



## PROSES-PROSES SOSIAL PEDAGANG KAKI LIMA BEDA ETNIS DI PASAR BANGIL KABUPATEN PASURUAN

Sherly Maratussholihah

Universitas Negeri Surabaya

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Juni, 2025

Revised Juni, 2025

Accepted Juni, 2025

Available online Juni, 2025

[Sherlymaratus18@gmail.com](mailto:Sherlymaratus18@gmail.com)

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas  
Pendidikan Ganesha.

### ABSTRAK

**Permasalahan:** Fenomena tentang pedagang kaki lima beda etnis di pasar bangil Kabupaten Pasuruan, Meskipun masyarakat kita diekal sebagai masyarakat yang komunal dalam hal ini gemar gotong royong dan saling membantu, akan tetapi adaproses sosial yang tidak dapat dihindari yaitu adanya persaingan diantara PKL. Hal ini disebabkan karena para PKL memiliki target konsumen yang sama yaitu warga Bangil, sedangkan komoditas yang mereka jual kebanyakan sama.

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana *bentuk-bentuk proses sosial yang terjadi di antara para PKL beda etnis di Pasar Bangil*. **Metode:** Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi data.

Penelitian ini menggunakan teori *interksionisme simbolik Herbert blumer*. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 proses sosial yang terjadi yaitu asosiatif (mengarah pada integrase sosial) dan disosiatif (mengarah pada disintegrasi sosial)

**Kesimpulan:** penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam proses sosial

yang terjadi diantara PKL terdapat symbol-simbol yang mengandung sebuah makna tersirat diantara mereka.

**Kata Kunci:** *pedagang kaki lima, pasar, proses sosial*

### ABSTRACT

**Problem:**The phenomenon of street vendors of different ethnicities in the Bangil market, Pasuruan Regency, Although our society is considered a communal society in this case, they like to work together and help each other, there is a social process that cannot be avoided, namely competition between street vendors. This is because street vendors have the same target consumers, namely Bangil residents, while the commodities they sell are mostly the same. **Objective:**This study aims to analyze and explain how *forms of social processes that occur among street vendors of different ethnicities at Bangil Market*. **Method:**This research is a qualitative research with data collection techniques including observation, interviews, documentation, and data triangulation. This research uses the theory *Herbert Blumer's symbolic interactionism*. **Results/Findings:**The research results show that there are 2 social processes that occur, namely associative (leading to social integration) and dissociative (leading to social disintegration). **Conclusion:**This study concludes that in the social process that occurs among street vendors, there are symbols that contain an implied meaning among them.

**Keywords:** *street vendors, markets, social proces*

## 1. PENDAHULUAN

Di Negara Indonesia, laju pertumbuhan penduduk yang sangat tinggi tidak diiringi dengan meningkatnya kualitas kota. Hal tersebut diperburuk dengan kondisi dimana pemerintah yang tidak kompeten dan kurang inovatif (Setiawan 2021). Laju pertumbuhan penduduk yang sangat tinggi memicu adanya permasalahan yakni penumpukan tenaga kerja. Masalah ini diakibatkan oleh ketidakmampuan sektor formal untuk mempekerjakan seluruh tenaga kerja. Pada akhirnya, orang dimana tidak terserap di sektor formal berusaha untuk memperoleh penghasilan dengan cara mencari pekerjaan yang diluar sektor formal, yaitu sektor informal (Hastyorini 2019). Salah satu factor yang mempengaruhi orang tersebut tidak dapat tertampung dalam sektor formal adalah minimnya pendidikan dan keterampilan yang tidak sesuai dengan kualifikasi yang telah ditetapkan. Fakta tersebut sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Maulana, bahwa pendidikan tinggi lebih dapat memungkinkan seseorang untuk tergabung di sektor formal, yang artinya tingkat pendidikan berpengaruh dalam kesempatan kerja di sektor formal (Maulana 2020) sehingga dapat dikatakan bahwa seseorang yang dengan keterampilan yang kurang, maka akan besar kemungkinan bekerja di sektor informal.

Negara-negara dunia ketiga memiliki realitas yang mengakar kuat dengan sektor informal. Salah satu negara tersebut adalah Indonesia, sektor informal di Indonesia menjadi sektor yang berdampak secara signifikan bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Amsal 2018). Buktinya, disaat ekonomi nasional mengalami krisis, sector informal mampu bertahan. Bahkan, keberadaanya semakin banyak dan menjadi pilihan bagi jutaan korban PHK krisis industri nasional (Gunawan and Sugiyanto 2011). Selain itu, dengan melihat hasil keuntungan yang didapatkan, sektor informal memiliki daya serap tenaga kerja yang tinggi.

Keberadaan sektor informal menjadi dilema bagi pemerintah kota. Dilihat dari sisi ekonomi, sektor tersebut mampu meminimalisir angka pengangguran dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Selain itu kebutuhan masyarakat kelas menengah atau bawah akan tercukupi. Namun dilihat dari sisi keindahan dan kebersihan kota, sektor informal ini menimbulkan potensi permasalahan kota, hal ini dilihat dari sifatnya yang sulit diatur atau liar (Sulistyo Rini 2013). Meskipun demikian, menurut Wardiah (2008) sektor informal ini akan terus bertahan

sekeras apapun usaha pemerintah untuk menertibkan, karena sektor ini membawa dampak positif dan negative.

Dari perspektif positif, sektor informal pedagang kaki lima disebut sebagai penyelamat karena telah menyerap kelebihan tenaga kerja yang tidak dapat ditangani oleh sektor formal sehingga menurunkan tingkat pengangguran. vitalitas kawasan tempat pedagang kaki lima berada juga dapat ditingkatkan dengan kehadiran mereka. Selain itu, keberadaan pedagang kaki lima dapat memudahkan dan mempermudah akses individu terhadap kebutuhan. Fakta bahwa sebagian besar pelanggan komoditas yang dijual oleh pedagang kaki lima adalah kelas menengah ke bawah dengan daya beli yang kecil merupakan faktor lain yang menarik individu ke sektor informal ini (Budiman 2010).



Meskipun PKL memiliki pengaruh yang baik, kehadiran mereka terkadang dianggap ilegal karena mereka menempati area publik dan bertentangan dengan gagasan tata kota, yang mengutamakan kebersihan, kerapian, dan kenyamanan. Akibatnya, tindakan yang diambil oleh pemerintah daerah, seperti penggusuran dan relokasi, seringkali berfokus pada pedagang kaki lima (Hidayati dan Wahyono 2013). Karena PKL tidak diperhitungkan dalam perencanaan tata ruang kota, operasinya hampir selalu menempati tempat-tempat umum di kota-kota. Karena kurangnya akses ke tempat-tempat perkotaan yang tidak resmi, pedagang kaki lima memanfaatkan area publik termasuk sepanjang tepi sungai, badan jalan, taman kota, dan trotoar.

Hadirnya PKL kerap kali menyebabkan berbagai permasalahan. Seperti yang termuat di *news.detik.com* PKL di kota Bogor di tertibkan karena sering menyebabkan kemacetan. Henry selaku petugas satpol PP mengatakan bahwa PKL selama ini menempati badan jalan, yang pada akhirnya membuat mobil dan angkutan ketika lewat menjadi macet akibat penyempitan jalan. Hal serupa juga terjadi di kota Malang, satpol PP melakukan peneguran PKL yang berjualan di trotoar. Peneguran tersebut dilakukan karena sebelumnya, PKL tersebut menyebabkan kemacetan lalu lintas yang luar biasa. (*tribunjatim.com*). selain mengakibatkan kemacetan, keberadaan PKL menyebabkan banjir di berbagai tempat seperti yang termuat di portal berita *republika.com*, kepala Dinas pekerjaan umum dan penataan ruang kota Bogor menyebutkan bahwa banjir yang terjadi di Jalan Pekansari diakibatkan oleh ulah PKL yang menimbulkan sampah. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa PKL sering membuang sampah sembarangan yang pada akhirnya membuat saluran drainase tersumbat. Permasalahan yang timbul bukan hanya berdampak pada lingkungan

maupun arus lali lintas, tetapi juga merugikan pejalan kaki yang melewati trotoar. Hal ini termuat dalam portal berita *kompasiana.com* yang menyebutkan bahwa keberadaan PKL kian hari mengganggu kenyamanan para pejalan kaki.

Salatta mengklaim kota-kota besar di Indonesia diuntungkan dengan keberadaan sektor informal karena dapat mempekerjakan tenaga kerja yang ditolak oleh sektor resmi. Kenyataan ini pada akhirnya mendorong masyarakat desa untuk merantau ke kota dengan harapan dapat mengubah nasib perekonomian mereka. Akibatnya, laju urbanisasi meningkat secara konsisten sepanjang waktu. Jakarta merupakan salah satu kota besar yang dipilih sebagai tempat urbanisasi. Menurut statistik BPS, 42,89 persen penduduk bepergian sendiri ke wilayah Jakarta Selatan (BPS, 2000). Selanjutnya di wilayah Jakarta lainnya. Jumlah ini menunjukkan banyaknya pendatang yang datang. Bisa dibayangkan betapa termotivasinya para pekerja migran untuk bekerja mengingat minimnya prospek pekerjaan, terutama di sektor resmi. Akibatnya, para migran memilih sektor informal sebagai penggantinya. Menjadi pedagang kaki lima adalah salah satu pekerjaan informal di Jakarta yang dipilih oleh para pendatang. Ada pedagang kaki lima di hampir setiap jalan di Jakarta. Misalnya, di lingkungan Jakarta Selatan, mudah untuk menyaksikan bagaimana jalanan trotoar berubah di malam hari menjadi lokasi dengan pedagang kaki lima. termasuk pengecer makanan, minuman, mainan, dan pakaian jadi. Mayoritas pedagang tidak memiliki tempat tinggal tetap di Jakarta dan berasal dari tempat lain (Seftiani 2012).

Namun, persoalan PKL tidak hanya terjadi di kota besar seperti Jakarta. Sekarang ini, permasalahan tersebut dapat dijumpai di kota sedang maupun kota kecil, termasuk kabupaten Pasuruan yang termasuk dalam kategori kota sedang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Riza Rahmawati terhadap implementasi Perda Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima dapat dilihat bahwa sebagian besar telah terealisasi, hal ini ditunjukkan dengan adanya PKL yang hadir di area yang ditentukan untuk jumlah waktu yang ditentukan (Normanda and Rahmawati 2013). Namun, banyak pedagang kaki lima terus melanggar hukum dengan mengadakan penjualan di alun-alun, misalnya.

Fenomena yang sama juga nampak di area trotoar pasar Bangil. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Pasuruan nomor 2 Tahun 2017 tentang Ketertiban Umum dan Ketertiban Umum, salah satu aturan yang tertuang adalah setiap orang dilarang berdagang di tempat fasilitas umum seperti

jalan raya dan trotoar. Hal ini merupakan contoh kegagalan pemerintah dalam menjalankan kebijakan yang tertuang dalam peraturan tersebut. Selain itu, aktivitas pedagang kaki lima yang berada di trotoar juga menyebabkan kemacetan lalu lintas di jam jam krusial, seperti pada saat sore hari menjelang malam, yakni pada saat jam pulang kerja. Selain itu, keberadaan pedagang kaki lima di trotoar memaksa orang untuk berjalan] di tempat yang tidak seharusnya, di daerah yang dilalui mobil dan sepeda motor, yang mengganggu kenyamanan dan keamanan mereka.

Melalui internet dan buku dapat kita ketahui bahwa kajian-kajian mengenai pedagang kaki lima telah banyak dilakukan. Misalnya, kajian yang telah dilakukan oleh Yulfa di Kabupaten Bojonegoro, yang mana kajian tersebut memfokuskan pada proses perumusan kebijakan terkait penentuan relokasi PKL. Sehingga aspek yang menonjol yaitu perbedaan kepentingan antara PKL dengan pemerintah setempat. Selain itu, ada penelitian dimana dijalankan oleh Riyawan, penelitian ini mengkaji ketegangan yang muncul antara pedagang kaki lima dan Satpol PP, organisasi yang bertugas melakukan penertiban, meskipun beberapa individu menggunakan kekerasan untuk melakukannya.

Namun, dari sekian banyak kajian-kajian mengenai PKL yang telah dilakukan belum ada yang melihat dari sisi proses-proses sosial antar pedagang kaki lima. Seperti fenomena yang terjadi di Pasar Bangil, peneliti melihat bahwa ada fenomena yang menarik. Fenomena tersebut adalah antar pedagang kaki lima memiliki tingkat solidaritas yang kuat, hal ini dapat terlihat ketika terdapat kegiatan hajatan, para pedagang berbondong-bondong untuk menyumbangkan tenaga maupun uang untuk menjaga hubungan diantara mereka. Meskipun demikian, dibalik kerukunan dan rasa solid yang terjalin diantara para pedagang ada beberapa hal yang tidak dapat terhindarkan yang mengarah pada disintegrasi sosial, yaitu persaingan dan potensi konflik. Persaingan yang terjadi dipengaruhi oleh kondisi dimana para pedagang memiliki target pembeli yang terbatas, sedangkan komoditas yang mereka perdagangkan adalah jenis yang sama. Persaingan-persaingan mengenai pembeli diperkeruh dengan adanya perbedaan etnis. Hal tersebut tidak sejalan dengan citra yang telah ada bahwa masyarakat Indonesia yang majemuk merupakan masyarakat yang komunal, gemar bergotong royong dan saling menjaga kerukunan.

## TINJAUAN PUSTAKA



## Proses-proses Sosial Praktik Perdagangan Kaki Lima

Makna Interaksi ialah hubungan timbal balik yang tidak hanya mempengaruhi individu yang berinteraksi tetapi juga kualitas hubungan. Menurut Gillin dan Gillin, “Dengan interaksi sosial, kita mengacu pada semua jenis hubungan sosial yang dinamis baik antara Individu dan individu, antara kelompok dan kelompok maupun kelompok dan individu, tergantung pada kasusnya (Soekanto 2005). Sedangkan Eldredge dan Merrill mengatakan, Interaksi sosial adalah proses umum di mana dua orang atau lebih berada dalam kontak yang mengakibatkan perilaku mereka sedikit diubah. Interaksi sosial kemudian dapat didefinisikan sebagai interaksi yang dinamis di mana kontak antara orang dan kelompok menghasilkan modifikasi sikap dan perilaku para peserta. Sentuhan sosial dan komunikasi adalah dua prasyarat mendasar untuk keterlibatan sosial. Interaksi sosial yang terjadi di antara pedagang kaki lima tidak hanya terlihat saat mereka bercakap-cakap, tetapi juga terlihat jelas saat mereka saling menyeringai.

Semua kehidupan sosial bergantung pada interaksi sosial. tanpanya, tidak akan ada adanya kehidupan dalam masyarakat. Dalam kelompok sosial, hubungan sosial muncul ketika orang bekerja sama, berbicara, dan melakukan hal lain guna mencapai suatu tujuan. Sebaliknya, terjadi persaingan guna mencapai suatu tujuan, yang bahkan dapat menyebabkan konflik. Dengan cara yang sama, interaksi sosial dimana terjadi antara pedagang kaki lima pasti akan menghasilkan hubungan sosial yang mengarah pada integrasi sosial maupun disintegrasi sosial.

## 2. METODE

Penelitian menggunakan metode kualitatif dan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif didasarkan dengan menggunakan mata atau telinga, peneliti mengumpulkan, mengatur, dan mengevaluasi data yang diperoleh dari orang-orang dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2013). Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif melalui pengumpulan informasi dari subjek penelitian dan pengamatan perilaku. Penelitian ini digunakan untuk menyelidiki dan mendalami individu atau kelompok yang terlibat dalam isu sosial tertentu.

### Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah cara bagaimana data tersebut diperoleh oleh penulis. Sumber data sendiri terdiri dari dua bagian: sumber data primer (atau sumber data langsung) dan sumber data sekunder (atau sumber data tidak langsung). Kedua sumber data tersebut digunakan dalam penelitian ini, sumber data primer dilakukan melalui wawancara dan observasi, sementara sumber data sekunder dilakukan dengan dokumentasi. Penulis dalam memilih informan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang melibatkan penggunaan beberapa pertimbangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti (Sugiyono, 2013). Penulis mempertimbangkan informan mana yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

### Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan aspek krusial ketika melakukan penelitian, karena metode yang dipilih mempengaruhi kualitas dan validitas hasil yang diperoleh.

Pengumpulan data penelitian mempergunakan beberapa teknik. Pertama dengan menggunakan teknik observasi. Teknik observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan kepada subjek penelitian yakni pedagang kaki lima yang berjualan di sepanjang trotoar Pasar Bangil. Pengamatan ini bertujuan untuk memperoleh hasil data akurat dikarenakan peneliti melihatnya secara langsung dengan inderanya, memperhatikan, serta mencoba memahami perilaku subjek dari dekat. Dengan observasi diharapkan peneliti bisa mendapat gambaran secara konkrit tentang peristiwa yang terjadi. Lalu dengan observasi pula bisa melihat keadaan sosial ekonomi interaksi- interaksi yang dilakukan pedagang kaki lima dalam hari-harinya.

Peneliti juga melakukan wawancara mendalam (*indepth*) yakni dengan menemui langsung dengan subjek penelitian untuk mendapatkan informasi. Sebelum melakukan wawancara peneliti akan melakukan persiapan diantaranya membuat pedoman wawancara dan melakukan pendekatan (*getting in*). Pendekatan tersebut dilakukan agar kehadiran peneliti diterima dengan baik oleh subjek. Oleh karena itu, peneliti akan membuat janji dan menetapkan lokasi untuk wawancara yang disesuaikan dengan kondisi dan kenyamanan subjek. Kemudian peneliti menjelaskan dengan sederhana namun jelas tujuan dari perlunya wawancara tersebut. Wawancara juga akan dilakukan beberapa kali kepada subjek yang sama dengan rentang waktu yang berbeda. Hasil observasi dan wawancara akan didokumentasikan oleh peneliti dengan menggunakan tulisan, gambar, dan bahan pendukung lainnya termasuk catatan wawancara, kamera, tape recorder, dan lain-lain. Selain itu penelitian juga didukung dengan sumber dari literatur sebagai sumber sekunder. Yaitu berasal dari buku, jurnal, maupun dokumen-dokumen terkait (Sugiyono, 2017)

### **Analisis Data**

Adapun penulis menggunakan analisis data menurut Huberman & Miles dalam Sugiyono (2013), yaitu Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan Kesimpulan. Reduksi data meliputi merangkum, memilah data, memfokuskan hal penting, dan pola dari hasil penelitian (hasil wawancara). Reduksi data dilakukan setelah data berhasil dikumpulkan melalui wawancara atau observasi dan dikelompokkan dalam berbagai jenis. Selanjutnya Penyajian data merupakan kegiatan mengorganisasikan data dan menyusun dalam pola hubungan agar lebih mudah dipahami (Sugiyono, 2013). Setelah melakukan wawancara ataupun observasi menghasilkan sangat banyak data yang didapat dan sulit untuk dipahami secara langsung. Maka dari itu untuk mempermudah dalam memahami data yang ada, perlu dilakukan penyajian data. Penulis menyajikan data dalam bentuk bagan, matriks, uraian teks narasi dari catatan yang diperoleh dari lapangan oleh informan, dan sebagainya. Terakhir yaitu penarikan kesimpulan dimana data yang telah dikumpulkan dan dianalisis kemudian disimpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pasar Bangil sebagai pusat aktivitas ekonomi rakyat di Kabupaten Pasuruan merupakan ruang sosial tempat terjadinya interaksi intensif antar individu dari latar belakang budaya dan etnis yang berbeda. Pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di sekitar pasar ini mencerminkan keberagaman etnis seperti Jawa, Madura, dan Sunda. Dalam keragaman tersebut, terjadi berbagai bentuk proses sosial terutama proses sosial asosiatif, yaitu proses yang mengarah pada pembentukan kerja sama dan integrasi



sosial. Proses sosial asosiatif merupakan bentuk interaksi sosial yang positif karena mendukung terjadinya integrasi sosial, kerukunan, dan kerja sama. Proses ini meliputi:

1. Kerja Sama (Cooperation)
2. Akomodasi (Accommodation)
3. Asimilasi (Assimilation)

Bentuk-Bentuk Proses Asosiatif antar PKL di Pasar Bangil

### 1. Kerja Sama (Cooperation)

Banyak PKL lintas etnis di Pasar Bangil saling bekerja sama untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Misalnya, pedagang Madura dan Jawa saling tukar informasi stok barang dari distributor. Pedagang madura menyuplai bahan baku kepada pedagang lokal. Mereka juga bisa berbagi tempat berjualan atau bergantian memakai fasilitas umum. Hal ini sesuai dengan jawaban subjek yang berjualan ayam potong.

Kerja sama ini bukan hanya dalam ranah ekonomi, tapi juga sosial seperti saling menjaga saat ada yang pergi salat, atau membantu saat ada gangguan dari pihak luar.

## 2. Akomodasi (Accommodation)

Ketika ada gesekan kecil misalnya yang dialami oleh subjek yang bernama pak roy, dimana pada awal beliau berjualan terjadi rebutan tempat jualan. Para pedagang biasanya menyelesaikannya melalui kompromi, baik secara informal yakni obrolan antar pedagang maupun lewat tokoh informal atau pengurus pasar. Dalam penelitian ini, Pedagang dari luar daerah yang baru datang sering diarahkan oleh pedagang senior atau lokal agar bisa menyesuaikan diri. Ada aturan tidak tertulis untuk menghormati aturan giliran menggunakan lahan berjualan. Asimilasi (Assimilation)

Dalam jangka panjang, beberapa pedagang mulai mengadopsi kebiasaan atau gaya berdagang dari etnis lain. Contohnya, Pedagang sunda yakni mas adib yang mulai menggunakan bahasa Jawa halus saat berinteraksi dengan pembeli local. Hal ini ditujukan agar beliau dapat diterima oleh pedagang yang sudah lama berjualan di pasar bangil. Selain itu, pedagang dari luar daerah mulai menawarkan produk-produk khas lokal agar lebih diterima pembeli. Dalam wawancara yang peneliti lakukan, subjek penelitian yang bernama mas adib memutuskan untuk menjual makanan khas dari bandung, yaitu kue dongkal. Asimilasi ini menunjukkan bahwa perbedaan etnis tidak menjadi penghalang untuk membangun kesatuan sosial.



Fenomena interaksi antar PKL beda etnis di Pasar Bangil menunjukkan kuatnya proses sosial asosiatif sebagai mekanisme yang memungkinkan kerukunan, keberagaman, dan kohesi sosial. Melalui kerja sama, akomodasi, dan asimilasi para pedagang tidak hanya menciptakan relasi ekonomi, tetapi juga membangun jembatan budaya yang memperkuat harmoni sosial di tengah pluralitas etnis

### ***Analisis proses sosial disosiatif anatar PKL beda etnis***

Dalam kehidupan pasar tradisional seperti Pasar Bangil di Kabupaten Pasuruan, interaksi sosial antara pedagang kaki lima (PKL) dari berbagai etnis tidak selalu berjalan harmonis. Di samping adanya proses sosial asosiatif yang menciptakan kerja sama dan solidaritas, juga terjadi proses sosial disosiatif yang berpotensi menimbulkan ketegangan antar pedagang kaki lima. Proses disosiatif ini mencakup bentuk-bentuk seperti persaingan, kontravensi, dan konflik/pertentangan yang muncul akibat perbedaan latar belakang budaya, bahasa, serta strategi dalam berdagang.

Persaingan kerap terjadi secara alami antara PKL yang menjual barang atau jasa serupa. Ketika pedagang dari satu etnis merasa tergeser atau kalah saing dari pedagang etnis lain, misalnya karena perbedaan harga, lokasi strategis, atau cara menarik pelanggan maka bisa timbul kecemburuan sosial. Persaingan ini, meskipun berlangsung secara terbuka dan sah dalam konteks ekonomi, dapat memicu prasangka jika tidak dikelola dengan bijak. Sementara itu, kontravensi sering terjadi dalam bentuk sindiran, penolakan kerja sama secara halus, hingga gosip yang menyudutkan kelompok etnis tertentu. Hal ini menjadi indikasi adanya ketegangan yang belum tersalurkan dalam bentuk pertentangan langsung.

Dalam beberapa kasus, pertentangan atau konflik terbuka juga dapat muncul, terutama terkait perebutan lahan berdagang atau perlakuan yang dianggap tidak adil dari pengelola pasar terhadap salah satu pedagang kaki lima. Jika tidak segera ditangani, proses disosiatif seperti ini dapat mengganggu stabilitas sosial di lingkungan pasar. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari tokoh masyarakat, paguyuban pasar, dan pengelola untuk menjadi mediator, membuka ruang dialog, dan menghilangkan stereotip yang memecah belah. Dengan pendekatan yang adil dan komunikasi yang terbuka, proses disosiatif dapat dikelola agar tidak berkembang menjadi konflik sosial yang merugikan semua pihak.

Dalam masyarakat multietnis, simbol-simbol budaya sering kali menjadi sarana komunikasi dan representasi identitas. Namun, simbol tidak selalu dimaknai secara positif. Dalam konteks interaksi sosial yang sarat dengan perbedaan latar belakang, bahasa, dan budaya, simbol justru bisa ditafsirkan secara negatif oleh kelompok lain, terutama jika sudah ada prasangka atau ketegangan sosial yang mendasari hubungan antar etnis. Interpretasi negatif terhadap simbol sering kali menjadi pemicu kontravensi atau bahkan konflik terbuka. Tak jarang pula, simbol ekonomi seperti jenis dagangan, cara melayani pelanggan, atau kemasan produk yang dianggap terlalu berbeda bisa ditafsirkan sebagai simbol dari adanya persaingan diantara para pedagang kaki lima.

Dalam konteks interaksi sosial antar pedagang kaki lima (PKL) yang berbeda etnis di Pasar Bangil, simbol-simbol yang terkait dengan lokasi lapak, harga, dan gaya promosi dapat menjadi sumber konflik. Simbol-simbol ini, meskipun dirancang untuk menarik perhatian dan meningkatkan penjualan, sering kali dimaknai secara berbeda oleh pedagang kaki lima yang lain dan bisa memperburuk ketegangan yang ada, terlebih jika ada proses disosiatif yang memicu persaingan atau konflik. Konflik yang timbul bisa bersumber dari cara-cara pedagang mengelola simbol-simbol tersebut untuk mendapatkan lebih banyak konsumen.

### **Persaingan**

Persaingan antar pedagang kaki lima tidak hadir dalam bentuk keras atau agresif. Ia tersembunyi dalam bahasa tubuh, dalam cara menata dagangan, hingga dalam nada bicara yang sedikit meninggikan saat melihat pembeli berpaling ke lapak sebelah. Dalam konteks ini, persaingan menjadi bagian dari interaksi sosial yang berkelanjutan, dan dipenuhi simbol-simbol yang penuh makna seperti yang dijelaskan oleh Herbert Blumer dalam teori interaksionisme simboliknya: bahwa makna dibentuk melalui interaksi, bukan sesuatu yang melekat secara tetap pada objek atau tindakan.

Namun, persaingan ini tidak serta-merta berujung pada permusuhan. Justru, ia menjadi bagian dari ritual harian yang memperkaya dinamika pasar. Pedagang-pedagang tersebut tahu bahwa mereka sedang bermain dalam permainan yang sama, dengan aturan tidak tertulis yang disepakati bersama. Mereka bersaing, tetapi juga saling jaga. Seperti yang terjadi di pasara bangil, dimana Ketika Pak roy terlambat datang karena harus mengantar anak ke sekolah, Pak joko lah



yang menjaga lapaknya sebentar. Begitupun sebaliknya Ketika Pak joko kehabisan uang kembalian, Pak roy dengan ringan meminjamkan uang receh

Persaingan ini menunjukkan bahwa relasi sosial antar PKL tidak bersifat tunggal. Ia berjalan berdampingan dengan kerja sama, saling bantu, bahkan kadang solidaritas etnis yang cair. Mereka bisa menjadi kompetitor dalam satu jam, lalu teman dalam jam berikutnya. Bahkan perbedaan etnis tidak selalu memperkuat persaingan, tapi terkadang memperlembutnya. Ada semacam rasa saling paham bahwa “kita semua sama-sama merantau”, “sama-sama cari makan”. Kalimat-kalimat itu sering muncul dalam percakapan ringan di sela-sela dagangan. Di sinilah letak pentingnya simbol sosial: bukan hanya menjadi alat persaingan, tapi juga alat penyatu tergantung bagaimana simbol itu ditafsirkan oleh masing-masing pihak.

Berikut beberapa symbol persiangan yang muncul diantara para pedagang kaki lima beda etnis dipasar bangil.

- a. Posisi peletakan meja adalah simbol yang sangat penting dalam dunia pedagang kaki lima, terutama di pasar-pasar tradisional. Posisi lapak yang strategis di dekat pintu masuk atau di area yang ramai adalah simbol keberhasilan dalam mendatangkan konsumen. Selain lokasi yang strategis, posisi meja yang berada lebih kedepan jalan daripada pedagang lain juga termasuk symbol adanya persaingan diantara mereka. Disinilah, symbol ruang dagang berubah makna. dari sekedar tempat menjadi symbol dominasi penguasaan wilayah.
  
- b. Selain harga, gaya promosi juga menjadi simbol yang sangat mencolok dalam persaingan antar PKL. Misalnya, pedagang dari etnis tertentu mungkin menggunakan teknik promosi yang lebih modern, seperti media sosial (whatsapp) untuk menarik konsumen, sementara pedagang lain lebih bergantung pada promosi lisan atau cara tradisional dalam menarik pelanggan. Penggunaan teknik promosi yang berbeda ini bisa dipersepsikan sebagai simbol dari ketidaksetaraan dalam akses terhadap teknologi atau media yang lebih canggih. Pedagang yang tidak menggunakan promosi modern bisa merasa bahwa mereka kalah saing, atau bahkan merasa bahwa kelompok etnis lain berusaha mengisolasi mereka dengan menggunakan simbol kemajuan yang tidak dapat mereka jangkau.

c. pameran bahan baku, Dalam dunia pedagang kaki lima, khususnya yang menjual produk sejenis seperti es degan, gorengan, atau jajanan pasar, bahan baku bukan cuma soal kualitas dagangan, tapi juga menjadi alat komunikasi sosial yang menyiratkan status, kekuatan modal, dan bahkan klaim "keaslian" dagangan. Maka, ketika seorang pedagang menata bahan bakunya secara mencolok, itu bukan tindakan netral. Dalam kacamata interaksionisme simbolik, ini adalah simbol yang dimaknai oleh orang lain terutama pedagang lain sebagai bentuk komunikasi kompetitif. Seperti hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, dimana terdapat 2 pedagang kaki lima yang menjual komoditas yang sama yaitu, ayam potong, namun pedagang yang satu selalu menumpuk ayam potong lebih banyak dan lebih tinggi. Simbol yang muncul menunjukkan adanya sikap percaya diri bahwa barang dagangannya akan laku banyak.

d. volume suara pedagang kaki lima, Dalam konteks interaksi sosial pedagang kaki lima di Pasar Bangil, volume suara ketika menawarkan dagangan ternyata bukan sekadar alat promosi biasa, melainkan menyimpan makna simbolik yang kuat dalam dinamika persaingan. Pedagang yang menaikkan suara saat pembeli melintas atau ketika lapak sebelah sedang ramai sesungguhnya sedang melakukan komunikasi non-verbal untuk menarik perhatian, menegaskan eksistensi, sekaligus menyatakan bahwa dirinya juga layak diperhitungkan dalam ruang sosial pasar tersebut. Menariknya, gaya bicara dan intonasi ini kadang juga membawa identitas kultural. misalnya pedagang dari etnis Madura, cenderung lebih keras dan ekspresif, sedangkan pedagang Jawa mungkin terdengar lebih halus. Perbedaan ini memperkaya makna simbol yang disampaikan melalui volume suara, dan tak jarang menjadi pemicu kecemburuan sosial terselubung antar pedagang, terutama bila satu pedagang tampak lebih aktif dan menarik banyak pembeli. Dengan demikian, volume suara bukan hanya bagian dari rutinitas berdagang, melainkan juga merupakan simbol yang penuh makna dalam struktur sosial informal pedagang kaki lima.

Pada akhirnya, simbol-simbol yang muncul dari lokasi lapak, harga, dan gaya promosi, volume suara ketika promosi tidak hanya mencerminkan upaya pedagang untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga menciptakan potensi konflik yang lebih besar dalam interaksi sosial mereka. Simbol-simbol ini, ketika diinterpretasikan secara negatif, dapat memperburuk ketegangan yang sudah ada antara etnis yang berbeda, mengarah pada perpecahan lebih lanjut. Oleh karena itu, penting bagi para pedagang dan pengelola pasar untuk menciptakan mekanisme yang adil dalam pembagian lapak,



penentuan harga, dan akses ke teknik promosi, guna mengurangi ketegangan dan memfasilitasi kerja sama antar etnis yang lebih harmonis.

#### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai proses-proses sosial pedagang kaki lima beda etnis di Pasar Bangil, dapat disimpulkan bahwa interaksi antar pedagang tidak hanya dibentuk oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga oleh dinamika sosial yang kompleks. Pedagang kaki lima dari berbagai latar etnis, seperti Madura, Jawa, dan lainnya, berinteraksi dalam ruang sosial yang padat, informal, dan penuh simbol-simbol sosial yang kaya makna. Persaingan menjadi salah satu bentuk interaksi yang paling dominan, namun tidak selalu tampak secara langsung. Dalam praktiknya, persaingan tersebut diwujudkan dalam bentuk-bentuk simbolik seperti penataan bahan baku, penggunaan volume suara saat menawarkan dagangan, spanduk atau papan promosi, serta tindakan-tindakan kecil yang menyiratkan keunggulan satu pedagang terhadap yang lain.

Simbol-simbol ini memiliki makna tersendiri bagi para pelaku pasar. Misalnya, menumpuk bahan baku secara mencolok bukan sekadar menunjukkan banyaknya stok, melainkan juga menyampaikan pesan sosial tentang kekuatan modal, eksistensi, dan kepercayaan diri pedagang. Begitu pula dengan volume suara yang keras saat menawarkan dagangan, yang bukan hanya sekadar menarik pembeli, tetapi juga menjadi simbol eksistensi dan kompetisi. Simbol-simbol ini ditafsirkan oleh pedagang lain secara subjektif, dan dari situlah lahir dinamika seperti kecemburuan sosial, saling sindir tersirat, hingga strategi bertahan dalam ruang dagang yang terbatas.

Namun demikian, di balik persaingan yang terjadi, juga terdapat bentuk-bentuk solidaritas yang menunjukkan bahwa para pedagang tetap menjunjung nilai-nilai sosial seperti saling membantu, menjaga, dan menghormati satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial di pasar bersifat cair dan lentur, di mana proses negosiasi makna terjadi setiap hari. Dengan menggunakan perspektif interaksionisme simbolik, penelitian ini menegaskan bahwa realitas sosial para pedagang kaki lima dibentuk, dipahami, dan dihidupi melalui interaksi simbolik yang terjadi secara terus-menerus dalam keseharian mereka.

##### **saran**

- a. Pemerintah Kabupaten Pasuruan perlu memberikan sarana dan prasarana pendukung yang baik kepada pedagang kaki lima dipasar bangil.
- b. Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pada aparaturnegara seperti satpol pp baik di tingkat kecamatan maupun kabupaten agar mampu melaksanakan kolaborasi dengan baik.

c. Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu untuk melakukan penelitian yang sama namun di lokasi pasar yang berbeda di Kabupaten pasuruan maupun wilayah lain

## 5. DAFTAR PUSTAKA

Adama, Onyanta. 2020. "Abuja Is Not for the Poor: Street Vending and the Politics of Public Space." *Geoforum* 109(October 2019):14–23. doi: 10.1016/j.geoforum.2019.12.012.

Akuoko, Philipa Birago, Vincent Aggrey, and Anastasia Amoako-Arhen. 2021. "Ghana's Informal Economic Sector in the Face of a Pandemic." *Social Sciences & Humanities Open* 3(1):100094. doi: 10.1016/j.ssaho.2020.100094.

Alisjahbana. 2005. *Sisi Gelap Perkembangan Kota*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo. Amir,

Arfenti, Darmawan Salman, and Imam Mujahidin. 2018. "Social Space Occupation by Street Vendors In Makassar City." 23(7):16–21. doi: 10.9790/0837-2307041621. Amsal.

2018. *Kebijakan Pemberdayaan Sektor Informal Perkotaan*. Jakarta: Indocamp.

Arya, Andy, Maulana Wijaya, Lia Hanifa, Hastuti Hastuti, and Lilis Maryasih. 2019. "Street Vendors Resiliencies: The Role of Social Capital and Community Governance." 37–41.

Bernal-Torres, César A., María C. Peralta-Gómez, and Ulf Thoene. 2020. "Street Vendors in Bogotá, Colombia, and Their Meanings of Informal Work." *Cogent Psychology* 7(1). doi: 10.1080/23311908.2020.1726095.

Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. University of California Press.

Husain, Shaiara, Shanjida Yasmin, and Shahidul Islam. 2017. "Assessment of the Socioeconomic Aspects of Street Vendors in Dhaka City : Evidence from Bangladesh." 11(26):1–10. doi: 10.5539/ass.v11n26p1.

Lamba, Arung. 2011. "Kondisi Sektor Informal Perkotaan Dalam Perekonomian Jayapura-Papua." *Jurnal Ekonomi Bisnis* 16(2):155–61.

Permatasari, Anggraeni, Utomo Sarjono Putro, and Shimaditya Nuraeni. 2014. "Strategic Analysis Relocating Street Vendor through 3D Negotiation Case Study: Street Vendor Surakarta, Indonesia." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 115(Icices 2013):436–43. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.02.451.

Pitoyo, Agus Joko. 2016. "DINAMIKA SEKTOR INFORMAL DI INDONESIA Prospek, Perkembangan, Dan Kedudukannya Dalam Sistem Ekonomi Makro." *Populasi* 18(2). doi: 10.22146/jp.12081.

Purwanto. 2018. "Pedagang Kaki Lima in Jakarta: The Dynamics of Identity and Place in the Informal Sector." *Journal of Southeast Asian Studies* 23(1).



Ramadhan, Rafif. 2003. "Perubahan Sosial – Ekonomi PKL (Pedagang Kaki Lima) Dalam Program Sentralisasi Sektor Informal Perkotaan Di DTC Wonokromo 1." *Jurnal Universitas Airlangga* 4(3):1–10.

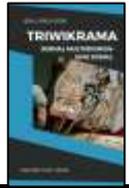
Setiawan, Bakti. 2021. *Transformasi Perkotaan Di Indonesia*. Sleman: CV Budi Utama. Soekanto, Soerjono. 2005. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Sulaiman. 2020. *Pengantar Metodologi Penelitian*.

Sulistyo Rini, Hartati. 2013. "Dilema Keberadaan Sektor Informal." *KOMUNITAS: International Journal of Indonesian Society and Culture* 4(2):200–209. doi: 10.15294/komunitas.v4i2.2415.

Supriadi, Haradi. GustiBudjang. 2019. "Interaksi Sosial Dalam Bentuk Kerjasama Dan Persaingan Santriwan Etnik Madura Dan Melayu Darul Khairat." *Program Studi Pendidikan Sosiologi FKIP Untan Pontianak* 1–9.

Uswatun, Tri, and Abdul Rahman. 2020. "Modal Sosial Dan Strategi Kelangsungan Usaha Sektor Informal Pedagang Kaki Lima Pada Era Pandemi COVID-19 Social Capital and Informal Sector Business Continuity Strategies of Street Vendors in the Era of the COVID- 19 Pandemic PKL Yang Berdagang Makanan At." 17(2).

Werdiningsih, Hermin. 2008. "Kajian Pkl Di Kawasan Simpang Lima Semarang." *Jurnal Ilmiah Perancangan Kota Dan Permukiman* 7(1):59–68.



---

Widjajanti, Retno. 2016. “The Space Utilization by Street Vendors Based on the Location Characteristics in the Education Area of Tembalang, Semarang.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 227(November 2015):186–93. doi: 10.1016/j.sbspro.2016.06.061.