara para pedagang. Hubungan saling percaya dan norma budaya memainkan peran penting dalam kelancaran transaksi dan kerjasama antar pedagang.

n. Penelitian oleh Wahyudi (2017), tentang “Identitas Etnis dan Adaptasi Pedagang di Pasar Tradisional: Kasus Etnis Timor di Kupang”. Penelitian ini membahas bagaimana identitas etnis mempengaruhi proses adaptasi pedagang etnis Timor di Pasar Tradisional Kupang. Tujuan penelitian, untuk memahami strategi pedagang etnis Timor dalam menghadapi tantangan dan perubahan dinamika pasar. Teori yang digunakan adalah Teori Identitas Etnis dan Adaptasi Sosial (Psikolog, John W. Berry) yakni teori yang menjelaskan bagaimana identitas etnis mempengaruhi kemampuan individu untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial dan ekonomi yang berubah. Model analisis yang digunakan adalah Analisis Adaptasi dan Solidaritas Etnis yakni menganalisis strategi adaptasi yang digunakan oleh pedagang Timor dan peran solidaritas etnis dalam proses tersebut. Jenis dan Pendekatan yang dipilih adalah Kualitatif Fenomenologis – Menggali pengalaman subjektif pedagang Timor dalam proses adaptasi di pasar. Penentuan informan secara

Purposive Sampling yaitu memilih pedagang etnis Timor yang telah beradaptasi dengan baik di pasar untuk mendapatkan wawasan tentang strategi yang efektif. Hasil penelitiannya menemukan bahwa identitas etnis memainkan peran penting dalam proses adaptasi pedagang Timor. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, pedagang Timor mampu beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar melalui solidaritas etnis dan inovasi dalam praktik dagang, seperti penggunaan strategi negosiasi yang fleksibel dan pembentukan jaringan sosial yang kuat.

- o. Penelitian oleh Sari (2018), tentang “Keberlanjutan Usaha Pedagang Etnis Timor di Pasar Oesapa Kupang: Tantangan dan Strategi”. Penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha pedagang etnis Timor di Pasar Oesapa Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami tantangan yang dihadapi dan strategi yang digunakan untuk mempertahankan usaha di pasar yang kompetitif. Teori yang digunakan adalah Teori Keberlanjutan Usaha (Michael Porter), yang menjelaskan berbagai faktor yang berpengaruh pada daya usaha untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Model Analisis yang digunakan adalah Analisis Faktor Keberlanjutan dan Strategi Adaptasi yakni menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha dan strategi yang diterapkan oleh pedagang untuk mengatasinya. Jenis dan pendekatan yang dipilih adalah Kualitatif Studi Kasus untuk mendalami faktor keberlanjutan dan strategi pedagang etnis Timor melalui studi kasus di pasar Oesapa. Informan ditentukan dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu memilih pedagang etnis Timor yang telah berhasil mempertahankan usaha mereka di

pasar untuk mendapatkan wawasan tentang strategi yang efektif. Hasil Penelitiannya menemukan bahwa keberlanjutan usaha pedagang etnis Timor dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi dan sosial. Selain faktor ekonomi seperti harga barang dan persaingan, keberlanjutan usaha juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan pedagang dalam beradaptasi dengan dinamika pasar, membangun hubungan baik dengan pedagang pendatang, serta penggunaan strategi inovatif dalam praktik dagang.

Lima belas hasil penelitian terdahulu tersebut memiliki beberapa kesamaan dan juga perbedaan ciri dari penelitian yang ditetapkan sebagai fokus utama dalam kajian penelitian ini. Persamaannya lebih terlihat pada beberapa aspek yaitu sama menggunakan pendekatan kualitatif, fokus pada interaksi etnis, penggunaan Teori Identitas Etnis, dan teknik penentuan Informan secara *purposive*. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif sehingga membantu peneliti mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena sosial dan budaya di pasar tradisional. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut meneliti interaksi antara etnis yang berbeda di pasar tradisional, mirip dengan fokus interaksi antara etnis Timor dan Bugis dalam penelitian ini. Banyak penelitian terdahulu menggunakan teori terkait identitas etnis dan hubungan sosial, yang sejalan dengan penggunaan teori fenomenologi Alfred Schutz dalam penelitian ini untuk memahami makna subjektif dari interaksi budaya. Beberapa penelitian juga menggunakan *purposive sampling* untuk memilih informan yang relevan dengan topik, sama seperti sebagian teknik penentuan informan dalam penelitian ini.

Adapun penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan lima belas penelitian terdahulu, yang teridentifikasi pada aspek-aspek seperti:

a. Teori yang digunakan

- 1) Penelitian ini, menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz, yang fokus pada makna subjektif dan interpretasi individu terhadap pengalaman mereka.
- 2) Penelitian Terdahulu, banyak yang menggunakan Teori Etnisitas dan Identitas Sosial, Teori Pertukaran Sosial, atau Teori Komunikasi Antarbudaya, yang lebih menekankan pada struktur sosial, hubungan kekuasaan, dan dinamika ekonomi.

b. Lokasi dan konteks spesifik:

- 1) Penelitian ini, fokus pada interaksi antara pedagang etnis Timor dan Bugis di Pasar Tradisional Oesapa, Kota Kupang.
- 2) Penelitian Terdahulu: beberapa fokus pada interaksi antara pedagang etnis Timor dengan etnis lain seperti pendatang umum, Tionghoa, atau pedagang pendatang lainnya, tanpa spesifikasi etnis Bugis secara khusus.

c. Teknik Penentuan Informan:

- 1) Penelitian ini, menggunakan kombinasi teknik *Accidental* dan teknik *Purposive*, memungkinkan fleksibilitas dalam pemilihan informan yang mungkin tidak sepenuhnya terencana sebelumnya.
- 2) Penelitian Terdahulu, umumnya menggunakan *Purposive Sampling*, yang lebih terstruktur dalam memilih informan berdasarkan kriteria tertentu.

d. Alat Analisis:

- 1) Penelitian ini, mengikuti pola analisis data kualitatif yang dikembangkan oleh John W. Creswell.

2) Penelitian Terdahulu, menggunakan berbagai alat analisis seperti Analisis Tematik, Analisis Diskursif, Analisis Jaringan Sosial, dan lain-lain, tergantung pada fokus dan teori yang digunakan.

e. Fokus Spesifik pada Fenomena Budaya Dagang:

- 1) Penelitian ini, lebih spesifik dalam mendeskripsikan fenomena interaksi budaya dagang antara dua etnis tertentu yaitu Timor dan Bugis.
- 2) Penelitian Terdahulu, beberapa penelitian lebih luas dalam membahas dinamika sosial, kekuasaan, atau keberlanjutan usaha tanpa fokus eksklusif pada budaya dagang antara dua etnis spesifik.

Jadi dari identifikasi tersebut, terlihat perbedaan utama terletak pada 3 (tiga) aspek yakni Teori yang digunakan, fokus pada etnis Timor dan Bugis yang kurang dibahas dalam penelitian terdahulu, dan model analisis yang digunakan yakni model dari John W. Creswell, yang memberikan struktur lebih sistematis dalam menganalisis data kualitatif. Penelitian ini kemungkinan berkontribusi unik karena fokus spesifik pada interaksi budaya dagang antara etnis Timor dan Bugis, serta penerapan teori fenomenologi Schutz dalam konteks ini. Fokus spesifik pada fenomenologi interaksi budaya dagang memberikan sudut pandang yang unik dan mendalam, dapat memperkaya literatur yang ada dengan perspektif subjektif dari pedagang etnis Timor dan Bugis di Pasar Oesapa Kupang.

2. Fenomenologi Dalam Kajian Konsep

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomenon*, yang berarti "sesuatu yang nampak" atau "yang menampakkan diri. Fenomenologi di dalam sosiologi sering digunakan sebagai suatu pendekatan filosofis yang berfokus pada bagaimana individu mengalami dan memberikan makna terhadap dunia di sekitar mereka. Hal

ini sejalan dengan pendapat Suprayogo dan Tobroni (2001:102), bahwa fenomenologi mengarah pada sesuatu yang nampak atau telah menampakkan diri sehingga nyata bagi individu dalam lingkungan sosial.

Tokoh yang mempopulerkan istilah fenomenologi pertama kali adalah Johan Heinrich Lambert, tetapi tokoh utama yang mengembangkan teori ini adalah Edmund Husserl. Husserl, yang dikenal sebagai bapak fenomenologi, mengembangkan fenomenologi sebagai studi tentang kesadaran, dengan fokus pada bagaimana objek-objek pengalaman menampakkan diri kepada kesadaran subjek (Sunarto, 2018). Fenomenologi bertujuan untuk menggali esensi dari pengalaman hidup yang dialami oleh individu secara langsung.

Husserl berpendapat bahwa fenomenologi diperlukan untuk menyatukan kembali pengetahuan ilmiah dan pengalaman manusia, yang selama ini dianggap berjalan sendiri-sendiri. Kajian fenomenologi, menurut Maliki (2003:233), harus dilakukan dengan penuh keterbukaan tanpa praduga, dan dengan fokus pada esensi dari pengalaman itu sendiri tanpa tendensi untuk mengkritik atau mengevaluasi rangkaian makna tersebut.

Fenomenologi, menurut Adian (2010:5), adalah “ilmu tentang penampakan (fenomena), yang berarti bahwa sesuatu yang nampak berasal dari pengalaman subjek”. Semua perbincangan tentang isi di balik penampakan harus disingkirkan, karena hanya memfokuskan perhatian pada apa yang tampak dalam pengalaman, esensinya dapat dirumuskan dengan jernih. Dalam hal ini, fenomenologi berfokus pada pengalaman subjektif dan bagaimana pengalaman tersebut membentuk makna bagi individu. Menurut Kuswarno (2009), juga membentuk pengetahuan manusia sebagai suatu objek yang memiliki relasi dengan kesadaran. Sedangkan Donny

(2005:150) memberikan definisi bahwa fenomenologi sebagai ilmu pengetahuan filsafat yang melihat pada intisari dari kesadaran dan intisari dari konsep ideal pada objek-objek sebagai korelasi dengan kesadaran.

Fenomenologi mulai diterapkan dalam ilmu sosial oleh Alfred Schutz, yang mengadaptasi gagasan Husserl untuk memahami kehidupan sosial manusia. Campbell (1994: 233-235) menjelaskan bahwa Schutz menjadikan fenomenologi sebagai metode ilmiah untuk merumuskan, meneliti, memeriksa, dan menganalisis kehidupan psikologis manusia dalam bentuk pengalaman subjektif terhadap fenomena. Schutz menghubungkan pengalaman hidup manusia dengan pengetahuan ilmiah, karena pengalaman hidup (*lifeworld*) merupakan bagian yang tak terpisahkan dari proses terbentuknya ilmu pengetahuan.

Menurut Wula (2020), pemikiran fenomenologi Husserl juga dipengaruhi oleh pemikiran Max Weber tentang *verstehen*, yaitu metode untuk memahami tindakan manusia secara sistematis. Schutz memperkuat pemikiran Weber dengan menegaskan bahwa interaksi sosial yang bermakna adalah prasyarat dari eksistensi sosial, yang harus diperoleh melalui tindakan sosial yang didasarkan pada pengetahuan dan interaksi.

Secara historis, teori tindakan sosial Weber menjadi fondasi utama perkembangan teori interaksionisme simbolik dan teori fenomenologis; yang oleh Ritzer (1992) dikelompokkan ke dalam paradigma definisi sosial. Menurut Weber, tindakan sosial dilakukan ketika seseorang memberi makna subjektif terhadap tindakannya, dengan melibatkan interpretasi dan kesadaran (Mulyana, 2001:61). Tindakan sosial, menurut Weber, adalah tindakan yang disengaja dan bermakna, yang dilakukan oleh individu dalam hubungan sosial mereka. Sunarto (2000:234)

menambahkan bahwa pemahaman tentang tindakan sosial harus berfokus pada makna subjektif yang diberikan oleh individu terhadap tindakannya.

Fenomenologi juga dapat diartikan sebagai studi mengenai bagaimana seseorang secara subjektif, menggunakan pengalaman hidupnya untuk menangkap hikmah dari suatu gejala yang tampak, sebagai pelajaran yang bermakna untuk menata kehidupannya. Pengetian itu sejalan dengan pendapat Ahmadi (2017) menyatakan bahwa fenomenologi adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana individu membentuk makna dari dunia di sekitar mereka melalui pengalaman subjektif. Dalam konteks ini, fenomenologi menjadi alat penting dalam penelitian sosial untuk mengeksplorasi pengalaman mendalam yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui data kuantitatif.

Pendekatan fenomenologi mencoba menggabungkan sifat objektif dan subjektif yang ada dalam diri setiap orang ketika ia memberikan makna berdasarkan pengalaman sadar mereka. Menurut Herdiansyah (2019), fenomenologi merupakan upaya untuk memahami pengalaman subjektif manusia dalam konteks yang lebih luas, di mana pengalaman tersebut dipandang sebagai basis dari pengetahuan dan tindakan.

Secara umum, Farid (2018) menjelaskan bahwa semua aliran fenomenologi memiliki keyakinan yang sama, yaitu bahwa dari suatu fenomena, manusia dapat mengetahui dan mengerti kenyataan sosial. Untuk mencapai pengertian yang sebenarnya, ada hambatan yang harus diatasi, dan fenomenologi mendorong individu untuk melihat dan memahami fenomena sebagaimana adanya. Suparlan (2016), menyatakan fenomena yang berasumsi bahwa perilaku manusia menjadi suatu relasi sosial ketika manusia memberikan makna tertentu terhadap tindakannya. Dengan

memberikan makna pada tindakan, manusia tidak hanya sekadar bertindak, tetapi juga membentuk dan memelihara struktur sosial melalui tindakan yang bermakna.

3. Konsep Interaksi Sosial

Pada dasarnya, manusia bukan hanya makhluk individu tetapi juga makhluk sosial. Dalam menjalani kehidupannya, manusia selalu membutuhkan bantuan dan interaksi dengan orang lain. Interaksi sosial adalah kunci utama dalam kehidupan sosial, karena tanpa adanya interaksi, kehidupan bersama tidak akan mungkin terjadi (Wahyudi, 2017). Interaksi sosial dimulai saat dua orang atau lebih saling bertemu, bertegur sapa, berjabat tangan, berbicara, dan melakukan berbagai bentuk komunikasi lainnya, yang semuanya merupakan manifestasi dari interaksi sosial.

a. Faktor-Faktor Terjadinya Interaksi Sosial

Interaksi sosial terjadi karena berbagai faktor, di antaranya adalah imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati. Menurut Susanto (2018), faktor-faktor ini berperan penting dalam pembentukan dan pemeliharaan interaksi sosial:

- 1) Faktor Imitasi memiliki peran signifikan dalam interaksi sosial. Imitasi bisa memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya adalah bahwa imitasi dapat mendorong individu untuk mematuhi norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat, sementara sisi negatifnya muncul ketika seseorang meniru tindakan yang salah atau tidak pantas.
- 2) Faktor Sugesti terjadi ketika seseorang memberikan pandangan atau sikap yang berasal dari dirinya, yang kemudian diterima oleh pihak lain. Meskipun mirip dengan imitasi, sugesti memiliki titik tolak yang berbeda karena melibatkan pengaruh yang lebih langsung dari individu terhadap individu lain.

3) Faktor Identifikasi adalah kecenderungan seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain, namun dengan tingkat kedalaman yang lebih dari sekadar imitasi. Identifikasi dapat terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung dan sering kali muncul karena adanya kebutuhan untuk memiliki tipe-tipe ideal dalam diri individu.

4) Faktor Simpati merupakan ketertarikan emosional yang dirasakan seseorang terhadap pihak lain, di mana perasaan berperan sangat penting. Dalam simpati, dorongan utama adalah keinginan untuk memahami dan bekerja sama dengan pihak lain (Susanto, 2018).

Menurut Arifin (2019), interaksi dengan orang-orang yang memberikan dukungan positif akan cenderung membentuk perilaku individu yang baik, sedangkan interaksi dengan pihak yang memberikan pengaruh negatif akan menghasilkan perilaku yang buruk.

Interaksi sosial adalah bentuk dasar dari proses sosial. Aktivitas sosial terjadi karena manusia berinteraksi dengan manusia lain dalam berbagai hubungan sosial. Interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinamis, mencakup interaksi antara individu, antar kelompok, dan antara individu dengan kelompok (Mulyana, 2018). Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa interaksi sosial adalah tindakan yang terjadi antara dua orang atau lebih yang saling mempengaruhi untuk menjalin kerja sama, baik dalam konteks positif maupun negatif.

b. Syarat Terjadinya Interaksi Sosial

Interaksi sosial hanya dapat terjadi jika memenuhi dua syarat utama, yaitu kontak sosial dan komunikasi:

- 1) **Kontak Sosial (*Social Contact*):** Kontak sosial menjadi fondasi utama dari interaksi sosial, di mana terdapat hubungan timbal balik antara individu atau kelompok. Kontak ini bisa bersifat positif, yang memfasilitasi kerja sama, atau negatif, yang dapat memicu konflik atau bahkan menghalangi terjadinya interaksi sama sekali. Kontak sosial dapat terjadi dalam bentuk primer, yaitu melalui pertemuan langsung, atau sekunder, yaitu melalui perantara tertentu.
- 2) **Komunikasi:** Komunikasi terjadi setelah kontak sosial terjalin. Proses ini melibatkan individu yang menafsirkan perilaku pihak lain, yang kemudian diikuti oleh reaksi tertentu. Komunikasi menjadi langkah awal dalam membangun hubungan, baik yang bersifat kolaboratif maupun lainnya. Namun, kesalahan dalam komunikasi dapat menyebabkan konflik, terutama jika tidak ada pihak yang bersedia kompromi dalam proses tersebut (Wahyudi, 2017).

c. Ciri-ciri Interaksi Sosial

Karakteristik utama dari interaksi sosial meliputi hal-hal berikut:

- 1) Pelibatan lebih dari satu individu, biasanya minimal dua orang atau lebih.
- 2) Terjalannya komunikasi antara para pelaku dengan menggunakan simbol-simbol tertentu.
- 3) Adanya dimensi waktu yang meliputi masa lalu, masa kini, dan masa depan, yang turut memengaruhi sifat serta arah dari tindakan yang sedang berlangsung.
- 4) Kehadiran tujuan tertentu, baik yang sesuai maupun berbeda dengan yang dipahami oleh pengamat.

Apabila pola interaksi sosial ini terus berulang dan berlangsung dalam jangka waktu yang panjang, maka akan terbentuk sebuah "hubungan sosial" (Setiadi & Kolip, 2016).

d. Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Gillin dan Gillin mengklasifikasikan interaksi sosial menjadi dua bentuk utama, yaitu interaksi sosial asosiatif dan disosiatif (Susanto, 2018):

- 1) **Interaksi Sosial Asosiatif:** Ini adalah proses sosial yang mengarah pada persatuan atau kerja sama. Bentuk-bentuknya meliputi:
 - a) **Kerja Sama:** Terjadi di mana pun dalam masyarakat, karena masyarakat terbentuk dari keinginan individu untuk bekerja sama.
 - b) **Akomodasi:** Usaha untuk mengurangi pertentangan antara individu atau kelompok, mencegah timbulnya konflik, dan memungkinkan kerjasama dalam masyarakat.
 - c) **Asimilasi:** Merupakan sebuah proses sosial yang bertujuan untuk meminimalkan perbedaan antara individu atau kelompok, sehingga tercipta kesatuan dalam tindakan dan sikap.
 - d) **Akulturasasi:** Proses ketika kelompok masyarakat dari suatu budaya tertentu bertemu dengan budaya asing, lalu mengadopsinya tanpa menghilangkan elemen-elemen budaya asli yang telah ada.
- 2) **Interaksi Sosial Disosiatif:** Proses sosial ini cenderung mengarah pada perpecahan atau konflik. Bentuk-bentuknya meliputi:
 - a) **Pertikaian:** Terjadi akibat adanya perbedaan tertentu antar kelompok masyarakat, baik itu perbedaan fisik, budaya, ekonomi, maupun agama.

- b) **Kontravensi:** Upaya untuk menghambat atau menggagalkan pencapaian tujuan pihak lain, yang dapat diwujudkan dalam bentuk gangguan, provokasi, fitnah, atau intimidasi.
- c) **Persaingan/Kompetisi:** Sebuah proses sosial di mana individu atau kelompok berupaya mencapai kemenangan secara bersaing, namun tanpa menyebabkan konflik fisik.

4. Konsep Kebudayaan

Frasa kebudayaan atau budaya berasal dari bahasa Sansekerta, dari kata dasar “*Buddhaya*”, yang merupakan bentuk jamak dari kata “*buddhi*” berarti pikiran atau akal, atau perihal yang berhubungan dengan dengan penggunaan pikiran (akal) dan rasionalitas (budi)”. Kata *culture* dalam bahasa Inggris sering digunakan dalam literatur antropologi dan sosiologi, dan umumnya dipahami sebagai budaya dan kebudayaan. Dalam bahasa Latin, ditemukan kata “*colore*”, yang berarti mengolah, merawat, melestarikan, “membudidayakan,” atau “mengerjakan” termasuk mengerjakan tanah (pertanian) atau memelihara alam, sehingga sehingga “*colore*” dipahami sebagai akar dari kata “budaya.”

Berangkat dari pengertian tersebut, *colore* atau kebudayaan diartikan Koetjaraningrat (1994: 9-10) sebagai segala upaya dan aktivitas manusia untuk mengubah dan mengolah alam; dengan daya dari budi, kekuatan dari akal. Sebagai konsep, kebudayaan antara lain bermakna keseluruhan sistem gagasan dan karya manusia, yang dimiliki dari proses belajar dan dibiasakan dalam rangka kehidupan masyarakat (1990: 180).

Kebudayaan merupakan pengetahuan yang diperoleh manusia dan digunakan untuk menafsirkan pengalaman dan menimbulkan perilaku. Suharno (2022:10–11),

yang mengutip pendapat Soemarjan, mendefinisikan kebudayaan sebagai hasil cipta (imajinasi/cita-cita), rasa dan karya suatu masyarakat. “Cipta” adalah kreativitas atau kemampuan mental merupakan jenis kecerdasan manusia sebagai anggota masyarakat yang antara lain menghasilkan filsafat dan ilmu pengetahuan. “Rasa” meliputi makna dari pengalaman dan nuansa yang meresap ke dalam jiwa manusia dan melahirkan berbagai norma dan nilai sosial yang dibutuhkan guna mengatur dan membimbing kehidupan masyarakat dalam artian yang luas. Sementara, “Karya” masyarakat menghasilkan teknologi dan budaya kebendaan atau budaya material, yang dibutuhkan manusia untuk mengolah alam sehingga hasilnya dapat digunakan untuk kepentingan masyarakat. Ilmu pengetahuan dimaksud berupa teoritis murni dan terapan. Rasa dan kreativitas menghasilkan budaya spiritual (budaya immaterial). Semua karya, rasa, dan cipta diatur oleh inisiatif (karsa) orang-orang yang menentukan kemanfaatannya demi kebaikan mayoritas atau seluruh masyarakat.

Budaya sering dianggap sama dengan adat. Padahal keduanya berbeda. Koetjaraningrat (1994: 10-11) menjelaskan bahwa “perbedaan antara *adat* dan *kebudayaan* adalah soal lain, dan bersangkutan dengan konsepsi bahwa kebudayaan itu mempunyai tiga wujud, ialah: (1) wujud ideal; (2) wujud kelakuan; dan (3) wujud fisik. Adat adalah wujud ideal dari kebudayaan. Secara lengkap wujud itu dapat kita sebut *adat tata-kelakuan*, karena adat berfungsi sebagai pengatur kelakuan. Suatu contoh dari adat ialah: aturan sopan-santun untuk memberi uang kepada seseorang yang mengadakan pesta kondangan. Adat dapat dibagi lebih khusus dalam empat tingkat, ialah (i) tingkat nilai-budaya. (ii) tingkat norma-norma, (iii) tingkat hukum (iv) tingkat aturan khusus”.

Koetjaraningrat (1994: 10-11) menjelaskan “perbedaan adat dan budaya merupakan persoalan tersendiri dan berkaitan dengan konsepsi bahwa ada tiga bentuk kebudayaan, yakni (1) bentuk ideal; (2) bentuk perilaku; dan (3) bentuk fisik. Adat merupakan bentuk ideal dari kebudayaan. Secara garis besar bentuk ini dapat disebut perilaku kebiasaan atau tata-kelakuan, karena adat berfungsi untuk mengendalikan perilaku. Contoh kebiasaannya misalnya aturan sopan santun memberikan uang kepada orang yang menyelenggarakan pesta pernikahan. Adat istiadat dapat diklasifikasikan lebih lanjut menjadi empat tingkatan: (1) tingkat nilai-nilai budaya; (2) tingkat norma-norma; (3) tingkat aturan hukum; dan (4) tingkat aturan khusus”.

Bentuk atau wujud kebudayaan sebagaimana dimaksud oleh Koetjaraningrat (1994) itu setelah dikaji dapat dijelaskan dengan cara lain yaitu: (1) **Wujud gagasan**: konsep, pikiran manusia. Wujud ini disebut “sistem budaya” sifatnya abstrak, tidak dapat dilihat karena berpusat pada kepala; (2) **Wujud aktifitas**: disebut “sistem sosial”, berupa aktifitas manusia yang saling berinteraksi, sifatnya konkrit dapat diamati atau diobservasi; dan (3) **Wujud benda**: disebut “sistem konkrit” yaitu hasil daya cipta manusia yang berwujud benda.

Sutrisno dalam Arifin (2020) menjelaskan konsep budaya dari berbagai perspektif. Pertama, secara **deskriptif**, budaya adalah keseluruhan elemen yang membentuk kehidupan manusia secara menyeluruh. Kedua, dari sudut pandang **historis**, budaya merupakan warisan yang diwariskan dari generasi ke generasi. Ketiga, secara **normatif**, budaya mencerminkan aturan hidup dan nilai-nilai yang dianut dalam masyarakat. Keempat, dari sisi **psikologis**, budaya berfungsi sebagai alat untuk menyelesaikan masalah yang memungkinkan individu untuk hidup dan

berinteraksi. Kelima, secara **struktural**, budaya adalah abstraksi yang berbeda dari perilaku nyata yang terlihat. Terakhir, budaya lahir melalui interaksi manusia dan diwariskan kepada generasi berikutnya.

Menurut Daud Joesoef (1996) dalam Arifin (2020:117), “budaya didefinisikan sebagai sistem nilai yang dihayati oleh masyarakat, dan segala hal yang menjadi ciri khas dari budaya disebut sebagai kebudayaan. Nilai-nilai ini terbagi menjadi dua jenis: 1) **Berwujud (*tangible*)**, seperti bangunan, karya seni, dan artefak lainnya; dan 2) **Tidak berwujud (*intangible*)**, seperti tradisi, adat istiadat, norma, etika, moral, ide-ide, dan ilmu pengetahuan.

Dalam kajian sosiologi, budaya dipandang sebagai kumpulan ide, kepercayaan, tindakan, dan produk yang diciptakan oleh masyarakat. Budaya tidak hanya mencakup hasil karya yang bersifat fisik, tetapi juga aspek tak berwujud seperti nilai, norma, simbol, dan bahasa, yang menjadi fokus utama dalam kajian budaya. Melalui interaksi sosial, budaya terbentuk dan diwariskan, mencerminkan cara hidup yang unik bagi suatu kelompok masyarakat.

Menurut Edward Burnett Tylor (sebagaimana dikutip oleh Bauto, 2014; Suharno, 2022), “budaya didefinisikan sebagai sebuah sistem kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, serta berbagai kemampuan dan kebiasaan yang diperoleh seseorang sebagai anggota masyarakat. Artinya, budaya adalah semua hal yang dipelajari dan diwariskan dalam konteks sosial. Definisi ini menunjukkan bahwa budaya mencakup pola tingkah laku normatif, serta cara berpikir, merasa, dan bertindak yang berkembang dalam suatu komunitas.

Setiap komunitas manusia memiliki budaya, meskipun terdapat perbedaan tingkat kemajuan di antara mereka. Dalam masyarakat yang lebih besar, dikenal konsep budaya utama (*superculture*), yang menjadi kerangka umum bagi kelompok-kelompok masyarakat di dalamnya. Superculture sering kali terkait dengan identitas daerah, suku, atau profesi tertentu. Dalam perkembangannya, budaya utama dapat melahirkan budaya khusus (*subculture*) yang tetap selaras dengan nilai-nilai inti. Namun, jika budaya tersebut bertentangan dengan budaya utama, ia disebut budaya tandingan (*counter-culture*).

Budaya tandingan tidak selalu bersifat negatif, melainkan mencerminkan dinamika sosial di mana budaya induk belum mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pembaharuan budaya diperlukan melalui upaya untuk menyelaraskan budaya induk dengan tuntutan zaman. Fenomena ini menunjukkan pentingnya fleksibilitas budaya dalam menghadapi perubahan sosial.”

Budaya sering diekspresikan dalam berbagai bentuk. Asmi (2015), menjelaskan Ekspresi budaya itu sering disebut sebagai etos. Menurut Koenjaraningrat, etos adalah ciri khas suatu kebudayaan yang terlihat dari luarnya. Contoh etos antara lain gaya perilaku, hobi, dan benda karya budaya yang khas. Menurut Clifford Geertz, etos budaya adalah sifat, karakter, dan kualitas hidup sekelompok orang atau bangsa. Ruang lingkup etos meliputi moral, sikap perilaku, dan gaya estetika seseorang serta kepekaan terhadap seni dan keindahan. Contoh etos budaya atau watak khas orang Jawa antara lain penuh ketenangan dan kepasrahan diri. Selain itu, pribadi orang Jawa tercermin pada upaya mencapai keselarasan, moral yang tinggi, kejujuran, dan *nrimo* (dapat menerima keadaan sebagaimana adanya).

Kebudayaan tak terlahir atau terbentuk dengan sendirinya di masyarakat, melainkan diciptakan oleh manusia melalui interaksi dengan orang lain atau kelompok lain, bahkan disesuaikan dengan lingkungan tempat mereka hidup. Secara sadar atau tidak, kehidupan individu selalu diwarnai oleh kebiasaan-kebiasaan yang ada dalam keluarganya dan masyarakat di lingkungan terdekatnya, lalu kebiasaan-kebiasaan itu diwariskan secara turun temurun serta dijadikan oleh individu dan kelompok masyarakat sebagai pegangan hidup dan kebiasaan dalam beradaptasi. Kaplan (2012), menyatakan, budaya secara umum bisa dilihat sebagai daya kreasi manusia yang dimiliki suatu kelompok masyarakat lalu tumbuh, kemudian dikembangkan menjadi suatu aktifitas kebiasaan turun-temurun. Kebudayaan dimaknai sebagai suatu sistem perlambangan atau sistem simbolik.

Syawaludin (2017) mengemukakan dalam memahami Teori sosial budaya, ada 3 dimensi yang dapat digunakan, yakni:

- a. *Temporal dimension* fokus pada waktu (*past, present, future*). *Past* (masa lalu) memberi basis pengalaman. *Present* (masa kini) meletakkan konfigurasi. *Future* (masa mendatang) membangun wawasan merujuk pada masa lalu (*past*) dan *present* (masa kini).
- b. *Material dimension* fokus pada ruang fisik (*physical space*) yang mewadahi kegiatan sosial.
- c. *Symbolic dimension* fokus pada simbol-simbol yang dipergunakan untuk mengikat kehidupan sosial misal: kekuasaan, kekayaan, pengaruh (nilai, norma, *knowledge*).

Tiga dimensi tersebut dipergunakan untuk membedah keberadaan sistem sosial, sistem budaya dan sistem perilaku sosial kemudian diletakkan sebagai dasar

membuat eksplanasi dan prediksi ke depan. Sebab bisa memilih sistem sosial tertentu, diasumsikan sistem sosial tersebut tumbuh dan berkembang dalam masyarakat (tidak hilang). Atau diasumsikan semua individu hormat pada sistem sosial tersebut, karena sistem itu diyakini mempunyai daya paksa (individu tidak mempersoalkan benar atau salah). Semua orang menerimanya sebagai bagian dari hidup dan kehidupan sosial.

Dari uraian tersebut dapatlah disimpulkan bahwa secara umum kebudayaan meliputi pola pikir, sikap dan pola tindakan manusia sebagai anggota masyarakat atau mencakup karya, karsa, cipta dan rasa manusia serta hasilnya, baik materil maupun nonmaterial; kemudian diwariskan antar generasi sebagai cara hidup yang unik, resep kehidupan dalam beradaptasi. Pengertian ini juga memperlihatkan hubungan yang erat antara Teori Budaya dengan Teori Fenomenologi, dalam rangka memahami realitas, pengalaman, kesadaran, pemaknaan dan struktur kesadaran yang melingkupi kehidupan seorang individu.

Sehubungan dengan konteks penelitian ini, Nugroho dalam Malik (2010) menyatakan pasar sebagai lembaga ekonomi masyarakat merupakan ekspresi dari hubungan-hubungan sosial. Dengan pengertian lain bahwa tindakan ekonomi yang dilakukan oleh setiap individu — baik penjual maupun para pembeli — yang berlangsung di pasar, pada hakekatnya dipengaruhi oleh konteks sosial budaya yang berkembang dalam masyarakat.

5. Konsep Budaya Dagang

Budaya dagang merujuk pada serangkaian nilai, norma, dan praktik yang memengaruhi cara individu atau kelompok menjalankan kegiatan perdagangan. Budaya ini mencakup etika, kebiasaan, dan aturan tidak tertulis yang diterapkan

dalam interaksi bisnis dan perdagangan sehari-hari (Sutrisno, 2017). Dalam konteks sosiologi ekonomi, budaya dagang bukan hanya tentang bagaimana perdagangan dilakukan, tetapi juga bagaimana nilai-nilai dan norma sosial memengaruhi praktik perdagangan tersebut.

Menurut Abdullah (2018), budaya dagang dapat dilihat sebagai cara masyarakat menyesuaikan diri dengan lingkungan ekonomi mereka, termasuk bagaimana mereka berinteraksi dengan pelanggan, pemasok, dan pesaing. Budaya ini juga mencakup sikap terhadap risiko, inovasi, dan persaingan, serta bagaimana pedagang memandang peran mereka dalam masyarakat. Secara umum, budaya dagang mencerminkan upaya adaptasi baik secara sosial maupun ekonomi yang terjadi di antara individu dan kelompok dalam suatu konteks tertentu. Adaptasi ini menunjukkan bagaimana perilaku, nilai-nilai, dan strategi dagang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan perdagangan tersebut.

Di Indonesia, pasar tradisional merupakan cerminan nyata dari budaya dagang yang khas. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai lokasi transaksi ekonomi melainkan juga sebagai sentral kehidupan sosial dan budaya. Di pasar tradisional, budaya dagang tercermin dalam interaksi langsung antara pedagang dan pembeli, yang sering kali melibatkan negosiasi harga dan pertukaran informasi (Rachbini, 2018).

Budaya dagang di pasar tradisional sering kali didasarkan pada nilai-nilai seperti kejujuran, keterbukaan, dan kepercayaan. Menurut Setiadi & Kolopaking (2016), hubungan pedagang dengan pembeli di pasar tradisional lebih dari sekadar transaksi ekonomi; mereka sering kali membangun hubungan jangka panjang yang

didasarkan pada saling percaya. Hal ini berbeda dengan pasar modern, di mana interaksi cenderung lebih formal dan impersonal.

Pasar tradisional juga memiliki budaya tawar-menawar yang kuat. Dalam budaya ini, harga barang tidak bersifat tetap tetapi ditentukan melalui proses negosiasi antara pedagang dengan pembeli. Proses tawar-menawar ini bukan hanya soal harga, tetapi juga mencerminkan hubungan sosial dan dinamika kekuasaan di antara para pelaku pasar (Sutrisno, 2017). Budaya tawar-menawar ini menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas yang menjadi ciri khas pasar tradisional di Indonesia.

Selain itu, budaya dagang di pasar tradisional juga sangat dipengaruhi oleh kebiasaan lokal dan etnis. Misalnya, pedagang dari etnis tertentu mungkin memiliki cara berdagang yang berbeda, yang dipengaruhi oleh nilai budaya dan tradisi mereka. Hal inilah yang melahirkan keragaman budaya dagang di pasar tradisional, yang mencerminkan pluralitas masyarakat Indonesia (Abdullah, 2018).

Uraian konsep diatas menunjukkan bahwa budaya dagang, baik secara umum maupun dalam konteks pasar tradisional, merupakan elemen penting dalam memahami dinamika ekonomi dan sosial di Indonesia. Budaya ini mencerminkan cara masyarakat menyesuaikan diri dengan tantangan ekonomi, serta bagaimana nilai-nilai sosial dan budaya memengaruhi praktik perdagangan. Di pasar tradisional, budaya dagang tercermin dalam interaksi langsung, tawar-menawar, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan ekonomi. Berkat fleksibilitas budaya dagangnya, pasar tradisional mampu terus bertahan dari gencarnya gempuran pasar modern di era globalisasi.

6. Konsep Pedagang

Pedagang adalah individu atau kelompok yang mencari nafkah melalui kegiatan membeli dari sumber yang murah dan menjual barang lebih mahal dari sumber pembeliannya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam sosiologi ekonomi, pedagang diklasifikasikan berdasarkan cara mereka mengelola pendapatan dari perdagangan dan bagaimana pendapatan tersebut berkontribusi terhadap ekonomi keluarga mereka (Damsar, 2020). Definisi pedagang juga dijelaskan oleh Hidayat (2023) bahwa pedagang merupakan individu atau perusahaan yang kegiatannya melibatkan pembelian dan penjualan barang tertentu, serta memiliki kepemilikan atas barang tersebut selama proses perdagangan berlangsung. Pedagang memperoleh laba atau keuntungan yang berasal dari kelebihan selisih antara harga jual dengan harga awal ketika barang tersebut dibeli.

Menurut kajian sosiologi ekonomi, seperti yang telah dibahas oleh para ahli seperti Geertz (1963) dan Mai & Buchholt (1987), pedagang dapat dibedakan ke dalam beberapa kategori berikut (Damsar, 2020):

- a. **Pedagang Profesional:** Mereka yang menjadikan pekerjaan berdagang sebagai satu-satunya sumber utama bagi pendapatan ekonomi keluarga mereka. Umumnya pedagang profesional berasumsi aktivitas perdagangan tidak hanya merupakan pekerjaan tetapi juga merupakan pusat dari kehidupan ekonomi mereka.
- b. **Pedagang Semi-Profesional:** Jenis pedagang ini juga terlibat aktif dalam perdagangan untuk menghasilkan uang, namun pendapatan yang diperoleh dari perdagangan hanya berfungsi sebagai pendapatan tambahan untuk

ekonomi keluarga mereka. Dengan kata lain, perdagangan bukanlah satu-satunya sumber pendapatan utama mereka.

- c. **Pedagang Subsistensi:** Pedagang dalam kategori ini terutama menjual produk atau barang yang mereka hasilkan sendiri, baik dari hasil pertanian, kerajinan, atau usaha kecil lainnya. Pendapatan dari penjualan ini digunakan terutama untuk memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga mereka, dan seringkali tidak cukup untuk menghasilkan surplus yang signifikan.
- d. **Pedagang Semu:** Pedagang semu adalah mereka yang terlibat dalam kegiatan perdagangan bukan karena kebutuhan ekonomi tetapi lebih karena alasan hobi, mencari suasana baru, atau mengisi waktu luang. Mereka tidak memandang perdagangan sebagai sumber utama penghasilan dan mungkin tidak terlalu peduli jika mereka mengalami kerugian dalam aktivitas ini.

Abdullah (2014) menyebutkan, dalam aktivitas perdagangan, pedagang adalah individu atau lembaga yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks ekonomi, pedagang diklasifikasikan berdasarkan jalur distribusi yang dilakukan, yang mencakup pedagang distributor tunggal, pedagang partai besar, dan pedagang eceran. Senada dengan ini, Hidayat (2023) menyebutkan bahwa pedagang dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. **Pedagang Besar (Grosir):** Mereka yang membeli barang dalam jumlah besar langsung dari produsen, kemudian menjualnya kepada pengecer (pedagang lebih kecil).

- b. Pedagang Kecil (Pengecer): mereka yang menjual barangnya secara langsung kepada konsumen akhir yang membutuhkan. Contohnya meliputi toko kelontong, warung, dan kios.

Pedagang dalam konteks bisnis, berperan sebagai perantara dalam distribusi barang yang dihasilkan dari berbagai sektor ekonomi, seperti pertanian, industri, dan jasa, yang diperlukan oleh masyarakat. Kegiatan perdagangan ini selain menguntungkan pedagang itu sendiri, juga memberikan manfaat yang nyata kepada masyarakat luas, terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumen (Setiadi & Kolopaking, 2016). Dalam interaksinya dengan konsumen maupun sesama pedagang, mereka secara sadar atau tidak, menampilkan pola-pola dagang tertentu.

Pola pedagang, yang mencakup bentuk, sikap, tingkah laku, dan pertimbangan mereka dalam menjalankan usaha, sangat dipengaruhi oleh sistem nilai, pengetahuan, dan norma moral yang diakui dalam masyarakat (Rachbini, 2018). Pedagang tidak saja bergerak berdasarkan rasionalitas ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh etika dan moralitas yang mereka yakini, sebagaimana yang diungkapkan dalam sosiologi ekonomi (Damsar, 2020). Perilaku pedagang ini juga sejalan dengan prinsip-prinsip dalam syariah, di mana perdagangan atau jual beli dipandang sebagai proses tukar-menukar harta secara sukarela yang harus dilakukan dengan itikad baik dan sesuai dengan norma yang berlaku (Yusanto & Yunus, 2018).

Manusia sebagai makhluk sosial terikat pada nilai-moral dan norma ekonomi yang diteladani dalam masyarakat. Hal ini berlaku juga dalam perilaku ekonomi pedagang, di mana tindakan dan keputusan mereka dalam perdagangan sangat dipengaruhi oleh sikap, sistem nilai, dan pengetahuan yang mereka miliki.

Karenanya, perilaku pedagang tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan logis semata, tetapi juga oleh sistem nilai yang mereka anut dan percayai. (Damsar, 2020).

7. Konsep Etnis dan Etnisitas

Konsep etnis dan etnisitas merupakan salah satu topik yang paling sering dibahas dalam studi sosial dan budaya, terutama dalam konteks keberagaman masyarakat. Etnisitas, sebagai konsep yang mengacu pada identitas kelompok yang dibentuk berdasarkan kesamaan asal-usul, budaya, bahasa, agama, dan sejarah, sering menjadi landasan dalam memahami dinamika sosial, politik, dan budaya dalam masyarakat multietnis (Koentjaraningrat, 2009). Kajian tentang etnisitas tidak hanya penting dalam antropologi tetapi juga relevan dalam sosiologi dan politik, di mana perbedaan etnis sering kali menjadi dasar bagi pembentukan identitas kolektif, struktur sosial, dan interaksi politik.

Etnisitas dalam antropologi, etnisitas dipahami sebagai konstruksi sosial yang mencakup identitas budaya yang dihayati bersama oleh suatu kelompok. Etnisitas tidak hanya merujuk pada asal-usul biologis tetapi juga pada praktik budaya, bahasa, adat istiadat, dan sistem nilai yang diwariskan secara turun-temurun (Koentjaraningrat, 2009). Antropolog Clifford Geertz (1973) mendefinisikan etnisitas sebagai "*primordial attachment*," yaitu keterikatan yang mendalam dan emosional pada kelompok etnis berdasarkan kesamaan bahasa, agama, dan kebudayaan.

Antropologi juga menyoroti peran etnisitas dalam membentuk identitas individu dan kolektif. Identitas etnis dilihat sebagai hasil dari proses sosialisasi di mana individu belajar dan menginternalisasi nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku dalam kelompok etnis mereka (Barth, 1998). Dalam konteks ini, etnisitas

bukanlah sesuatu yang statis tetapi dinamis, karena identitas etnis dapat berubah seiring dengan perubahan sosial, politik, dan ekonomi. Barth (1998) juga menekankan bahwa batas-batas etnis bukanlah hasil dari perbedaan budaya yang absolut, tetapi hasil dari interaksi sosial di mana kelompok-kelompok etnis berbeda saling membedakan dan mengidentifikasi diri.

Konsep etnisitas dalam konteks Indonesia, sangat penting mengingat keberagaman etnis yang ada di negara ini. Indonesia terdiri dari ratusan kelompok etnis dengan budaya, bahasa, dan agama yang berbeda-beda. Studi antropologi di Indonesia telah menunjukkan bahwa etnisitas sering kali menjadi dasar bagi pembentukan identitas kelompok, terutama dalam masyarakat yang multikultural (Sairin, 2017). Etnisitas di Indonesia tidak hanya terkait dengan identitas budaya tetapi juga memainkan peran penting dalam struktur sosial dan politik.

Sementara itu dalam perspektif sosiologi, etnisitas dipahami sebagai salah satu dimensi penting dari stratifikasi sosial. Etnisitas dapat menjadi faktor penentu dalam pembentukan kelompok sosial, di mana kelompok-kelompok etnis yang berbeda sering kali memiliki status sosial, kekuasaan, dan akses terhadap sumber daya yang berbeda-beda (Giddens, 2013). Etnisitas dalam sosiologi juga sering dikaitkan dengan konsep minoritas, di mana kelompok etnis tertentu mungkin berada dalam posisi subordinat dalam masyarakat yang didominasi oleh kelompok etnis lainnya.

Sosiolog Max Weber (1922) menekankan bahwa etnisitas adalah suatu konsep yang terkait dengan pembentukan identitas kelompok berdasarkan perasaan solidaritas sosial yang dihasilkan dari kesamaan budaya, asal-usul, dan sejarah. Weber juga menekankan bahwa etnisitas tidak hanya terbatas pada aspek budaya tetapi juga mencakup dimensi ekonomi dan politik, di mana identitas etnis dapat

digunakan sebagai dasar untuk pembentukan kelompok kepentingan atau perjuangan politik.

Menurut Banton (2015), etnisitas dalam sosiologi juga sering dikaitkan dengan dinamika konflik dan kerjasama antar kelompok. Konflik etnis sering terjadi ketika kelompok-kelompok etnis yang berbeda bersaing untuk mendapatkan sumber daya atau kekuasaan dalam masyarakat. Namun, etnisitas juga dapat menjadi dasar bagi solidaritas sosial dan kerjasama, terutama dalam konteks di mana kelompok-kelompok etnis yang berbeda bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Di Indonesia, konsep etnisitas dalam sosiologi sangat relevan dalam memahami dinamika sosial dan politik di negara ini. Seperti yang dikemukakan oleh Aliyah (2018), etnisitas sering kali menjadi faktor penentu dalam stratifikasi sosial di Indonesia, di mana kelompok-kelompok etnis tertentu memiliki akses yang lebih besar terhadap kekuasaan dan sumber daya dibandingkan dengan kelompok lainnya. Namun, etnisitas juga menjadi dasar bagi solidaritas sosial, terutama dalam konteks kerjasama antarkelompok untuk mengatasi tantangan bersama.

Dalam perspektif politik, etnisitas sering kali menjadi faktor penting dalam pembentukan identitas politik dan mobilisasi massa. Etnisitas dapat digunakan sebagai alat untuk membangun identitas politik yang kuat dan menggalang dukungan dalam konteks pemilihan umum atau perjuangan politik lainnya (Smith, 2006). Di banyak negara, termasuk Indonesia, politik etnis sering kali menjadi salah satu elemen utama dalam dinamika politik, di mana partai politik atau pemimpin politik memobilisasi dukungan berdasarkan identitas etnis.

Etnisitas dalam politik juga dapat menjadi sumber konflik, terutama ketika kelompok-kelompok etnis yang berbeda bersaing untuk mendapatkan kekuasaan

politik. Konflik etnis sering kali terjadi dalam konteks di mana kelompok-kelompok etnis yang berbeda merasa terpinggirkan atau tidak memiliki akses yang adil terhadap kekuasaan politik (Horowitz, 2000). Di sisi lain, etnisitas juga dapat menjadi dasar bagi kerjasama politik, terutama dalam konteks koalisi antar etnis yang bertujuan untuk mencapai tujuan politik bersama.

Di Indonesia, etnisitas memainkan peran penting dalam politik nasional dan lokal. Politik etnis sering kali menjadi salah satu faktor penentu dalam pemilihan umum, di mana kandidat politik sering kali mengandalkan dukungan dari kelompok etnis tertentu untuk memenangkan pemilihan (Aspinall, 2019). Selain itu, etnisitas juga menjadi faktor penting dalam dinamika politik lokal, di mana konflik dan kerjasama antar etnis sering kali menentukan stabilitas politik di daerah-daerah tertentu.

Etnisitas dalam politik Indonesia juga dapat dilihat dalam konteks pembagian kekuasaan dan alokasi sumber daya. Seperti yang dijelaskan oleh Aspinall (2019), etnisitas sering kali menjadi dasar bagi distribusi kekuasaan dan sumber daya, terutama di daerah-daerah yang memiliki keberagaman etnis yang tinggi. Dalam konteks ini, etnisitas bukan hanya tentang identitas budaya tetapi juga tentang kekuasaan dan akses terhadap sumber daya politik dan ekonomi.

8. Konsep Etnis Timor

Lingkungan geografis mungkin saja membuat masyarakat berbeda karena tantangan alam yang dihadapinya, namun masyarakat juga dapat berbeda disebabkan faktor bawaan, yaitu kesukubangsaan (etnisitas). Anda dapat mengatakan bahwa seseorang adalah mantan penduduk suatu daerah tertentu, tetapi Anda tidak dapat

mengatakan bahwa seseorang adalah mantan etnis tertentu. Kesukubangsaan merupakan identitas, atribut yang dibawa sejak lahir sampai mati.

Sebagai bagian dari realitas sosial, etnisitas menjadi bagian dari interaksi sosial yang bersifat tradisional. Etnisitas adalah pengelompokan orang berdasarkan perbedaan bawaan dan kelahiran seperti warna kulit, bahasa, dan lingkungan, yang semuanya merupakan ciri bawaan. Kalangan Sosiolog menggunakan istilah etnisitas untuk menggambarkan segala bentuk kelompok, baik ras maupun non-ras, yang secara sosial dianggap ada telah mengembangkan subkulturnya sendiri. (Horton dkk. 1992)

Interaksi antar anggota yang sama etnisnya lebih intens dan lebih tinggi daripada interaksi dengan anggota etnik yang berbeda. Pertimbangan etnisitas digunakan sebagai kriteria dalam seleksi. Seperti dalam hubungan perkawinan terdapat tendensi untuk memilih dari kelompok atau golongan yang sama. Suatu hal yang alami bahwa penilaian stereotip dan prasangka (*prejudice*) mewarnai bentuk penilaian hubungan antar individu atau kelompok dengan etnis yang berbeda. Tingkat interaksi dalam kelompok etnis tertentu berpengaruh langsung terhadap akses dan derajat pengetahuan anggotanya tentang fluktuasi pasar, sikap dan perilaku adaptasinya.

Keragaman etnik dan budaya merupakan faktor alamiah yang jauh dari rencana siapapun (*given*) yang dapat menjadi kekuatan tetapi juga sering menjadi kelemahan yang sangat menentukan interaksi sosial lintas etnik. Meskipun begitu, sesungguhnya etnisitas merupakan konsep politik sebab konsep ini berimplikasi pada pembagian sumberdaya (*resources*) dan sistem serta mekanisme reproduksi kekuasaan politik dan ekonomi dalam masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari etnisitas tampak jelas dari

perilaku politik para elit ketika mereka mengambil keputusan untuk membagi sumberdaya yang berada di bawah kekuasaan mereka, baik sumberdaya ekonomi, sumberdaya manusia, maupun sumberdaya politik/kekuasan. Bias pada kepentingan etnis umumnya tampak jelas, tetapi hampir tidak pernah dapat dibuktikan sebab para elit mempunyai banyak dalih untuk membenarkan perbuatannya dan menolak adanya bias etnis dalam keputusan yang dibuatnya. (Epstein, dalam Glazer dkk., 1975; Koli Bau, 1999).

Etnis Timor adalah kelompok manusia yang lahir dan dibesarkan dalam lingkungan budaya yang ada di pulau Timor dan mewarisi budaya Timor secara turun temurun. Adapun Etnis pendatang terkait pelaku pasar di Kota Kupang, terdiri dari etnis China, etnis Bugis – Makasar, etnis Jawa, serta etnis lainnya dari luar pulau Timor yang mana mereka tidak mewarisi atau mengikuti budaya asli etnis Timor.

Koli Bau (2009:120) menuliskan, orang Timor adalah sebutan umum yang dipergunakan dalam pergaulan sehari-hari untuk menyebutkan kelompok yang mendiami pulau Timor yang terdiri dari etnik Bunak, Kemak, Tetun, Dawan (Meto), Helong, serta sebuah suku di Kabupaten Belu (yang sudah punah) yakni etnik Melus. Sebagian besar percaya bahwa enam kelompok etnis ini adalah penduduk asli pulau Timor (Barat), atau setidaknya mereka yang terlebih dahulu tinggal di pulau itu di masa lalu. Orang Timor merasa diri memiliki pulau ini beserta kekayaan alam dan budayanya karena kesamaan keturunan, nilai budaya dan perasaan di antara mereka.

Disadari atau tidak, kategorisasi ini telah menciptakan jarak sosial tertentu antara kelompok yang diidentifikasi sebagai orang Timor dan kelompok lain yang bukan orang Timor. Dalam interaksi sehari-hari, hubungan sosial tampak berjalan normal, namun dalam hal-hal tertentu, seperti pemilihan pimpinan organisasi atau

pengisian jabatan atau jabatan publik yang kosong, klasifikasi ini dimunculkan sehingga tidak jarang terjadi konflik kepentingan dan antagonisme. Ungkapan, stereotip, bahkan stigma tertentu yang ditujukan kepada kelompok etnis tertentu biasanya diterapkan dengan tujuan untuk memperebutkan kekuasaan, peluang, atau sumber daya ekonomi. Misalnya, dalam aksi pergantian pimpinan organisasi kepemudaan, seorang non-Timor berkata “jangan pilih orang A, dia orang Timor yang bodoh”, tokoh lain berkata: “Timor *ko’u* (maksudnya orang Timor bodoh), jangan pilih”; sebaliknya, salah satu tokoh Timor mengatakan “jangan pilih A, dia primordialis”, tokoh Timor lainnya mengatakan “orang Flores serakah, tidak tahu diri, orang Rote itu 'rombongan *teku*' (perampok) dll . . .” Dalam perebutan sumber daya ekonomi dan kekuasaan, hampir tidak ada satu kelompok etnis pun yang tidak diejek atau dihina. (Koli Bau, 2009:120-121)

Kondisi relasi etnitas yang digambarkan oleh Koli Bau (2009), ternyata terjadi juga di wilayah Lampung, sebagaimana ulasan hasil penelitian Sinaga (2014), yang menyebutkan bahwa “Gejala yang paling tampak, antara lain tampilnya isu etnik dalam momentum rekrutmen jabatan-jabatan publik. Wacana dan gerakan etnis memang mulai tumbuh pada era reformasi, dan ekspresi mereka menjadi lebih vulgar dalam pemilu politik, seperti pemilu gubernur dan walikota. Pada momen ini, etnisitas dipolitisasi pada tingkat wacana dan diaktifkan dalam praktiknya melalui isu kekerabatan, kesamaan etnis, dan populasi lokal (isu putra daerah). Tentu saja fenomena ini erat kaitannya dengan fenomena makro lain di tingkat nasional, yaitu liberalisasi politik, otonomi daerah, dan desentralisasi pelayanan publik, fenomena yang memberikan peluang adanya tuntutan pembagian kekuasaan (*power-sharing*) oleh kelompok etnis lokal atas dominasi etnik pendatang. Melalui isu tersebut, *ulun*

Lampung meredefenisi dirinya, membangun ulang jati diri, menghidupkan klaim sebagai etnis lokal, dan memiliki teritori atas Lampung sehingga pada suatu saat mereka dapat mengatakan “inilah orang Lampung.”

Dalam suasana koeksistensi seperti itu, setiap suku bangsa berusaha mempertahankan identitas kelompoknya, tidak hanya melalui cara-cara tersebut di atas, tetapi juga dengan menciptakan kelompok-kelompok yang relatif tertutup dan permanen, seperti organisasi suku dan daerah, yang keanggotaannya terbatas pada individu-individu tertentu, suku dan wilayah yang sama, kelompok arisan juga didasarkan pada kesamaan etnis dan wilayah bahkan membangun kompleks pemukiman yang penduduknya berasal dari etnis dan wilayah yang sama. Pengelompokan sosial yang unik ini sendiri menimbulkan rasa “dalam” (*in-group feeling*) yang kuat terhadap mereka yang bukan “orang dalam” (*outsiders*). Selain itu, kelompok-kelompok regional di kota/lokasi yang berbeda membuat jaringan sosial yang memfasilitasi akses anggotanya ke sumber daya ekonomi dan kekuasaan (Koli Bau, 1996; 1997; 1999). Melalui jaringan sosial ini, reproduksi ekonomi dan politik berlangsung secara berkesinambungan dan teratur untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

9. Konsep Pedagang Etnis Pemandang

Etnis pendatang merujuk pada kelompok-kelompok etnis yang berasal dari luar wilayah tempat mereka tinggal saat ini. Pada konteks Pasar Tradisional Oesapa, etnis pendatang seperti Bugis, Jawa, dan Sulawesi adalah kelompok-kelompok yang datang ke wilayah tersebut untuk bertransaksi atau bermukim dan menjalankan aktivitas ekonomi. Etnis pendatang sering membawa serta budaya dan praktik

dagang mereka, yang dapat mempengaruhi dinamika sosial dan ekonomi setempat (Pelras, 1996).

Khusus pedagang yang berasal dari pulau Sulawesi, mereka sering disebut oleh masyarakat dengan sebutan Pedagang Bugis, Pedagang Makasar atau pedagang Sulawesi. Tampaknya seolah sama, namun beberapa penulis menjelaskan bahwa mereka ini berbeda. Abidin (2007:157), menyatakan Pedagang Bugis adalah merujuk pada orang-orang dari suku Bugis yang berasal dari wilayah Sulawesi Selatan, terutama dari daerah Bone, Wajo, dan Soppeng. Suku Bugis terkenal sebagai pelaut dan pedagang ulung yang telah menjalin hubungan perdagangan dengan berbagai daerah di Indonesia, bahkan sampai ke luar negeri. Pedagang Bugis memiliki reputasi sebagai pelaut yang tangguh dan pandai berdagang, serta dikenal karena kemampuan mereka dalam menjalin hubungan ekonomi.

Pedagang Makassar adalah orang-orang dari suku Makassar, yang juga berasal dari Sulawesi Selatan, khususnya dari kota Makassar dan sekitarnya. Orang Makassar, seperti halnya Bugis, memiliki sejarah maritim yang kuat, termasuk peran mereka dalam kerajaan maritim Gowa-Tallo. Mereka terkenal dalam perdagangan rempah-rempah dan memiliki jaringan perdagangan yang luas di seluruh kepulauan Indonesia, bahkan hingga Asia Tenggara (Mattulada, 1985: 211). Sedangkan Pedagang Sulawesi, adalah istilah yang lebih luas dan mencakup seluruh pedagang dari Pulau Sulawesi. Selain Bugis dan Makassar, terdapat suku-suku lain di Sulawesi seperti Toraja, Minahasa, Mandar, dan Gorontalo. Masing-masing suku ini memiliki sejarah dan budaya perdagangan yang berbeda, tetapi semuanya berkontribusi pada dinamika perdagangan di Sulawesi (Makkulau, 2013: 85).

Jadi berdasarkan penjelasan mereka dapatlah diperoleh penjelasan bahwa Pedagang Bugis dan Pedagang Makassar adalah bagian dari Pedagang Sulawesi, namun mereka mewakili suku yang berbeda dengan sejarah dan budaya perdagangan yang unik. Pedagang Sulawesi adalah istilah yang lebih umum yang mencakup semua pedagang dari pulau tersebut, termasuk Bugis, Makassar, dan suku-suku lainnya.

10. Konsep Pasar

Pasar menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), merupakan kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa. Sedangkan Tradisional menurut KBBI, merupakan sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun.

Istilah "pasar" sendiri dapat diinterpretasikan dalam berbagai makna. Dalam ilmu ekonomi, pasar mengacu pada pertukaran yang diorganisir berdasarkan prinsip-prinsip tertentu seperti harga atau hukum permintaan dan penawaran, yang memunculkan transaksi. Sedangkan dalam Antropologi, pasar juga dapat merujuk pada hubungan sosial dan kerangka tertentu yang memungkinkan terjadinya transaksi ekonomi dalam konteks sosial dan budaya (Plattner dalam Rudiatin, 2016). Pasar tidak hanya dilihat sebagai lokasi fisik, tetapi juga sebagai pranata sosial yang mencakup berbagai aspek sosial, hukum, dan politik yang mendasari aktivitas ekonomi di dalamnya (Rudiatin, 2016).

Pasar adalah institusi sosial dan ekonomi di mana antar individu dan antar kelompok berinteraksi untuk melakukan pertukaran barang, jasa, atau informasi.

Dalam konteks yang lebih luas, pasar tidak hanya mencakup tempat fisik di mana transaksi terjadi tetapi juga melibatkan serangkaian hubungan sosial dan ekonomi yang kompleks antara berbagai aktor, termasuk produsen, pedagang, dan konsumen (Rachbini, 2018).

Menurut Hasan (2017), pasar dapat dilihat sebagai ruang di mana kekuatan permintaan dan penawaran bertemu, menciptakan harga sebagai hasil dari negosiasi antara pembeli dan penjual. Pasar juga berfungsi sebagai alat distribusi sumber daya ekonomi yang efektif, di mana barang-barang yang diproduksi dapat disalurkan kepada konsumen yang membutuhkannya. Fungsi pasar ini sangat penting dalam menghubungkan produsen dengan konsumen dan memastikan bahwa kebutuhan masyarakat terpenuhi melalui mekanisme distribusi yang efisien.

Pasar dalam konteks sosiologis, bukan hanya sebagai tempat pertukaran barang, tetapi juga sebagai institusi sosial yang mencerminkan cara hidup masyarakat. Geertz (1997) dalam karyanya "*Peddlers and Princes*" menyebutkan bahwa pasar adalah pranata ekonomi sekaligus cara hidup, yang mencakup banyak aspek kegiatan ekonomi. Pasar tidak hanya menopang ekonomi rakyat dengan mempertemukan penjual dan pembeli, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial yang lebih kompleks (Setiadi & Kolopaking, 2016).

Damsar dan Indrayani (2016) menegaskan bahwa pasar merupakan fenomena sosial yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya, dan dapat dilihat sebagai struktur yang padat dengan jaringan sosial yang penuh dengan konflik dan persaingan. Pasar dalam hal ini berfungsi sebagai arena di mana berbagai dinamika sosial, termasuk persaingan dan kerjasama, terjadi dalam konteks yang kaya akan interaksi manusia (Damsar & Indrayani, 2016).

Menurut Setiadi dan Usman Kolip (2016), pasar saat ini telah berkembang sedemikian rupa sehingga tidak terbatas pada ruang fisik tertentu. Pasar kini dapat diakses melalui teknologi digital, seperti *e-commerce* atau pasar *on-line*, yang memungkinkan transaksi tanpa batasan ruang. Meskipun demikian, dalam konteks penyelenggaraan nyata, pasar tetap diklasifikasikan menjadi pasar modern dan pasar tradisional, berdasarkan sistem operasionalnya. Pasar modern cenderung diatur dengan manajemen yang lebih terstruktur, menggunakan teknologi, serta sistem harga tetap. Di sisi lain, pasar tradisional lebih mengedepankan tawar-menawar dan interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Wahyudi (2020), yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi telah membuat pengertian pasar tidak lagi terbatas pada lokasi fisik. Pasar digital kini memungkinkan akses bagi pedagang dan konsumen tanpa harus bertemu di tempat yang sama. Namun, dalam realitas fisik, pasar modern dan pasar tradisional tetap eksis sebagai dua bentuk utama penyelenggaraan pasar. Pasar modern menggunakan sistem yang lebih terstandar dengan manajemen profesional, sementara pasar tradisional mempertahankan interaksi sosial dan fleksibilitas harga sebagai ciri khasnya.

Jadi berdasar pandangan kedua penulis tersebut, dapatlah disimpulkan bahwa meskipun konsep pasar saat ini melampaui ruang fisik, pengelompokan berdasarkan sistem penyelenggaraan masih tetap relevan dalam konteks pasar modern dan pasar tradisional.

11. Konsep Pasar Tradisional

Pasar tradisional di Indonesia memiliki peran penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia

nomor 112 tahun 2007 pasal 1 ayat 2, bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), termasuk kerjasama dengan swasta, dengan tempat usaha berupa toko, kios, lods, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi. Pasar tradisional ini biasanya melibatkan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar antara penjual dan pembeli (Kementerian Perdagangan RI, 2021).

Pasar tradisional memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat, terutama dalam kaitannya dengan fungsi ekonomi dan sosial. Selain sebagai tempat distribusi hasil produksi masyarakat, pasar tradisional juga berfungsi sebagai tempat pemenuhan kebutuhan masyarakat, tempat transaksi jual beli barang atau jasa, dan sebagai penyedia lapangan kerja. Pasar tradisional membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dan daerah, serta menjadi tempat pertemuan berbagai perilaku sosial, budaya, dan sistem kemasyarakatan (Aliyah, 2018).

Menurut Aliyah (2018), pasar tradisional juga berperan sebagai wadah interaksi sosial yang tinggi, di mana berbagai kelompok masyarakat dapat berbaur, bertukar informasi, dan bahkan melakukan pembaharuan sosial. Pasar tradisional bukan sekadar tempat jual beli, tetapi juga tempat di mana interaksi sosial-budaya terjadi dan nilai-nilai kolektif masyarakat dipertahankan.

Namun, meskipun memiliki peran yang signifikan, pasar tradisional sering kali menghadapi stigma negatif seperti dianggap kumuh, kotor, dan semrawut. Stigma ini sering kali membuat sebagian masyarakat, terutama mereka yang berpendapatan menengah ke atas, lebih memilih berbelanja di pasar modern yang menawarkan

kenyamanan dan kebersihan (Rachbini, 2018). Kondisi ini mempengaruhi keberlanjutan pasar tradisional, di mana banyak pasar tradisional yang mengalami penurunan jumlah pengunjung karena persaingan dengan pasar modern.

Stigma buruk ini seringkali dikaitkan dengan perilaku pedagang dan pengelola pasar yang kurang memperhatikan kebersihan dan keteraturan. Namun, ada juga faktor lain seperti keterbatasan kompetensi dan jumlah tenaga pengelola pasar, yang mengakibatkan terbatasnya upaya perbaikan dan pengelolaan pasar tradisional (Setiadi & Kolopaking, 2016).

Untuk mengatasi tantangan ini, perlu adanya keterlibatan yang lebih aktif dari pengelola pasar, baik dari pihak pemerintah maupun swasta, dalam meningkatkan kualitas pasar tradisional, baik dari segi fisik maupun manajemen, sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung dan mempertahankan peran pentingnya dalam perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat.

B. Landasan Teori

Menurut Arifin (2015: viii-ix), penjelasan yang didasarkan pada pengamatan, penelitian, atau pengalaman empiris yang disusun secara sistematis dapat dikategorikan sebagai teori dalam ilmu sosial. Bahar (2011, 2018) dan Madekhan (2018) juga mengartikan teori sebagai kumpulan dalil yang menghubungkan berbagai konsep dalam menjelaskan suatu fenomena. Dalam penelitian kualitatif, teori berfungsi untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam terhadap konsep-konsep yang sering kali hanya dipahami secara intuitif. Fungsi utama teori meliputi tiga hal: *pertama*, merangkum pengetahuan dalam bidang tertentu; *kedua*, menawarkan penjelasan sementara atas fenomena yang diamati; dan *ketiga*,

mengarahkan penelitian lanjutan sehingga dapat mendorong perkembangan ilmu pengetahuan baru. Dengan demikian, teori menjadi sumber inspirasi, alat bantu analisis, dan pembanding dalam menafsirkan data penelitian kualitatif (Creswell, 2018).

Penelitian ini menggunakan perspektif teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz. Fenomenologi menurut perspektif Schutz berfokus pada bagaimana individu memberikan makna pada dunia sosial di sekitar mereka melalui pengalaman sehari-hari. Pendekatan ini bermanfaat untuk memahami interaksi sosial dan hubungan timbal balik antar individu atau kelompok, yang kemudian menghasilkan dinamika serta fenomena budaya yang khas, khususnya dalam konteks pasar tradisional (Schutz, 1970).

Fenomenologi berasal dari pemikiran filsafat Edmund Husserl (1859-1938), yang menekankan bahwa memahami suatu fenomena berarti melihatnya sebagaimana adanya, tanpa dipengaruhi oleh asumsi atau prasangka. Pendekatan ini dikenal sebagai "*bracketing*" atau penyisihan (membuang) asumsi-asumsi subjektif agar realitas dapat terlihat secara alami. Husserl memandang fenomenologi sebagai cara untuk memahami struktur kesadaran manusia melalui pengalaman langsung. Teori ini kemudian diadopsi oleh Schutz yang menerapkannya dalam konteks sosial, dengan fokus pada bagaimana makna sosial dibentuk melalui interaksi (Raharjo, 2019; Schutz, 1970).

Menurut Schutz, fenomenologi memungkinkan peneliti memahami kesadaran individu dari perspektif mereka sendiri, atau *first-person perspective*, yang menekankan pentingnya pengalaman subjektif dalam membentuk pemahaman manusia. Schutz menyebut proses ini sebagai "*lifeworld*" atau "dunia kehidupan,"

yang mengacu pada lingkungan sosial dan budaya yang membentuk pandangan individu terhadap realitas (Berger & Luckmann, 1966).

Fenomenologi berada dalam paradigma interpretif yang bertujuan untuk memahami makna di balik tindakan sosial daripada sekadar menemukan "fakta" objektif. Dengan paradigma ini, peneliti fenomenologis tidak berfokus pada sebab-akibat tetapi pada makna subjektif dari peristiwa atau interaksi, yang dibentuk oleh harapan dan pengalaman sosial individu (Campbell, 1981 dalam Hardiman, 1995:323). Schutz mengembangkan konsep-konsep seperti *intersubjektivitas* dan *lifeworld*, yang menjelaskan bahwa makna sosial dibentuk dalam konteks pengalaman bersama, memungkinkan peneliti untuk memahami interaksi antara pedagang dalam pasar tradisional yang melibatkan latar belakang budaya yang berbeda (Firdaus, 2021).

Sejalan dengan itu, konsepsi Alfred Schutz diterjemahkan oleh Kuswarno (2009:18), bahwa inti dari pemikirannya adalah: "Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Schutz menempatkan hakekat manusia dalam pengalaman subjektifnya, terutama ketika manusia bertindak dan bersikap terhadap dunia sehari-hari. Tampaknya, Schutz mengikuti pemikiran Husserl yakni proses pemahaman realistik terhadap kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku".

Dari upaya pemahaman terhadap konsepsi Schutz tentang fenomenologi tersebut, maka fenomenologi dapat didefinisikan sebagai suatu usaha memahami bagaimana individu secara subjektif mengkonstruksi makna dan konsep penting ketika mereka berinteraksi dengan orang lain yang juga memiliki cara pandang dan kesadaran subjektif sehingga karenanya timbullah intersubjektivitas (yaitu

pemahaman manusia tentang realitas dunia yang dibentuk oleh hubungannya dengan orang lain). Jadi bagaimana individu secara sadar menggunakan **pengalaman sehari-hari** (*stock of knowledge from lifeworld experience*), kemudian memberi makna terhadap dunia sosial di sekitar mereka, lalu membentuk persepsi sadar terhadap realitas (*lebenswelt* atau *lifeworld*), serta mempengaruhi sikap dan pola interaksinya dengan orang lain di sekitarnya.

Jika ditelusuri lebih jauh, konsep-konsep utama dari teori fenomenologi Alfred Schutz ada 5 (lima), yakni **Intersubjektivitas**, **Stock of Knowledge**, **Biografi Relevan**, **Lifeworld** (dunia kehidupan sehari-hari), dan **Recipe Knowledge**. Secara rinci konsep-konsep utama itu dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Intersubjektivitas**: Schutz menekankan bahwa manusia tidak hidup secara terpisah tetapi selalu dalam dunia sosial bersama orang lain. Intersubjektivitas mengacu pada pemahaman bersama tentang realitas melalui komunikasi dalam interaksi. Dalam konteks perdagangan di pasar tradisional, pedagang dari etnis yang berbeda, seperti Timor dan Bugis, saling memahami norma-norma perdagangan melalui pengalaman kolektif mereka (Schutz, 1970; Firdaus, 2021).
2. **Stock of Knowledge**: Schutz menggambarkan *stock of knowledge* sebagai pengetahuan kolektif yang diambil dari pengalaman masa lalu, yang berfungsi sebagai panduan dalam berinteraksi. Dalam interaksi dagang, pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang praktik negosiasi atau strategi tawar-menawar yang digunakan berdasarkan pengalaman sebelumnya (Schutz, 1967; Fitriani, 2020).
3. **Biografi Relevan** (*Biographically Determined*): Setiap individu memiliki latar belakang yang membentuk cara pandang dan tindakannya. Konsep biografi

relevan ini menjelaskan bagaimana latar belakang sosial dan budaya pedagang mempengaruhi cara mereka berdagang dan berinteraksi dengan pedagang lain di pasar (Schutz, 1970; Baharuddin, 2022).

4. ***Lifeworld (Dunia Kehidupan Sehari-Hari)***: Konsep ini mengacu pada dunia subjektif yang dialami setiap individu dalam kehidupan sehari-hari. Dalam pasar tradisional, pedagang dari etnis yang berbeda mungkin memiliki pandangan berbeda tentang perdagangan—misalnya, pedagang Bugis melihat perdagangan sebagai ekspansi ekonomi, sementara pedagang Timor melihatnya sebagai sumber penghidupan ekonomi dasar (Berger & Luckmann, 1966; Schutz, 1970).
5. ***Recipe Knowledge***: Schutz menggambarkan *recipe knowledge* sebagai solusi siap pakai untuk mengatasi situasi sehari-hari tanpa perlu berpikir mendalam. Dalam perdagangan, ini terlihat pada pemahaman praktis tentang strategi penetapan harga atau diskon, yang digunakan berdasarkan pengalaman tanpa analisis rinci (Schutz, 1967; Baharuddin, 2022).

Secara aplikatif, peneliti memandang teori fenomenologi Schutz sangat relevan untuk menganalisis interaksi budaya dagang di pasar tradisional, di mana pedagang dari berbagai etnis saling berhadapan dalam persaingan dan kolaborasi. Interaksi ini tidak hanya sekadar transaksi ekonomi, tetapi juga komunikasi yang mengandung makna sosial, kepercayaan, dan norma yang disepakati secara kolektif. Dalam konteks ini, Schutz menyebut bahwa pemahaman subjektif dari setiap individu dalam situasi sosial memungkinkan mereka membangun identitas sosial yang dinamis (Schutz, 1970; Firdaus, 2021).

Konsep-konsep fenomenologi itu menjadi alat analisis dalam memahami fenomena perdagangan antar etnis di pasar, termasuk norma sosial tidak tertulis

seperti aturan dalam tawar-menawar dan pembagian lapak. Dalam hal ini, fenomenologi membantu peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana makna subjektif pedagang terbentuk melalui interaksi sosial, yang kemudian memengaruhi persepsi dan strategi perdagangan mereka (Supraja et al., 2020).

Konsepsi Schutz itu dalam konteks penelitian ini, akan akan dijadikan sebagai alat bantu yang menginspirasi peneliti untuk mengeksplorasi *world-view* yang khas dari pedagang etnis Timor dan etnis Bugis ketika mereka berinteraksi di pasar Tradisional Oesapa. Supraja et al., (2020:62) menjelaskan bahwa istilah *world-view* secara mudah dapat diterjemahkan sebagai satu preposisi/konsepsi/asumsi yang khas (digunakan sebagai panduan) dalam menginterpretasi realitas yang bersifat dinamis.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Suatu penelitian akan lebih mudah jika telah ada penelitian-penelitian sebelumnya. Umumnya teori-teori yang digunakan atau dihasilkan oleh penelitian ilmiah menggambarkan suatu pola asumsi tertentu yang dinamakan paradigma.

Penelitian yang dilakukan ini mencoba memahami realitas dengan pendekatan paradigma definisi sosial. Ritzer (1992) menjelaskan bahwa paradigma definisi sosial berusaha "**menafsirkan** dan **memahami** tindakan sosial serta antar hubungan sosial untuk sampai pada penjelasan kausal". Weber dalam Kolibau (2009:9) menyatakan untuk menangkap makna sesungguhnya, metode yang harus dipergunakan adalah "*Verstehen*", yaitu "memahami" yang sesungguhnya, dan pandangan ini menjadi dasar metode atau pendekatan kualitatif.

Ibrahim (2018) mengemukakan bahwa paradigma dapat diartikan sebagai kerangka berpikir yang mencakup tiga elemen utama. *Pertama*, paradigma berfungsi sebagai kumpulan asumsi, konsep, atau proposisi yang diterima secara logis dan digunakan untuk membimbing cara berpikir dan pendekatan penelitian. *Kedua*, paradigma bertindak sebagai perspektif teoritis, yaitu cara pandang seseorang terhadap dunia, yang didasarkan pada asumsi tertentu tentang hal-hal penting dalam kehidupan. *Ketiga*, paradigma memberikan manfaat praktis dalam mengarahkan proses pelaksanaan penelitian, sehingga penelitian berjalan sesuai dengan kerangka yang telah ditetapkan.

Dalam konteks metodologi penelitian, paradigma sering dipandang sebagai landasan filosofis yang membantu peneliti menentukan metode yang sesuai dengan tujuan dan pertanyaan penelitiannya. Sebagaimana dinyatakan oleh Creswell (2013), paradigma penelitian memainkan peran penting dalam membentuk pendekatan kualitatif, kuantitatif, atau campuran yang akan digunakan dalam studi.

Ibrahim dalam pembahasan mengenai *Konsep Dasar Metode Penelitian Kualitatif* (2018) juga menyatakan ada perbedaan konsep dasar antara penelitian sosiologis yang bercirikan kualitatif dan kuantitatif, yakni: Penelitian kualitatif paradigmanya interpretatif, subjektif, dan definisi sosial; sedangkan Penelitian kuantitatif paradigmanya fungsionalisme, objektif, dan fakta sosial.

Bertolak dari karakteristik metodologi di atas, maka penelitian ini secara filsafati menggunakan pendekatan fenomenologi sedangkan secara metodologis menggunakan paradigma yang bersifat interpretatif terhadap realitas sosial yang secara subjektif didefinisikan oleh masyarakat pedagang etnis Timor berdasarkan persepsi, pengalaman, kesadaran, makna serta struktur kesadaran mereka secara alamiah terhadap perkembangan kondisi ekonomi global serta posisi sang pedagang etnis Timor sendiri di tengah persaingan pasar tradisional yang ada di kota Kupang. Demi menjaga keakuratan data, maka perspektif dan persepsi pedagang etnis Timor, masyarakat etnis Timor dalam lingkungan pasar Oesapa dan aparat pemerintah kelurahan Oesapa Kupang akan menjadi basis informasi dalam pengambilan kesimpulan penelitian ini.

B. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan fenomenologi berbasis penelitian lapangan (*field research*). Fenomenologi

digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif para pedagang dalam memahami makna interaksi budaya dagang. Menurut Creswell (2013), pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami makna mendalam dari fenomena sosial melalui analisis induktif. Pendekatan ini diperkuat dengan prinsip fenomenologi yang mengedepankan deskripsi pengalaman hidup (*lived experiences*) partisipan (Schutz, 1970). Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis dokumen, yang memungkinkan peneliti untuk menangkap makna yang terkandung dalam interaksi sosial di pasar tradisional. Creswell (2013: 4-5) menjelaskan bahwa proses kualitatif melibatkan pengumpulan data dari partisipan, dan interpretasi makna dengan kerangka yang fleksibel, menekankan pendekatan yang induktif dan fokus pada kompleksitas makna yang diberikan oleh individu dalam konteks sosial mereka.

Penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi masalah yang sering kali bersifat kompleks dan dinamis. Pendekatan ini berpijak pada konstruktivisme, yang mengasumsikan bahwa realitas adalah interaktif dan dibentuk oleh pengalaman sosial. Peneliti kualitatif berupaya memahami kebenaran melalui perspektif partisipan dalam situasi sosial tertentu. Sebagaimana dijelaskan oleh Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln (2005), pendekatan ini mendalami perspektif partisipan (perspektif emik) secara ideografis. Menurut Sugiyono (2019), "Peneliti kualitatif juga bertindak sebagai instrumen kunci (utama) penelitian, dan sering kali menggunakan teknik interaktif serta fleksibel dalam proses pengumpulan data untuk memahami fenomena sosial dari dalam perspektif partisipan ... kadang masalah yang diangkat dalam penelitian kualitatif masih bersifat remang-remang, kompleks dan dinamis; bersifat sementara, tentatif dan akan berkembang disesuaikan dengan situasi

sosial atau berganti setelah peneliti berada di lapangan. Dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme, yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif, dan merupakan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu” (Sugiyono, 2019; Helmi, 2020; Haryono, 2020).

Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007) menyatakan penelitian deskriptif kualitatif didasarkan pada latar alami sebagai kesatuan holistik, yang mengandalkan peneliti sebagai instrumen utama, analisis data induktif, dan penemuan teori dasar melalui deskripsi. Metode ini lebih mengutamakan proses ketimbang hasil dan menekankan kriteria tertentu untuk memeriksa keabsahan data. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena dengan cara holistik, memungkinkan peneliti memahami realitas dari sudut pandang partisipan dengan cara yang tidak terstruktur dan adaptif terhadap perubahan situasi sosial.

Penelitian kualitatif memiliki beberapa tujuan utama: mengidentifikasi pola hubungan yang bersifat interaktif, mengembangkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena sosial, serta menemukan teori atau proposisi baru (Sugiyono, 2011). Moleong (2007) menegaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena dari pengalaman subjek, seperti perilaku dan persepsi, dalam konteks yang alamiah. Penelitian ini memanfaatkan metode alamiah yang bertujuan memberikan deskripsi dalam kata-kata pada konteks tertentu. Namun demikian, Kisworo (2017) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif tidak sepenuhnya mengesampingkan data kuantitatif jika relevan untuk memperkaya analisis.

Pendekatan kualitatif berfokus pada esensi fenomena tanpa menggunakan metode statistik. Penelitian ini umumnya memiliki tujuan untuk "menemukan" fenomena yang belum diketahui sebelumnya, menghasilkan temuan yang sifatnya

ideografik dan tidak digeneralisasikan. Metode kualitatif memungkinkan pemahaman mendalam tentang kompleksitas situasi sosial serta mengidentifikasi pola hubungan yang berpotensi menghasilkan teori baru (Madekhan, 2018:63). Hal ini juga disetujui oleh Miles dan Huberman (1994) yang menyatakan bahwa pendekatan ini membantu peneliti dalam mengembangkan teori-teori sosial secara konstruktif dan interaktif berdasarkan data lapangan.

Bryman menyebutkan enam kriteria atau standar penelitian kualitatif yaitu: 1) melihat melalui perspektif subjek; 2) menggambarkan detail kebiasaan sehari-hari; 3) memahami tindakan dalam konteks sosialnya; 4) menekankan waktu dan proses; 5) memiliki desain penelitian yang terbuka dan fleksibel; serta 6) menghindari penggunaan konsep pada tahap awal (Madekhan, 2018). Pemahaman akan kriteria ini membantu peneliti menghindari kesalahan metodologi, sehingga menghasilkan proses penelitian yang konsisten dan mendalam.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Oesapa yang berada di sebuah lorong perkampungan nelayan di pesisir pantai, teluk Kupang, ujung barat Pulau Timor. Jalan lorong tersebut terhubung dengan jalan TransTimor; yakni jalan penghubung utama Pulau Timor NTT dengan pasar-pasar rakyat lainnya di sepanjang jalan Trans Timor. Jalan TransTimor merupakan jalan beraspal selebar \pm 9 meter yang digunakan oleh kendaraan transportasi darat antara ibu Kota Provinsi NTT yaitu Kota Kupang dengan negara Timor Leste. Jika kendaraan berjalan ke arah timur pulau Timor, maka akan melewati tiga wilayah pemerintahan yakni Kota Kupang, Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS), Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU) dan Kabupaten Belu.

Alasan pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa alasan yakni:

1. Pada lokasi penelitian, ditemukan kondisi interaksi antara pedagang etnis Timor dengan pedagang etnis pendatang yang terjadi selama puluhan tahun ternyata tidak berdampak pada perubahan pola pikir adaptifnya sehingga tidak menunjukkan adanya kemajuan cara berdagang maupun kemajuan dalam hal kemampuan ekonomi.
2. Persepsi yang dikemukakan oleh pedagang etnis Timor terkait kemampuan bersaing menyediakan komoditas terkesan pasrah pada keadaan. Padahal di sisi lain, semestinya pedagang etnis Timor dapat lebih cerdas menyerap nilai-nilai keunggulan dari pedagang etnis pendatang;
3. Hal tersebut kadang-kadang memunculkan pandangan di masyarakat Kota Kupang bahwa situasi kondisi itu terkait bakat alamiah, atau bisa juga budaya dan persepsi (*worldview*) pedagang etnis Timor yang keliru dalam memaknai posisinya dalam persaingan pasar, perubahan sosial ekonomi dan globalisasi ekonomi yang melanda dunia.

Pengamatan tentang keberadaan pasar rakyat yang menjadi obyek penelitian ini telah dilakukan sejak tahun 2000 ketika peneliti hendak menjadikan kemampuan adaptasi dan kompetisi pedagang etnis Timor di Kota Kupang sebagai obyek kajian fenomena sosiologis. Namun secara resmi, penelitian ini mulai dilakukan selama 6 bulan ketika proposal ini selesai diseminarkan dan disetujui oleh Tim Pembimbing Proposal Disertasi di Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang.

D. Fokus Penelitian

Menurut Alfred Schutz, fokus penelitian dalam perspektif fenomenologi mengacu pada upaya untuk memahami makna pengalaman hidup dari sudut pandang

aktor sosial. Schutz menekankan pentingnya *"life-world"* atau dunia kehidupan sehari-hari sebagai konteks tempat individu menginterpretasi dan memberi makna pada pengalaman mereka. Fokus penelitian Schutz cenderung mengarah pada pengungkapan subjektivitas dan pemahaman tentang bagaimana orang membentuk realitas sosial mereka berdasarkan pengalaman langsung. Schutz percaya bahwa penelitian harus difokuskan pada motif dan tindakan dari perspektif individu yang menjalani pengalaman tersebut (Schutz, 1970).

Hartono menjelaskan pandangan Schutz tersebut dengan lebih sederhana bahwa "fokus penelitian diarahkan pada pemahaman pengalaman subjektif individu dalam konteks kehidupan sehari-hari mereka. Schutz berpendapat bahwa tugas peneliti adalah mengeksplorasi bagaimana individu memberi makna terhadap interaksi sosial mereka, melalui cara pandang mereka yang spesifik terhadap dunia sosial" (Schutz dalam Hartono, 2011: 122).

Sedangkan menurut Menurut Creswell, fokus penelitian adalah bagian penting dalam merancang penelitian, yang mengacu pada penentuan masalah utama atau pertanyaan penelitian yang ingin dijawab. Fokus ini membantu peneliti dalam menentukan arah dan batasan penelitian, sehingga peneliti dapat mengelola pengumpulan dan analisis data secara efektif. Creswell menjelaskan bahwa fokus penelitian adalah panduan yang memungkinkan peneliti untuk tetap berada di jalur dalam konteks yang lebih luas (Creswell dalam Fawaid & Diana, 2012: 43).

Fokus penelitian memiliki keterkaitan yang erat dengan tujuan penelitian. Menurut Creswell, tujuan penelitian adalah pernyataan eksplisit tentang apa yang ingin dicapai melalui penelitian. Tujuan ini berasal dari fokus penelitian dan memberikan arah bagi peneliti dalam memandu desain dan pelaksanaan penelitian

(Creswell dalam Fawaid & Diana, 2012 : 56). Dalam perspektif Schutz, tujuan penelitian fenomenologis adalah untuk memahami makna subjektif yang dibentuk oleh individu dalam interaksi sosial. Schutz menekankan pentingnya memahami struktur makna yang diciptakan dalam dunia kehidupan sehari-hari individu, yang menjadi tujuan utama penelitian fenomenologis (Schutz dalam Hartono, 2011: 128).

Fokus membantu peneliti menentukan apa yang hendak dicapai dalam penelitian, baik dalam hal menjelaskan fenomena, memahami pengalaman, atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penting terkait subjek yang diteliti. Dengan menetapkan fokus yang jelas, tujuan penelitian dapat dirumuskan lebih spesifik dan sesuai dengan konteks. Tentu saja dalam konteks penelitian berciri kualitatif ini, adalah mengembangkan konsep-konsep dalam teori (seperti pada pendekatan Schutz).

Berangkat dari pemahaman tersebut, maka fokus penelitian ini adalah untuk mengungkap fenomena interaksi budaya dagang yang mencakup esensi pemaknaan sadar dari individu pedagang etnis Timor dan pedagang Bugis berdasarkan pengalaman subjektif mereka yang diwarnai oleh budayanya masing-masing ketika mereka saling berinteraksi (bekerja sama, bersaing dan berkonflik) dalam aktifitas dagang, karena memiliki latar budaya yang berbeda di pasar tradisional Oesapa Kupang. Namun titik berat penelitian ini, lebih cenderung menyoroti fenomena budaya dagang etnis Timor, dengan mengeksplorasi intersubjektivitas individu pedagang etnis Timor berdasar pengalaman sadar (*lifeworld*) mereka dalam berinteraksi dagang.

E. Subyek & Informan Penelitian

Subyek dalam penelitian ini terdiri dari pihak Pengelola Pasar, masyarakat lokal pemilik lahan di lingkungan terdekat dengan lokasi pasar, para pedagang etnis Timor dan Bugis yang ditemui dan yang diamati fenomenanya di Pasar Oesapa; mereka ini menjadi sumber data primer. Sedangkan informan adalah aparat pemerintah Kelurahan Oesapa yang beretnis Timor, yang diharapkan dapat memberikan data sekunder / tambahan yang relevan sehingga semakin memperjelas fenomena yang diteliti.

Jumlah subyek dan informan tidak dibatasi, yang penting kualitas informasi yang disampaikan relevan dalam artian tepat sesuai substansi permasalahan penelitian maka dianggap memadai. Pemilihan subyek dan informan dilakukan dengan memadukan secara fleksibel teknik *accidental* dan teknik *purposive* sehingga memungkinkan diperolehnya data yang akurat; yaitu menghentikan proses wawancara apabila data yang diperoleh sudah jenuh setelah melewati proses verifikasi berulang secara triangulasi.

Penelitian ini melibatkan subyek penelitian sebanyak 16 orang pedagang etnis Timor, 5 orang pedagang etnis Bugis, 1 orang penduduk asli di areal pasar, dan 2 orang tokoh Bugis di pemukiman nelayan etnis Bugis dan seorang informan yakni aparat kelurahan Oesapa, yang berhasil peneliti wawancarai.

Pengumpul data utama juga “penafsir utama” data dalam proses penelitian kualitatif adalah peneliti. Sebagai *human instrument*, peneliti memiliki tanggung jawab untuk menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber utama data, mengumpulkan data, mengevaluasi kualitas data yang diperoleh, melakukan analisis, menafsirkan hasil analisis, dan menyimpulkan temuan berdasarkan data

yang ada. Peran ini memungkinkan peneliti untuk langsung terlibat dalam setiap tahap penelitian, memastikan data yang diperoleh relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. (Sugiyono, 2017).

Hal itu disebabkan karena peneliti yang langsung melihat, mendengar atau menyelami nuansa, situasi dan kondisi sosial, peristiwa serta fenomena di lapangan penelitian, sehingga ia dapat menggambarkan dengan narasi atau tulisan relatif lebih tepat. Karenanya, peneliti berupaya masuk ke areal pasar Oesapa setiap hari, berperan serta secara aktif di pasar tradisional Oesapa agar peneliti dapat memahami fenomena sosial budaya yang terdiri dari aktor dan aktivitas, tempat, serta kondisi dan nuansa pada obyek penelitian.

F. Sumber Data

Data-data penelitian ini bersumber pada data Primer dan data sekunder, yakni:

1. Data primer

Data primer dikumpulkan dengan cara meneliti langsung di lokasi penelitian secara berulang-ulang, dengan cara melakukan observasi langsung secara cermat tentang perilaku pedagang, fenomena interaksi antar subjek penelitian, kondisi dan toleransi wilayah pasar Oesapa Kota Kupang, serta melakukan wawancara langsung secara mendalam (*in-depth interview*) dengan subyek penelitian dan informan yang dipandang dapat memberikan data yang relevan.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari sumber relevan, yang dikumpulkan oleh pihak lain. Data-data ini berfungsi mendukung data-data primer yakni berupa, dokumen-dokumen tertulis, peta lokasi, gambar atau foto-

foto, jurnal ilmiah, media cetak berupa koran, majalah, media on-line, buku-buku teks yang dapat diperoleh dari Kantor Statistik Kota Kupang, Kantor Bappeda Kupang, dan Kantor Perindag Kota Kupang terkait dengan tujuan penelitian tentang penanganan pasar tradisional di Kota Kupang.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan teknik observasi langsung, teknik wawancara mendalam dan analisis dokumentasi sebagaimana penjelasan menurut Sugiyono (2011:88) merupakan teknik yang cocok untuk penelitian kualitatif.

1. Teknik Observasi Berpartisipasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui pengamatan langsung di lapangan. Teknik ini mencakup pencatatan terhadap aktivitas, perilaku, tindakan, serta interaksi sosial yang terjadi dalam suatu lingkungan. Observasi juga mencakup pengamatan terhadap proses-proses interpersonal, dinamika kelompok, dan pola-pola perbedaan sosial yang dapat diamati sebagai bagian dari pengalaman manusia.

Creswell (2013) menjelaskan bahwa observasi langsung memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperoleh data yang tidak dapat diungkapkan secara verbal oleh informan. Dengan terjun langsung ke lokasi penelitian, peneliti dapat memahami berbagai fenomena sosial dan interaksi yang terjadi secara alami. Hal ini memungkinkan peneliti menangkap konteks, emosi, dan makna yang mungkin sulit dijelaskan melalui wawancara semata (Creswell, 2013:254). Observasi menjadi penting dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan

peneliti melihat pola perilaku dan interaksi dalam konteks yang relevan dengan fokus penelitian.

2. Teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Teknik wawancara adalah teknik tanya jawab langsung dengan pendekatan empaty kepada subjek penelitian yakni para informan yang relevan untuk memperoleh data tentang suatu objek yang akan diteliti. Agar proses wawancara berlangsung natural dan situasi komunikasi tidak kaku, maka peneliti menggunakan alat bantu berupa *recorder smartphone* namun peneliti berupaya secermat mungkin menjadi *key informan* yang mampu menyelami situasi, kondisi, toleransi, pandangan dan jangkauan para informan lainnya, termasuk menilai nuansa yang muncul selama komunikasi berlangsung.

Memperhitungkan keberadaan informan pedagang etnis Timor di Pasar Oesapa yang pendidikannya bervariasi rendah, maka pola wawancara yang dilakukan adalah dengan pola wawancara mendalam tak berstruktur (bebas), sehingga informasi yang diperoleh sedapat mungkin natural, dan tidak dipaksakan harus selesai dalam sekali wawancara, namun diatur beberapa kali agar tidak mengganggu aktivitas pedagang yang jadi informan, sekaligus agar pola pengecekan keabsahan data secara triangulasi waktu dapat peneliti padukan dengan observasi terhadap situasi kondisional yang diungkapkan oleh informan. Selain itu para pedagang etnis lainnya juga diminta pendapat dan pandangannya terhadap perilaku dan budaya pedagang etnis Timor dalam bekerjasama, bersaing dan konflik yang menurut mereka unik untuk diungkap.

Beberapa tahapan umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara, sebagai berikut:

a. Persiapan Pertanyaan

Peneliti merancang daftar pertanyaan utama yang akan digunakan sebagai panduan selama wawancara. Pertanyaan ini disusun berdasarkan fokus penelitian untuk memastikan data yang diperoleh relevan dan komprehensif (Sugiyono, 2013).

b. Penjadwalan Pertemuan dengan Informan

Peneliti menentukan waktu dan tempat untuk bertemu dengan informan, yang telah dipilih sebelumnya sesuai dengan kriteria penelitian. Proses ini bertujuan menciptakan suasana dialog yang nyaman sehingga informan dapat memberikan data secara terbuka (Creswell, 2013).

c. Pengumpulan Informasi Mendalam

Selama wawancara, peneliti mengajukan pertanyaan secara fleksibel untuk menggali informasi sebanyak mungkin terkait fokus penelitian. Peneliti juga memperhatikan detail tanggapan dan bahasa tubuh informan, yang dapat memberikan konteks tambahan (Moleong, 2014).

d. Pencatatan dan Dokumentasi

Hasil wawancara dicatat dengan rinci dan, jika diperlukan, direkam untuk memastikan data tidak hilang atau terlupakan. Dokumentasi ini mencakup ringkasan tanggapan informan, dokumen pendukung, dan rekaman wawancara untuk analisis mendalam (Bogdan & Biklen, 1992).

3. Analisis Dokumen

Yaitu pengumpulan data – data pendukung melalui dokumen atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian, serta meliputi aspek-aspek yang berhubungan dengan objek penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data pada prinsipnya adalah langkah-langkah pengolahan data-data yang bertujuan menarik kesimpulan. Umumnya alur analisis data yang dipakai dalam penelitian kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu proses yang dimulai dari sesuatu yang khusus kemudian diangkat ke dalam sesuatu yang umum (berupa konsep-konsep dan proposisi), melalui proses induksi, interpretasi dan koseptualisasi.

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif, dapat dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban informan. Bila jawaban Informan setelah dianalisis belum terasa memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

Langkah-langkah sistematis dalam menganalisis data menurut Creswell sebagai berikut:

1. Pengorganisasian dan Penyiapan Data untuk Analisis

Langkah pertama untuk menganalisis data kualitatif adalah mengorganisasi dan mempersiapkan data. Ini melibatkan proses transkripsi wawancara, pengelompokan data berdasarkan sumber, serta pengaturan data visual atau teks untuk dianalisis. Pengorganisasian data yang baik sangat penting untuk mempermudah proses analisis selanjutnya. Creswell menjelaskan, "Langkah awal dalam analisis data adalah mempersiapkan dan mengorganisasi data yang telah dikumpulkan, seperti mentranskripsi wawancara dan mengklasifikasikan data sesuai dengan sumbernya" (Creswell, 2016: 156).

2. Membaca dan Merenungkan Seluruh Data

Setelah data terorganisir, peneliti harus membaca seluruh data secara menyeluruh untuk mendapatkan pemahaman umum tentang informasi yang telah dikumpulkan. Tahap ini memungkinkan peneliti untuk menandai bagian-bagian penting dan mencatat ide-ide awal yang akan membantu dalam proses analisis lebih lanjut. Creswell menyarankan, "Membaca seluruh data secara teliti merupakan langkah penting untuk memahami keseluruhan informasi, yang kemudian dapat digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema yang relevan" (Creswell, 2016: 158).

3. Koding Data

Langkah selanjutnya adalah koding, yaitu mengidentifikasi dan mengelompokkan data ke dalam kategori atau tema-tema tertentu. Koding adalah proses memberi label pada data yang relevan untuk memudahkan pengelompokan dan analisis. Proses ini membantu peneliti dalam menemukan pola-pola yang muncul dari data. Creswell menjelaskan, "Koding data adalah proses penting dalam analisis kualitatif, di mana peneliti mengidentifikasi dan memberi label pada bagian-bagian data yang relevan untuk mengelompokkannya ke dalam kategori tertentu" (Creswell, 2016: 160).

4. Mengembangkan Tema atau Kategori

Setelah koding selesai, peneliti mengembangkan tema-tema atau kategori dari data yang telah dikodekan. Tema ini adalah pola-pola utama yang muncul dari data dan merupakan elemen kunci yang menjawab pertanyaan penelitian. Creswell menyarankan, "Mengembangkan tema dari data yang telah dikodekan

memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola yang signifikan dan relevan terhadap tujuan penelitian" (Creswell, 2016: 162).

5. Menyusun Temuan dan Menafsirkan Data

Langkah selanjutnya adalah menyusun temuan berdasarkan tema-tema yang telah dikembangkan dan melakukan interpretasi data dalam konteks penelitian. Pada tahap ini, peneliti menjelaskan bagaimana temuan tersebut berkaitan dengan pertanyaan penelitian dan teori yang digunakan. Creswell menyatakan, "Penafsiran data melibatkan analisis mendalam terhadap tema-tema yang ditemukan dan hubungannya dengan teori yang mendasari penelitian" (Creswell, 2016: 164).

6. Menyajikan Data dalam Bentuk Narasi

Pembuatan Narasi yang terstruktur merupakan tahap akhir dari langkah sistematis dalam proses analisis. Creswell menekankan pentingnya penyajian temuan secara naratif, didukung oleh kutipan langsung dari partisipan, untuk memberikan kekuatan pada hasil penelitian. Creswell berpendapat bahwa, "Penyajian temuan dalam bentuk narasi yang didukung oleh kutipan langsung dari partisipan memberikan kejelasan dan kekuatan dalam menyampaikan hasil penelitian" (Creswell, 2016: 167).

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif melibatkan langkah-langkah sistematis untuk memastikan validitas dan kedalaman hasil penelitian. Salah satu pendekatannya adalah dengan menerapkan keajegan atau ketekunan dalam pengamatan, yang berarti secara konsisten menggali informasi dan melakukan interpretasi data dari berbagai sudut pandang. Hal ini bertujuan untuk menjaga

keakuratan pemahaman selama proses analisis yang bersifat dinamis dan dapat disesuaikan seiring waktu.

I. Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data merupakan upaya verifikasi terhadap ketepatan dan kebenaran hasil penelitian dengan menerapkan prosedur – prosedur tertentu. Verifikasi ini dimaksudkan untuk mendapatkan kepastian apakah hasil penelitian sudah akurat dari sudut pandang peneliti, partisipan, atau pembaca secara umum (Creswell dan Miller, 2013).

Langkah-langkah ilmiah yang sistematis untuk memeriksa keabsahan data menurut John W. Creswell, adalah:

1. Triangulasi

Triangulasi dilakukan untuk mengurangi bias dan menyatukan berbagai perspektif yang mungkin berbeda dalam interpretasi data. Teknik ini mencakup penggunaan berbagai metode, sumber, atau teori untuk memvalidasi temuan, sehingga hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan kredibel (Creswell, 2013).

Teknik triangulasi dilakukan dengan dengan cara membandingkan informasi dari berbagai sumber data, metode, atau teori. Creswell menekankan pentingnya menggunakan berbagai sumber data untuk memverifikasi temuan penelitian. Dengan triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten dan valid. Creswell menjelaskan, "Triangulasi adalah proses penggunaan berbagai sumber data, metode, atau teori untuk memeriksa konsistensi temuan dalam penelitian kualitatif" (Creswell, 2016: 251).

2. *Member Checking* (Pemeriksaan oleh Anggota)

Member checking adalah proses mengonfirmasi temuan penelitian dengan partisipan yang terlibat dalam penelitian. Peneliti memberikan kembali hasil wawancara atau interpretasi data kepada partisipan untuk memastikan bahwa temuan tersebut akurat dan sesuai dengan pengalaman partisipan. Creswell menjelaskan, "*Member checking* melibatkan pengembalian hasil atau interpretasi kepada partisipan untuk memastikan bahwa temuan tersebut benar-benar mewakili pengalaman mereka" (Creswell, 2016: 252).

Member checking dilakukan dengan cara peneliti kembali kepada informan untuk mengonfirmasi apakah interpretasi data dan hasil analisis yang diperoleh sesuai dengan maksud dan pandangan informan. Proses ini tidak hanya meningkatkan keakuratan data tetapi juga memperkuat hubungan antara peneliti dan partisipan, sehingga dapat memberikan wawasan tambahan yang mungkin terlewatkan sebelumnya (Lincoln & Guba, 1985).

3. Penggunaan Bahan Referensi yang Kaya Deskripsi

Creswell menyarankan penggunaan deskripsi yang kaya dan mendetail dalam pelaporan data. Deskripsi yang rinci membantu dalam memberikan gambaran yang jelas dan lengkap tentang konteks penelitian, sehingga pembaca dapat memahami bagaimana temuan tersebut relevan dengan situasi yang diteliti. Saran yang diberikan Creswell adalah, "Menggunakan deskripsi yang kaya dan mendetail memungkinkan pembaca untuk memahami konteks penelitian dan menilai keabsahan temuan" (Creswell, 2016: 253).

4. Audit Trail

Audit *trail* adalah dokumentasi rinci terhadap semua langkah dalam proses penelitian, mulai dari pengumpulan data, hingga proses analisis dan interpretasi. Audit *trail* berfungsi sebagai bukti transparansi, yang memungkinkan peneliti lain untuk menelusuri dan memverifikasi langkah-langkah yang telah dilakukan. Creswell menyatakan, "Audit *trail* adalah catatan rinci dari semua prosedur penelitian yang memungkinkan peneliti lain untuk menelusuri dan memverifikasi langkah-langkah yang telah diambil" (Creswell, 2016: 254).

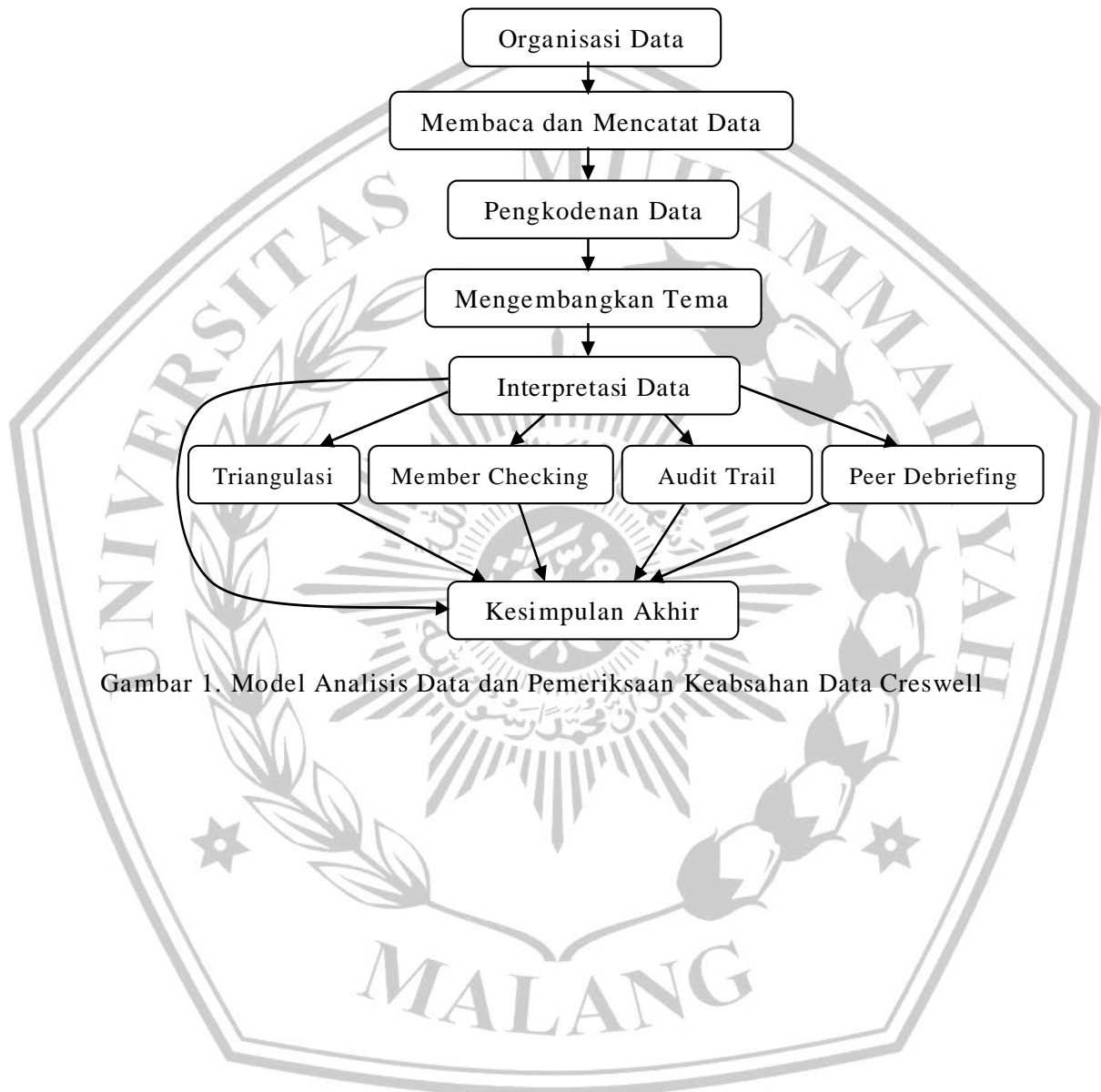
5. *Peer Debriefing* (Diskusi dengan Rekan)

Peer debriefing melibatkan diskusi dengan rekan sejawat untuk menguji dan mengkritisi temuan penelitian. Rekan peneliti yang tidak terlibat langsung dalam penelitian dapat memberikan perspektif objektif dan membantu mengidentifikasi bias atau kekeliruan dalam interpretasi data. Creswell menjelaskan, "*Peer debriefing* membantu peneliti untuk menguji temuan mereka dengan melibatkan rekan sejawat yang tidak terlibat langsung dalam penelitian" (Creswell, 2016: 255).

6. Pengkajian Kecukupan Data (*Saturation*)

Saturation atau kejenuhan data terjadi ketika pengumpulan data tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan. Menurut Creswell, mencapai saturation adalah indikasi bahwa data yang dikumpulkan sudah memadai dan dapat dipercaya. Creswell menjelaskan, "Saturation dalam pengumpulan data adalah tanda bahwa penelitian telah mencapai titik di mana tidak ada informasi baru yang muncul, menunjukkan kecukupan dan keabsahan data" (Creswell, 2016: 256).

Langkah-langkah analisis data kualitatif dan pemeriksaan keabsahan data menurut John W. Creswell tersebut dapat digambarkan dalam bagan/diagram alur sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Data dan Pemeriksaan Keabsahan Data Creswell

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian Tentang Kondisi Umum di Lokasi Penelitian

Membahas tentang pasar tradisional Oesapa Kota Kupang tidak terlepas sejarah Kota Kupang dan sejarah awal munculnya kegiatan perdagangan di kota ini. Oleh karena itu berikut akan diulas secara singkat kedua sejarah yang berkaitan tersebut.

1. Sejarah Singkat Kota Kupang dan Munculnya Pasar Tradisional

Kota Kupang merupakan ibu kota dari Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) dan memiliki status sebagai kota madya. Nama "Kupang" diambil dari nama seorang raja Timor dari suku Helong, yaitu Nai Kopan atau Lai Kopan, yang memerintah sebelum kedatangan bangsa Portugis di Pulau Timor pada tahun 1436 (Luitnan, 2021). Pada masa kepemimpinannya, Pulau Timor memiliki 12 pelabuhan laut tradisional yang tersebar di berbagai wilayah pesisir kota Kupang, meskipun nama-nama spesifik dari pelabuhan-pelabuhan ini tidak disebutkan. Berdasarkan cerita rakyat suku Helong, pelabuhan-pelabuhan tersebut terletak di sepanjang pesisir dari Pelabuhan Namosain di Kecamatan Alak hingga Kelurahan Oesapa di Kecamatan Kelapa Lima. Salah satu pelabuhan terbesar dan paling strategis pada masa itu adalah Pelabuhan Kupang, yang sekarang menjadi pusat pemerintahan Kelurahan LLBK di Kecamatan Kota Raja, Kota Kupang. Secara historis, pelabuhan ini berada di bawah kekuasaan Raja Helong, Koen Lai Bissi (Luitnan, 2021).

Pelabuhan Laut Kupang atau Koepan menjadi pusat perdagangan yang ramai pada tahun 1436-1525, dengan kunjungan pedagang lokal dari suku-suku seperti Rote, Sabu, Flores, dan Timor Dawan. Para pedagang Portugis mulai datang sekitar tahun 1525-1612, diikuti oleh kedatangan VOC pada tahun 1613 yang mengutus Apolonius Scotte untuk memimpin tiga armada kapal untuk berdagang di wilayah NTT. VOC diterima oleh Raja Helong, meskipun VOC pada saat itu belum memiliki basis kekuatan tetap di Timor (Luitnan, 2021). VOC (*Vereenigde Oost-Indische Compagnie*) adalah perusahaan dagang Belanda yang didirikan pada 20 Maret 1602. Perusahaan ini yang berpengaruh besar dalam perkembangan sejarah ekonomi dan politik di Belanda pada abad ke-17 dan 18.

Pada tanggal 29 Desember 1645, seorang Padre / Pastor (Rohaniawan Katolik) berbangsa Portugis bernama Antonio de Sao Jacinto tiba di Kupang dan menerima tawaran dari Raja Helong untuk mendirikan benteng Portugis bernama Fort Concordia. Tetapi, kemudian benteng tersebut ditinggalkan karena perselisihan antara pemerintahan Portugis dan VOC. VOC menyadari pentingnya wilayah Nusa Tenggara Timur dalam perdagangan mereka, sehingga antara tahun 1625 sampai tahun 1663, mereka melancarkan serangan ke Pulau Solor dan berhasil merebut Benteng Fort Henricus dengan bantuan kaum muslim Solor.

Pada tahun 1653, VOC di bawah pimpinan Kapten Johan Burger sukses merebut kembali bekas Benteng Fort Concordia di Kupang. Kepemimpinan VOC di Kupang dipegang oleh Openhofd (pembuat kebijakan) yang bernama J. Van Der Heiden. Selama menguasai wilayah Kupang dari tahun 1653 sampai tahun

1810, VOC menempatkan sebanyak 38 Openhofd, dengan Stoopkert sebagai Openhofd terakhir yang berkuasa dari tahun 1808 samapi tahun 1810.

Nama "Lai Kopan" kemudian diubah oleh Belanda menjadi "Koepan," yang akhirnya menjadi "Kupang" dalam bahasa sehari-hari. Untuk meningkatkan keamanan di ibukota wilayah Kupang, pemerintah Belanda membentuk daerah penyangga di sekitar Teluk Kupang dan mendatangkan penduduk dari Pulau Rote, Sabu, dan Solor. Pada tanggal 23 April 1886, Residen Creeve menetapkan batas-batas kota melalui staatblad nomor 171 tahun 1886, yang kemudian dijadikan sebagai tanggal kelahiran resmi Kota Kupang.

Setelah Indonesia merdeka, ibukota Kupang diserahkan pengelolaannya kepada Swapraja Kupang berdasarkan Surat Keputusan Gubernur tertanggal 6 Februari 1946. Pada tanggal 21 Oktober 1946, status ibukota kembali dialihkan, dipimpin oleh Raja Amarasi, H.A.A. Koroh. Ibukota Kupang ditetapkan sebagai ibu kota Provinsi NTT melalui Surat Keputusan Kepala Swapraja nomor 3 tahun 1946 tanggal 31 Mei 1946. Pembentukan Dewan Sementara Kupang yang dihadiri oleh 30 raja dari suku-suku di Pulau Timor, Alor, Flores, Sumba, dan Rote turut mengakui dan menegaskan status kepemimpinan H.A.A. Koroh.

Pada tahun 1949, Kresidenan Timor di bawah kepemimpinan H.A.A. Koroh menetapkan Th. J Messakh sebagai pemimpin kota pertama wilayah Administrasi Kupang, yang menjabat dari tahun 1949 sampai tahun 1955. Menjelang Pemilihan Umum pertama pada tahun 1955, status ibukota Kupang disamakan dengan wilayah kecamatan sesuai Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri nomor PUD.5/16/46 tertanggal 22 Oktober 1955. Pada tahun 1958, Undang-Undang nomor 64 tahun 1958 menghapus Provinsi Sunda Kecil dan membentuk Provinsi

Swatantra Tingkat I yang wilayahnya meliputi Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Berdasarkan surat keputusan Gubernur nomor 17 tahun 1969 tertanggal 12 Mei 1969, ibukota Kupang dinaikkan statusnya menjadi Kabupaten Kupang.

Pada tahun 1981, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1978, wilayah Kabupaten Kupang mengalami perubahan status menjadi Kota Administratif Kupang, yang dipimpin oleh Drs. Mesakh Amalo sebagai walikota pertama. Pada tahun 1986, kepemimpinan dilanjutkan oleh Letkol Inf. Samuel Kristian Lerik hingga perubahan status menjadi Kotamadya Daerah Tingkat II Kupang pada tahun 1996 melalui Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1996. Sejak itu, Kota Kupang mengalami perkembangan pesat dan tetap berfungsi sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) hingga saat ini (Luitnan, 2021).

Gambaran sejarah di atas tentang adanya Pelabuhan Laut Kupang atau Koepan yang menjadi pusat perdagangan yang ramai sejak tahun 1436-1525, dengan kunjungan pedagang lokal dari suku-suku seperti Rote, Sabu, Flores, dan Timor Dawan, bahkan melibatkan para pedagang Portugis (sekitar tahun 1525-1612), VOC Belanda (1613) dan Cina (sekitar abad ke-15 dan 16) di Kota Kupang, merupakan tonggak sejarah yang mengisahkan tentang aktivitas perdagangan yang melibatkan kehadiran pasar tradisional di Kota Kupang, meskipun saat itu masih terpusat di daerah-daerah pantai karena ramainya perdagangan maritim, dengan komoditas utama rempah-rempah, hasil bumi lokal Timor seperti kayu cendana, lilin lebah, dan sarang burung walet, sirip ikan hiu, teripang, perak dan emas yang saat itu masih murah harganya.

Selanjutnya pasar-pasar tradisional yang muncul akibat perdagangan maritim yang luas, yang semula di areal Pelabuhan Laut Kupang yang berjarak 200 meter dari Benteng Fort Concordia, mulai bergerak meluas aktifitasnya pada empat lokasi pasar di pesisir pantai Kupang, yakni Pelabuhan Namosain menjadi pasar ikan Namosain, pantai Kampung Solor menjadi lokasi Pasar Solor dan pantai Pantai Oeba menjadi Pasar Oeba dan pantai Oesapa (yang kini dinamai “Pantai Warna”) menjadi pasar tradisional Pasar Oesapa. Namun keberadaan Pasar Solor itu, sejak tahun 2015 telah menghilang akibat perubahan struktur dan kebijakan di pemerintahan Kota Kupang, menjadi taman, lalu berubah menjadi kawasan ruko (rumah toko) yang disewa-belikan kepada swasta; sementara itu saat penelitian ini dilakukan, pasar di pantai Oesapa semakin berkembang menjadi Pasar Oesapa Pantai Warna yang merupakan gabungan kawasan pasar, pemukiman nelayan dan wisata pantai.

2. Sejarah Pasar Tradisional Oesapa

Nama pasar Tradisional Oesapa pada dasarnya adalah aktivitas pemasaran yang dikaitkan dengan nama tempat yaitu Kelurahan Oesapa. Kiai Kia (54 tahun) sebagai Lurah Oesapa dalam Laporan Bulanan Juli 2024 Kelurahan Oesapa, menuliskan bahwa nama Oesapa memiliki nilai historis, karena telah bertahun-tahun digunakan dalam berbagai surat-surat yang menyangkut kependudukan, ekonomi, hukum, dan pendidikan di pemerintahan Kota Kupang. Oesapa dalam tuturan orang Timor (*Atoin Meto*) sebenarnya berasal dari dua suku kata yakni *Oe* berarti air, dan *Sapa* yang berarti wadah yang terbuat dari daun lontar atau lazimnya oleh etnik Sabu dan Rote disebut *Haik*; yang berfungsi menampung air. Ada dugaan pula bahwa nama Oesapa tersebut

terkait kebiasaan etnis Timor yang mengaitkan nama sebuah tempat dengan keunikan alam tertentu yang ada di sekitarnya, yakni tempat *Oe* (mata air) yang terdapat di dalam sebuah goa alam yang berada di kompleks Universitas Kristen Artha Wacana yang selalu menghasilkan air sepanjang waktu.

Pasar Oesapa yang menjadi lokasi penelitian ini merupakan salah satu pasar tradisional dari 3 pasar tradisional yang beroperasi di pantai Kota Kupang, di antara pasar lainnya yakni Pasar Namosain, Pasar Oeba. Pasar Oesapa mulai beroperasi sejak tahun 1970-an, ketika para nelayan asal Sulawesi, Solor, Alor dan Rote merapat di pantai Oesapa untuk berjualan ikan kepada penduduk lokal. Interaksi itu memancing datangnya penduduk lokal di seputaran Kupang untuk membawa juga barang dagangannya berupa hasil bumi untuk dibarter dengan ikan tangkapan nelayan Sulawesi. Adanya relasi yang erat antara para nelayan dari Sulawesi dengan nelayan dari pulau Solor dan Alor NTT membuka ruang toleransi penerimaan yang lebih cepat bagi warga lokal terhadap hadirnya pedagang migran dari Sulawesi di Pantai Oesapa.

Menurut bapak Muhammad Masyur Dokeng (53 tahun) selaku Ketua Kelompok Nelayan “Elang Laut” yang juga merupakan Ketua RT. 23/RW.11, menjelaskan bahwa “*Dulu sekitar tahun 1970-an, nelayan Bugis yang pertama kali membangun tempat tinggal di desa nelayan Oesapa adalah Haji Badar Daeng Pawero. Lalu tempat ini tidak disangka berkembang menjadi desa nelayan yang sekarang ini menjadi tempat hunian yang ramai*”. (Wawancara, 13/09/2024)

Setelah waktu berjalan, sekitar tahun 1985-an ketika pembangunan tiga kampus yaitu Universitas Nusa Cendana (Undana), Universitas Kristen Artha

Wacana (Unkris), dan Akademi Manajemen Kupang (AMK) dimulai di Kelurahan Oesapa, maka berdatanganlah penduduk dari Sulawesi, Pulau Jawa, dan pulau di NTT lainnya, dalam menyambut terbukanya peluang usaha pemasaran. Waktu itu, penduduk migran dari pulau Jawa membuka usaha tenda kuliner bakso dan rumah makan kecil-kecilan sambil menjaga anak-anak mereka yang menempuh pendidikan di Kota Kupang. Sementara itu para migran dari Sulawesi mulai membuka kios-kios sembako, di samping mereka bekerja sebagai nelayan penangkap ikan, yang kemudian laba hasil penjualan ikannya digunakan untuk memupuk modal kerja dan perluasan usaha kios sembako.

Data yang pernah diberikan oleh Lurah Oesapa Yohanes E. Keban kepada Maksi Marho wartawan Pos Kupang pada 13 Juli 2016, menyebutkan bahwa mulanya lahan pasar Kelurahan Oesapa sebelumnya adalah milik **Dani Rafiki**, yang kemudian bermaksud menghibahkan tanahnya sekitar 1.000 (seribu) meter persegi (Marho, 2016). Namun niat untuk menghibahkan ke Pemerintah Kota Kupang itu masih sebatas wacana yang belum direalisasikan secara hukum administrasi. Karenanya agar kehadiran pasar ini juga dapat berkontribusi bagi Kas kelurahan Oesapa, maka atas inisiatif LPM (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat) Kelurahan Oesapa dibangunlah Los Pasar yang beratap seng dilengkapi meja-meja darurat untuk jualan, yang disewakan kepada pedagang hasil pertanian dan pedagang ikan. Kemudian hasil sewa tersebut dimanfaatkan untuk penanganan kebersihan pasar, pengadaan WC umum berbayar termasuk airnya dan membantu Dani Rafiki membayar Pajak Bumi Bangunan kepada Pemerintah Daerah Kota Kupang.

Adapun pembangunan sarana dan prasarana pasar mulai menjadi perhatian dan digiatkan pada tahun 2000, setelah terjadi pengrusakan hunian pedagang dan lapak-lapak pedagang tradisional dari etnis pendatang akibat kerusuhan yang bernuansa “sara” (suku, agama ras, atar golongan) di Kota Kupang pada tahun 1998. Hingga saat ini, area yang berhasil dikembangkan hanya sekitar 3.000m². Tetapi pengembangan pasar ini terkendali kepemilikan lahan, bukanlah tanah pemerintah melainkan milik pribadi beberapa anggota masyarakat.

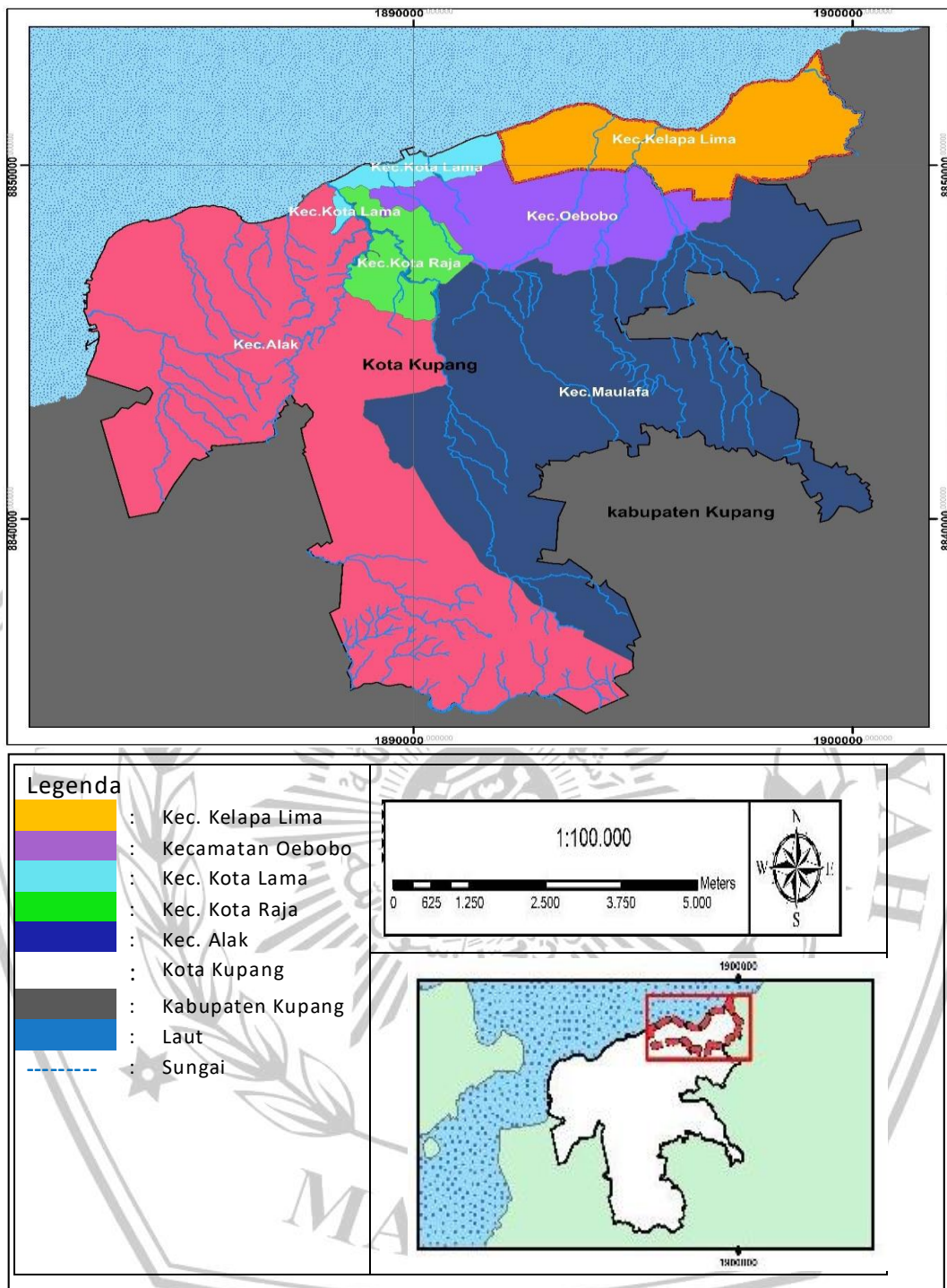
3. Kondisi Geografis

a. Lokasi

Pasar tradisional Oesapa yang menjadi lokasi penelitian ini terletak di antara jalan Kusambi I, jalan Kusambi II dan Jalan Kusambi III, Kelurahan Oesapa – Kecamatan Kelapa Lima, Kotamadya Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Letaknya strategis karena berada di sepanjang jalan utama yang menghubungkan berbagai bagian kota, memudahkan akses bagi pedagang dan pembeli untuk masuk maupun keluar pasar.

Jika ditinjau secara geografis, letak pasar ini memiliki batas-batas :

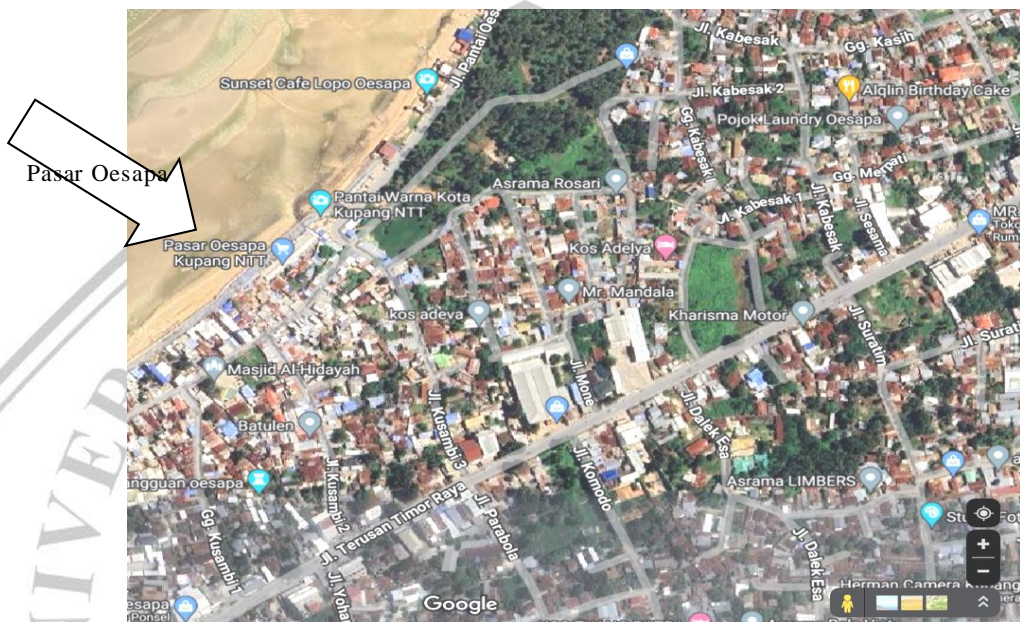
- Sebelah Utara berbatasan dengan Teluk Kupang
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Oesapa Selatan
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Lasiana
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Oesapa Barat



Gambar 2. Peta Kecamatan Kelapa Lima (Bappeda Kota Kupang, 2024).

Letak pasar Oesapa yang berada di area yang relatif datar, memudahkan akses dan pergerakan barang serta orang. Apalagi pasar ini dekat dengan pantai sehingga menjadi tempat pelelangan ikan segar bagi nelayan etnis

Bugis – Makasar kepada pedagang ikan di pasar. Jika dilihat menggunakan Google Map maka terlihat bahwa pasar ini terletak di tengah pemukiman yang padat; yang berarti terbuka peluang pasar ini akan berkembang menjadi semakin luas.



Gambar 3. Peta Lokasi Pasar Oesapa di Kota Kupang

(Sumber: <https://www.google.com/maps/@-10.1432338,123.6551475,857m/data=!3m1!1e3?entry=ttu>)

Pasar ini juga letaknya diapit oleh jalan Trans Timor dengan Pantai Teluk Kupang; namun bagian timur dari pasar ini diberi nama khusus yaitu “Pantai Warna” sebagai penanda adanya tempat wisata pantai, yang hadir dengan deratan rumah pantai tempat disediakan berbagai kuliner untuk pengunjungnya.

Letak geografis yang strategis ini menjadikan Pasar Oesapa sebagai salah satu pusat perdagangan utama di Kota Kupang, menarik pedagang dan pembeli dari berbagai daerah sekitar.

b. Aksesibilitas Dengan Lingkungan Sekitar

Pasar ini mudah diakses oleh transportasi umum dan pribadi. Jalan-jalan di sekitarnya biasanya ramai dengan kendaraan, terutama pada jam-jam sibuk yakni antara jam 08.00 Wita – 20.00 Wita. Dekat dan dikelilingi oleh permukiman padat penduduk yang menyediakan tempat-tempat kos bagi mahasiswa dan pedagang, sekolah dasar, dan fasilitas umum lainnya seperti Masjid, Gereja, Tiga Perguruan Tinggi (Unkris, Undana dan STIM yang dulunya bernama AMK). Selain itu ada juga rumah makan, bank, pertokoan, apotek, bengkel, di sepanjang jalan Trans Timor.

Di tengah pasar terdapat masjid Al-Hidayah yang terletak di RT 05/RW.03 yang sering diramaikan oleh jamaah muslim di sekitar pasar. Sementara itu pada bagian barat dengan jarak 150 meter dari masjid tersebut, di Jalan Damai terdapat Gereja GMIT Jemaat Bet'el Oesapa yang di depannya berjarak lebih kurang 60 meter terdapat sebuah SD GMIT Oesapa. Jika berjalan ke arah barat lagi dengan jarak lebih kurang 100 meter, pada jalan Damai 2 terdapat Masjid Al-Fitrah dengan fasilitas pendidikan TK Al-Fitrah dan SMP Al-Fitrah yang diapit oleh perumahan nelayan etnis Bugis, Flores, Alor dan Rote.

Lokasi pasar ini juga sering disebut “Pantai Warna”, yaitu lokasi di bagian timur Pasar Oesapa, dimana terdapat bangunan tempat masyarakat lokal berjualan kuliner dan minuman bagi pengunjung wisata pantai, yang sering mengunjungi pantai pada pagi hari dan sore hingga malam hari. Semua kondisi ini menjadikan Pasar Oesapa menjadi pusat kegiatan ekonomi dan interaksi sosial yang unik.

Jalan masuk ke areal pasar ini bercabang utama sebanyak 3 jalan. Jika dilihat dari jalan TransTimor dalam posisi menghadap ke utara atau menghadap ke arah pantai, maka akan terlihat bahwa ketiga cabang utama (jalan gang) tersebut dikuasai oleh aktor yang berbeda etnis yakni Gerbang Timur terletak pada jalan Kusambi III dikuasai oleh perusahaan farmasi milik BUMN Kimia Farma yang menjalankan usaha Apotek dan pengusaha Bugis-Maksar yang mendirikan ruko permanen. Gerbang Utama di jalan Kusambi II dikuasai oleh pengusaha etnis China dengan mendirikan ruko 2 lantai berukuran 30 x 20 meter persegi. Sementara itu pengusaha Bugis-Maksar menguasai Gerbang Barat jalan Kusambi I. Ada juga 2 jalan alternatif lainnya untuk masuk ke areal pasar, namun hanya dipergunakan oleh penduduk di sekitar pasar Oesapa, dan jarang dilalui oleh armada angkutan atau konsumen umum di Kota Kupang.

Berikut ini adalah gambaran akses masuk ke dalam pasar Oesapa tersebut. Jika seseorang masuk melalui Gerbang Timur. Tampak akses jalan masuk melalui gerbang bagian Timur ini sangat sempit untuk dilalui kendaraan berroda 4. Di sisi kiri gerbang berdiri bangunan permanen Apotek milik BUMN Kimia Farma, di sisi kanan adalah bangunan ruko permanen milik pedagang etnis Bugis.



Gambar 4. Gerbang Timur Pasar Oesapa di Jalan Kusambi III

Pada bagian kiri gerbang tertulis kata “Pantai” sedang pada bagian kanan tertulis kata “Warna”, sebagai petunjuk bahwa gerbang itu juga merupakan jalan akses masuk ke area lokasi pariwisata Pantai Warna Oesapa. Jalan ini sangat ramai dilalui pengunjung pasar Oesapa sekitar jam 06.00 – jam 08.00 wita dan jam 16.00 – jam 19.00 wita, sedangkan pada jam-jam lainnya terlihat sepi. Darinase pada jalan masuk, ke arah pasar sangat buruk, sehingga agak membahayakan pengunjung pasar di kala musim penghujan.

Jika seseorang masuk melalui Gerbang Utama, akan terasa akses jalan masuk gerbang sangat sempit untuk dilalui kendaraan. Apalagi jika ada kendaraan beroda 4 yang masuk ke areal pasar. Di sisi kiri berdiri bangunan permanen pengusaha etnis Cina, sementara di kanan berdiri bangunan semi permanen, kontrakan kios sembako pedagang etnis Bugis.



Gambar 5. Gerbang Utama Pasar Oesapa di Jalan Kusambi II

Pada Gerbang Barat Kampung Nelayan (Gambar 5) yang sering dilalui oleh pengunjung pasar Oesapa, di sisi kiri berdiri bangunan permanen berlantai dua seluas 25 meter x 20 meter milik Haji Rauf, seorang pengusaha export-import asal Bone Sulawesi Selatan. Perusahaannya CV. Surya Citra Timor mengoperasikan sekitar 6 armada pengangkut barang-barangnya berupa truck tronton dengan label RTD (*Rai Timor Diak* bermakna Tanah Timor Baik) yang ukuran bak penampungnya mencapai 10 meter x 3 meter.

Perusahaan ini melayani perdagangan antar kabupaten di pulau Timor, menjadi pemasok barang-barang sembako dan barang-barang kelontong ke negara Timor Leste. Selain itu, perusahaan ini pada bangunan permanen tersebut juga bekerja sama dengan perusahaan Alfamart melakukan perdagangan secara grosir dan eceran untuk melayani permintaan pedagang kecil yang berjualan di pasar Oesapa. Pada sisi kanan gerbang masuk ke

pasar, berdiri toko penjual pakaian yang dikontrak oleh pedagang etnis Jawa dari penduduk lokal.



Gambar 6. Gerbang Barat Pasar Oesapa di Jalan Kusambi I

4. Kondisi Klimatologi

Seperti daerah lain di NTT, Pasar Oesapa juga dipengaruhi oleh iklim tropis dengan dua musim, yaitu musim kemarau dan musim hujan. Suhu di wilayah ini biasanya hangat sepanjang tahun, yang mendukung aktivitas pasar yang berlangsung setiap hari. Hanya di waktu bulan Desember – pertengahan Maret setiap tahun saat intensitas curah hujan pada puncaknya, dimana sering disertai angin kencang serta munculnya gelombang laut di sepanjang pantai Oesapa.

Pada masa itu kondisi aktivitas di lapak jualan pedagang etnis lokal yang berjarak 5 sampai 7 meter dari bibir pantai, khususnya pada lapak penjual Ikan, daging dan sayuran di pasar Oesapa sangat terganggu dan menurun omzetnya,

karena air laut memasuki areal pasar sampai setinggi 30 hingga 50cm sehingga merendam barang dagangan milik para pedagang. Lapak jualan mereka terpaksa dikosongkan dengan mengevakuasi barang dagangannya ke tempat aman agar tidak terseret air laut, selama 2 (dua) sampai 3 (tiga) hari menunggu air surut dan kondisi angin dan gelombang mereda. Itu pun mereka masih harus disibukkan 1 (satu) sampai 2 (dua) hari untuk membersihkan lapaknya yang dikotori oleh sampah plastik, kerikil, serpihan kayu dan lumpur. Terkait efek cuaca itu juga pernah diliput oleh wartawan Yufengki Bria dari media online detikBali pada Selasa, 12 Mar 2024 14:30 WIB, dengan tampilan foto berikut:



Gambar 7. Foto Kondisi Pasar Oesapa Saat Musim Hujan
(Sumber : Detikcom (dalam DetikBali))

5. Kondisi Demografis

Penduduk merupakan faktor penentu munculnya aktifitas pertukaran barang dan jasa. Secara natural mulanya munculnya pertukaran itu terjadi karena kebutuhan dasar manusia untuk memperoleh kebutuhan konsumsi seperti bahan makan dan pakaian, yang mengharuskan mereka saling berinteraksi, saling membantu memenuhi kebutuhan masing-masing baik dengan cara barter,

maupun berjual-beli dengan menggunakan mata uang yang resmi. Semakin banyak jumlah penduduk yang mendiami suatu wilayah akan mendorong munculnya interaksi antar masyarakat yang saling membutuhkan, sehingga dengan begitu juga mendukung tumbuh kembangnya areal pasar dan aktifitas perdagangan.

Beberapa kondisi umum, yakni Jenis Kelamin dan Umur, Tingkat Pendidikan, kelompok Suku Bangsa, kelompok pedagang menurut Agama yang dianut, dapat digunakan untuk mengeksplorasi tentang bagaimana cara para pedagang merefleksi pengalaman subjektifnya mereka dan memberi makna ketika mereka berinteraksi dengan sesama pedagang di Pasar Tradisional Oesapa Kota Kupang. Namun dalam penelitian ini, Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Oesapa (Firmus Bronville) menjelaskan bahwa,

“Data penduduk Oesapa menurut kelompok suku bangsa sulit didapatkan secara pasti karena belum adanya basis data yang memadai tentang pengelompokan menurut suku bangsa. Sementara ini masih terus diupayakan pemutakhiran data oleh Kecamatan Kelapa Lima agar saat ada pihak-pihak tertentu yang butuh, maka data itu dapat dimanfaatkan untuk membuat analisa dan mengambil keputusan”. (Wawancara, 4 Agustus 2024).



Gambar 8. Foto Proses Wawancara dengan Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Oesapa dalam pengumpulan data sekunder

Adapun data resmi yang diperoleh dari Kantor Lurah Oesapa, yang dikutip dari Laporan Pemerintahan Kelurahan Oesapa kepada Walikota Kupang (cq. Kepala Bagian Tata Pemerintahan Setda Kota Kupang, pada 01 Agustus 2024), bahwa komposisi penduduk di Kelurahan Oesapa sampai dengan Juli 2024, jumlah keseluruhan penduduk yang terdata sejumlah 24.821 jiwa yang terdiri dari laki-laki berjumlah 12.701 jiwa, perempuan 12.120 jiwa. Jumlah Kepala Keluarga adalah 6.170 KK, yang semuanya tersebar pada 17 RW (Rukun Warga) dan 54 RT (Rukun Tetangga).

Rincian kondisi kependudukan di Kelurahan ini sebagai berikut:

a. Kondisi Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Komposisi Penduduk Kelurahan Oesapa Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
1	Laki-laki	12.701
2	Perempuan	12.120
Jumlah		24.821

Sumber Data: Laporan Bulanan Kelurahan Oesapa tahun 2024

Kondisi penduduk sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin penduduk Oesapa, pada tahun 2024, jumlah penduduk laki-laki adalah 12.701 dan perempuan 12.120, dengan total 24.821 jiwa. Data ini menunjukkan hampir mengalami keseimbangan gender, meskipun laki-laki sedikit lebih banyak dibandingkan perempuan. Keseimbangan ini penting dalam memahami peran gender dalam pasar tradisional Oesapa, di mana baik laki-laki maupun perempuan semestinya memiliki peran berimbang sebagai pedagang atau pekerja di pasar. Akant tetapi

perimbangan jumlah itu perlu juga disinkronkan dengan data kependudukan lainnya yakni data komposisi penduduk menurut jenis mata pencaharian.

Tabel 2. Komposisi Penduduk Kelurahan Oesapa Menurut Usia

No.	Umur	Jenis Kelamin		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	00 - 04	1.163	1.090	2.253
2	05 - 09	1.173	1.085	2.258
3	10 - 14	1.159	1.082	2.241
4	15 - 19	1.271	1.120	2.391
5	20 - 24	1.149	1.066	2.215
6	25 - 29	1.233	1.064	2.297
7	30 - 34	1.092	1.058	2.150
8	35 - 39	1.041	1.080	2.121
9	40 - 44	949	925	1.874
10	45 - 49	820	901	1.721
11	50 - 54	538	627	1.165
12	55 - 59	380	403	783
13	60 - 64	265	262	527
14	65 - 69	163	161	324
15	70 - 74	141	89	230
16	75+	164	107	271
Jumlah		12.701	12.120	24.821

Sumber Data: Laporan Bulanan Kelurahan Oesapa tahun 2024

Kondisi penduduk sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa berdasarkan komposisi usia penduduk di Kelurahan Oesapa pada Juli tahun 2024, penduduk usia produktif (15-49 tahun) mencapai lebih dari setengah jumlah penduduk, yaitu sekitar 10.528 jiwa. Kelompok usia ini penting dalam mendukung aktivitas ekonomi, termasuk perdagangan di pasar. Sebagian besar pedagang di pasar tradisional berasal dari kelompok usia produktif ini, yang aktif dalam menjalankan usaha dagang baik dari etnis Timor maupun etnis pendatang seperti etnis Bugis, Jawa, Sumba, Flores, Alor, Rote, Sabu dan lain-lain. Kehadiran penduduk muda juga menunjukkan potensi regenerasi dalam dunia usaha di pasar tradisional Oesapa yang dapat diberdayakan.

b. Keadaan Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Pendidikan

Tabel 3. Komposisi Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Belum Sekolah	1.218	1.485	2.703
2	TK/PAUD	786	700	1.486
3	Tamat SD	2.820	1.919	4.739
4	Tamat SLTP	1.921	1.723	3.644
5	Tamat SLTA	2.633	2.693	5.326
6	D-I / D-II	532	440	972
7	D-3	633	798	1.431
8	S-1	2.003	2.120	4.123
9	S-2	142	194	336
10	S-3	8	43	51
Jumlah		12.696	12.115	24.811

Sumber Data: Laporan Bulanan Kelurahan Oesapa tahun 2024

Kondisi sebagaimana dalam Tabel 3 di atas, tentang komposisi penduduk berdasarkan faktor pendidikan di Kelurahan Oesapa pada Juli 2024, menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di Kelurahan Oesapa telah menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah. Sebanyak 4.739 orang tamat SD, 3.644 orang tamat SLTP, dan 5.326 orang tamat SLTA. Namun, jumlah yang melanjutkan Pendidikan Tinggi relatif lebih sedikit, dengan 4.123 orang yang mencapai jenjang S-1. Kesenjangan pendidikan ini mempengaruhi kemampuan pedagang dalam beradaptasi dengan teknologi dagang modern dan manajemen usaha yang lebih maju.

c. Keadaan Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. Keadaan Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jenis Kelamin		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	PNS	575	815	1.390
2	TNI	28	-	28
3	Polri	88	12	100
4	Anggota Dewan	3	-	3
5	Pengacara	6	6	12
6	Guru	172	173	345
7	Dosen	90	87	177
8	Dokter	19	5	24
9	Mantri / Bidan	27	24	51
10	Nelayan	604	47	651
11	Pengemudi	730	-	730
12	Tukang	846	-	846
13	Buruh	1.003	281	1.284
14	Pengurus RumahTangga	-	2.859	2.859
15	Pendeta	27	25	52
16	Pastor	15	-	15
17	Ulama	10	-	10
18	Pegawai Swasta	796	737	1.533
19	Wiraswasta	1.078	1.066	2.144
20	Wartawan	15	10	25
21	Pensiunan	220	115	335
22	Mahasiswa	1.964	1.938	3.902
23	Pelajar	2.117	2.049	4.166
24	Belum Bekerja	1.167	581	1.748
25	Tidak Bekerja	1.070	1.239	2.309
26	Apoteker	1	6	7
27	Karyawan Honorer	30	45	75
Jumlah		12.701	12.120	24.821

Sumber Data: Laporan Bulanan Kelurahan Oesapa tahun 2024

Kondisi sebagaimana dalam Tabel 4 di atas, tentang komposisi penduduk berdasarkan faktor pekerjaan di Kelurahan Oesapa pada Juli 2024, menunjukkan bahwa ada sebagian besar pekerjaan non-formal yang dominan yang berkaitan dengan perdagangan di pasar yakni wiraswasta (2.144 jiwa), buruh (1.284 jiwa), dan pengemudi (730 jiwa).

Kalau dilihat, kelompok masyarakat yang bekerja sebagai wiraswasta (2.144 jiwa) sementara yang tidak bekerja (2.309 jiwa). Jumlah kedua kelompok itu tampaknya hampir berimbang. Keberadaan kelompok penduduk yang tidak bekerja itu tampaknya perlu diperhatikan sebagai peluang dan tantangan bagi pemerintah Kelurahan Oesapa untuk diberdayakan agar dapat memanfaatkan peluang bekerja di Pasar Tradisional Oesapa sebagai pedagang ataupun sebagai penjual. Selain itu, keberadaan mahasiswa (3.902 jiwa) dan pelajar (4.166 jiwa) di kelurahan Oesapa dapat menjadi konsumen potensial yang dapat menghidupkan aktivitas perdagangan di pasar tradisional Oesapa.

d. Keadaan Penduduk Kelurahan Oesapa Berdasarkan Agama

Tabel 5. Keadaan Penduduk Kelurahan Oesapa berdasarkan Agama

No	Agama	Jenis Kelamin 2024		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Protestan	6.655	5.865	12.520
2	Khatolik	3.183	4.040	7.223
3	Islam	2.530	1.911	4.441
4	Hindu	330	300	630
5	Budha	3	4	7
6	Lain-lain	-	-	-
Jumlah		12.701	12.120	24.821

Sumber Data: Laporan Bulanan Kelurahan Oesapa tahun 2024

Kondisi sebagaimana dalam Tabel 4 di atas, tentang komposisi penduduk berdasarkan faktor Agama di Kelurahan Oesapa pada Juli 2024, menampilkan bahwa penduduk mayoritas beragama Protestan (12.520 jiwa), diikuti oleh Katolik (7.223 jiwa) dan Islam (4.441 jiwa).

Adapun kondisi riil di lapangan, sebagian besar pedagang Bugis beragama Islam, sementara pedagang Timor cenderung beragama Protestan atau Katolik. Dari hasil pengamatan peneliti selama 10 tahun terakhir, perbedaan agama ini tidak memicu konflik, tetapi menjadi dasar interaksi sosial yang unik sekaligus menggambarkan suasana toleransi yang nyata miniatur bangsa Indonesia yang menganut falsafah bhineka tunggal ika.

6. Kondisi Hubungan Sosial Politik

Berdasarkan pengamatan peneliti, secara umum, pasar tradisional di Kupang, termasuk Pasar Oesapa di Kupang, mencerminkan dampak hubungan sosial dan politik yang lebih luas antara komunitas lokal dan pemerintah, serta hubungan antar etnis yang terlibat dalam aktivitas ekonomi.

Walaupun hubungan sosial-politik di pasar tradisional sering kali dipengaruhi oleh politik lokal dan kebijakan pemerintah daerah. Di NTT, termasuk di Kupang, kebijakan mengenai pengelolaan pasar, distribusi lahan, dan izin usaha sering kali melibatkan campur tangan politik. Pedagang yang memiliki kedekatan dengan pejabat pemerintah atau pemangku kepentingan politik biasanya memiliki akses yang lebih mudah terhadap fasilitas pasar, seperti lahan dagang dan modal usaha.

Pasar tradisional di Oesapa, seperti halnya di banyak daerah lain di Indonesia, memiliki interaksi yang kuat antara kelompok-kelompok etnis. Di Oesapa, etnis Rote dan Bugis menjadi dua kelompok besar yang terlibat dalam aktivitas ekonomi di pasar. Hubungan sosial antar etnis sering dipengaruhi oleh sejarah migrasi dan hubungan kekuasaan di masa lalu, di mana kelompok dengan modal sosial yang lebih kuat sering kali memiliki posisi yang lebih dominan dalam hal penguasaan lahan dan perdagangan.

Menurut studi sebelumnya, persaingan antar etnis di pasar tradisional dapat menimbulkan ketegangan, terutama terkait dengan akses terhadap sumber daya ekonomi seperti lahan dagang. Meskipun demikian, ketegangan ini sering kali diatasi melalui kerjasama dalam aktivitas dagang, di mana kedua kelompok etnis (Rote dan Bugis) menemukan mekanisme sosial untuk menjaga harmoni di tengah perbedaan, sedangkan kelompok etnis Timor menunjukkan sikap yang paling toleran bahkan terkesan mengalami situasi ketergantungan kepada penerimaan etnis Rote dan Bugis dalam kerjasama.

Peran pemerintah daerah, melalui dinas pasar, memiliki peran penting dalam mengelola hubungan sosial-politik di pasar tradisional. Kebijakan terkait regulasi pasar, peruntukan lahan, dan pengenaan pajak sering kali menjadi sumber konflik di antara para pedagang, terutama ketika dianggap tidak adil oleh sebagian kelompok. Dalam konteks Pasar Oesapa, kebijakan ini juga mempengaruhi cara pedagang etnis Timor dan Bugis berinteraksi satu sama lain dan dengan pemerintah.

Secara teoritis fungsi pemerintahan secara umum adalah fungsi pelayanan (*services*), fungsi pengaturan (*regulator*), fungsi pembangunan (*development*), dan fungsi pemberdayaan (*empowerment*). Sementara itu dalam perekonomian negara, pemerintah dituntut berperan dalam meningkatkan pertumbuhan lapangan kerja, bertanggungjawab terhadap kemajuan perekonomian masyarakat, menjaga stabilitas perekonomian dengan menyusun kebijakan, serta mengendalikan harga dan inflasi.

Namun persoalan utama menyangkut kepemilikan lahan pasar Oesapa merupakan milik pribadi masyarakat, membuat intervensi dan dominasi pemerintah Kota Kupang sangat terbatas. Oleh karena itu pengelolaan pasar tradisional ini dilakukan pihak LPM (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat) kelurahan Oesapa

bersama masyarakat setempat, tidak dikelola Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Pasar milik pemerintah Kotamadya Kupang, sehingga tidak ada Kantor Pasar sebagai pusat informasi tentang harga komoditas dagang di pasar ini. Hal ini juga yang menjadi hambatan bagi Pemerintah Kota Kupang untuk mengelola retribusi parkir yang selama ini dikuasai oleh kelompok warga lokal, yang berpotensi menimbulkan konflik sosial.

7. Kondisi Sosial dan Ekonomi Pasar

Semua pasar yang berada di Kota Kupang maupun di wilayah Kabupaten Kupang memiliki jumlah pedagang yang berbeda, dengan variasi komoditas dagang yang juga berbeda-beda. Menurut catatan Perum Daerah Pasar Kota Kupang, ada 8 pasar tradisional di Kota Kupang, 6 di antaranya merupakan pasar yang paling ramai, yaitu:

- a. Pasar Kasih Naikoten di Jalan Soeharto, Kelurahan Naikoten;
- b. Pasar Kuanino di Jalan Pemuda, Kelurahan Naikoten;
- c. Pasar Oeba di Jalan Sumatera, Kelurahan Fatubesi;
- d. Pasar Oebobo di Kelurahan Fatululi;
- e. Pasar Penfui di Kelurahan Penfui;
- f. Pasar Airnona di Kelurahan Airnona;
- g. Pasar Tani Kolhua di Kelurahan Kolhua;
- h. Pasar Oesapa di antara jalan Kusambi, 1, 2 dan 3 di Kelurahan Oesapa.

Pasar Oesapa ini merupakan pasar tradisional yang ramai, dimana aktifitas berjualan sembako dengan konsumen Rumah Tangga masih berlangsung sampai jam 20.30 wita, sedangkan aktivitas dagang antara pedagang sayur dan buah dengan pemasok mulai berlangsung sejak jam 02.00 dini hari sampai jam 07.00 wita.

Selebihnya aktifitas pemasok (*supplier*) digantikan oleh pedagang perantara yang menjual lebih mahal kepada konsumen yang berbelanja secara eceran.

Bangunan-bangunan di cabang-cabang utama untuk masuk ke areal pasar Oesapa, tentu tidak dapat bersuara untuk bercerita mengapa mereka berdiri di situ, namun dengan kepekaan intuisi seorang pelaku bisnis mestinya dapat menafsirkan bahwa penguasaan lahan usaha permanen itu penting karena akan memberikan kontribusi bagi kontinuitas usaha dalam jangka panjang. Kemampuan memprediksi ini tampaknya kurang dimiliki oleh beberapa pedagang yang telah peneliti ajukan pertanyaan, “Menurut om, mengapa cabang-cabang utama jalan masuk ke pasar ini, tanahnya telah dibeli, lalu dibangun bangunan permanen?” Jawaban yang didapat dari mereka, rata-rata, “Tidak tau”. Padahal sudah tentu untuk menguasai pasar, maka lahan pemasaran mesti dikuasai, karena masyarakat tidak akan memilih untuk bertransaksi sembako di tengah laut, dan lebih tidak mungkin masyarakat berjualan di udara.

Pada bagian dalam pasar, di area timur terdapat kandang ayam yang dikelola oleh peternak etnis Rote, yang menyediakan ayam potong segar bagi konsumen di pasar itu. Hal ini menambah keunikan pasar tradisional Oesapa, yang sangat berbeda dengan pasar lainnya di Kota Kupang.

Gambar 9. di halaman 116 adalah foto kondisi sebenarnya. Pada foto terlihat konsumen ayam potong yang sedang memilih ayam potong di depan kandang ayam, sementara di sisi kanan terlihat pedagang etnis Timor yang sedang mengatur barang dagangannya.



Gambar 9. Foto Fakta adanya kandang ternak ayam di dalam areal pasar, pada Sudut Timur Pasar Oesapa

Sementara itu kondisi pedagang etnis Timor tampak pada sedang mengatur barang dagangannya yang digelar menggunakan fasilitas berupa terpal dan karung di pelataran pasar Oesapa, antara lain tampak pada foto berikut.

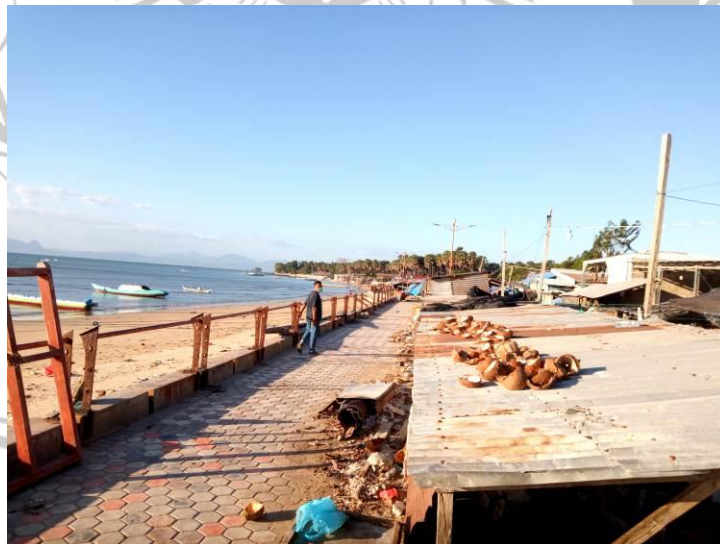


Gambar 10. Kondisi Pedagang Etnis Timor di Tengah Pasar Oesapa

Tampak mereka berbulan-bulan menggelar barang dagangannya beralaskan plastik terpal dan karung plastik di atas tanah lembab, serta menggunakan naungan terpal plastik seadanya. (10/02/2023 jam 10:04 wita)



Gambar 11. Kondisi Pasar Oesapa Setelah Hujan Berakhir
Tampak pengunjung pasar yang berjalan di antara lapak pedagang yang terletak di sisi tembok pembatas pantai Warna (13/11/2022 15:29)



Gambar 12. Foto Kondisi Lapak Darurat Pedagang Etnis Timor di Sisi Pembatas Pantai Oesapa (06/08/2023 16:36).



Gambar 13. Kondisi Perahu Pedagang Bugis Yang Berprofesi Nelayan Di Pantai Oesapa Kota Kupang (dilihat dari atas tembok pembatas pantai (06/08/2023 16:35))



Gambar 14. Kondisi Pedagang Etnis Timor yang Menggunakan Teras Ruko Sembako pedagang Etnis Bugis

Di bagian tengah pasar Oesapa ini, pedagang pasar dapat dibagi menjadi dua golongan berdasarkan aktivitasnya yaitu: pedagang tetap dan pedagang tidak tetap. Pedagang tetap adalah setiap pedagang yang melakukan kegiatannya secara tetap dengan menggunakan tempat berjualan secara permanen di areal pasar dan

lingkungan pasar. Sedangkan pedagang tidak tetap adalah setiap pedagang yang melakukan kegiatannya tidak mempergunakan tempat dagang secara permanen di areal pasar dan lingkungan pasar; dan mereka berpindah-pindah tempat di areal pasar. Prinsip perpindahan mereka itu didasarkan pada motivasi mendekati jalan yang sering dilalui oleh para konsumen pembeli barang dagangan mereka.

Luas lapak yang diberikan kepada setiap pedagang 2 meter x 1,5 meter dengan biaya retribusi Rp.200.000/bulan baik pedagang tetap ataupun tidak tetap dikenakan tarif yang sama. Sedangkan harga sewa lapak sendiri dikenakan tarif Rp 15.000/lapak yang sudah termasuk dengan biaya kebersihan.

Komposisi pedagang di pasar ini terdiri dari pedagang etnis Timor dan etnis pendatang lainnya. Berikut adalah gambaran umum tentang komposisi pedagang di Pasar Oesapa:

a. Pedagang Etnis Timor:

Pedagang asli Timor biasanya menjual produk-produk lokal seperti hasil pertanian (sayur, buah, umbi-umbian, jagung pipilan, kacang-kacangan kering, sirih, pinang kering, kapur sirih, garam alami), hasil laut (ikan, udang), ayam kampung serta produk kerajinan tangan. Mereka sering kali memiliki jaringan distribusi yang berasal dari desa-desa di sekitar Kupang, sehingga produk yang dijual sering kali segar dan memiliki harga yang lebih terjangkau.

b. Pedagang Etnis Pendatang:

Etnis pendatang di Pasar Oesapa bisa berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Pedagang etnis Rote dan Sabu umumnya berjualan ikan segar, bekerjasama dengan nelayan asal Bugis-Makasar. Di tengah pasar pedagang

etnis Rote membangun kandang ayam potong untuk konsumen di pasar; mereka juga membangun café-café lokal di ujung timur Pasar Oesapa, yang menjadi tempat berjualan kuliner dan minuman bagi pengunjung wisata pantai, yang sering mengunjungi Pantai Warna pada pagi hari dan sore hingga malam hari.

Pedagang etnis Sabu, Sumba, Alor juga terselip di antara para pedagang bahan pangan lokal. Namun, meskipun pedagang etnis Rote, Sabu, Sumba, Alor dan Flores berasal dari pulau yang terpisah dari pulau Timor, namun nuansa yang terasa, mereka ini dipandang sebagai “orang dalam rumah” atau “keluarga dekat” bagi etnis Timor.

Adapun pedagang etnis Jawa, Madura, Sumatera, Bugis-Makassar, dan pulau lainnya, mereka umumnya dipandang sebagai “pendatang”. Mereka umumnya menjual barang-barang yang tidak diproduksi secara lokal, seperti pakaian, elektronik, makanan olahan, serta berbagai kebutuhan rumah tangga. Mereka sering kali membawa barang dari luar daerah yang memiliki nilai tambah atau unik dibandingkan dengan produk lokal.

Secara khusus, pedagang etnis Jawa dan Madura, lebih berkonsentrasi pada penjualan pakaian, alat perabot rumah tangga, asesoris elektronik, mainan, dan rumah makan yang mana dagangan ini dijual pada petak-petak kios, sedangkan barang dagangan berupa daging, olahan kedelai seperti tahu – tempe dijual menggunakan meja di bawah terpal darurat yang dibongkar sekitar jam 14 – 15 setiap hari, ketika pembeli telah sepi atau dagangan mereka diborong oleh pedagang lainnya (masyarakat lokal).

Pedagang etnis Bugis – Makasar lebih memilih konsentrasi berdagang sembako dan alat kosmetik. Ada juga yang berjualan pakaian, atau menjadi pedagang grosir (*supplier*) bagi pedagang sembako lainnya namun dapat dihitung dengan jari, selain itu para isteri dari pedagang etnis Bugis – Makasar sangat terlihat aktivitas bisnisnya dalam mendukung para suami mereka dengan memproduksi jajan pasar (Pisang Goreng, Cucur, Donat, Roti Goreng dll.). Setiap ibu rumah tangga memproduksi jajan pasar, lalu dijual secara berkelompok pada beberapa lokasi di dalam pasar, dengan memberi “uang komisi” kepada penjualnya.

Pada bagian dalam area pasar Oesapa, pedagang etnis Bugis dari keseluruhan populasi yang ada di pasar tradisional Oesapa yang semula adalah pedagang kecil dengan konsentrasi berdagang barang sembako (dengan tenaga kerja etnis Timor) mulai beralih usaha menjadi pengusaha perahu dan bagan apung yang mempekerjakan warga lokal (etnis Rote dan Solor) dan kemudian menjadi pemilik lahan pasar yang sekedar memungut hasil sewa lahan dari pedagang etnis lokal NTT (Timor, Sabu, Sumba, Rote, Alor dan Flores) yang berjualan hasil produksi agribisnis (sayur, buah, dan rempah-rempah).

Komposisi ini menciptakan pasar Oesapa benar-benar unik sebagai lokasi pasar yang beragam dan dinamis, di mana terdapat sinergi antara produk lokal dan produk dari luar daerah. Keberagaman ini juga mencerminkan keragaman budaya dan etnis di Kota Kupang, yang menjadi pusat ekonomi dan perdagangan di wilayah Nusa Tenggara Timur.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian ini, data-data hasil observasi, wawancara dan olah dokumentasi akan digabung dan dicari titik temunya dalam pembahasan yang terfokus pada tujuan penelitian yang telah ditentukan di Bab Pendahuluan.

1. Fenomena interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada Pasar Tradisional.

Fenomena menarik dari interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional di wilayah Kota Kupang dalam gambaran penelitian menunjukkan bahwa interaksi budaya dagang ini telah terjadi sejak tahun 1960, setelah pemerintah Kota Kupang menjadikan 3 pasar tradisional ini menjadi pusat perekonomian bagi para pedagang kecil baik dari kalangan masyarakat urban meliputi Pedagang dari etnis Bugis, pedagang dari etnis Jawa dan pedagang dari etnis Padang. Sedangkan pedagang lokal meliputi pedagang dari etnis Timor, pedagang dari etnis Rote, pedagang dari etnis Sabu dan pedagang dari etnis Flores Timur.

Fenomena interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa merujuk pada tiga aspek penting meliputi **kerjasama, persaingan** dan **konflik**. Fenomena ini merupakan hal yang nampak dalam aktifitas sosial pedagang etnis Timor dan etnis Bugis dalam pasar tradisional Oesapa tersebut. Proses evolusi interaksi sosial pedagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa telah berlangsung sejak tahun 1970-an, sehingga menampakkan sebuah fenomena interaksi budaya dagang yang melibatkan dua etnis tersebut dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat di Kelurahan Oesapa pada khususnya dan masyarakat Kota Kupang pada umumnya.

Gambaran interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional di wilayah Oesapa Kota Kupang dalam gambaran penelitian yang menunjukkan bahwa interaksi budaya dagang ini telah terjadi sejak tahun 1970, sebagaimana dijelaskan dalam wawancara dengan bapak Firmus selaku Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Oesapa, bahwa:

“Interaksi Budaya dagang etnis Timor dan etnis Sulawesi sudah terjadi sejak lama. Sebelum muncul Pasar Tradisional Oesapa telah terlebih dahulu muncul tiga pasar di Kota Kupang yaitu pasar Kupang Kota pada tahun 1970, namun sebelumnya telah ada pasar Kupang karena kerjasama Belanda dan Raja Kupang (Koen Lai Bissi) sekitar tahun 1500-an. Di kecamatan Kota Lama sekitar wilayah pasar tradisional tersebut terdapat komunitas suku Bugis seperti komunitas suku Bugis Namosain, komunitas suku Bugis Fontein yang dekat dengan lokasi Pasar Tradisional Kupang, komunitas suku Bugis Bonipoi yang menetap di sekitar pasar tradisional Kampung Solor, komunitas suku Bugis Oeba yang menetap di wilayah pasar Oeba, dan komunitas suku Bugis Oesapa yang menetap dan memiliki tanah pribadi di pasar tradisional Oesapa. Bila dibandingkan dengan pedagang-pedagang etnis yang lain maka etnis Bugis-lah yang cepat beradaptasi dengan pedagang atau masyarakat dari etnis Timor. Hal ini karena dalam proses dagang, pedagang etnis Bugis lebih banyak memberikan ruang kepada etnis Timor untuk menggunakan teras Kios atau lapak Kiosnya untuk digunakan oleh etnis Timor untuk berjualan sayur-sayuran dan buah-buahan sesuai ciri khas dari etnis Timor. (Wawancara, 5 Agustus 2024)

Hasil wawancara di atas dan juga hasil observasi menunjukkan bahwa interaksi dagang tersebut, setiap pedagang dari kedua etnis tersebut memiliki kekhasan dalam menjual hasil dagangannya. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa Etnis Bugis dalam pasar tradisional lebih banyak menjalankan bisnis sebagai pemasok ikan laut dan berjualan sembako, serta etnis Jawa lebih banyak menjalankan bisnis dagang makanan serta penjualan ayam potong. Sedangkan pada pedagang etnis lokal yang terdiri dari etnis Sabu, etnis Rote, etnis Flores dan etnis Timor lebih banyak berjualan sayur-sayuran, umbi-umbian dan daging yang hasil olahan yang berasal dari sumber daya alam yang berada di wilayah pulau Timor. Di samping itu masyarakat etnis

Timor juga memiliki hasil tumbuhan utama yang marak diperjual-belikan di pulau Timor untuk kebutuhan acara budaya dan adatiah yaitu Buah Sirih dan Buah Pinang.

Melihat penjelasan di atas maka secara historis tampak ada 3 (tiga) pasar tradisional yang menjadi bagian penting dari fenomena interaksi budaya dagang pedagang etnis Timor dan etnis Bugis di wilayah pesisir Kota Kupang yang berkembang dalam sejak tahun 1960 sampai dengan tahun 2024. Dalam pandangan historis pada tahun 1960 setelah penguatan kebijakan Pemerintah Daerah terhadap keberadaan pasar tradisional di Kota Kupang, ada 4 pasar tradisional yang tumbuh dan berkembang di Kota Kupang,

Gambaran penelitian yang **Pertama** adalah pasar tradisional Kota Kupang yang berpusat di wilayah kecamatan Kota Lama, terletak di kawasan pesisir Pantai Teluk Kupang sebagai pusat pelabuhan laut pertama kali di wilayah Kecamatan Kota sebelum adanya Pelabuhan Laut Namosain dan pelabuhan Tenau Kupang yang beroperasi hingga saat ini.

Secara historis keberadaan pasar Kota Kupang ini mulai muncul di wilayah pantai, yakni Pelabuhan Laut Koepan yang waktu itu dihuni oleh mayoritas suku Helong, lalu pada 1436-1525 menjadi ramai dengan kunjungan pedagang lokal dari suku-suku seperti Rote, Sabu, Flores, dan Timor Dawan. Kemudian diikuti kunjungan para pedagang Portugis mulai datang sekitar tahun 1525-1612, diikuti oleh kedatangan VOC pada tahun 1613 sehingga Koepan atau Kupang kemudian menjadi pusat perdagangan VOC (*Vereenigde Oost-Indische Compagnie*) di Tanah Timor.

Wilayah ini setelah Indonesia merdeka bertumbuh menjadi Pasar setelah kebijakan pemerintah Daerah Tingkat II Kupang tentang pengembangan pasar

tradisional dan daerah pertokoan sesuai dengan peraturan daerah mengenai Tata Kota pada tahun 1960; dan pasar ini berkembang sampai dengan tahun 1970 yang kemudian dipindahkan ke wilayah Kampung Solor (sekarang menjadi Kelurahan Solor) yang berjarak 1 Km dari Kelurahan LLBK (Lahi Lai Bissi Kopan). Pada pasar tradisional ini pula telah terjadi interaksi dagang yang erat antara pedagang etnis Timor dan pedagang etnis Sulawesi.

Dampak dari pembukaan Pasar tersebut maka interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis maka pada wilayah-wilayah potensial perdagangan dalam lingkup pasar tradisional pedagang etnis Bugis mampu membeli lahan berupa tanah di wilayah tersebut dari masyarakat Timor dan mampu membangun rumah permanen dan sekaligus beradaptasi dalam kehidupan sosial masyarakat Kota Kupang yang mayoritas penduduknya berasal dari etnis Timor. Dan wilayah tempat berdomisili masyarakat etnis Bugis berada di sepanjang pesisir Kali Kaca kelurahan Fontein dan kelurahan Airmata yang jaraknya 500 meter dari pasar tradisional Kupang Kota.

Gambaran lebih lanjut bahwa Perkembangan Pasar selanjutnya yang **Kedua**, adalah Pasar tradisional Kampung Solor yang terletak di jalan Siliwangi Kecamatan Kota Lama dan sekaligus menjadi pusat peradaban Kota Pemerintahan pertama kali di kota Kupang. Pasar ini dibuka seiring dengan perkembangan Kota Kupang yang semakin luas dengan tingkat mobilisasi masyarakat dan pembangunan yang semakin besar, dimana dengan dibukanya Pasar Kampung Solor maka interaksi budaya dagang antara etnis Timor dan etnis Bugis beralih ke Pasar Tradisional Kampung Solor.

Pada **fase kedua** ini pedagang etnis Timor dan Etnis Bugis berada dalam kondisi marginal. Kondisi ini terjadi karena pada daerah tersebut kondisi ekonomi pasar dikuasai oleh etnis China, etnis Padang, etnis Rote dan etnis Sabu dalam hal perluasan

wilayah tempat usaha. Gambaran di atas dijelaskan lebih lanjut melalui wawancara Sumahdi (80) selaku salah satu pedagang etnis Bugis yang menjelaskan melalui wawancara bahwa:

“Hubungan budaya dagang antara suku Timor dan Suku Bugis sudah berlangsung cukup lama. Hubungan dagang antara suku Timor dan suku Bugis berbeda dengan etnis lokal lain di Kota Kupang, seperti suku Sabu, Rote dan suku Flores Timor. Suku Sabu dan Rote lebih mudah bekerja sama dengan suku China, dimana dari suku Sabu biasa berdagang di depan halaman toko milik suku China, dan pedagang suku Flores Timor biasa berdagang di halaman Toko suku Padang, sedangkan suku Timor biasa berdagang di halaman toko atau lapak Kios suku Bugis. Kondisi suku Timor begitu karena suku Bugis lebih kuat menerima pedagang suku Timor yang lebih banyak berprofesi sebagai pedagang sayur dan buah-buahan termasuk Buah Sirih dan Buah Pinang yang oleh masyarakat Timor sering dipakai untuk acara adat-istiadat. Pada sisi lain konsumsi Sirih dan Pinang kalau tidak dikelola secara baik akan membuat lingkungan pasar menjadi kotor oleh ludah pedagang Timor pemakan Siri Pinang yang berwarna merah. Pada segi lain lagi, masyarakat Timor lebih bisa menerima orang Bugis, karena orang Bugis lebih memberikan ruang kepada generasi muda Timor untuk tinggal dan bekerja pada suku Bugis. Interaksi kami orang Bugis dan orang Timor ketika berada di pasar Kampung Solor berada pada kondisi di bawah suku China dan suku Padang yang memiliki modal usaha lebih besar.” (Wawancara, 7 Agustus 2024)

Interaksi dagang etnis Timor dan etnis Bugis kemudian bergerak ke pasar ketiga yang dibentuk oleh pemerintah karena alasan mobilisasi penduduk Kota Kupang yang semakin bertambah, yaitu pasar tradisional Oesapa, yang juga terletak di wilayah Teluk Kupang dalam Wilayah Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang. Di antara mereka, pedagang etnis Bugis melihat adanya peluang pengembangan pasar tradisional yang menguntungkan di Kelurahan Oesapa, sehingga masyarakat Bugis yang semula menetap di wilayah Kelurahan Airmata dan Kelurahan Fontein segera bermigrasi ke Kelurahan Oesapa.

Oesapa di waktu itu hanya merupakan perkampungan tradisional komunitas masyarakat Timor Helong di kawasan pesisir pantai yang belum mampu memanfaatkan potensi laut yang kaya dengan Pohon Bakau yang dapat menghasilkan

ikan laut yang melimpah. Masyarakat lokal waktu itu belum tau membuat bagan ikan yang mampu menangkap ikan lebih efektif. Sementara itu, teknologi pembuatan bagan ikan justru dimiliki oleh nelayan asal Sulawesi, sehingga relasi itu membuat nelayan asal Sulawesi yang mayoritas etnis Bugis tampil tidak punya saingan dalam pemahaman teknologi tersebut. Komunitas pedagang etnis Bugis yang memiliki ikatan kekerabatan dengan nelayan asal Bugis tersebut kemudian membangun komunikasi dagang dengan konsumen lokal, berdomisili pada hunian nelayan Bugis yang telah ada, bergabung dalam aktivitas pasar ikan yang di-*supply* oleh nelayan Bugis, lalu muncullah pasar tradisional dengan sebutan Pasar Oesapa; yang merupakan pasar tradisional ke empat ini yang terletak di pesisir pantai Kupang kota.

Keempat pasar ini secara sosial historis sangat terkenal pada zamannya masing-masing, karena letaknya yang sangat strategis, sehingga memancing para pedagang etnis Bugis untuk berbaur dengan para pedagang etnis lokal yang telah lebih dahulu memanfaatkan pasar tradisional tersebut.

Dan pada sisi lain tumbuh dan berkembang pula Pasar tradisional Kampung Solor yang terletak di kawasan Pesisir Teluk Timor yang oleh masyarakat Kota Kupang pada tahun 1960-1980 dikenal dengan istilah Pasar Senggol, karena kepadatan Pedagang yang tidak seimbang dengan luasnya lahan pasar, sehingga aktifitas pasar sampai masuk ke jalan-jalan utama pada arena pertokoan di jalan Siliwangi Kota Kupang.

Fenomena yang nampak pada aktifitas perdagangan pada wilayah pasar tradisional tersebut bahwa pada pasar tradisional Namosain interaksi budaya dagang antara etnis Timor dan etnis Bugis terlihat lebih aktif, karena jumlah pedagang etnis Timor dan etnis Bugis jumlahnya lebih besar pedagang etnis Jawa, dan etnis Padang,

serta pedagang etnis Rote, etnis Sabu dan etnis Flores Timur dari kalangan masyarakat lokal. Besarnya jumlah pedagang etnis Timor dan Etnis Bugis pada pasar tradisional ini maka pedagang etnis Timor dan etnis Timor terkesan cukup menguasai wilayah pasar-pasar tradisional ini dalam proses interaksi dagang pada tiga aspek penting interaksi budaya dagang, yang dalam perspektif sosiologi keberadaan dua komunitas etnis dagang ini berada pada lingkaran kerjasama, persaingan dan konflik yang tinggi bila dibandingkan dengan etnis-etnis yang lain dalam penguasaan faktor-faktor produksi dan distribusi pada pasar tradisional tersebut.

Gambaran penelitian menunjukkan bahwa dalam konteks ini para pedagang etnis Bugis dalam proses perdagangan di kawasan pasar tradisional lebih banyak menguasai sektor perikanan dan kios sembako, dimana pada Pasar tradisional tersebut penggunaan petak kios lebih didominasi oleh para pedagang dari Bugis, sedangkan pedagang etnis Timor lebih menguasai lapak-lapak sayur-sayuran dan umbi-umbian serta sejenisnya karena jenis bahan jualan ini berasal dari daerah kawasan pulau Timor, yang mayoritas penduduknya berasal dari etnis Timor. Di samping ini lahan perumahan di kawasan pasar tradisional merupakan lahan milik etnis Timor, di mana ruang ini diberikan oleh etnis Timor kepada etnis Bugis untuk ditinggali dalam bentuk kontrak rumah di kawasan pasar tradisional. Kondisi ini membuat akses dagang etnis Bugis lebih besar dan luas jangkauannya bila dibandingkan dengan etnis lainnya dalam membangun akses dagang, termasuk kesempatan bagi etnis Bugis untuk memiliki lahan dan rumah lewat perjanjian jual beli antara pedagang etnis Bugis dengan etnis Timor.

Gambaran penelitian bahwa regulasi Pemerintah Kota Kupang sangat mempengaruhi perkembangan pasar tradisional di Kota Kupang. Regulasi ini membuat

dua pasar tradisional ditutup yaitu Pasar tradisional Namosain dan pasar tradisional Kampung Solor, sedangkan pasar tradisional Oeba dan pasar tradisional Oesapa tetap bertahan sampai dengan sekarang, dimana dalam proses regulasi ini pedagang etnis Bugis dan pedagang etnis Timor tetap bertahan dengan ciri khas budaya dagang mereka masing-masing. Dalam gambaran penelitian, hal ini terjadi karena dalam lingkaran dagang di pasar tradisional ini, etnis Bugis dan etnis Timor lebih berada pada lingkaran interaksi dagang yang tinggi pada aspek kerjasama, persaingan dan konflik-konflik dagang.

Interaksi budaya dagang etnis Timor dan Etnis Bugis pada lingkaran Kerjasama, persaingan dan konflik di atas memberikan dampak keuntungan bagi pedagang etnis Bugis untuk menguasai wilayah pasar tersebut dengan pemilikan asset lahan di kawasan pasar tradisional yang diperoleh melalui perjanjian jual beli dengan Pedagang lokal yang sebahagian besar berasal dari etnis Timor.

Penelitian mendapatkan realitas bahwa Pasar Oesapa mulai beroperasi sejak tahun 1970-an, ketika para nelayan asal Bugis, Solor, Alor dan Rote merapat di pantai Oesapa untuk berjualan ikan kepada penduduk lokal. Interaksi itu memancing datangnya penduduk lokal di seputaran Kupang untuk membawa juga barang dagangannya berupa hasil bumi untuk dibarter dengan ikan tangkapan nelayan Sulawesi. Adanya relasi yang erat antara para nelayan dari Sulawesi dengan nelayan dari pulau Solor dan Alor NTT membuka ruang toleransi penerimaan yang lebih cepat bagi warga lokal terhadap hadirnya pedagang migran dari Sulawesi di Pantai Oesapa. Fakta menunjukkan bahwa wilayah kawasan pasar tradisional Oesapa sekarang ini menjadi perkampungan masyarakat etnis Bugis, dan kawasan pasar tradisional Oesapa tumbuh dan berkembang di atas lahan pribadi masyarakat etnis

Bugis yang diperoleh melalui perjanjian jual beli antara masyarakat etnis Bugis dan masyarakat etnis Timor selaku pemilik awal lahan tersebut.

a. Kerjasama Dagang

Fenomena kerjasama dalam konteks Pasar Tradisional Oesapa, yang terjadi antara etnis Timor dan Bugis menunjukkan adanya hubungan yang saling menguntungkan dan berbasis saling percaya. Etnis Bugis, yang memiliki modal lebih besar, cenderung berperan sebagai pemilik lahan atau penyewa utama, yang kemudian menyewakan kembali lapak kepada pedagang lokal dari etnis Timor. Kondisi ini berbalik karena pedagang etnis Timor secara sosial historis kalah dalam akses perdagangan skala makro.

Para pedagang etnis Bugis lebih memiliki ruang yang luas dan besar untuk membangun kerjasama dagang dalam skala makro. Dengan pengalaman yang luas dan modal yang besar pedagang etnis Bugis dapat beradaptasi dengan lingkaran dagang berskala makro, dengan pedagang-pedagang yang berada di luar pulau Timor, meliputi Pulau Jawa dan Pulau Sulawesi termasuk pulau Kalimantan dan Pulau Sumatra yang memiliki kekayaan alam potensial yang dapat dimanfaatkan oleh Etnis Bugis untuk pengembangan usaha dagangnya di pulau Timor, sedangkan pedagang etnis Timor hanya mampu berada dalam lingkaran dagang berskala mikro di kawasan wilayah pulau Timor dengan jenis bahan dagangan yang sangat terbatas pada jenis sayur-sayuran, umbi-umbian, perkebunan yang tumbuh dan berkembang di kawasan pulau Timor.

Dalam dalam hubungan sosial ekonomi antara masyarakat etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional, kerja sama yang terbangun antara pedagang etnis Timor dan etnis Bugis hanya sebatas pada keakraban antara pembeli dan

penjual karena kedekatan emosional bukan pada mitra bisnis yang saling menguntungkan dalam artian yang lebih luas, sehingga jarang terbangun kepercayaan antara Pedagang etnis Bugis memberikan pinjaman modal produksi kepada pedagang etnis Timor dalam konteks saling menguntungkan, walaupun pedagang etnis Bugis berada pada lingkaran dagang skala makro. Hal ini dijelaskan oleh Daniel Fa'ot (34 tahun) dalam wawancara yang menjelaskan bahwa:

“Hubungan kerja sama yang kami alami dengan pedagang Bugis, di pasar ini hanya sebagai tetangga sesama pedagang. Dalam artian mereka sebagai penjual dan kami sebagai pembeli begitu pula sebaliknya kami sebagai penjual, lalu mereka sebagai pembeli. pedagang etnis Bugis membeli sayur-sayuran dari kami, dan ketika kami haus atau membutuhkan Kopi gula maka kami membelinya dari pedagang etnis Bugis yang halaman toko atau kiosnya kami gunakan untuk berjualan. Sedangkan untuk kerjasama antara kami dan orang Bugis untuk pinjam modal usaha saling menguntungkan hampir tidak ada. Tidak ada baku pinjam modal antara kami dengan orang Bugis untuk penguatan usaha. Mereka hanya saling bantu di antara mereka sesama orang Bugis, hal ini karena orang Bugis kurang memiliki kepercayaan terhadap orang Timor dalam hal pemberian modal usaha, karena bagi orang Bugis pedagang Timor kurang menjaga kepercayaan dalam peminjaman modal, mereka sering menghindar dari pengembalian sesuai perjanjian, bahkan sering lupa dan tidak mengembalikan modal yang diberikan, sehingga sebagian kecil dari pedagang Timor yang berbuat semua pedagang Timor di pasar tradisional Oesapa kena getahnya (Wawancara, 8 Agustus 2024)

Melalui wawancara dengan Daniel itu terungkap bahwa Interaksi yang terjadi atas dasar saling menghargai dan saling bantu, terutama dalam hal transaksi jual-beli, meskipun tidak ada pinjaman modal dari pedagang Bugis. Kerjasama ini terwujud dalam interaksi perdagangan sehari-hari, meskipun hal itu sekedar didasari oleh kebutuhan konsumsi yang saling melengkapi. Ini menunjukkan bahwa hubungan kerjasama di antara mereka lebih bersifat pragmatis daripada formal.

Gambaran penelitian tentang kerjasama dalam interaksi budaya dagang antara pedagang etnis Timor dan Pedagang etnis Bugis dijelaskan oleh Salma (44 tahun). Ia merupakan salah satu pedagang dari etnis Timor yang membuka lapak untuk berjualan sayur-sayuran di kawasan pasar tradisional Oesapa. Dalam usahanya ini ia bekerjasama dengan pedagang Etnis Bugis sebagai pemilik lahan. Salma menyatakan:

"Dalam usaha saya ini, saya bekerjasama dengan pedagang suku Bugis yang merupakan pemilik lahan." Kata Salma, "Lahan ini dahulunya milik masyarakat lokal suku Timor, namun kemudian dibeli oleh pedagang Bugis dan sekarang menjadi milik pribadi mereka. Kami, pedagang dari suku Timor, menyewa lapak tersebut dari pedagang Bugis untuk tempat berjualan sayur-sayuran dan buah-buahan yang diperoleh dari wilayah pertanian di pulau Timor." (Wawancara, 2 Agustus 2024).

Wawancara di atas menunjukkan secara sosiologis bahwa interaksi budaya antara pedagang etnis Timor dan Bugis di Pasar Oesapa dalam wujud kerjasama itu telah berlangsung lama. Namun ada kondisi ironis bagi masyarakat etnis Timor bahwa lahan pasar tersebut sebelumnya adalah milik masyarakat etnis Timor yang telah mengalami proses peralihan kepemilikan dari etnis Timor menjadi kepemilikan etnis Bugis. Tetapi peralihan kepemilikan tidak mempengaruhi proses kerjasama dagang antara pedagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa.

Pada gambaran penelitian lebih lanjut tentang kerjasama dalam interaksi budaya dagang antara pedagang etnis Timor dan pedagang etnis Bugis di atas dijelaskan oleh Deny Manoh (47 tahun) selaku pedagang yang berasal dari etnis Timor melalui wawancara yang juga mengakui bahwa:

"Saya menyewa tempat dari orang Bugis, dan hubungan kami tetap baik karena kami saling menjaga perasaan dan menghormati satu sama lain,"
"Kerjasama ini tidak hanya terbatas pada hubungan sewa-menyewa, tetapi

juga mencakup pengelolaan dan baku bagi informasi perdagangan. Kami, pedagang etnis Timor, belajar cara pengelolaan keuangan dari pedagang Bugis, terutama dalam hal bagaimana mengatur modal agar tidak habis untuk kebutuhan adat, yang dapat mengganggu kestabilan usaha kami." (Wawancara, 2 Agustus 2024).

Dimana gambaran hasil wawancara di atas lebih menunjukkan adanya bentuk kerjasama antar pedagang etnis Timor dan etnis Bugis yang saling menjaga rasa dan saling menghormati bukan hanya pada hubungan sosial ekonomi, akan tetapi lebih luas pada pengelolaan sumber daya informasi, strategi pengelolaan keuangan. Dimana masyarakat etnis Timor banyak belajar pada masyarakat etnis Bugis tentang manajemen pengelolaan dagang terutama pada aspek pengaturan modal dalam meraih keuntungan dalam berdagang.

b. Persaingan Dagang

Gambaran penelitian menunjukkan bahwa di sela-sela kerjasama dagang antara etnis Timor dan etnis Bugis terdapat pula persaingan -persaingan dagang yang terjadi di kedua belah pihak pada pasar tradisional Oeapa. Pedagang etnis Timor dan etnis Bugis juga berupaya menguasai pemasaran, hal ini karena tidak semua etnis Timor mengontrak dan menggunakan lapak yang disewakan oleh etnis Bugis, akan tetapi masih ada pula etnis Timor yang memiliki rumah atau lapak dalam kawasan pasar Oesapa. Lapak-lapak tersebut dikelola oleh etnis Timor sendiri dan ada pula yang dikontrakan kepada para pedagang yang berasal dari etnis Jawa dan etnis lokal di wilayah NTT. Kondisi ini membuat persaingan dagang tetap ada walaupun efeknya sangat kecil.

Sehingga dalam pandangan sosiologis dapat terlihat bahwa meskipun terdapat kerjasama, persaingan dagang antara kedua kelompok etnis ini cenderung minimal karena masing-masing memiliki kepentingan terhadap jenis

usaha pemasaran komoditas yang berbeda-beda dengan pemetaan yang jelas. Pada pasar tradisional Oesapa pedagang etnis Bugis terlihat mendominasi penjualan hasil perikanan dalam bentuk ikan kering mulai dari Ikan Teri sampai dengan Ikan Kakap. Di samping itu etnis Bugis juga mendominasi bisnis sembako dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Kota Kupang akan kebutuhan Sembilan Bahan Pokok.

Sedangkan pada sisi lain Pedagang etnis Timor lebih fokus pada usaha dagang sayuran dan umbi-umbian, dimana pada lapak-lapak penjual sayur, umbi-umbian dan buah-buahan yang diperdagangkan oleh pedagang etnis Timor dan pedagang etnis Jawa dan etnis Padang lebih fokus pada penjualan barang kelontong, pakaian dan warung makan.

Gambaran penelitian di atas dijelaskan wawancara dengan para pedagang, bahwa persaingan dagang tidak menjadi isu utama karena perbedaan jenis barang dagangan yang dijual dan segmentasi pasar yang jelas. Sebagaimana dijelaskan oleh Deni Manoh (47 tahun) selaku pedagang etnis Timor yang menyebutkan bahwa:

"Pedagang Bugis di pasar ini juga fokus pada usaha lain, seperti pengelolaan perahu dan penjualan ikan, sementara kami, pedagang Timor, lebih banyak menjual hasil pertanian dan kebutuhan pokok," "Pedagang Bugis yang memiliki modal besar lebih cenderung tanam modal dalam bentuk tanah, bangunan toko permanen dan kios-kios yang sebagian disewakan, yang memungkinkan mereka untuk menguasai lahan dan mendapatkan pendapatan dari sewa. Persaingan dagang mereka di sini lebih berorientasi pada penguasaan lahan dan modal, sementara kami, pedagang Timor, lebih berfokus pada perdagangan langsung tanpa banyak bersaing dalam aspek tersebut." (Wawancara, 2 Agustus 2024).

Informasi ini menunjukkan bahwa cara pedagang etnis Bugis dalam persaingan dagang yang lebih berorientasi pada penguasaan lahan dan modal, sementara

pedagang etnis Timor berfokus pada kegiatan perdagangan langsung tanpa banyak bersaing dalam aspek ini.

Gambaran penelitian di atas dijelaskan wawancara dengan para pedagang, persaingan dagang tidak menjadi isu utama karena perbedaan jenis barang dagangan yang dijual dan segmentasi pasar yang jelas. Sebagaimana dijelaskan oleh Daniel Fa'ot (34 tahun) selaku pedagang etnis Timor yang menyebutkan bahwa:

“ Mengenai persaingan antara pedagang etnis Bugis dan pedagang etnis Timor, pedagang Timor susah bersaing dengan pedagang etnis Bugis di pasar Tradisional Oesapa, karena selain berdagang, orang Bugis di sini juga punya usaha sebagai nelayan. Rata-rata penjual beras di sini orang Bugis. Pedagang etnis Timor hanya mampu membeli barang dagangan pedagang etnis Bugis berupa ikan, sembako, dan sekaligus menyewa lapak jualan yang dimiliki oleh Pedagang etnis Bugis; sedangkan orang Bugis hanya membeli sayur-sayuran yang dijual oleh pedagang etnis Timor. Kita orang Timor yang datang berjualan di pasar sini, banyak yang tidak punya KTP Kota Kupang juga tidak punya izin usaha. Jadi susah kalau mau minta kredit modal usaha ke bank. Untuk minta pasang listrik PLN juga susah, karena perlu KTP Kota Kupang.” (Wawancara, 7 Agustus 2024)

Gambaran hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa persaingan dagang dalam interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa sangatlah kecil, karena mereka memiliki jenis usaha yang berbeda dalam pemetaannya. Pedagang etnis Bugis mengembangkan potensi dagangnya pada sektor perikanan dan perdagangan sembako, sedangkan Pedagang etnis Timor lebih memfokuskan usaha dagangnya pada penjualan hasil pertanian yang diperoleh dari petani di kawasan pedesaan di pulau Timor.

Ketiadaan identitas Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Izin Usaha yang dimiliki oleh rata-rata pedagang etnis Timor seperti yang diungkapkan oleh Daniel Fa'ot itu tampaknya berkaitan dengan tempat tinggal tetap dan

penguasaan lahan hunian di dalam pasar atau tempat terdekat dengan pasar tradisional Oesapa Kota Kupang. Sementara itu pedagang etnis Bugis yang memiliki tanah lahan usaha dan tempat hunian permanen di dalam lingkungan pasar atau di tempat terdekat dengan pasar Oesapa, lebih mudah mendapatkan layanan administrasi dari pemerintah Kota Kupang berupa pembuatan Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Izin Usaha. Dengan adanya identitas kependudukan dan izin usaha yang jelas, membuat pedagang etnis Bugis lebih mudah mengakses kredit modal usaha yang besar dari lembaga perbankan dan Koperasi Simpan Pinjam di Kota Kupang begitu pula layanan pemasangan jaringan listrik PLN untuk keperluan penerangan usaha di malam hari.

Tampaknya ironis, pedagang etnis Timor menjadi justru menjadi pedagang pendatang di pasar tradisional Oesapa Kota Kupang. Mereka secara administrasi mengalami kesulitan untuk bekerja sama dengan Bank dalam skala makro. Dengan memiliki hunian tetap di lingkungan terdekat pasar, identitas kependudukan Kota Kupang dan izin usaha, pedagang etnis Bugis dipandang dapat membuat rencana jangka panjang (strategis) untuk pengembangan usaha dagangnya, namun Pedagang etnis Timor hanya mengalir ikut arus saja sesuai dengan kemampuan dan kesederhanaan mereka.

Peneliti sebagai konsumen di pasar Oesapa juga mengalami sendiri bagaimana cara pedagang Bugis melayani konsumen yang berbelanja di kios sembakonya. Ketika peneliti menanyakan suatu barang, dan ternyata barang dimaksud tidak tersedia di kios sembakonya, pedagang Bugis umumnya menggunakan pilihan kata “habis pak!”. Hal berbeda, mana kala peneliti menanyakan suatu barang yang ternyata tidak disediakan oleh pedagang etnis

Timor. Dalam kapasitas usaha dagangnya yang sangat kecil, pedagang etnis Timor umumnya menggunakan pilihan kata “tidak ada pak!”. Fenomena komunikasi yang ditampilkan tersebut merupakan gambaran strategi dagang yang berbeda antara kedua etnis yang terbangun dari hasil belajar menghadapi dan membangun komunikasi guna merubah posisi seorang konsumen menjadi pelanggan tetap. Jika menggunakan pilihan kata “habis pak!” akan tetap membuka peluang bagi konsumen kembali lagi, sementara menggunakan pilihan kata “tidak ada pak!” berpotensi mengakhiri kontak dagang yang lebih panjang.

Etnis Bugis secara sosial ekonomi lebih menguasai ekonomi pasar pada pasar tradisional Oesapa karena pedagang etnis Bugis lebih memiliki kemampuan dagang di atas pedagang etnis Timor. Karenanya pedagang etnis Timor juga kalah dari sisi modal dan jaringan bisnis dalam skala makro dengan pedagang di luar wilayah NTT.

Analisa hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa interaksi budaya dagang masyarakat etnis Timor pada pasar tradisional tidak mampu bersaing secara makro dengan pedagang etnis Bugis, karena kalah pada aspek pengalaman dagang, juga kalah pada aspek modal baik modal bergerak maupun modal tetap, modal sosial dalam hal penguasaan lahan pada pasar tradisional Oesapa, serta administrasi sebagai warga masyarakat kelurahan Oesapa dan penguasaan terhadap pengurusan Surat Ijin Usaha (SIU) dan Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) dalam lingkaran kehidupan sosial pedagang pada lingkungan pasar tradisional Oesapa.

c. Konflik Dagang

Konflik dalam interaksi budaya dagang dalam sebuah komunitas pedagang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari proses sosial masyarakat, karena setiap komunitas dagang tentu saja tidak lepas dari kepentingan-kepentingan berbeda untuk menguasai sektor produksi dan pemasaran untuk mendapatkan keuntungan, yang apabila tidak terkontrol akan berdampak terhadap konflik-konflik dagang pada pasar tradisional.

Konflik antar pedagang di Pasar Oesapa terbilang jarang terjadi. Hubungan sosial yang baik antara pedagang Timor dan Bugis disebabkan oleh saling pengertian dan kebutuhan bersama. Mama Antoneta (54 tahun) dalam wawancara 19 Juli 2024) menegaskan, "*Kami usahakan untuk tidak bertengkar dengan siapa pun. Orang Bugis di sini juga saling mengerti dengan kami.*" Konflik yang muncul biasanya sangat minim dan sering kali terjadi di antara anak-anak muda lokal yang tidak terlibat dalam perdagangan secara langsung.

Sekilas tampak juga kondisi tak berdaya yang digambarkan dari wawancara Oktovianus Tafuli (59 tahun) dengan Orpa Tameon keduanya pedagang asal SoE (52 tahun) yang menyatakan bahwa ia merasa tidak dirugikan meskipun tempat jualannya harus dipindahkan karena disewa oleh pedagang Bugis. Ini terungkap dari pernyataannya Oktovianus:

"Dulu, saya jual di sebelah sana, tapi kemudian orang Jawa sudah bayar sewa sama tuan tanah jadi mereka minta saya pindah, jadi saya pindah jual di sebelah sini". (Wawancara, 20 Agustus 2024).

Hal senada juga diungkapkan oleh Orpa Tameon bahwa:

"*Dong* (mereka) itu punya uang jadi, bisa bayar sewa tempat. Sekarang saja *dong* (mereka) bayar ini tempat 15 juta satu tahun, baru *dong* (mereka) buat bangunan itu kios sendiri. Itu *dong* (mereka) punya rejeki jadi *katong* (kita)

tidak bisa protes. Apalagi ini bukan tanah pemerintah. Kalau *dong* (mereka) sudah bayar di tuan tanah, *katong* (kita) mau protes apa lagi?" (Wawancara, 20 Agustus 2024).

Percakapan tersebut memperlihatkan bahwa interaksi sosial di pasar Oesapa ini tidak hanya bersifat transaksional tetapi juga mengandung dimensi emosional dan budaya, dimana pedagang etnis Timor menunjukkan sikap sadar diri berkaitan dengan posisi kepemilikan modal usahanya.

Dalam hal konflik ekonomi, pedagang Bugis yang memiliki properti permanen di pasar cenderung menjadi tuan tanah yang menyewakan tempat kepada pedagang Timor. Deni Manoh (47 tahun) yang sempat mengenyam pendidikan SMEA jurusan Manajemen Bisnis, dalam wawancara 25 Juni 2024 menyebutkan, "*Kami ini sewa tempat dari orang Bugis, mereka baik-baik saja dengan kami, tidak ada konflik.*" Hal ini menunjukkan bahwa konflik antar pedagang cenderung diminimalisir oleh adanya hubungan saling ketergantungan.

Namun dari hasil observasi peneliti ditemui dalam penelitian bahwa konflik dagang antara etnis Timor dan etnis Bugis di Pasar Oesapa juga sering terjadi terutama dalam hubungannya dengan masalah tempat usaha dan perjanjian kontrak. Namun konflik yang terjadi pada etnis Timor dan etnis Bugis tampak sangat minim pada tataran isu-isu sosial budaya dan agama yang dapat terbendung oleh kesadaran sosial masyarakat tentang multikulturisme bahwa masyarakat NTT berada pada kondisi sosial budaya masyarakat yang berbeda-beda tapi satu dalam kesamaan tujuan.

Fenomena menarik dari gambaran penelitian bahwa konflik dagang justru terjadi di antara etnis Timor sendiri karena adanya kebiasaan mengonsumsi minuman beralkohol di kalangan pedagang etnis Timor; namun konflik tersebut

terbatas pada konflik individu dan tidak berpengaruh terhadap komunitas dagang antar etnis Timor dengan etnis Bugis. Hal ini terungkap dari informasi oleh mama Antoneta (54 tahun) yang menyatakan:

“Kami usahakan untuk tidak mau bertengkar dengan siapa pun. Orang Bugis di sini juga saling mengerti dengan kami. Mereka baik-baik, tempat mereka berjualan itu di dalam mereka punya kios, jauh dari kami punya tempat jualan, jadi tidak pernah ada konflik dengan mereka. Paling-paling yang suka konflik itu kita punya anak-anak pemuda lokal di sini, kalau mereka sudah mabok, paling-paling bertengkar mulut, satu hari sudah selesai. Pokoknya kalau kita baik dengan orang, orang jadi senang dan baik dengan kita. Kita juga harus jujur agar orang percaya dengan kita. Kalau orang sudah tidak percaya dengan kita, nanti kita kalau susah tidak ada yang mau bantu”. (Wawancara, 19 Juli 2024)

Pedagang etnis Timor dan etnis Bugis cenderung menghindari konflik dan lebih memilih untuk saling menjaga hubungan baik karena ada sedikit kemiripan antara etnis Timor dan etnis Bugis dalam hubungan sosial dan adat istiadat, dan hal ini menghindari kerenggangan sosial antara etnis Bugis dan etnis Timor, juga menjaga hubungan kekerabatan antar etnis yang terjalin karena adanya hubungan perkawinan yang saling berkaitan antara anggota kedua komunitas etnis.

Fenomena menarik lainnya ditampilkan bahwa riak-riak konflik dagang ini tetap ada walaupun terkesan sangat minimal. Tetapi tidak menutup kemungkinan dapat pula berakibat munculnya riak konflik yang cukup besar dengan isu SARA yang dapat menimbulkan kerenggangan sosial antara etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa.

Gambaran penelitian menunjukkan bahwa pasar tradisional Oesapa pernah menjadi sasaran pengrusakan masyarakat lokal akibat dampak dari kecemburuan sosial yang bernuansa SARA tahun 1998 di Kupang. Lapak kios, rumah-rumah masyarakat etnis Bugis dijarah dan dibakar oleh masyarakat lokal ketika para

pedagang Bugis yang juga berprofesi sebagai nelayan, sedang melaut di malam hari. Kondisi itu sangat berdampak traumatik terhadap kondisi psikologis masyarakat dan juga terhadap perekonomian masyarakat Kabupaten Kupang (tahun 1996 berubah menjadi Kota Kupang), dimana sumber perekonomian yang berhubungan dengan kebutuhan sembilan bahan pokok serta sumber pangan kelautan yang saat itu lebih dikuasai oleh pedagang etnis Bugis, terganggu distribusinya secara tiba-tiba sehingga membuat masyarakat lokal sempat kesulitan dalam mencari barang-barang kebutuhan rumah tangga maupun mendapatkan ikan segar untuk konsumsi.

Setelah dilakukan upaya damai oleh para rohaniawan lintas agama yang bekerjasama dengan Muspida (Musyawarah Pimpinan Daerah Kabupaten Kupang), konflik tersebut mereda karena adanya kesadaran dari masyarakat etnis Timor tentang adanya hubungan-hubungan sosial dan kekerabatan antar mereka dengan etnis Bugis. Meskipun konflik telah berhasil diselesaikan, namun disadari bahwa tragedi tersebut sempat membekas pada kerenggangan sosial antara pedagang Bugis dengan pedagang etnis Timor atau masyarakat lokal; juga menimbulkan kecanggungan dalam hubungan dagang, yang terus diwaspadai untuk saling menjaga agar isu sensitif yang bernuansa SARA tersebut tidak diprovokasi oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab.

Temuan menarik tentang interaksi Budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis dalam wilayah konflik sosial ekonomi juga memperoleh jawaban dari hasil wawancara dengan Deny Manoh (47 tahun) yang menjelaskan bahwa :

“Konflik dagang antara Pedagang etnis Bugis dan etnis Timor pasti ada, baik yang nampak maupun yang tidak nampak karena walau bagaimanapun kehidupan manusia tidak luput dari konflik. Kami pedagang etnis Timor dan

pedagang etnis Bugis, lebih memilih menghindari konflik dan menjaga hubungan baik. Pertengkaran masalah ketidakpuasan terhadap pemutusan kontrak sepihak oleh pedagang etnis Bugis kepada pedagang etnis Timor tidak berdampak terhadap konflik komunitas etnik, dan cepat diselesaikan karena kesadaran masing-masing etnik yang merasa saling memiliki ketergantungan. (Wawancara, 7 Agustus 2024).

.....
Ada kita punya pedagang Timor harus berpindah tempat jualan yang sebelumnya karena lahan tersebut disewakan kepada pedagang Bugis, ia tetap tidak merasa dirugikan karena menganggap itu sebagai rejeki dari Tuhan bagi pedagang Bugis. Mereka tidak ingin terlibat dalam *kaco-kaco* (perselisihan), karena hal tersebut tidak memberikan keuntungan bagi usaha dagang mereka”. (Wawancara, 7 Agustus 2024)

Hasil wawancara di atas bila ditelaah dan dihubungkan dengan penelitian sebelumnya, memberikan gambaran bahwa interaksi budaya dagang pada aspek konflik dagang antara pedagang etnis Timor dan etnis Bugis rentan terjadi walaupun dalam wilayah yang minimal.

Konflik dan tragedi pembakaran rumah penduduk etnis Bugis dalam wilayah pasar tradisional Oesapa dalam kemasan isu SARA (suku ras, antar golongan) dapat terbendung dengan cepat karena fenomena kesadaran masing-masing etnis tentang dampak sosial, bahwa konflik tersebut dapat merusak hubungan sosial dan perekonomian masyarakat Kota Kupang khususnya masyarakat Kelurahan Oesapa yang secara geografis wilayahnya berada pada jalan utama Trans Timor sebagai penghubung Ibu Kota Kupang dengan Kabupaten Kupang, Kabupaten TTS, Kabupaten TTU, Kabupaten Belu dan Negara Timor Leste.

2. Dinamika Interaksi Sosial Pedagang Etnis Timor dan Etnis Bugis di Pasar Tradisional.

Fenomena dinamika interaksi sosial etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa, menunjukkan bahwa interaksi dagang ini telah berevolusi dalam

jangka waktu yang panjang pada wilayah kerjasama persaingan dan konflik, sehingga melalui interaksi dagang tersebut telah mampu merubah sistem sosial ekonomi bagi masyarakat pedagang etnis Bugis sebagai etnis pendatang dan etnis Timor sebagai etnis lokal pemilik lahan atau tanah di kawasan pasar tradisional Oesapa.

Hal tersebut dibuktikan secara sosial historis dengan kedatangan pedagang etnis Bugis yang pada mulanya hanya berprofesi sebagai nelayan di kawasan pesisir pasar tradisional Oesapa, yang pada waktu kedatangan mereka awalnya hanya mampu mengontrak rumah maupun lahan (tanah) milik masyarakat etnis Timor. Namun kemudian kedatangan pedagang etnis Bugis pada tahun 1970-an itu ternyata mampu merubah suasana perekonomian di wilayah tersebut dengan menjadikan kawasan pesisir pantai Oesapa sebagai pusat perekonomian dan perdagangan, sehingga masyarakat etnis Timor yang pada mulanya sebagai petani gurem (memiliki lahan seluas 0,1–05 Ha) dapat mengembangkan usaha dagangnya guna menunjang ekonomi keluarga, walaupun hanya sebatas berdagang sayur, buah-buahan dan umbi-umbian dalam skala mikro.

Gambaran penelitian menunjukkan bahwa fenomena dinamika interaksi sosial etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa telah mengalami proses evolusi yang panjang melewati beberapa fase penting yang perlu ditelaah lebih dalam guna mengetahui lebih jauh tentang fenomena dinamika interaksi sosial etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar Tradisional sebagai sebuah model kajian fenomenologi dalam perspektif Sosiologi. Oleh karena itu dalam kajian ini penelitian coba diarahkan untuk melihat dinamika pada 2 (dua) fase penting sejak kedatangan pedagang etnis Bugis di kawasan pesisir Oesapa yang antara lain:

a. Fase Interaksi Dagang Pada Masa Isolasi Pedagang etnis Bugis pada Pasar Oesapa Tahun 1970-1990.

Sebagaimana dijelaskan pada kajian awal bahwa pasar Oesapa mulai beroperasi sejak tahun 1970-an, ketika para nelayan asal Bugis, Solor, Alor dan Rote merapat di pantai Oesapa dari kota Kupang untuk berjualan ikan kepada penduduk lokal. Pada fase ini para pedagang etnis Bugis mencoba untuk beradaptasi dengan masyarakat etnis Timor yang sebagian besar masih berprofesi sebagai petani lahan garapan. Masyarakat etnis Bugis berupaya membangun titik pasar tradisional pada kawasan pesisir pantai Oesapa yang secara ekonomis memiliki potensi besar untuk melakukan interaksi dagang dengan semua komponen masyarakat. Dalam fase ini komunitas etnis Bugis menjadi komunitas masyarakat yang termarginalkan karena belum memiliki lahan untuk tempat tinggal guna membangun aktivitas ekonomi mereka pada sektor perikanan dan perdagangan, dan upaya tersebut berhasil setelah etnis Bugis dapat beradaptasi dengan etnis lokal Timor dalam kepentingan yang sama di bidang perdagangan.

Interaksi tersebut memancing datangnya penduduk lokal di seputaran kota Kupang untuk membawa juga barang dagangannya berupa hasil bumi untuk dibarter dengan ikan tangkapan nelayan Sulawesi. Adanya relasi yang erat antara para nelayan dari Sulawesi dengan nelayan dari pulau Solor dan Alor NTT membuka ruang toleransi penerimaan yang lebih cepat bagi warga lokal terhadap hadirnya pedagang migran dari Sulawesi di Pantai Oesapa. Hal ini terjadi karena etnis Timor tidak memandang kerabat etnis Bugis yang berasal dari pulau Solor dan Alor sebagai “orang luar” melainkan sebagai keluarga sendiri akibat pertalian kekerabatan yang terjadi akibat perkawinan.

Penelitian juga menunjukkan bahwa wilayah kawasan pasar tradisional Oesapa sekarang ini menjadi perkampungan masyarakat etnis Bugis, dan kawasan pasar tradisional Oesapa tumbuh dan berkembang di atas lahan pribadi masyarakat etnis Bugis yang diperoleh melalui perjanjian jual beli antara masyarakat etnis Bugis dan masyarakat etnis Timor selaku pemilik lahan awal. Pembukaan kawasan pesisir menjadi pasar ikan kemudian berlanjut menjadi pasar tradisional setelah masyarakat etnis Timor terlibat dalam proses perdagangan di dalam wilayah pasar tersebut.

Gambaran sejarah ini dijelaskan oleh seseorang yang direferensikan bapak Firmus selaku Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Oesapa, yakni bapak Muhammad Masyur Dokeng selaku ketua RT.23 di RW.11. Ia merupakan salah seorang tokoh masyarakat etnis Solor yang menjadi Ketua kelompok nelayan “Elang Laut” yang menikah dengan wanita etnis Bugis keluarga dekat tokoh sentral berdirinya perkampungan nelayan tradisional asal Bugis di Oesapa, menjelaskan bahwa:

“ Pasar tradisional Oesapa ini pertama dibangun setelah kedatangan Badar Daeng Pawero pada tahun 1976 selaku sesepuh utama etnis Bugis, yang pada waktu itu bekerja sebagai nelayan. Kedatangan etnis Bugis di wilayah pesisir Oesapa menjadikan Oesapa sebagai pusat perdagangan ikan laut yang sangat potensial, karena pedagang etnis Bugis memiliki kemampuan untuk membangun Bagan Ikan atau Rakit yang ditambatkan di perairan Pantai Oesapa, dengan hasil yang melimpah. Untuk itu pedagang etnis Bugis mulai beradaptasi dengan pedagang etnis Timor yang mayoritasnya memiliki lahan pertanian dan perkebunan yang luas terutama di wilayah Lasiana (di wilayah Kota Kupang), Tarus dan Manikin di wilayah Kabupaten Kupang. Adaptasi dilakukan dengan menggunakan barter antara ikan dan hasil pertanian. Proses panjang tersebut kemudian melahirkan kesadaran dari masing-masing etnis untuk menjadikan tempat tersebut sebagai pasar bersama secara turun temurun hingga saat ini. Kondisi perdagangan ini menguntungkan etnis Bugis yang telah mapan dalam perdagangan, karena dengan berbekal pengalaman berdagang, secara perlahan (evolusi) pembelian lahan milik etnis Timor untuk pengembangan pasar dan perumahan penduduk etnis Bugis dilakukan,

sehingga masyarakat etnis Timor secara bertahap mulai menjual tanah dan rumahnya kepada etnis Bugis, karena mereka tidak mampu bersaing dalam lingkaran sosial ekonomi pada kawasan pasar tradisional Oesapa hingga saat ini”. (Wawancara 8 Agustus 2024).

Sejarah itu kemudian diluruskan oleh salah seorang kerabat dekat Haji Badar Daeng Pawero (alm) yakni bapak Said (64 tahun), yang menyatakan bahwa:

“Sebenarnya sejak tahun 1970-an ayah kami (Daeng Pawero) bersama teman-temannya dari Sulawesi sudah membuat bagan ikan di pesisir laut Oesapa. Waktu belum ada satu pun bagan ikan di wilayah itu. Karena tangkapan ikan mereka berlimpah, maka mereka menepi ke pantai Oesapa untuk menjual ikannya kepada penduduk lokal Oesapa. Hal itu terus berulang, sehingga membuka hubungan baik dengan penduduk etnis Timor di wilayah pantai. Lalu dari merekalah Daeng Pawero membeli tanah sebagai tempat hunian pada tahun 1976, yang kemudian berkembang menjadi pasar ikan yang ramai, yang dikunjungi oleh warga Kupang yang waktu itu masih berstatus kota Kabupaten Kupang”

Gambaran wawancara ini bila dihubungkan dengan gambaran penelitian ini sebelumnya, maka diketahui bahwa pasar tradisional Oesapa pertama kali berkembang pesat setelah kehadiran etnis Bugis beradaptasi dengan kehidupan sosial ekonomi etnis Timor; kemudian membangun pola dagang yang terwujud melalui kerja sama, akomodasi, dan akulturasi dua budaya yang berbeda dalam kebutuhan ekonomi yang sama serta berada dalam lingkaran persaingan dan konflik kepentingan dalam penguasaan pasar serta wilayah tempat tinggal.

b. Fase Kebijakan Pemerintah Tentang Pasar Oesapa sebagai Pasar Rakyat tahun 1990 – 2024.

Kebijakan perintah menjadikan pasar tradisional Oesapa sebagai Pasar Rakyat telah berdampak terhadap aktivitas ekonomi para pedagang etnis Timor dan etnis Bugis. Dimana setelah munculnya kebijakan ini telah memunculkan dominasi pedagang etnis Bugis dalam menguasai wilayah dagang pada pasar tradisional Oesapa dengan pemetaan komoditas dagang yang cukup jelas, dimana

pedagang etnis Bugis lebih fokus menjadi pemasok ikan laut dan pemasok sembako sebagai bahan kebutuhan hidup masyarakat lokal, sedangkan pedagang etnis Timor lebih khusus memfokuskan sebagai pemasok dan penjual hasil pertanian. Hasil pertanian itu berasal dari wilayah daratan Timor, dari kabupaten Kupang sampai dengan kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) dan Timor Tengah Utara (TTU). Sedangkan sebagian kecil etnis yang lain seperti etnis Jawa dan etnis Padang menjadi penjual barang kelontong dan pakaian.



Gambar 15. Kondisi Fasilitas Usaha Pedagang Etnis Timor di tengah Pasar Oesapa

Dari hasil observasi, pedagang etnis Timor yang semestinya menjadi tuan rumah ekonomi, termarjinalkan karena adanya pola dagang mereka yang tidak berani berinvestasi jangka panjang. Hal itu tampak dalam gaya berdagang dengan fasilitas seadanya seperti menggunakan karung yang digelar tanpa atap sebagai tempat meletakkan barang dagangannya.

Interaksi budaya dagang di pasar tradisional Oesapa terus berkembang pada tiga aspek penting yaitu kerjasama, persaingan dan konflik-konflik sosial

walaupun konflik tersebut hanya terkesan kecil ada pada wilayah isu-isu sosial dan agama. Namun realitasnya bahwa kerjasama, persaingan dan konflik sosial ekonomi antara etnis Timor dan etnis Bugis terkesan ada pada penguasaan sektor produksi dan pemasaran dalam kawasan pasar tradisional terutama pada penguasaan lahan pasar, dimana penguasaan lahan pasar tradisional lebih banyak dikuasai oleh Pedagang etnis Bugis.

Gambaran penelitian menunjukkan bahwa pada fenomena dua fase interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis terproses melalui kerjasama, persaingan dan konflik-konflik terhadap kepentingan usaha dagang mereka masing-masing dengan kultur dagang yang berbeda pula. Pada aspek kerjasama dagang antara pedagang etnis Timor dan Bugis tidak hanya mencakup aspek ekonomi, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial yang harmonis. Pedagang dari kedua etnis saling menghormati dan menjaga hubungan baik dalam menjalankan usaha mereka.

Gambaran penelitian di atas juga dijelaskan oleh Salma (46 tahun), seorang pedagang Timor asal OeEkam Kabupaten TTS, tentang kebijakan pemerintah menjadikan pasar tradisional Oesapa sebagai pasar rakyat telah berdampak terhadap aktivitas ekonomi para pedagang etnis Timor dan etnis Bugis dalam bentuk kerjasama dagang antar dua etnis, sebagaimana terungkap dari informasinya bahwa:

“Kebijakan pemerintah yang mengakui status pasar tradisional Oesapa sebagai pasar rakyat, juga campur tangan pemerintah Kota dalam membangun tembok penahan ombak di pantai Oesapa dan mengembangkan wisata Pantai Warna Oesapa berakibat semakin ramainya aktivitas ekonomi pada pasar tradisional Oesapa. Pedagang Bugis semakin maju usahanya, karena itu kami dan pedagang etnis Timor lainnya belajar dari pedagang Bugis cara mengatur keuangan dan menghindari pengeluaran berlebihan untuk adat, karena hal itu yang sering menjadi penyebab hilangnya modal usaha untuk berkembang” (Wawancara, 2 Agustus 2024)

Meskipun kesadaran akan perlunya memupuk modal usaha itu penting, realitas di pasar Oesapa menunjukkan masih banyak pedagang etnis Timor yang belum sadar dan berperilaku sebagai pedagang subsisten. Namun informasi yang diungkapkan oleh Salma itu menunjukkan adanya transfer pengetahuan dan pengalaman yang terjadi di antara mereka. Diyakini pula bahwa proses kerjasama ini telah terevolusi dalam jangka waktu yang panjang oleh para pendahulunya sehingga kerjasama ini masih terbawa sampai saat ini.

Gambaran penelitian lebih lanjut juga dijelaskan oleh Deny Manoh (47 tahun) yang juga sebagai seorang pedagang dari etnis Timor mengenai kerjasama dagang antara etnis Bugis dan etnis Timor melalui wawancara juga menerangkan bahwa, kerjasama antara pedagang etnis Timor dan etnis Bugis tidak hanya pada aspek materil saja akan tetapi pada aspek psikologis. Pedagang dari kedua etnis saling menjaga perasaan dan tidak saling mengganggu, yang menunjukkan adanya kerjasama sosial yang kuat di antara mereka. Kerjasama ini juga terlihat dalam hal keamanan pasar, di mana pedagang saling membantu untuk menjaga barang dagangan satu sama lain ketika yang lain tidak berada di tempat. (Wawancara, 2 Agustus 2024)

Sedangkan pada konteks persaingan dagang antara etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional Oesapa pada fase kebijakan pemerintah tentang pasar Oesapa sebagai pasar rakyat tahun 1990-2024 menunjukkan bahwa fase tersebut telah menimbulkan persaingan dagang dalam konteks sosial lebih berkaitan dengan penguasaan lahan dan modal daripada persaingan langsung dalam penjualan barang.

Pedagang Bugis yang memiliki modal besar lebih banyak berinvestasi dalam penguasaan lahan pasar, sementara pedagang Timor fokus pada penjualan barang-

barang kebutuhan pokok. Dengan demikian maka dalam konteks ini persaingan dagang antar etnis Timor dan etnis Bugis pada pasar tradisional lebih didominasi oleh pedagang Bugis yang memiliki akses pasar yang lebih luas dan modal yang besar sehingga banyak dari pedagang etnis lokal yang meninggalkan wilayah pasar tradisional karena tidak mampu bersaing dengan pedagang etnis Bugis.

Upaya pembelian tanah di kawasan pasar tradisional oleh pedagang Bugis terus dilakukan guna menguasai pusat-pusat ekonomi di kawasan Pasar tradisional Oesapa, termasuk penguasaan lapak-lapak dan kios-kios penjualan dalam kawasan pasar tradisional. Hasilnya pedagang etnis Bugis dapat memiliki kios dan lapak-lapak dagang yang kemudian dikontraskan secara ekonomis kepada pedagang etnis Timor maupun etnis lainnya seperti pedagang etnis Jawa, pedagang etnis Rote dan pedagang etnis Sabu dengan berbagai jenis usahanya. Dalam kondisi ini Pedagang etnis Timor tetap bertahan secara turun temurun menjadi pedagang sayuran dan buah-buahan lokal di dalam pasar tradisional Oesapa dengan mengontrak lapak-lapak usaha milik pedagang etnis Bugis.

Ekspansi usaha yang tergambar di atas secara sosial ekonomi telah berdampak besar. Meskipun demikian, persaingan dagang antara pedagang etnis Timor dan etnis Bugis ini tidak menyebabkan ketegangan sosial yang signifikan. Masyarakat dalam kawasan pasar tradisional Oesapa khususnya pedagang masing-masing etnis terus beradaptasi. Para pedagang etnis Timor dapat menerima bahwa mereka harus pindah tempat jualan karena tempat tersebut sudah disewa oleh pedagang lain, menunjukkan bahwa persaingan lebih banyak diterima sebagai bagian dari dinamika pasar yang wajar. Hal ini diungkapkan dari hasil penjelasan ibu Orpa Tameon, antara lain,

“Dulu saya *beta* (saya) dapat tempat di sini (sambil menunjuk kios di sebelah

kanannya), tapi sejak *dong* (mereka) bangun ini kios (petak kios), *dong* (mereka) kasih sewa di orang Bugis, jadi *beta* (saya) geser ke sebelah sini (sambil menunjuk tempatnya yang berada di bawah tiris kios itu).

.....
Dong (mereka) itu punya uang, jadi bisa bayar sewa tempat. Sekarang saja *dong* (mereka) bayar ini tempat 15 juta satu tahun, baru *dong* (mereka) buat bangun itu kios sendiri. Itu *dong* (mereka) punya rejeki jadi *katong* (kita) *sonde* (tidak) bisa protes. Apalagi ini bukan tanah pemerintah. Kalau *dong* sudah bayar di tuan tanah, *katong* mau protes apa lagi?” (Wawancara: tanggal, 20/08/2024 20:31)

Dari sisi sosial, persaingan ini cenderung dikelola dengan baik tanpa menimbulkan konflik, karena pedagang dari kedua etnis lebih memilih untuk menjaga hubungan baik dan menghindari konflik yang tidak perlu. Sedangkan pada aspek konflik dagang, fenomena interaksi budaya dagang menunjukkan bahwa konflik dagang antara pedagang Timor dan Bugis di Pasar Oesapa sangat minim, dan sebagian besar konflik dihindari melalui membangun komunikasi yang baik, sehingga tercipta suasana saling percaya dan saling pengertian.

Informasi yang diberikan oleh bapak Jhon Kolloh (52 tahun), salah seorang penduduk asli penghuni Gang Kusambi 2 di areal Pasar Oesapa, menyebutkan bahwa,

“Selama tahun 2000 sampai tahun 2024, tidak ada laporan konflik besar antara kedua kelompok pedagang, karena masing-masing pedagang menyebutkan bahwa meskipun ada perbedaan dalam cara pandang dan strategi bisnis antara pedagang Timor dan Bugis, hal tersebut tidak menimbulkan konflik karena masing-masing pihak memahami peran dan posisi mereka di pasar. Apalagi antara masyarakat lokal sini ada yang sudah kawin mawin dengan orang Bugis, sehingga masyarakat lokal pasar sini sangat tidak nyaman jika harus konflik dengan keluarga atau teman satu kampung sendiri. (Wawancara, 11 Agustus 2024).

Selain itu, konflik yang mungkin timbul dari persaingan lahan atau tempat jualan juga dikelola dengan baik, yang membuat mereka dengan rela pindah tempat jualan ketika tempat sebelumnya sudah disewa oleh orang lain. Hal ini menunjukkan

bahwa dinamika sosial di pasar ini lebih banyak didasarkan pada saling pengertian dan adaptasi daripada pada konflik terbuka.

Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam pasar tradisional Oesapa, interaksi budaya dan sosial antara pedagang etnis Timor dan Bugis lebih didominasi oleh kerjasama yang harmonis dan minim konflik. Meskipun ada persaingan dalam penguasaan lahan dan modal, hal ini tidak sampai mempengaruhi hubungan sosial secara negatif. Sebaliknya, persaingan ini malah mendorong adaptasi dan integrasi budaya yang lebih baik antara kedua kelompok etnis di pasar. Adaptasi ini juga dipengaruhi oleh, lamanya kontak sosial, faktor pendidikan dan keterbukaan wawasan, yang memungkinkan pedagang untuk belajar dari satu sama lain dan mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Pada fase ini, keadaan tampaknya sudah stabil. Namun ada sesuatu fenomena yang menarik yakni tentang pewarisan budaya dagang. Pewarisan budaya dagang antara etnis Timor dan Bugis berbeda. Pedagang Bugis umumnya lebih berhasil dalam mewariskan budaya dagang yang kompetitif dan adaptif kepada generasi berikutnya. Anak-anak mereka sejak kecil sudah terlibat dalam kegiatan perdagangan di pasar, seperti yang diungkapkan oleh Salma (44 tahun), "*Anak-anak kami tidak ikut ke pasar, biar mereka urus sekolah*" (Wawancara 19 Juli 2024).

Hal ini berbeda dengan pedagang Bugis yang melibatkan anak-anak mereka sejak kecil. Pewarisan ini memberikan keunggulan bagi pedagang Bugis dalam mengembangkan usaha mereka, sedangkan pedagang Timor cenderung tidak melibatkan anak-anak mereka dalam perdagangan sejak dini. Akibatnya, generasi muda Timor kurang memiliki intuisi dagang yang kuat. Daniel Fa'ot (34 tahun) juga menyebutkan, "*Kami lebih suka fokus pada urusan keluarga dan acara adat*

daripada mewariskan usaha dagang kepada anak-anak kami." (Wawancara 07 Agustus 2024).

Berkaca pada hasil pengamatan peneliti tentang, pewarisan budaya dagang dalam lingkungan keluarga pedagang etnis Bugis, pada waktu lainnya (Wawancara 07 Agustus 2024), peneliti menyarankan kepada Salma (44 tahun) agar anak-anak mereka dilibatkan dalam kegiatan dagang di pasar supaya dapat belajar budaya dagang seperti pedagang Bugis. Tetapi jawaban dari Salma, bahwa:

“Anak-anak kami itu bercita-cita menjadi pegawai. Mereka ingin kerja seperti kami punya tetangga, yang pergi kantor pakai seragam. Orang-orang menghargai dan hormat kalau ada pertemuan keluarga dalam acara-acara adat di kampung. Sementara kami, biar kami ini pegang uang banyak hasil dagang, tapi kalau di kampung, itu tidak terhormat. Orang-orang (tetangga), lihat kami paling-paling tegur sapa, ramah tamah biasa-biasa saja. Karena itu, biar saja kami punya anak jaga rumah, sekolah agar mereka bisa lamar jadi pegawai negeri. Karena masa sekarang ini tidak ada ijazah, tidak bisa ikut test calon PNS. ... Siapa tau mungkin ada yang jadi pejabat (ucapnya sambil tertawa).

Tugas kami orang tua, siapkan mereka punya bekal biaya agar bisa bayar uang sekolah, beli seragam, makan-minum, dan lain-lain. Kami juga senang kami punya anak bisa main dengan teman-teman di kampung sambil jaga kami punya hewan di kampung. Kalau lihat mereka jadi anak yang pintar-pintar, kami juga senang. Kalau di pasar sini, mereka mau tidur siang, tidur malam, susah karena tempat (lapak) terbuka. Kalau kami orang tua, waktu mengantuk, kami sandar di tiang, tutup mata sudah bisa tidur. Tapi anak-anak sekarang tidak bisa kita atur begitu. Karena anak-anak suka nonton Televisi di rumah temannya. Kalau mereka dibawa ke pasar sini, maka harus pindahkan mereka untuk sekolah, dekat pasar Oesapa. Lalu... nanti siapa yang jaga rumah di Kampung?”

Deni Manoh, ketika peneliti menanyakan, apakah benar di kalangan orang etnis Timor, lebih suka menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dibanding menjadi pedagang ? Jawaban yang didapat dari Deni Manoh,

“Kalau kami orang Timor semua jadi pedagang, lalu siapa yang jadi pejabat untuk perintah kami di Pulau Timor ini? Sudah tentu kami lebih suka orang Timor yang jadi pejabat di pemerintahan, agar mereka bisa mengerti kami orang Timor punya kebutuhan. Orang luar (etnis lain) belum tentu mereka nanti perhatikan kita orang Timor punya kebutuhan. Karena itu, kalau kita tidak sekolahkan kita punya anak-anak, maka mereka nanti tidak bisa daftar tes calon

PNS, polisi atau TNI. Orang luar pulau yang jauh-jauh datang kalau mereka punya ijazah mereka bisaenuhi syarat jadi PNS. ... Jadi pedagang di pasar itu tidak perlu ijazah, semua orang baik remaja, orang tua bisa masuk pasar jadi pedagang, tidak perlu tunggu ada ijazah dahulu. ... karena itu kami ingin kami punya anak-anak bisa punya kesempatan, punya biaya untuk sekolah lebih tinggi agar nanti bisa jadi pemerintah di tanah kelahiran kami sendiri. Nanti kalau sudah jadi pegawai, dapat gaji ada modal, bisa buka kios di rumah masing-masing untuk dagang.

Makanya di desa kami di Naikliu (pantai utara Pulau Timor), para orang tua juga sudah mulai ada kesadaran untuk sekolahkan mereka punya anak-anak. Mereka jual hewan, ada yang jual tanah agar bisa bayar pendidikan anak-anak mereka. Saya dagang di pasar sini juga, mulanya tidak bercita-cita jadi pedagang. Ini pekerjaan saya pilih karena, setelah tamat sekolah, tidak dapat lowongan kerja jadi PNS. Daripada tunggu lama baru bisa dapat lowongan kerja, maka saya coba-coba jadi pedagang. Istri saya juga mendukung, makanya kami bertahan kerja jadi pedagang, karena kami lihat semakin hari hasil makin baik.” (Wawancara, 08 Agustus 2024)

Peneliti ajukan lalu pertanyaan, “Tapi mengapa di pasar ini pedagang etnis Timor terlihat lebih susah (memprihatinkan), dibanding dengan pedagang etnis Bugis?” Deni Manoh, menjawab bahwa,

“Kalau lihat sepintas memang betul kami tidak terlihat rapih. Banyak kami punya orang Timor berdagang menggunakan pakaian seadanya. Mungkin karena itu terlihat seperti kelompok orang susah. Karena kalau sudah datang ke pasar, kami tidak punya kebiasaan untuk sering ganti baju di pasar. Selain itu, memang masih ada (orang Timor) yang datang berdagang tapi masih merasa seperti datang berkeburun, jadi tidak merasa perlu buat bangunan untuk berdagang. Cukup bisa dapat tempat 2 sampai 3 meter untuk gelar karung alas barang jualan, itu sudah cukup bisa diharapkan dapat untung untuk biaya hidup keluarga, terutama nafkah hidup, bayar uang sekolah anak, dan punya simpanan untuk sewaktu-waktu ada urusan adat di kampung. Jadi jujur saya lihat, kita punya orang Timor itu tanam modal dalam pendidikan anak-anak dan juga modal hubungan baik antara keluarga, supaya dapat “*baku-bantu*” atasi persoalan bersama di kampung. Makanya kalau Pak (peneliti) katakan bahwa kami pedagang orang Timor, kelihatan lebih miskin, yahh itu karena keuntungan dagang yang ada rata-rata tidak digunakan untuk memperbesar modal kerja dagang. Lagi pula kalau mereka mau tambah modal sediakan barang banyak, di pasar Oesapa ini untuk dapat tempat yang tetap (permanen) juga sudah sangat susah, karena banyak tempat utama/lahan sudah dibeli oleh pedagang dan nelayan Bugis. Kami berat di biaya sewa lahannya”. (Wawancara, 24 Agustus 2024)

Tampaknya intersubjektifitas makna yang digambarkan secara sadar oleh Deni Manoh berdasarkan pengalamannya itu, terkonfirmasi dengan fakta yang peneliti

amati tentang budaya petani yang dibawa ke area pasar oleh pedagang kecil etnis Timor, berikut ini.



Gambar 16. Foto kondisi pedagang etnis Timor yang tertidur kelelahan di halaman penduduk lokal dan ada yang tertidur duduk sambil bersandar pada Ruko pedagang etnis Bugis, lainnya tertidur beralaskan karung plastik.

Informasi yang diberikan oleh Daniel Faot, Salma, dan Deni Manoh, tersebut di atas, memberikan beberapa fakta bahwa:

1. Pedagang etnis Timor menjadikan pekerjaan sebagai pedagang di pasar Oesapa, bukan sebagai pilihan utama karena sejatinya kondisi kultur masyarakat di kampung dan pedesaan pulau Timor bayang angan dan cita-cita mereka lebih berharap anak-anak mereka dapat mencapai pendidikan tinggi lalu bisa bekerja sebagai PNS, TNI dan Polri.
2. Pedagang etnis Timor, kurang fokus dalam menginvestasikan keuntungannya bagi perluasan modal tetap dan modal kerja, melainkan lebih berorientasi menginvestasikan keuntungannya ke dalam biaya pendidikan anak-anak, dengan harapan akan memberikan peluang yang besar bagi anak-anak mereka agar mampu bersaing mendapatkan posisi strategis menjadi pejabat pemerintahan di

tanah kelahiran sendiri, yang nantinya diharapkan lebih memahami kebutuhan, dan dapat membangun kesejahteraan etnis Timor. (Namun kondisi kesadaran *lifeworld* sebagaimana yang digambarkan oleh Deni Manoh itu masih sebatas pada kondisi yang dialami di desanya di Naikliu).

3. Pedagang etnis Timor di pasar Oesapa, juga berupaya menjaga modal sosial mereka di kalangan adat dengan menyisihkan sebagian keuntungan untuk pembiayaan-pembiayaan urusan adat di desa / kampung dengan harapan hal itu akan dapat mendapatkan dukungan keluarga berupa solidaritas (*baku-bantu*) jika sewaktu-waktu mereka butuhkan di desa mereka.
4. Ketiadaan tempat permanen di pasar, berdagang dengan tempat dagang beralaskan karung / terpal, jumlah persediaan barang dagang yang kecil (sedikit), juga kebiasaan menggunakan pakaian seadanya (tidak rapi) bagi pedagang etnis Timor, berdampak pada pandangan (*image*) sebagian orang bahwa pedagang etnis Timor terlihat lebih memprihatinkan dibandingkan pedagang etnis Bugis.
5. Pedagang etnis Timor di pasar Oesapa, memandang bahwa pewarisan budaya dagang kepada anak-anak mereka tidak terlalu penting, karena yang mereka harapkan adalah generasi yang pekerjaannya lebih mapan dibandingkan menjadi pedagang di pasar tradisional dan lebih terhormat, menurut versi budaya yang melingkupi mereka di pedesaan pulau Timor.

Gambaran tentang kondisi pedagang etnis Timor yang teridentifikasi lewat wawancara tersebut, khususnya tentang tidak adanya kebiasaan sering berganti pakaian selama berdagang di pasar tersebut, menurut hasil pengamatan peneliti ada perbedaan dengan pedagang etnis Bugis yang lebih sering berganti pakaian yang lebih rapih dan bersih selama berdagang di pasar Oesapa. Hal itu menurut Pak Fajar

(43 tahun) seorang pedagang etnis Jawa yang beristri pedagang etnis Sulawesi asal

Bone – Sulawesi Selatan menyatakan,

“Pedagang Bugis di pasar ini, kalau kelihatan lebih sering berganti pakaian dalam sehari ketika berdagang itu dikarenakan rumah tempat tinggal mereka memang ada di pasar Oesapa. Selain itu panggilan azan yang dikumandangkan dari Masjid Al-Hidayah (yang berada di lingkungan pasar) juga sering mengingatkan mereka untuk berwudhu dan ganti pakaian di sela-sela waktu berdagang untuk sholat berjamaah di masjid pada waktu-waktunya. Mungkin karena itulah yang membuat wajah mereka lebih segar, dan kelihatan lebih rapih dibandingkan pedagang Etnis Timor”.

Menurut pak Fajar tentang keunikan pedagang etnis Bugis,

“Yang saya amati di lingkungan keluarga Bugis yang dagang di pasar ini, mereka itu orientasinya bukan semata-mata cari untung untuk perbesar modal saja, tapi juga jaringan kerja sama dengan sesama pedagang Bugis di Kabupaten lain di Pulau Timor. Tapi hal yang paling unik, mereka jika usahanya berkembang maju, selalu saling bantu untuk mendorong teman dan kerabatnya untuk menunaikan ibadah haji. Sebab kalau seorang pedagang Bugis berhasil menunaikan ibadah haji, mereka yakin usahanya akan mendapatkan berkah dari Allah berupa kemajuan usaha. Selain itu, setelah pulang dari Mekah menunaikan ibadah haji, mereka merasa mendapatkan “sikap penghargaan yang lebih” di lingkungan sesama pedagang. Sampai-sampai para anak-anak pedagang etnis Bugis juga merubah panggilan mereka yang semula memanggil orang tua mereka dengan sebutan Bapa atau Mama, menjadi Aji, Pak Haji, Bu Aji, Bu Haji. Bahkan jika seseorang yang telah beberapa kali menunaikan ibadah haji, akan dipanggil dengan sebutan yang berbeda, yang dipandang lebih terhormat dibanding sebutan haji, yaitu “Puang Haji”. (Wawancara, Jumat 06 September 2024).

Haji Adam, yang dikonfirmasi tentang orientasi pedagang etnis Bugis, membenarkan bahwa tujuan dagang mereka bukan semata-mata mencari laba usaha untuk jadi orang kaya melainkan,

“Ada tujuan lain lagi yang lebih mendasar, yaitu menjadikan pekerjaan dagang ini sebagai sarana ibadah. Sebab ibadah itu tergantung niat. Kalau kita kerja coba-coba, maka hasilnya coba-coba juga, kadang sedikit, kadang tidak untung. Kalau kita dagang sekedar nekat, tanpa rencana yang baik, maka hasilnya celaka, rugi terus. Tapi kalau kita niatkan untuk ibadah, maka insyaAllah, dapat berkah dari Allah. ... kalau kita punya hasil sedikit, pas-pasan, maka ibadah kita akan menjadi terbatas pada ibadah-ibadah yang bersifat sederhana dan pribadi. ... Kalau kita berhasil dagang, punya uang yang cukup maka kita juga bisa bantu

keluarga kita yang susah, misalnya kalau mereka sedang sakit maka kita bisa bantu biaya. Tapi kalau kita sama-sama susah, maka siapa bantu siapa? Kalau kita punya biaya, maka kita bisa dapat beribadah ke tanah suci, begitu juga keluarga kita. ... Setelah sampai tanah suci (Mekah), kita bisa berdo'a minta berkah kepada Allah. Biasanya yang saya lihat, pasti ada perubahan usahanya bertambah maju. ... ada-ada saja kemudahan yang kita temui di dalam berusaha". Karena itu, bila biaya haji besar, sulit mendapat dapat kuota haji pada waktu bulan Dzulhijjah, maka kami pedagang yang jadi jama'ah di Masjid Al-Hidayah saling dorong untuk pergi umroh ke Mekah." (Wawancara, Jumat 06 September 2024).

Informasi yang diberikan oleh Haji Adam (57 tahun), tersebut menggambarkan **adanya keterlibatan nilai-nilai transendental (beribadah haji ke Mekah) yang juga menjadi orientasi yang hendak dicapai oleh para pedagang etnis Bugis, yang menjadi spirit usaha dagang mereka. Ini merupakan suatu spirit usaha dagang yang unik, dan tidak dimiliki oleh pedagang etnis Timor, yang mayoritas beragama Nasrani.**

Tidak banyak yang tahu tentang fenomena penghargaan sebutan Haji dan Puang Haji itu. Namun dari hasil wawancara dengan, dengan Deni Manoh, ia bercerita bahwa,

“Saya kalau berhubungan dengan pedagang atau nelayan Bugis di pasar ini, saya biasa memanggil mereka dengan sebutan menghormati yaitu Pak Haji atau Bu Haji, sebab kalau dipanggil dengan sebutan begitu, respon mereka terlihat lebih ramah, dan hubungan kami lebih akrab. Hal itu saya dapatkan dari pengalaman yang berulang kali. Setiap bertemu kalau saya menegur (menyapa) mereka dengan sebutan pak Haji atau ibu Haji tanpa peduli mereka sudah betul mendapat gelar Haji atau belum”. (Wawancara, Sabtu 07 September 2024).

Informasi yang diberikan oleh Deni Manoh tersebut menggambarkan adanya pengalaman hidup (*lifeworld*) yang dimaknai secara intersubjektif, sehingga mempengaruhi terbentuknya sikap adaptif yang luwes dalam membangun komunikasi yang intim dengan pedagang etnis Bugis yang memiliki norma budaya yang unik dalam memandang ibadah haji sebagai status sosial di komunitas etnis Bugis.

Padahal kalau mau ditelaah secara jujur dan berani, memandang status ibadah haji sebagai suatu status sosial adalah suatu kekeliruan yang mengakar pada tradisi di Indonesia. Sehubungan dengan itu, Pak Fajar (43 tahun), menyatakan bahwa, “hal itu adalah sikap yang berlebihan dalam agama, yang dilarang oleh Rasulullah. Karena kalau suatu ibadah dianggap gelar atau status sosial, mengapa orang yang pergi ibadah umroh tidak disebut pak umroh atau ibu umroh ?”

Tentang pola dagang pedagang etnis Timor, bapak Idris (60 tahun) seorang nelayan Bugis yang peneliti wawandari di masjid Pasar Oesapa, menyatakan bahwa,

“Pedagang etnis Timor itu proses belajar dagangnya lama sekali. Mereka itu yang saya lihat, kalau dagang cara hitung untungnya $2 \times 3 = 7$. Maksudnya kalau dagang maunya untung langsung besar. Makanya saya lihat, biar sayur yang mereka jual sudah layu, harganya mereka tidak mau kasih turun. Nanti kalau sayur atau buah sudah layu, mereka lebih memilih buang atau bawa pulang kasi makan babi. Beda, sama kita orang Bugis. Kita kalau dagang, yang kita kejar itu harga pokok barang itu dulu yang harus kita dapat kembali modalnya. Setelah dapat modal, sisa barangnya itu kita jual murah sehingga barang yang kita jual bisa cepat laku. Selain itu kita bisa akrab dengan pembeli, karena mereka banyak tahu bahwa kalau beli barang di orang Bugis bisa dapat harga lebih murah. Selain itu juga perputaran barang lebih cepat, kita juga bisa lebih punya pelanggan tetap. Jadi kalau kita, mau dagang harus bisa buat rencana yang baik, agar tidak rugi”.

Kami pedagang Bugis, juga libatkan kami punya istri dan anak untuk urus dagangan kami. Jadi kalau kami pergi melaut cari ikan, ada yang jaga kios sembako kami di pasar ini. Kami punya anak, kami ajak kerja dagang supaya mereka punya pengalaman sejak kecil, bagaimana cara kelola usaha. Kalau orang Timor, di sini lebih banyak yang kerja dagang itu perempuan yang sudah berkeluarga. Sementara mereka punya suami itu lebih suka kerja di kampung urus pertanian dan urus mereka punya ternak”. (Wawancara, Jumat 06 September 2024).

Apa yang diungkapkan oleh bapak Idris itu menggambarkan strategi dalam mendapatkan profit, menjaga kestabilan usaha, meningkatkan perputaran modal kerja sambil pentingnya membangun relasi bisnis jangka panjang dengan konsumen. Lambatnya etnis Timor dalam menyerap pelajaran strategi dagang dari interaksinya dengan pedagang Bugis, itu justru memberikan daya saing yang lebih baik kepada pedagang Bugis di pasar Oesapa. Selain itu, kondisi yang digambarkan oleh bapak

Idris tentang adanya proses pengkaderan generasi guna menerima pewarisan budaya dagang itu, memang benar adanya, dapat dilihat dari fakta berikut ini.



Gambar 17. Foto kondisi anak pedagang Bugis yang dilibatkan dalam kegiatan usaha orang tuanya di Kios Sembako.



Gambar 18. Foto kondisi anak pedagang Bugis - Jawa yang dilibatkan dalam kegiatan usaha orang tuanya, sedang melayani pelanggan.

Sementara itu di sisi lain, ibu Orpa Tameon (52 tahun) pedagang etnis Timor, justru memberikan informasi bahwa,

“*Katong* (kita) orang Timor yang kerja di pasar ini masing-masing urus dagangan sendiri-sendiri. *Katong* (kita) tidak baku bantu. *Sonde* (tidak) ada yang jadi ketua seperti pedagang orang Bugis. *Katong* kadang juga *sonde* saling kenal karena, hanya namanya saja *katong* orang Timor, tapi kan kampungnya lain-lain.”

Penjelasan ibu Orpa Tameon itu menggambarkan penilaian subjektif berdasarkan pengalamannya tentang komunikasi sosial yang terbangun di antara para pedagang Timor yang terkesan individualistis karena tidak saling kenal, juga tidak mengakrabkan diri, dan juga tidak memiliki figur yang dapat merangkul mereka dalam sebuah perkumpulan pedagang etnis Timor, sebagaimana ia bandingkan dengan keakraban yang terlihat pada pedagang etnis Bugis.

Hal ketidak-akraban antara satu pedagang dengan pedagang etnis Timor lainnya, tampaknya juga dipengaruhi oleh terpecah-pecahnya tempat jualan pedagang etnis Timor di dalam pasar Oesapa. Mereka berjualan di sela-sela tempat usaha pedagang Bugis, bergantung pada ijin pemakaian tempat / lahan yang diberikan oleh pemilik lahan yang kini didominasi oleh pedagang dan nelayan Bugis.

Semua fenomena interaksi dagang, yang terjadi di pasar tradisional Oesapa tersebut menunjukkan perbedaan orientasi dagang, cara beradaptasi dan pola pewarisan budaya dagang yang mempengaruhi daya saing masing-masing kelompok etnis di pasar Oesapa Kota Kupang.

C. Diskusi Teoritis dan Temuan Penelitian

1. Diskusi Teoritis

a. Fenomena Interaksi Budaya antar Pedagang Etnis Timor dengan Pedagang Etnis Bugis

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz untuk menganalisis fenomena dan dinamika interaksi budaya serta sosial antara

pedagang etnis Timor dan Bugis di Pasar Tradisional Oesapa, Kota Kupang. Fenomenologi Schutz berfokus pada pemahaman dunia kehidupan (*Lifeworld* atau *Lebenswelt*) dari perspektif intersubjektif individu yang terlibat dalam interaksi tersebut. Melalui perspektif ini, kita dapat memahami bagaimana pedagang dari kedua etnis tersebut memberikan makna pada tindakan mereka dan bagaimana makna tersebut membentuk pola interaksi budaya dan sosial yang unik di pasar ini.

Alfred Schutz mengembangkan pendekatan fenomenologi untuk memahami tindakan sosial sebagai hasil dari makna yang diberikan oleh individu pada dunia sosial di sekitarnya. Schutz menekankan bahwa individu bertindak berdasarkan "konstruksi makna" yang mereka bangun dari pengalaman subjektif mereka dalam konteks sosial tertentu. Dalam konteks pasar tradisional Oesapa, pedagang dari etnis Timor dan Bugis masing-masing memiliki konstruksi makna yang berbeda terhadap aktivitas perdagangan mereka, yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, sejarah, dan kondisi sosial ekonomi mereka.

Schutz menyebutkan bahwa tindakan sosial tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal tetapi juga oleh pemahaman intersubjektif individu tentang dunia mereka (Schutz, 1972). Dalam penelitian ini, pemahaman subjektif pedagang terhadap interaksi budaya dan sosial di pasar ini menjadi fokus utama untuk memahami dinamika yang terjadi.

Berdasarkan dua tujuan utama yang telah dibahas di muka, maka secara teoritis dapat dilakukan suatu dialektika teori sebagai berikut:

1) Interaksi Budaya Dagang:

Fenomenologi Schutz memungkinkan kita untuk melihat bagaimana pedagang etnis Timor dan Bugis mengkonstruksi makna dari interaksi budaya mereka di pasar. Pedagang Bugis, misalnya, memberikan makna pada penguasaan lahan dan modal sebagai strategi untuk menjamin keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang. Hal ini terlihat dari observasi bahwa banyak pedagang Bugis yang berinvestasi dalam properti pasar dan menyewakan tempat kepada pedagang lain, seperti yang dialami oleh Salma dan Deni Manoh.

Dari perspektif Schutz, tindakan ini dapat dilihat sebagai upaya untuk membangun "*stock of knowledge*" atau pengetahuan bersama yang menjadi dasar bagi interaksi lebih lanjut (Schutz, 1967). Dengan menguasai lahan, pedagang Bugis tidak hanya mengamankan posisi ekonomi mereka tetapi juga menciptakan struktur sosial yang mempengaruhi bagaimana interaksi budaya terjadi di pasar ini. Pedagang Timor, di sisi lain, mengadaptasi strategi dagang mereka dengan mempelajari cara-cara pengelolaan keuangan dari pedagang Bugis, yang menunjukkan adanya proses pembelajaran dan adaptasi budaya yang terjadi di pasar.

2) Dinamika Interaksi Sosial:

Dinamika interaksi sosial antara pedagang etnis Timor dan Bugis di Pasar Oesapa juga dapat dianalisis melalui kacamata fenomenologi Schutz. Dalam hal ini, interaksi sosial dipandang sebagai tindakan yang diwarnai oleh makna subjektif yang diberikan oleh para pedagang. Sebagai contoh, Deni Manoh menyebutkan bahwa ia merasa aman berinteraksi dengan pedagang

Bugis karena adanya saling pengertian dan kesepakatan tidak tertulis untuk menjaga hubungan baik. Ini adalah salah satu bentuk "*recipe knowledge*" atau pengetahuan praktis yang digunakan oleh individu dalam kehidupan sehari-hari untuk mengatasi situasi sosial yang kompleks (Schutz, 1970).

Interaksi sosial ini tidak hanya bersifat transaksional tetapi juga mengandung dimensi emosional dan budaya. Misalnya, meskipun ada perbedaan etnis dan agama, pedagang Timor seperti Oktovianus Tafuli dan Orpa Tameon menunjukkan sikap saling menghormati dan menjaga perasaan satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial di pasar ini dibentuk oleh makna-makna yang lebih dalam, yang berkaitan dengan nilai-nilai kebersamaan dan toleransi yang dipegang oleh masing-masing kelompok etnis.

3) Konflik dan Kerjasama dalam Perspektif Schutz:

Schutz menekankan bahwa konflik dan kerjasama dalam interaksi sosial adalah hasil dari interpretasi subjektif individu terhadap situasi yang dihadapi. Dalam kasus Pasar Oesapa, minimnya konflik dan tingginya tingkat kerjasama antara pedagang Timor dan Bugis dapat dipahami sebagai hasil dari proses intersubjektivitas, di mana individu dari kedua etnis tersebut saling memahami dan menghargai makna tindakan satu sama lain.

Sebagai contoh, Orpa Tameon (42 tahun) menyatakan bahwa ia merasa tidak dirugikan meskipun tempat jualannya harus dipindahkan karena disewa oleh pedagang Bugis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi konflik, makna yang diberikan oleh Orpa terhadap situasi tersebut lebih condong pada penerimaan dan adaptasi, yang pada akhirnya menghindarkan

terjadinya konflik terbuka. Dari perspektif Schutz, hal ini mencerminkan adanya "*mutual tuning-in relationship*," di mana individu saling menyesuaikan diri untuk mencapai pemahaman bersama yang dapat mengurangi potensi konflik (Schutz, 1970).

Pedagang etnis Timor di Pasar Tradisional Oesapa sebagian memahami dan memberi makna pada praktik perdagangan mereka melalui berbagai cara yang mencerminkan budaya, nilai, dan kearifan lokal mereka. Namun ada juga yang dikarenakan faktor jenis kelamin dan umur, tingkat pendidikan, suku bangsa (etnisitas), dan pemahaman kegamaan, membentuk cara mereka merefleksi posisi dirinya dalam berinteraksi dan menghayati pekerjaannya sebagai pedagang.

Dinamika interaksi sosial antara pedagang etnis Timor dan Bugis di Pasar Oesapa juga dapat dianalisis melalui kacamata fenomenologi Schutz. Dalam hal ini, interaksi sosial dipandang sebagai tindakan yang diwarnai oleh makna subjektif yang diberikan oleh para pedagang. Proses evolusi dagang dalam dinamika interaksi budaya dagang etnis Timor dan etnis Bugis berjalan melalui sebuah evolusi panjang menghasilkan sebuah kesadaran yang nampak tentang pasar tradisional sebagai pusat perekonomian yang baik bagi masing-masing etnis.

Fenomena interaksi berupa kerjasama, persaingan dan konflik yang terjadi dalam kawasan pasar tradisional merupakan sebuah hasil yang ditampakkan dari sebuah proses adaptasi masing-masing etnis menjadi sebuah realitas bahwa kehadiran pasar tradisional Oesapa merupakan hasil dari kesadaran sosial pedagang etnis Timor dan etnis Bugis di Kelurahan Oesapa

menjadi salah satu pusat perekonomian penting masyarakat dan pemerintah Kota Kupang.

b. Dinamika Interaksi Sosial Pedagang Etnis Timor dan etnis Bugis pada Pasar Tradisional

Kajian mengenai dinamika interaksi sosial pedagang tradisional di pasar tradisional memerlukan pendekatan yang mencakup aspek sosiologis, ekonomi, dan budaya. Dalam konteks pasar tradisional Oesapa, merupakan wilayah hunian masyarakat nelayan yang memiliki keragaman etnik dan tradisi yang turut membentuk pola interaksi sosial antara pedagang dan masyarakat. Dalam konteks ini, pedagang tradisional memainkan peran penting, tidak hanya dalam ekonomi, tetapi juga dalam menjaga nilai-nilai budaya yang berlangsung secara turun-temurun.

Dinamika budaya dalam interaksi sosial antara pedagang etnis Timor dan pedagang etnis Bugis di pasar tradisional Kota Kupang mencakup berbagai aspek budaya dan sosial yang memengaruhi cara mereka berkomunikasi, bernegosiasi, bekerja sama, bersaing, dan membangun solidaritas. Interaksi ini mencerminkan perpaduan nilai, norma, serta tradisi yang dibawa masing-masing etnis ke dalam lingkungan pasar, menciptakan suatu ekosistem dagang yang khas dan kompleks. Berikut ini adalah aspek-aspek utama dari dinamika budaya yang menjadi substansi dalam interaksi dagang antara kedua etnis tersebut:

1) Perbedaan dan penyesuaian nilai budaya

Etnis Timor umumnya menempatkan nilai kekeluargaan sebagai aspek penting dalam kehidupan sosial mereka. Dalam interaksi pasar, nilai ini

sering diterjemahkan menjadi pola komunikasi yang ramah dan penuh penghargaan, bahkan dengan pedagang dari etnis lain.

Etnis Bugis terkenal dengan budaya merantau yang kuat. Pedagang Bugis biasanya sudah terbiasa berinteraksi dengan berbagai budaya lokal di wilayah perantauan mereka. Hal ini memudahkan mereka dalam menyesuaikan diri dengan budaya Timor dan mengadopsi nilai atau norma lokal untuk menciptakan hubungan harmonis di lingkungan pasar.

Interaksi antara pedagang Timor dan Bugis di pasar tradisional Oesapa Kota Kupang menunjukkan adanya penyesuaian nilai dari kedua belah pihak. Misalnya, pedagang Bugis menyesuaikan cara berkomunikasi atau pola tawar-menawar untuk lebih mendekati cara masyarakat Timor, sementara pedagang Timor mungkin mengapresiasi keterampilan dagang Bugis.

2) Pola Komunikasi dan Bahasa

Pola komunikasi antara pedagang tradisional dan pembeli di pasar tradisional Oesapa kerap kali melibatkan interaksi yang bersifat personal dan informal, lebih terkesan pragmatis dan tidak bersifat formal. Proses tawar-menawar misalnya, bukan sekadar transaksi ekonomi tetapi juga wadah bagi pertukaran nilai sosial dan budaya. Hal itu ditampakkkan antara lain dalam bentuk penggunaan bahasa lokal dan pola komunikasi yang akrab dan fleksibel.

Terkait penggunaan bahasa lokal disadari merupakan alat penting dalam interaksi dagang, dan sering kali pedagang etnis Bugis yang merantau di Kupang mempelajari bahasa lokal atau setidaknya istilah-istilah penting dalam bahasa Timor untuk mempermudah komunikasi dan menunjukkan rasa

hormat. Penggunaan bahasa atau dialek lokal ini membantu menciptakan ikatan sosial yang lebih kuat. Upaya membangun komunikasi yang akrab dan fleksibel dalam budaya Pulau Timor sering kali dirasakan penting untuk membangun kerjasama dagang. Pedagang Bugis yang berasal dari budaya dagang Bugis yang kuat dapat menyesuaikan diri dengan pola ini, sehingga tercipta interaksi yang hangat dan penuh pengertian di antara mereka.

3) Tradisi tawar-menawar dan negosiasi

Proses tawar-menawar sebagai bentuk interaksi budaya. Di pasar tradisional, tawar-menawar tidak hanya dianggap sebagai aspek ekonomi, tetapi juga merupakan bentuk interaksi sosial dan budaya. Etnis Timor sering kali menekankan rasa saling pengertian dan menghargai saat menawar harga. Sementara itu, pedagang Bugis yang memiliki keterampilan negosiasi yang kuat bisa saja memanfaatkan keahlian ini untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan, tetapi mereka juga menunjukkan adaptasi terhadap norma lokal agar tidak dianggap terlalu agresif.

Baik pedagang Timor maupun Bugis mengutamakan kepercayaan dalam transaksi mereka. Kesepakatan harga atau kualitas barang sering kali bergantung pada reputasi dan rasa saling percaya, sehingga hubungan jangka panjang antara pedagang bisa terjalin dengan baik.

4) Solidaritas dan dukungan sosial antar etnis

Solidaritas dalam pasar tradisional ditunjukkan melalui gotong royong atau kerja sama yang erat antara pedagang; yang mana dalam budaya Timor disebut dengan istilah "*baku-bantu*", misalnya dengan saling menjaga lapak ketika salah satu pedagang pergi atau berbagi informasi mengenai pemasok

barang yang murah. Gotong royong ini tercipta dari nilai-nilai sosial dan budaya lokal yang menekankan kebersamaan.

Etnis Bugis yang memiliki jaringan dagang kuat sering kali mendukung pedagang lain dalam hal pemasokan barang atau bahkan permodalan, sedangkan pedagang Timor menawarkan dukungan berupa bantuan fisik atau jaringan sosial lokal. Bentuk solidaritas ini memperkuat hubungan kedua etnis dalam menghadapi persaingan dagang di pasar.

Jadi interaksi yang terbanung menggambarkan adanya Praktik Gotong Royong di kalangan pedagang di pasar tradisional dan juga terbentuknya jaringan dagang yang memungkinkan dukungan finansial bilamana diperlukan.

5) Persaingan sehat dan dinamika ekonomi antar-etnis

Pedagang Bugis dikenal memiliki etos kerja yang kuat dan keahlian dalam berdagang, yang memungkinkan mereka untuk menawarkan harga yang kompetitif atau memperoleh barang dagangan berkualitas. Pedagang Timor, di sisi lain, sering kali mengandalkan kedekatan dengan pelanggan lokal dan pendekatan yang lebih bersahabat.

Persaingan antara pedagang Timor dan Bugis di satu sisi menciptakan ketegangan dalam mendapatkan pelanggan, tetapi di sisi lain juga memperkuat daya tarik pasar bagi pembeli, karena variasi barang dan pelayanan yang berbeda. Persaingan ini biasanya tetap dalam batas wajar dan menjadi dorongan bagi pedagang untuk meningkatkan pelayanan.

6) Simbol budaya dalam pola konsumsi, lapak dan barang dagangan

Budaya lokal di Pulau Timor, dengan adat dan nilai-nilai yang kuat, turut mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Pedagang tradisional sering kali menyesuaikan jenis barang dagangan mereka sesuai dengan permintaan budaya setempat, seperti penyediaan sirih pinang, kain tenun ikat khas Timor atau makanan tradisional yang sering dibutuhkan untuk acara-acara adat.

Dalam usaha menarik pelanggan, pedagang dari kedua etnis mungkin menampilkan elemen budaya mereka, seperti dekorasi lapak yang mencerminkan identitas budaya masing-masing. Misalnya, pedagang Timor mungkin dapat menghiasi lapak dengan kain tenun ikat khas Timor, namun dalam konteks pasar tradisional Oesapa, para pedagang etnis Timor tidak melakukannya, yang ditampilkan pedagang etnis Timor justru budaya petani subsisten yang dibawa ke areal pasar, sehingga menganggap pasar bagaikan kebun yang tidak perlu dibuatkan bangunan permanen sebagai tempat yang aman bagi barang dagangannya; sementara pedagang Bugis sangat memperhatikan aspek tempat yang permanen sebagai lapak dagangannya, dan juga tempat istirahat bahkan hunian yang aman bagi keluarganya.

Pedagang Bugis di pasar tradisional Kota Kupang bisa membawa barang dagangan yang berasal dari Sulawesi atau khas Bugis, sementara pedagang Timor menawarkan barang yang mewakili budaya dan identitas Timor. Hal ini menciptakan interaksi budaya melalui pertukaran barang yang secara simbolis mewakili identitas masing-masing etnis.

7) Identitas dan persepsi antar etnis

Terkadang, terdapat persepsi tertentu tentang masing-masing etnis yang memengaruhi cara mereka diperlakukan di pasar. Etnis Bugis sering kali diasosiasikan dengan keahlian berdagang dan keberanian dalam merantau, sementara etnis Timor dianggap sebagai masyarakat asli yang menjaga norma dan nilai lokal. Stereotip ini dapat menjadi dasar bagi terbentuknya persepsi positif atau penghargaan atas kemampuan dagang masing-masing.

Meskipun memiliki perbedaan budaya, interaksi antara pedagang Timor dan Bugis dalam jangka panjang sering kali membentuk suatu identitas pasar yang baru, di mana kedua etnis saling beradaptasi dan mengembangkan kebiasaan bersama yang unik bagi pasar tradisional tersebut.

Dari kajian tersebut, dapatlah disimpulkan bahwa aspek utama dari dinamika budaya dalam interaksi sosial pedagang Timor dan Bugis di pasar tradisional Oesapa Kota Kupang adalah adanya saling adaptasi, penghargaan atas nilai-nilai budaya masing-masing, serta solidaritas dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan. Interaksi ini menciptakan ruang sosial yang memungkinkan terjadinya pertukaran budaya, di mana nilai kekeluargaan dan gotong royong dari masyarakat Timor bertemu dengan etos kerja dan keterampilan dagang masyarakat Bugis. Hasil dari dinamika ini adalah terciptanya hubungan yang memperkaya pengalaman perdagangan dan kehidupan sosial di pasar, yang diwarnai oleh perpaduan budaya lokal etnis Timor dan budaya perantauan etnis Bugis.

2. Temuan Penelitian

Pada dasarnya dalam dunia dagang, selalu melibatkan kemauan untuk memulai, bertahan dan melanjutkan usaha yang telah dirintis. Untuk itu perlu pedagang perlu memiliki kesadaran diri tentang posisi diri, posisi mitra dan pesaing di lingkungan terdekat. Kemampuan untuk mengenali lingkungan interaksi dan beradaptasi, membaca peluang dan memanfaatkan peluang dalam memanfaatkannya, akan melahirkan pula kemampuan untuk membangun jaringan kerjasama.

Akan tetapi kerjasama yang terbentuk, kadang melahirkan kompetisi di antara pedagang, bahkan konflik kepentingan. Untuk itu kemauan dan kemampuan untuk memadukan unsur-unsur bauran pemasaran (*mix marketing*) yakni Produk, Harga, Tempat dan Promosi (*Product, Price, Place, Promotion*) agar produk yang ditawarkan memiliki harga yang bersaing (tidak terlalu mahal dan sebaliknya), yang ditempatkan pada tempat yang mudah dilihat dan dijangkau oleh pedagang dan konsumen, serta serta promosi yang telah dilakukan akan memberikan pengalaman berharga dalam mengembangkan usaha dagang; untuk selanjutnya perlu diwariskan sebagai etos kerja.

Berpijak pada temuan hasil penelitian dan diskusi teoritik yang telah dipaparkan di atas tentang fenomena interaksi budaya yang meliputi perilaku kerjasama, kompetisi dan konflik yang dipahami secara subjektif, dan dimaknai (diinterpretasikan) secara sadar oleh beberapa pedagang etnis Timor berdasarkan pengalaman hidup (*lifeworld*) mereka di pasar tradisional Oesapa Kupang, terlihat bahwa meskipun telah terjadi interaksi budaya dengan pedagang etnis pendatang yang terjadi puluhan tahun, namun interaksi itu hanya membawa efek imitasi yang sangat kecil bagi pedagang etnis Timor. Hal ini terlihat dari pilihan komoditas

dagang pedagang etnis Timor yang cenderung statis (tidak berubah), dimana mereka memilih untuk berjualan produk pertanian lokal, dan tidak ada proses pewarisan budaya dagang yang berdaya saing tinggi.

Terkait fenomena pewarisan budaya dagang, ada beberapa temuan penting yang ditemukan dalam penelitian ini yakni:

- a. Pedagang etnis Timor menjadikan pekerjaan sebagai pedagang di pasar Oesapa, bukan sebagai pilihan utama karena sejatinya kondisi kultur masyarakat Timor yang menjadi pedagang di pasar tradisional Oesapa, umumnya merupakan pendatang lokal yang mulanya bermukim di perkampungan atau pedesaan di pulau Timor.
- b. Budaya dagang pada kalangan pedagang etnis Timor tidak bertumbuh dengan baik, karena masih adanya ketakutan untuk berkorban sementara dalam bentuk investasi modal berupa tempat usaha. Pedagang etnis Timor umumnya, lebih berharap anak-anak mereka dapat mencapai pendidikan tinggi, lalu bisa bekerja sebagai PNS, TNI dan Polri. Karena itu mereka lebih memilih orientasi berinvestasi pada pendidikan anak-anaknya sehingga anak-anaknya dapat mengenyam pendidikan yang tinggi. Akibatnya, orientasi pada pemupukan modal usaha dagang sangat minim dan menghambat keinginan bersaing pada bidang usaha dagang. Hal tampaknya merupakan wujud dari pemaknaan *lifeworld* yang ditangkap sebagai *stok of knowledge* yang masih susah diubah.
- c. Ketiadaan tempat permenan di pasar, berdagang dengan tempat dagang beralaskan karung / terpal, jumlah persediaan barang dagang yang kecil (sedikit), juga kebiasaan menggunakan pakaian seadanya (tidak rapi) bagi pedagang etnis Timor, berdampak pada pandangan (*image*) sebagian orang bahwa pedagang

etnis Timor terlihat lebih memprihatinkan dibandingkan pedagang etnis Bugis. Namun pedagang etnis Timor tidak menjadikan pengalaman hidupnya itu sebagai pengetahuan (*recipe knowledge*) untuk memperbaiki citra usahanya.

- d. Karena ketakutan berinvestasi itu, maka pedagang etnis Timor selanjutnya tidak berani menempatkan anak-anak mereka ke dalam lingkungan pasar untuk mengenal dinamika perdagangan dan suasana lingkungan pasar yang penuh dengan interaksi kerjasama, persaingan dan konflik kepentingan. Akibatnya anak-anak mereka tidak mewarisi secara langsung naluri (intuisi) dan budaya dagang dari orang tuanya.
- e. Adanya keberhasilan dalam bidang pendidikan, maupun keberhasilan meraih pekerjaan sebagai PNS pada sebagian anak-anak pedagang etnis Timor ternyata tidak berdampak besar pada kecepatan perputaran mata rantai pendapatan ekonomi keluarga, karena masa tunggu untuk mendapatkan penghasilan itu perlu sebulan baru diperoleh dalam bentuk gaji. Sementara hasil yang diperoleh dalam interaksi dagang lebih menjanjikan perputaran yang cepat, namun bukan jadi pilihan utama. Hal yang berbeda dalam budaya etnis Bugis ketiga berdagang, mereka berupaya memanfaatkan pemupukan laba lewat perputaran modal mereka dengan mata rantai yang pendek, yakni uang – barang – uang.
- f. Ketika anak-anak pedagang etnis Timor yang gagal dalam pendidikan, atau gagal meraih pekerjaan sebagai PNS atau TNI, dan ada sebagian yang terpaksa mesti terjun ke wilayah perdagangan, misalnya di pasar tradisional, maka anak-anak mereka mesti belajar dari awal bagaimana mesti beradaptasi dari dasar dengan lingkungan pasar; termasuk mulai belajar dari dasar tentang bagaimana mereka seharusnya belajar tentang cara bekerjasama, bersaing, menata konflik agar

hidup, tumbuh, dan berkembang (*life, survive, and growth*) secara harmonis dengan pedagang etnis lainnya.

- g. Ketika anak-anak (generasi muda) pedagang etnis Timor yang mesti belajar dari dasar itu, berimplikasi pada muatan *recipe-knowledge* mereka yang cenderung statis terus berada pada “tingkatan dasar”, dan tidak melanjutkan pelajaran tingkat dasar itu ke jenjang “pelajaran lanjutan” berpijak pada pengalaman orang tua mereka yang telah lebih dahulu melewati sekian banyak peristiwa interaksi dagang. Mereka mengulang lagi posisi orang tua mereka menjadi sekedar pedagang berkategori “pedagang subsistensi bahkan pedagang semu”, dan tidak pernah beranjak menjadi pedagang semi-profesional atau pedagang profesional. Akibatnya budaya dagang pada generasi etnis Timor tidak bertumbuh kembang.
- h. Sementara itu, pedagang etnis Bugis, yang berani berinvestasi tempat usaha, anak-anak (generasi muda) mereka mendapatkan tempat berlindung dalam hunian yang aman dan lingkungan belajar tentang dunia dagang sedari kecil, dari pelajaran “tingkat dasar” yang terus berlanjut ke “pelajaran lanjutan” jenjang yang lebih tinggi, karena selalu mendapatkan tuntunan dan koreksi dari orang tua mereka, sehingga tumbuh “intuisi natural” yang kemudian menjadi budaya bersaing adaptif muncul secara alamiah dan mereka mengalami pertumbuhan budaya dagang yang sangat kompetitif dan inovatif, bertumbuh dari pedagang sembako, menjadi pengusaha besar atau pemodal (investor).
- i. Pelajaran-pelajaran yang diperoleh oleh pedagang etnis Bugis sewaktu mereka mengurus Ijin Membangun (IMB) dan Surat Ijin Tempat Usaha (SITU) memberikan pelajaran bahwa betapa pentingnya memahami administrasi; dan hal

ini yang justru tidak dimiliki oleh pedagang etnis Timor di pasar Oesapa pada umumnya.

Interaksi pedagang kedua etnis sebagaimana diuraikan itu memberikan gambaran betapa latar belakang (*Biographically Determind*) seseorang sangat mempengaruhi intersubjektivitas mereka dalam memaknai secara sadar *lifeworld* mereka ketika harus membangun kerjasama, berkompetisi dan mengatasi potensi konflik di pasar tradisional Oesapa.

Fenomena interaksi budaya pedagang etnis Timor dan Bugis di pasar tradisional Oesapa Kupang, mencerminkan adanya asimilasi budaya, akulturasi budaya dan persaingan ekonomi yang bersifat saling mendukung dalam simbiosis mutualisma. Ada perpaduan intersubjektivitas antar kedua kelompok etnis pedagang yang ditampilkan dalam interaksi sosial berbentuk kerja sama, persaingan dan konflik. Secara singkat, ditemukan aspek-aspek utama fenomena interaksi dagang sebagai berikut:

a. Kerjasama:

Pedagang Timor dan Bugis terkadang bekerja sama, terutama dalam hal penyewaan lapak dan pengelolaan barang dagangan. Pedagang Bugis, dengan penguasaan modal dan lahan, sering kali menyewakan tempat usaha kepada pedagang Timor yang fokus pada komoditas lokal. Namun konsumsi pedagang etnis Timor akan produk yang diperdagangkan oleh pedagang etnis Bugis lebih banyak jika dibandingkan konsumsi pedagang etnis Bugis terhadap barang dagang yang dijual oleh pedagang Timor.

Pedagang etnis Timor yang tidak memiliki lahan, tidak memiliki lapak kios, menjadi penyewa sekaligus penyumbang pendapatan bagi pedagang

etnis Bugis. Apalagi penyedia produk berupa ikan laut, baik ikan kering maupun ikan segar didominasi oleh pedagang etnis Bugis yang juga memiliki usaha sampingan sebagai nelayan penangkap ikan di pantai Oesapa yang langsung bersisian dengan pasar tradisional Oesapa, menciptakan ketergantungan yang besar, juga berkelanjutan bagi semua pedagang etnis Timor yang membutuhkan produk ikan sebagai bahan konsumsi rumah tangganya. Sementara itu, bila pedagang Bugis membutuhkan barang konsumsi berupa sayuran, rempah dan buah-buahan lokal yang umumnya menjadi komoditas dagang pedagang etnis Timor, mereka lebih mudah memperolehnya dengan harga lebih murah karena kondisi ketergantungan pedagang etnis Timor terkait status penyewa lapak atau teras ruko (rumah toko) pedagang Bugis yang ditumpangi secara gratis oleh pedagang etnis Timor.

Kondisi persaingan harga di antara sesama pedagang etnis Timor, yang umumnya bekerja secara individual, dikarenakan komunikasi yang renggang antara pedagang etnis Timor yang datang dari kampung / desa yang berbeda juga berkontribusi pada lemahnya daya saing. Apalagi kondisi pedagang etnis Timor di pasar Oesapa lebih dominan ditekuni oleh perempuan (ibu-ibu) dibanding laki-laki, membuat situasi persaingan dagang lebih menempatkan pedagang etnis Timor di pasar tradisional ini bagaikan “tamu penggembara” (*happy guest*) atau “penyemarak suasana” (“*Market Cheerleader*”). Sementara pedagang etnis Bugis di pasar Oesapa sebagian besar tergabung dalam organisasi sosial kemasyarakatan KKSS (Kerukunan Keluarga Sulawesi Selatan), IWSS (Ikatan Wanita Sulawesi Selatan) dan

Kelompok Nelayan “Elang Laut” menjadikan posisi daya saing komunitas pedagang etnis Bugis menjadi tidak tertandingi.

Bila musim hujan tiba, dimana angin laut kencang menerpa, air hujan turun derasnya, suasana ketergantungan pedagang etnis Timor terhadap teras lapak pedagang Bugis sebagai tempat berteduh sangat terasa, sekaligus menampilkan kesan yang memprihatinkan. Namun sikap akomodatif dan toleran yang ditunjukkan oleh rata-rata pedagang Bugis, tampaknya menjadi bibit baik bagi persepsi pedagang etnis Timor terhadap suasana kerjasama dan adaptasi antar budaya yang tercipta secara alamiah. Hal ini menumbuhkan suatu pemahaman intersubjektifitas antar pedagang dua etnis yang berbeda untuk saling menjaga, saling “*baku bantu*” (saling tolong), ketika salah satu mengalami kesulitan.

Adanya, penerimaan pedagang etnis Bugis terhadap remaja dan pemuda beretnis Timor yang menjadi pramuniaga di kios-kios sembako milik pedagang Bugis menumbuhkan kohesi sosial, dan penerimaan dari hati, serta suatu kesadaran balas-budi berdasar *stock of knowledge* pedagang etnis Timor yang melihatnya, sehingga kehadiran pedagang Bugis saat penelitian ini dilakukan sangat terasa tidak dianggap sebagai warga pendatang bagi kalangan pedagang etnis Timor.

Konteks relasi yang tercipta itu menerangkan bahwa, kerjasama antara pedagang etnis Timor dan etnis Bugis tidak hanya pada aspek materil saja akan tetapi pada aspek psikologis sebagai suatu pengalaman kolektif mereka yang digunakan secara sadar untuk menghadapi tantangan bersama di lingkungan pasar Oesapa. Pedagang dari kedua etnis saling menjaga perasaan

dan tidak saling mengganggu, yang menunjukkan adanya relasi sosial yang kuat di antara mereka.

b. Persaingan:

Meskipun ada kerja sama, persaingan tetap ada dalam hal penguasaan lahan dan dominasi pasar. Pedagang Bugis yang cenderung memiliki modal lebih besar sering mendominasi perdagangan komoditas yang lebih menguntungkan, sementara pedagang Timor tetap berfokus pada produk lokal dengan margin keuntungan yang lebih rendah.

Pada aspek persaingan, satu aspek yang sulit dimiliki oleh pedagang etnis Timor dibanding pedagang etnis Bugis, yakni spirit etos kerja dagangnya yang melibatkan nilai-nilai transendental, yang memandang usaha dagang sebagai sarana ibadah, atau sarana untuk membiayai perjalanan ibadah haji ke Mekah – Saudi Arabia. Predikat haji juga dipandang sebagai suatu prestise sosial di dalam kalangan komunitas pedagang etnis Bugis yang menjadi pendorong semangat mereka dalam meraih keberhasilan usaha dagang lewat perjuangan lahir maupun batin.

Hal yang berkaitan dengan kepastian identitas usaha, kepastian alamat hunian tetap dengan dukungan administrasi seperti KTP penduduk Kota Kupang, Surat Ijin Tempat Usaha, Surat Izin Usaha Perdagangan, menciptakan *image* positif lembaga keuangan di Kota Kupang terhadap profil pedagang Bugis, apalagi identitas haji juga memberikan menumbuhkan citra positif kepada pedagang etnis Bugis dalam mendapatkan kredit perbankan maupun dari jaringan kerja yang intim sesama etnis Bugis.

Bagaimanapun, dengan kondisi itu pedagang etnis Bugis lebih mudah mendapatkan kemudahan akses terhadap kredit perbankan yang menekankan terpenuhinya syarat kredit 5C yakni *Character* (sifat dasar debitur), *Capacity* (kapasitas debitur), *Capital* (modal debitur), *Collateral* (agunan debitur), dan *Condition* (kondisi debitur); sebagai kombinasi penilaian kualitatif – kuantitatif perbankan modern terhadap mitra usahanya. Di sisi lain, bagi pedagang etnis Timor di pasar Oesapa kesulitan membangun kepercayaan berdasarkan syarat 5C tersebut.

c. Konflik:

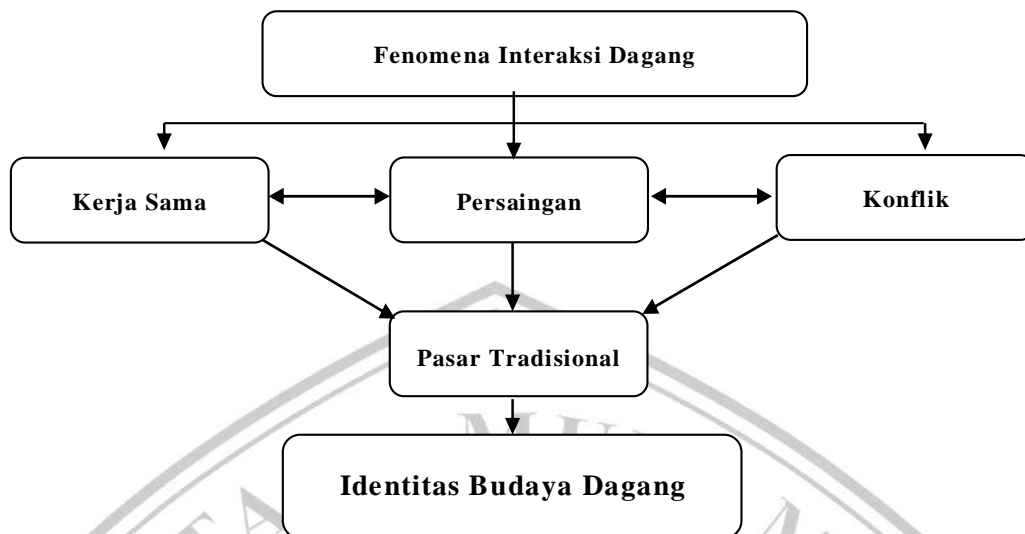
Konflik secara fisik hampir tidak pernah terjadi lagi selama 10 tahun terakhir. Kedua kelompok etnis pedagang secara sadar menggunakan *stock of knowledge* tentang tragedi kerusuhan di pasar Oesapa akibat kecemburuan sosial bernuansa SARA pada tahun 1998, sebagai *recipe knowledge* (resep pengetahuan) untuk menghindari konflik sedapat mungkin. Jarang terjadi perdebatan lisan secara langsung terkait interaksi dagang, namun ketimpangan ekonomi antara kedua etnis ini terlihat jelas. Pedagang Bugis yang lebih adaptif terhadap perubahan ekonomi cenderung lebih sukses dalam mengelola bisnis di pasar tradisional.

Tidak pernah terjadi, bukan berarti tidak mungkin terjadi, karena aspek psikologis manusia sangatlah dinamis dan tidak langsung nampak di permukaan perilaku. Aspek-aspek kritis seperti dominasi ekonomi, perbedaan akses distribusi barang, perebutan lokasi strategis untuk berjualan dan parkir kendaraan, perbedaan budaya, komunikasi yang kurang efektif, dan

prasangka etnis serta kecemburuan sosial dapat menjadi pemicu konflik sosial yang mengganggu interaksi dagang di pasar tradisional ini.

Jadi dengan demikian, dapatlah diperoleh gambaran bahwa interaksi ekonomi antara pedagang Timor dan Bugis di Pasar Oesapa dipengaruhi oleh budaya, perbedaan modal, pendidikan, penguasaan lahan, strategi dagang (pilihan produk tahan lama dan mata-rantai pemasaran yang pendek). Etnis Bugis, yang memiliki akses lebih baik terhadap modal dan **jaringan kerja** yang intim dalam identitas etnis bugis, mendominasi dalam sektor perdagangan, sementara etnis Timor lebih terikat pada komoditas lokal dan sistem perdagangan tradisional yang dikelola secara **individual**.

Realitas temuan penelitian ini tentu saja berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang ditemukan oleh Sutanto (2017) dengan judul “Relasi Kekuasaan dan Identitas Etnis dalam Pasar Tradisional: Kasus Pasar Oesapa di Kupang” yang menyatakan pedagang dari etnis pendatang cenderung memiliki posisi lebih dominan dalam transaksi perdagangan, yang **sering kali menciptakan ketegangan dengan pedagang lokal etnis Timor**; karena ternyata baik pedagang etnis Timor maupun etnis Bugis di Pasar Oesapa dapat bekerjasama secara harmonis berdasarkan prinsip saling memahami dan saling menguntungkan atau apa yang disebut oleh Schutz (1970) sebagai "*mutual tuning-in relationship*" (hubungan yang terjadi antara dua pihak yang saling menyesuaikan). Secara skematis, analisis fenomenologi terhadap kondisi tersebut dapatlah dibuat model sebagai berikut:



Gambar 20. Diagram Model Fenomenologi dan Interaksi Budaya Dagang

Secara singkat model tersebut dapat dijelaskan bahwa fenomena interaksi dagang yang terjadi antara etnis yang berbeda di pasar tradisional, dapat dilihat pada aspek-aspek utama yaitu kerjasama, persaingan dan konflik. Aspek-aspek tersebut melahirkan proses belajar yang melahirkan identitas budaya dagang masing-masing etnis. Proses belajar tersebut, diperoleh dari pengalaman hidup, nilai subjektif masing-masing individu pedagang yang berbeda etnis, yang memunculkan kesadaran bagaimana mereka bersikap dalam ketiga aspek interaksi (kerjasama, persaingan dan konflik) itu di masa mendatang, bahkan berdampak pada pilihan orientasi dagang mereka, dan pewarisan budaya dagang.

D. Proposisi Yang Dihasilkan

Proposisi adalah hubungan logis antara dua konsep. Proposisi tidak mempunyai format khusus, namun biasanya proposisi disajikan dalam bentuk kalimat pernyataan yang menunjukkan hubungan antara dua atau beberapa pernyataan. Dimana, hubungan antara beberapa konsep itu dapat menggambarkan realitas yang terbatas

namun bermakna (Singarimbun (1989); Restas (2003); Popper (2005); dalam Zamili, 2016).

Berdasarkan relevansi dengan tujuan penelitian dan pembahasan mengenai interaksi budaya dagang antara pedagang etnis Timor dan Bugis di Pasar Tradisional Oesapa, serta diskusi teoritis yang menggunakan perspektif fenomenologi Alfred Schutz, dapat disusun dua proposisi ilmiah yang relevan. Proposisi ini akan berfungsi sebagai dasar untuk penyusunan model dan teori ilmiah dalam penelitian lanjutan, yaitu:

a. **Proposisi 1 :**

Interaksi budaya dagang antara pedagang etnis lokal dan pendatang di pasar tradisional merupakan fenomena sosial yang dibangun melalui intersubjektivitas dan *stock of knowledge*, di mana makna subjektif individu terhadap pengalaman sehari-hari (*lifeworld*) membentuk pola kerjasama, persaingan, dan konflik.

b. **Proposisi 2:**

Dinamika Kerjasama, persaingan, dan konflik dalam interaksi budaya dagang di pasar tradisional dipengaruhi oleh dimensi emosional, modal sosial, dan nilai budaya yang diwariskan melalui *stock of knowledge* antar generasi.

Alasan relevansi antara konsep dalam proposisi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. **Proposisi 1** mencerminkan fokus penelitian ini pada makna subjektif dagang, yang menjadi dasar untuk memahami pola interaksi sosial antara pedagang Timor dan Bugis. Dengan mengaitkan konsep intersubjektivitas dan *stock of knowledge*

proposisi ini juga mengaitkan pengalaman individu (*lifeworld*) dengan hubungan sosial yang lebih luas.

- b. **Proposisi 2.** relevan dengan tujuan penelitian ini yang mengkaji dinamika interaksi sosial yang menemukan pola pewarisan budaya dagang antar generasi. Dengan menekankan peran *stock of knowledge* dan modal sosial, proposisi ini memperjelas bagaimana nilai budaya dan pengalaman dagang diwariskan dan berdampak pada dinamika pola interaksi.

Proposisi pertama memberikan landasan teoretis untuk analisis makna subjektif, sedangkan proposisi kedua memperluas diskusi tentang pewarisan budaya dagang sebagai dinamika yang memengaruhi pola interaksi. Keduanya saling melengkapi dalam mendukung pengembangan hasil penelitian ini, menjadi sebuah teori, atau refleksi untuk upaya praktis pemberdayaan pedagang etnis Timor.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan kajian penelitian serta hasil temuan dan pembahasan teori yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

Fenomena interaksi budaya dagang antara pedagang etnis Timor dan etnis pendatang khususnya etnis Bugis dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan budaya. Pedagang Timor lebih mengutamakan hubungan sosial yang kuat dengan pelanggan lokal, sementara pedagang etnis Bugis sebagai pedagang pendatang yang memiliki modal lebih besar cenderung mendominasi struktur ekonomi di pasar tersebut. Penguasaan lahan dan modal oleh pedagang Bugis merupakan bentuk adaptasi budaya yang memungkinkan mereka untuk mengamankan posisi ekonomi dalam jangka panjang. Ekspansi sumberdaya ekonomi dan adaptasi budaya yang dilakukan itu merupakan suatu pemaknaan berdasar *lifeworld* (pengalaman hidup) yang tersimpan sebagai makna sosial dan *stock of knowledge* (perbendaharaan pengetahuan) yang diperoleh melalui komunikasi dan pemahaman bersama di masyarakat (intersubjektivitas). Selain itu ada nilai-nilai transedental yang menjadi spirit etos kerja etnis Bugis dalam berdagang, yakni memandang usaha dagang sebagai sarana ibadah, atau sarana untuk membiayai perjalanan ibadah haji ke Mekah, juga dipandang sebagai suatu prestise atau status sosial di dalam kalangan komunitas pedagang etnis Bugis. Ini merupakan suatu spirit usaha dagang yang unik, dan tidak dimiliki oleh pedagang etnis Timor, yang mayoritas beragama Nasrani. Sementara itu, pedagang Timor menunjukkan fleksibilitas dalam mengadaptasi

strategi dagang yang mereka pelajari dari pedagang Bugis. Interaksi ini mencerminkan proses adaptasi budaya yang saling menguntungkan. Meskipun, harus diakui proses imitasi budaya yang terjadi bertahun-tahun hanya berdampak kecil dalam daya saing pedagang Etnis Timor di bidang ekonomi pada pasar tradisional Oesapa Kota Kupang. Hal itu antara lain dikarenakan pedagang etnis Timor masih terbawa oleh budaya dasarnya sebagai **petani subsisten** di pulau Timor, yang kemudian dibawa ke wilayah pasar yang penuh persaingan. Pedagang Bugis dengan budaya merantau lebih berani melakukan ekspansi ekonomi yang lebih besar, sementara pedagang Timor umumnya memandangnya sebagai sekedar upaya bertahan hidup secara ekonomi. Pandangan masyarakat etnis Timor yang cenderung menghindari pekerjaan sebagai wirausahawan tampaknya juga menjadi faktor yang memperlemah daya saing dan posisi ekonomi mereka di bidang perdagangan. Akan tetapi hal itu berusaha mereka imbangi dengan spirit berinvestasi pada kecerdasan anak-anak mereka untuk memperoleh pendidikan yang lebih tinggi, agar dapat memenangkan persaingan kerja di pemerintahan dengan harapan agar dapat menjadi pemimpin pembangunan di Pulau Timor yang menjadi tanah warisan leluhur etnis Timor.

Dinamika interaksi sosial di Pasar Oesapa menunjukkan intersubjektifitas pedagang dari kedua kelompok etnis, yang memiliki pemahaman bersama, dibangun di atas dasar saling menghormati dan menjaga perasaan. Meskipun ada perbedaan dalam latar belakang budaya dan agama, potensi konflik berhasil diminimalisir melalui proses adaptasi berdasarkan *stock knowledge of lifeworld*. Tingginya tingkat kerjasama dan minimnya konflik antara pedagang Timor dan Bugis dapat dijelaskan melalui perspektif fenomenologi Schutz, di mana interaksi sosial dipandang sebagai

hasil dari pemaknaan subjektif yang diberikan oleh individu terhadap tindakan sosial mereka dalam membangun "*mutual tuning-in relationship*". Hal ini menunjukkan bahwa proses intersubjektivitas yang kuat antara kedua kelompok etnis tersebut memungkinkan terciptanya hubungan yang harmonis di pasar.

B. Implikasi Teori

Fenomenologi Alfred Schutz menawarkan alat analisis yang kuat untuk mengeksplorasi bagaimana pedagang etnis Timor memahami dan memaknai situasi yang mereka hadapi di pasar tradisional. Dengan fokus pada pengalaman subjektif dan cara individu membangun makna dari interaksi sehari-hari, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang dinamika sosial dan budaya yang membentuk perilaku dan strategi dagang pedagang di Pasar Oesapa.

Melalui kerangka Fenomenologi Alfred Schutz, dapat dilihat bahwa makna sosial yang terbentuk di pasar adalah hasil dari interaksi intersubjektif yang dibentuk oleh pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Kesenjangan modal dan ekonomi antara pedagang Bugis dan Timor tidak menghalangi terbentuknya hubungan kerjasama yang harmonis, meskipun persaingan tetap ada di bawah permukaan interaksi sehari-hari.

Hasil penelitian, menunjukkan ada fenomena perbedaan orientasi dagang yang menyolok antara pedagang etnis Timor dengan pedagang etnis Bugis ketika mereka berinteraksi di pasar tradisional Oesapa. Perbedaan aspek-aspek **orientasi dagang**, **pola pewarisan budaya dagang**, dan **spirit transcendental** dalam usaha dagang antara kedua kelompok etnis itu ternyata berdampak pada daya saing ekonomi dan interaksi sosial. Kajian dengan menggunakan aspek-aspek tersebut akan

mempermudah calon peneliti lainnya yang hendak meneliti tentang persoalan kemiskinan budaya dan persaingan ekonomi di pasar-pasar tradisional di Indonesia.

Penelitian ini diharapkan mampu menyuguhkan wawasan baru tentang bagaimana interaksi sosial di pasar tradisional membentuk realitas sosial bagi pedagang etnis Timor dan bagaimana mereka berjuang untuk mempertahankan identitas dan kelangsungan hidup mereka dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, ternyata peneliti dapat mengidentifikasi beberapa fenomena budaya dagang dan faktor-faktor yang menghambat atau mendukung adaptasi pedagang etnis Timor dalam menghadapi tantangan ekonomi yang ada. Hasil identifikasi ini dapat dimanfaatkan pemerintah dalam proses perumusan kebijakan pemberdayaan ekonomi masyarakat di pulau Timor maupun di pulau-pulau lain di Nusa Tenggara Timur yang memiliki kemiripan budaya.

Perbedaan dalam kemampuan adaptasi antara pedagang etnis Timor dan pendatang tidak hanya mencerminkan perbedaan ekonomi, tetapi juga memiliki implikasi sosial dan budaya yang signifikan. Pasar tradisional bukan hanya arena transaksi ekonomi, melainkan juga merupakan arena di mana interaksi sosial dan identitas budaya dipertaruhkan dan dinegosiasikan. Ketika pedagang etnis Timor, yang seharusnya menjadi tuan rumah di tanah mereka sendiri, justru tertinggal dalam persaingan ekonomi, bahkan menjadi penonton keberhasilan ekonomi, hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana identitas mereka sebagai kelompok etnis lokal dipertahankan dan diartikan dalam konteks perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi.

Schutz (1967) menekankan pentingnya intersubjektivitas dalam memahami bagaimana individu membangun makna dari pengalaman sosial mereka. Dalam konteks ini, interaksi antara pedagang etnis Timor dan pendatang di pasar tradisional dapat dilihat sebagai proses di mana mereka saling memahami dan menegosiasikan peran dan posisi mereka dalam struktur sosial yang lebih besar. Namun, ketika satu kelompok secara sistematis berada dalam posisi yang kurang menguntungkan, seperti yang dialami oleh pedagang etnis Timor, ini dapat mengarah pada perasaan marginalisasi dan kehilangan kontrol atas kehidupan ekonomi mereka. Hal ini bukan tidak mungkin akan berubah menjadi potensi konflik ketika terjadi perubahan situasi politik lokal.

C. Rekomendasi

Berdasarkan data-data penelitian yang telah dipaparkan terkait dengan fenomena interaksi budaya dagang antara pedagang etnis Timor dan pedagang etnis Bugis di Pasar Tradisional Oesapa Kota Kupang, serta analisis dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, terdapat beberapa rekomendasi ilmiah yang dapat yang diberikan kepada para pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut.

1. Pemberdayaan Pedagang Etnis Timor melalui Pendidikan dan Pelatihan

Perlunya adanya upaya pemberdayaan pedagang etnis Timor melalui pendidikan dan pelatihan, khususnya dalam pengelolaan usaha dan strategi pemasaran modern. Berdasarkan temuan penelitian, pedagang etnis Timor lebih banyak terlibat dalam perdagangan komoditas lokal dengan margin keuntungan yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan kurangnya diversifikasi usaha dan keterampilan dalam membaca peluang pasar yang lebih menguntungkan. Pendidikan juga dapat membuka *mindset* kewirausahaan dan memberikan

kesadaran pentingnya **pewarisan budaya dagang yang berkelanjutan** bagi masyarakat etnis Timor. Pelatihan yang meliputi pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, dan peningkatan akses modal dapat membantu mereka bangkit dari kondisi prihatin dan mampu berdaya saing adaptif di pasar. Pendidikan dan latihan yang berbasis komunitas akan mendorong perubahan perilaku ekonomi dan kemampuan adaptasi pedagang dalam menghadapi perubahan dan tantangan kompetisi di pasar modern.

2. Penguatan Jaringan Sosial dan Ekonomi bagi Pedagang Etnis Timor.

Pedagang etnis Bugis cenderung memiliki jaringan sosial dan ekonomi yang lebih kuat, terutama dalam hal penguasaan lahan dan modal. Sebaliknya, pedagang etnis Timor masih sangat bergantung pada bentuk-bentuk kerjasama informal antar sesama etnis yang lebih cenderung individual. Oleh karenanya, relevan bagi komunitas lokal dan pemerintah daerah untuk memperkuat jaringan sosial dan ekonomi pedagang etnis Timor dengan mendorong pembentukan koperasi atau asosiasi pedagang yang berbasis pada prinsip solidaritas ekonomi. Hal ini akan membantu pedagang etnis Timor memperluas akses ke sumber daya dan meningkatkan posisi tawar dalam persaingan ekonomi.

3. Pemanfaatan Potensi Komoditas Lokal yang Lebih Inovatif

Temuan menunjukkan bahwa pedagang etnis Timor masih fokus pada perdagangan komoditas lokal, seperti hasil pertanian. Rekomendasi yang perlu dipertimbangkan adalah mendorong mereka untuk mengembangkan produk-produk lokal yang lebih inovatif dan bernilai tambah tinggi. Misalnya, memanfaatkan teknologi pengolahan untuk mengemas produk lokal dengan cara yang lebih modern dan berorientasi pada pasar yang lebih luas. Dengan begitu,

pedagang etnis Timor dapat meningkatkan daya saing mereka dan memperluas pangsa pasar mereka di luar pasar lokal. Inovasi dalam produk dapat memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan partisipasi dalam pasar yang lebih kompetitif.

4. Penguatan Kesadaran Multikultural dalam Interaksi Ekonomi

Dalam interaksi budaya dagang, pedagang Bugis dan Timor telah menunjukkan kerjasama yang relatif harmonis, meskipun terdapat perbedaan latar belakang budaya. Rekomendasi yang perlu dipertimbangkan adalah penguatan kesadaran multikultural melalui program-program kesadaran budaya yang dapat mendorong toleransi, pemahaman, dan kerjasama antar pedagang dari berbagai etnis. Hal ini penting untuk meminimalisir potensi konflik dan memperkuat ikatan sosial di antara pedagang. Hal ini tampaknya sejalan dengan penelitian Lestari (2020) dalam penelitian tentang etnisitas dan dinamika perdagangan di NTT menekankan pentingnya multikulturalisme dalam menciptakan kerjasama yang harmonis di pasar tradisional.

5. Peluang Penelitian ini Dikembangkan

Adanya nilai-nilai transendental yang menjadi spirit dagang bagi masyarakat etnis Bugis di pasar Oesapa Kota Kupang, mirip dengan *“The Protestant Ethic and Spirit Capitalism”* yang dikemukakan oleh Max Weber (1940). Spirit ini umumnya tampak tidak dimiliki oleh pedagang etnis Timor yang merupakan pendatang lokal di pasar Oesapa yang berasal dari pedesaan di tengah pulau Timor. Namun apakah hal itu murni bersifat transendental untuk mencari keridhoan Allah SWT ataukah didorong oleh spirit meminta kekayaan dan kemakmuran di tempat ibadah ? Perlu penelitian yang mendalam.

Kemudian Tentang sejauh mana keberhasilan orientasi pedagang etnis Timor yang lebih memilih berinvestasi pada kecerdasan intelektual anak-anak mereka sehingga berimbas pada minimnya pewarisan budaya dagang dan orientasi profesi pedagang, serta lambannya pertumbuhan daya saing ekonomi di kalangan pedagang etnis Timor, semua ini belum sempat dijangkau dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mempersilahkan ide ini dikembangkan oleh calon peneliti yang berminat.

Jika dikembangkan dalam scope penelitian pasar tradisional yang lebih luas, maka penelitian ini dapat menghasilkan teori Dinamika Interaksi Budaya Dagang Multietnis.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU - BUKU

- Abdoellah, Awan Y. dan Yudi Rusfiana. (2016). *Teori dan Analisis Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta
- Abdullah, Irwan. (2018). *Budaya dan Ekonomi: Dinamika Sosial dalam Masyarakat Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Abdullah, Syahrul. (2014). *Ekonomi Perdagangan: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Abidin, Abdul Rasyid. (2007). *Sejarah Perdagangan Orang Bugis*. Makassar: Hasanuddin University Press.
- Adian, Donny Gahral. (2010). *Pengantar Fenomenologi*. Jakarta: Penerbit Teraju.
- Ahmadi, Sofyan. (2017). *Fenomenologi dalam Kajian Sosial: Perspektif dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Aliyah, Maulida. (2018). *Budaya dan Politik Etnis di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arifin, Anwar. (2015). *Perpektif Ilmu Politik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Aspinall, Edward. (2019). *Politics and Ethnicity in Indonesia: Exploring the Role of Ethnic Identity in National and Local Elections*. Singapore: ISEAS–Yusof Ishak Institute.
- Bahar, Abdul (2011). *Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahar, Abdul (2018). *Pengantar Teori Sosial: Kajian Kualitatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Baharuddin, Muhammad (2022). *Fenomenologi dan Realitas Sosial dalam Interaksi Budaya*. Bandung: Alfabeta.
- Banton, Michael. (2015). *The Sociology of Ethnicity*. London: Palgrave Macmillan.
- Barth, Fredrik. (1998). *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Long Grove: Waveland Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Bryman, Alan. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*. Unwin Hyman.
- Budijarto, Tri. (2018). *Transformasi Ekonomi Politik di Era Globalisasi*. Jakarta: Penerbit Gramedia.

- Campbell, Thomas Douglas. (1981). *Seven theories of human society Tujuh Teori Sosial: Sketsa, Penilaian, Perbandingan* (terj. Hardiman, F. Budi. (1994). Yogyakarta: Kanisius
- Campbell, Tom. (1994). *Tujuh Teori Sosial*. Yogyakarta: Kanisius.
- Creswell, W. John. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Creswell, John W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Creswell, John W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Edisi Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar dan Indrayani. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Damsar, & Indrayani, I. (2016). *Sosiologi Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Damsar. (2020). *Sosiologi Ekonomi: Teori dan Terapan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Denzin, Norman K., dan Yvonna S. Lincoln. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Donny, Ferdinand T. (2005). *Fenomenologi dalam Filsafat dan Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Farid, Ahmad. (2018). *Pemikiran Fenomenologi dalam Perspektif Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Firdaus, Asep (2021). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Fenomenologi Schutz*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fitriani, Rina (2020). *Fenomenologi Sosial: Perspektif Alfred Schutz dalam Kajian Sosiologi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Geertz, Clifford. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Geertz, Clifford; S. Supomo (1977). *Penjaja dan Raja: Perubahan Sosial dan Modernisasi Ekonomi di Dua Kota Indonesia* . Jakarta : Gramedia
- Giddens, Anthony. (2013). *Sociology* (7th ed.). Cambridge: Polity Press.
- Hartono, Joko (2011). *Fenomenologi Alfred Schutz: Teori dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Ismail. (2017). *Ekonomi Pasar dan Globalisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Horton, Paul B. dan Chester L. Hunt, (1992). *Sosiologi* (terj.). Jakarta: Erlangga.
- Ibrahim, Jabal Tarik (2018). *Konsep Dasar Metode Penelitian Kualitatif* (Karya yang tidak dipublikasikan)

- Ibrahim, Jabal Tarik (2018). *Paradigma Penelitian Kualitatif* (karya yang tidak dipublikasikan)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- Kaplan, D. & Manners, A.A. (2012). *Teori Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kisworo, Agus. (2017). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka Ilmu
- Koetjaraningrat (1994), *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan: Bunga Rampai*. Jakarta - Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Koli Bau, Yanuarius (2009). *Pengantar Sistem Sosial Budaya*. Yogyakarta: Global Pustaka Utama
- Kuswarno, & Engkus. (2009). *Fenomenologi: Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Madekhan, Dedi. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Pendekatan Filosofis*. Pustaka Educa.
- Miles, Matthew B., dan Michael Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications (Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi), UI-Press.
- Moleong Lexy J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2018). *Komunikasi dalam Interaksi Sosial: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patton, Michael Quinn. (1980). *Qualitative Evaluation Methods*, Edisi, 2, berilustrasi, cetak ulang. Ttp. : Sage Publications
- Plattner, Stuart. (1989). *Market and Marketplaces, in Economic Anthropology*. Redwood City, California, United States: Standford University Press.
- Ritzer, George. (1992). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Alimandan (penyadur). Jakarta: Rajawali Press.
- Santoso, Listiyono dkk. (2015). *Epistemologi Kiri*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Schutz, Alfred. (1967). *The Phenomenology of the Social World*. Northwestern University Press.
- Schutz, Alfred. (1970). *On Phenomenology and Social Relations: Selected Writings*. University of Chicago Press.
- Schutz, Alfred. (1972). *The Structures of the Life-World*. Northwestern University Press.

- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif dan R & D*, Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- , (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif dan R & D*, Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- , (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kualitatif dan R & D*, Penerbit CV. Alfabeta Bandung.
- Sunarto, Kamanto. (2000). *Pengantar Sosiologi* (Edisi Kedua). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Supraja, Muhamad dan Nuruddin Al Akbar (2020) *Alfred Schutz: Pengarusutamaan Fenomenologi Dalam Tradisi Ilmu Sosial*, Yogyakarta: Gajahmada University Press
- Syawaludin, Mohammad. (2017). *Teori Sosial Budaya dan Methodenstreit*. Palembang: NoerFikri
- Wade, Carole & Carol Tavris. (2016). *Psikologi.*, Jilid 1 Edisi 11. Jakarta: Erlangga

JURNAL & DISERTASI

- Abdullah, Syahrul. (2019). *Etnisitas dan Dinamika Pasar Tradisional: Studi Kasus di Indonesia Timur*. Jurnal Etnografi Indonesia, 7(4), 210-225.
- Aliyah, Istijabatul. (2015). *Review Buku Clifford Geertz: Penjaja Dan Raja Perubahan Sosial dan Modernisasi Ekonomi Di Dua Kota Indonesia*. Jurnal Cakra Wisata, Vol 16 Jilid 2 Tahun 2015. hal. 50-59
- Amalia, F., Kuncoro, D., Prasetyo, B., Antropologi, J. S., & Artikel, I. (2015). *Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa Di Pasar Semawis Semarang*. *Solidarity*, 4 (1), 1–15. diakses pada 12 Januari 2023 dari <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity>
- Arifin, Johan. (2020). *Budaya Kemiskinan Dalam Penanggulangan Kemiskinan Di Indonesia*. Jurnal Kesejahteraan Sosial *Sosio Informa* Vol. 6 No. 02, Mei – Agustus, Tahun 2020. halaman 117. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial, Kementerian Sosial RI. diunduh pada 12 Januari 2023 dari <https://ejournal.kemensos.go.id/index.php/Sosioinforma/article/download/2372/1190>
- Aryani, Yuniar Christy dan Ahmad Zuber. (2017). *Budaya Kemiskinan Di Kota Surakarta (Studi Etnografi di Pinggir Rel Palang Joglo, Kadipiro)* Jurnal Sosiologi DILEMA, Vol. 32, No. 2 Tahun 2017. P.64-65 diakses pada 12 Januari 2023 dari <https://jurnal.uns.ac.id/dilema>
- Bauto, Laode Monto (Desember 2014). *"Perspektif Agama Dan Kebudayaan Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia (Suatu Tinjauan Sosiologi Agama"*. Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial. 23 (2): 17.
- Brata, Aloysius Gunadi. (2016). *Dampak Pasar Modern terhadap Pasar Tradisional di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Brata, Ida Bagus. (2016), *Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global* Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA), Vol.6 diunduh 12 Januari 2023 dari https://web.archive.org/web/20180410092809id_/http://ojs.unmas.ac.id/index.php/JUIMA/article/viewFile/461/421
- Budijarto, Agus. (2018). *Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Nilai-Nilai yang Terkandung Dalam Pancasila*. Jurnal Kajian Lehmhanas. Edisi 34 Juni 2018.
- Hidayat, Rahmat. (2023). *Macam-Macam Lembaga Distribusi*. diakses Senin, 9 Januari 2023 dari <https://www.kitapunya.net/macam-macam-lembaga-distribusi/>
- Lestari, Dian. (2019). *Komunikasi Antarbudaya dalam Perdagangan: Studi di Pasar Tradisional Oesapa Kupang*. Jurnal Komunikasi Multikultural, 6(2), 145-160.
- Lestari, Indah. (2020). *Kemiskinan, Budaya, dan Identitas Etnis: Studi Komparatif antara Masyarakat Lokal dan Pendetang di NTT*. Jurnal Sosial Budaya, 9(2), 134-150.
- Madekhan. (2018). *Posisi dan Fungsi Teori Dalam Penelitian Kualitatif*. Reforma: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran. FKIP Universitas Islam Lamongan. Vol. 7 No. 2 h. 62-63.
- Malik, Luthfi Muhammad. (2010), *Etos Kerja, Pasar dan Masjid*, Disertasi. Program Studi Sosiologi. Depok - Jakarta : FISIP UI
- Nurhadi, Agus. (2016). *Fenomenologi Alfred Schutz dalam Kajian Sosiologi: Implementasi dalam Studi Budaya dan Kemiskinan*. Jurnal Sosiologi, 14(1), 45-60.
- Rahardjo, Bambang. (2018). *Etnisitas dan Dinamika Sosial di Pasar Tradisional: Studi Kasus di NTT*. Jurnal Antropologi Indonesia, 39(1), 67-80.
- Sari, Lestari. (2018). *Keberlanjutan Usaha Pedagang Etnis Timor di Pasar Oesapa Kupang: Tantangan dan Strategi*. Jurnal Bisnis dan Sosial, 10(1), 75-90.
- Sinaga, Risma Margaretha. (2014). Disertasi: *Revitalisasi Tradisi: Strategi Mengubah Stigma Kajian Pii Pesengiri Dalam Budaya Lampung*. Jurnal Masyarakat Indonesia, Vol. 40 (1), Juni 2014. halaman 110-111. Jakarta – Depok: Kampus Universitas Indonesia. (Diunduh dari <http://jmi.ipsk.lipi.go.id/index.php/jmiipks/article/viewFile/109/27>)
- Subagyo, Tri. (2019). *Fenomena Transaksi Ekonomi di Pasar Tradisional: Perspektif Sosiokultural di Kupang*. Jurnal Sosiologi Ekonomi, 8(3), 210-225.
- Sudrajat, Ruslan (2020). *Pewarisan budaya dalam perkembangan ekonomi masyarakat: Penelitian pada masyarakat Kelurahan Regol Kecamatan Garut Kota*. Thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. diakses 5 Januari 2023 dari <https://digilib.uinsgd.ac.id/34055/>
- Wulandari, Dewi., Unde, A., & Fatima, J. M. (2017). *Kemampuan Adaptasi Dan Integrasi Pedagang Jawa Dengan Pedagang Lokal Pasar Traditional Di Kota Makassar*. Jurnal Analisis, 6 (1).

Yulanda, Novidya. (2015). *Journal of Aplied Busines and Economi (JABE): Pengaruh Nilai Budaya Bisnis Pada Masyarakat Minangkabau Terhadap Perilaku Kewirausahaan Pedagang Perantau Di Tanah Abang*. Jakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial Universitas Indraprasta PGRI diakses pada 20 Pebruari 2023 dari <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/1457/1136>

Zamili, Moh. (2016). *Memposisikan Teori dan Konsep Dasar Dalam Riset Kualitatif*. JPII Volume 1 Nomor 1 Oktober 2016. Institut Agama Islam Ibrahimy Situbondo. halaman 97.

INTERNET

Asmi, Anisa Aulia. (2015), *Budaya: Perwujudan, Substansi Budaya dan Nilai Budaya*. diakses 24 Februari 2023. <https://blog.unnes.ac.id/anisaauliaazmi/2015/12/15/budaya-perwujudan-unsur-isi-atau-substansi-budaya-dan-nilai-budaya/>

Evers, Hans-Dieter. (1993). *Dilema Pedagang Kecil: Teori Sosiologis tentang Perubahan di Sektor Informal di Jawa*. Majalah Analisis CSIS, Jakarta. Tahun XXII No. 3 Mei-Juni 1993. Hal. 240-254.

Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Surabaya: Universitas Ciputra Press. diakses pada tanggal 02 Januari 2024 dari <https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/6954/Content6954.pdf>

Helmi, M. (2020). *Penemuan Hukum Oleh Hakim Berdasarkan Paradigma Konstruktivisme*. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 22(3), 351–367. diakses pada tanggal 02 Januari 2024 dari <https://jurnal.usk.ac.id/kanun/article/view/14792>

Marho, Maksi. (2015, April 11). *Di Kampung Solor Lokasi Sampah Jadi Taman Pintar*. Kupang: Pos-Kupang, diakses pada September 2023 dari <https://kupang.tribunnews.com/2015/04/11/di-kampung-solor-lokasi-sampah-jadi-taman-pintar>.

Marho, Maksi. (2016). *Pasar Oesapa Kupang Perlu Penataan*. Pos Kupang, diakses pada tanggal 02 Januari 2024 dari <https://kupang.tribunnews.com/2016/07/31/pasar-oesapa-kota-kupang-perlu-penataan>

Missa, Hendrik dkk. (Jumat, 24 Februari 2023). *Gubernur NTT ambil alih empat sekolah untuk dijadikan sebagai sekolah berkualitas terbaik*. Diakses 24 Februari 2023, <https://www.jejakhukumindonesia.com/2023/02/gubernur-ntt-ambil-alih-empat-sekolah.html>

Poesoro, Adri (2007). *Pasar Tradisional di Era Persaingan Global*, Newsletter No. 22: Apr- Jun/2007. Jakarta : Lembaga Penelitian SMERU

Rahardjo, Mudjia. (2019). *Studi fenomenologi itu apa?* diunduh pada 02 Januari 2023 dari repository.uin-malang.ac.id/2417

Suharno, (2022). *Diktat Kuliah Sosiologi Politik*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi – UNY diakses 2 Januari 2023 dari <http://staffnew.uny.ac.id/>

UNDANG UNDANG DAN PERATURAN

Badan Pusat Statistik. (2020). *Profil Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Kupang*. Kupang: BPS NTT.

Kementerian Perdagangan RI. (2021). Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007 tentang *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*. Jakarta: Kementerian Perdagangan.

Peraturan Menteri Perdagangan RI nomor 21 tahun 2021 tentang *Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan*

Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 122 Tahun 2007 tentang *Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Serta Toko Modern*

Undang Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945.



LAMPIRAN



RIWAYAT HIDUP

Nama : Kamis Karno
Tempat Tanggal Lahir : Atambua, 15 Mei 1969
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Kawin
Anak ke : 10 dari 10 bersaudara
Nama Ayah : Karno alias Marto Suwarno Karno
Nama Ibu : Mina Hede alias Wilhelmina Hede

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Sekolah Dasar : Berijazah 05 Juni 1982
2. Sekolah Menengah Pertama : Berijazah 20 Mei 1985
3. Sekolah Menengah Atas : Berijazah 13 Mei 1988
4. Sarjana Administrasi Niaga : Berijazah 04 Maret 1996
5. Magister Administrasi Publik : Berijazah 27 Juni 2013
6. Pada tahun 2018 mendaftarkan diri sebagai mahasiswa Doktor pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang, di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan mengambil Program Doktor Sosiologi.