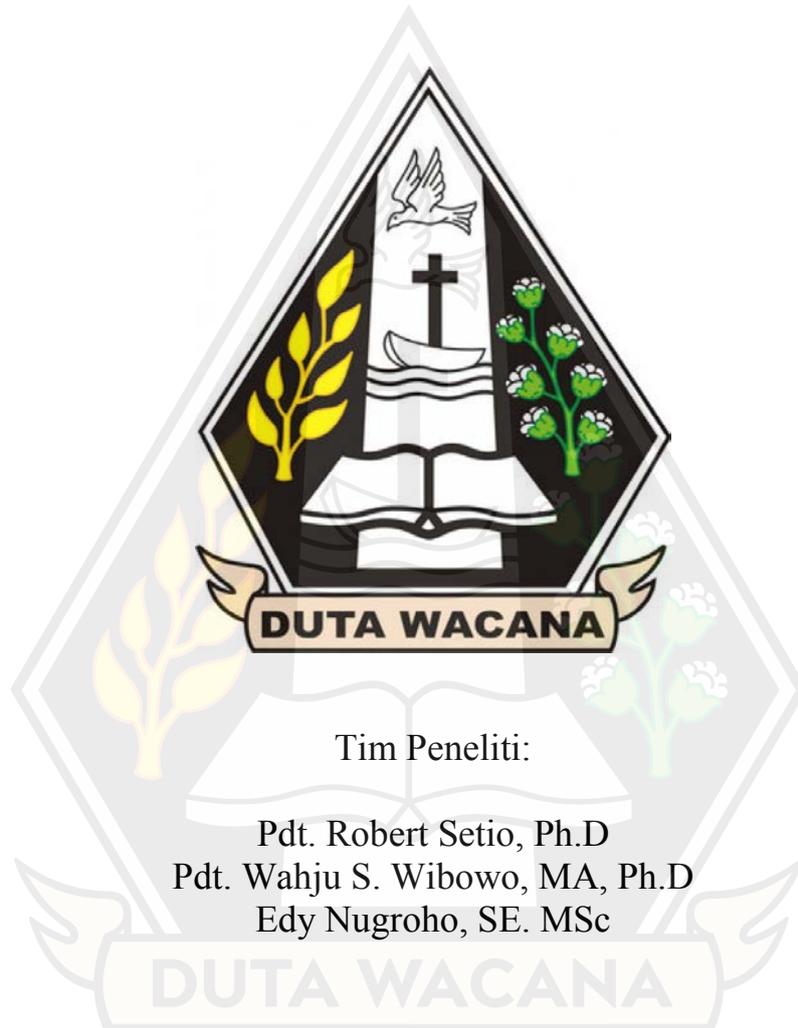


Laporan Akhir Penelitian

Studi Perilaku Pedagang Pasar dengan Stakeholders : Agama sebagai Variabel Mediasi



Tim Peneliti:

Pdt. Robert Setio, Ph.D
Pdt. Wahyu S. Wibowo, MA, Ph.D
Edy Nugroho, SE. MSc

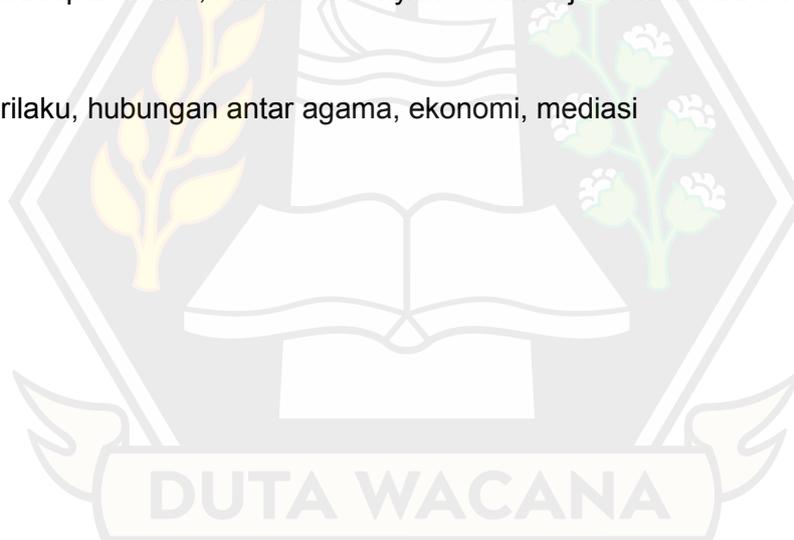
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA
MASYARAKAT
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2019

Abstrak

Pasar tradisional merupakan tempat untuk berinteraksi antar pelaku ekonomi dengan tujuan yang berbeda. Namun demikian di pasar kepentingan yang berbeda masing-masing elemen tersebut mendapatkan titik temu sebagai solusi. Elemen-elemen pelaku dipasar tradisional adalah: pedagang baik kategori eceran maupun grosir, pembeli, dan otoritas regulator sebagai wakil dari pemerintah. Para pedagang dalam melakukan relasi dengan pembeli dalam wujud transaksi ekonomi. Namun demikian, bentuk pasar tradisional rata-rata di Indonesia adalah pasar persaingan sempurna sehingga para pedagang memerlukan strategi tertentu untuk selalu mendapatkan pembeli secara regular. Strategi yang diterapkan oleh pedagang adalah memberikan diskriminasi harga terhadap pembeli dengan kualifikasi tertentu sesuai preferensinya.

Dengan meningkatnya ketegangan hubungan antar pemeluk agama yang berbeda menjadi penting untuk diteliti dampaknya pada perilaku sehari-hari. Salah satu perilaku sehari-hari adalah perilaku perdagangan di pasar-pasar tradisional. Tulisan ini merupakan hasil penelitian terhadap interaksi antara pedagang, pembeli dan pemasok barang di 4 pasar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dan kualitatif yaitu dengan penyebaran pertanyaan kuesioner kepada 150 responden dan wawancara terfokus pada beberapa responden pilihan. Hasil penelitian memperlihatkan tidak signifikannya pengaruh perbedaan agama bagi perilaku para pedagang di pasar-pasar yang diteliti. Artinya, jika sikap preferensi terhadap pemeluk agama yang sama terjadi di beberapa lini kehidupan sosial, hal tersebut nyaris tidak terjadi dalam lini ekonomi.

Kata kunci: perilaku, hubungan antar agama, ekonomi, mediasi



Kata Pengantar

Pasar tradisional merupakan tempat untuk berinteraksi antar pelaku ekonomi dengan tujuan yang berbeda. Namun demikian di pasar kepentingan yang berbeda masing-masing elemen tersebut mendapatkan titik temu sebagai solusi. Elemen-elemen pelaku dipasar tradisional adalah: pedagang baik kategori eceran maupun grosir, pembeli, dan otoritas regulator sebagai wakil dari pemerintah. Para pedagang dalam melakukan relasi dengan pembeli dalam wujud transaksi ekonomi. Namun demikian, bentuk pasar tradisional rata-rata di Indonesia adalah pasar persaingan sempurna sehingga para pedagang memerlukan strategi tertentu untuk selalu mendapatkan pembeli secara regular. Strategi yang diterapkan oleh pedagang adalah memberikan diskriminasi harga terhadap pembeli dengan kualifikasi tertentu sesuai preferensinya.

Penelitian ini menjadi akan melihat penggunaan sentimen agama yang kemungkinan terjadi di lingkungan pedagang pasar tradisional dalam berinteraksi dengan stakeholder seperti pelanggan, supplier, pesaing, dan juga pemerintah. Penelitian semakin relevan karena akhir-akhir ini fenomena penggunaan sentiment agama mengemuka secara vulgar di ranah politik.

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membiayai sepenuhnya kegiatan penelitian ini. Terima kasih kami sampaikan segenap staf yang telah selalu ramah dan komunikatif dalam melayani kebutuhan penelitian yang kami perlukan. Kami juga mengucapkan kepada segenap responden yang bersedia untuk meluangkan waktu di tengah kesibukan pekerjaan, dan tidak lupa pada asisten peneliti yang selalu bekerja keras di tengah kuliah dan beban tugas-tugas individu yang harus dikerjakan.

Yogyakarta, November 2019

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

| | | Hal |
|----------------------|--|-----|
| Kata Pengantar | | i |
| Daftar Isi | | ii |
| | | |
| Bab I. | Latar Belakang | 1 |
| | 1.1. Latar Belakang Kegiatan | 1 |
| | 1.2. Permasalahan | 2 |
| | 1.3. Tujuan Penelitian | 3 |
| | 1.4. Manfaat Penelitian | 3 |
| | 1.5. Pelaporan | 4 |
| | | |
| Bab II. | Kerangka Teoritis..... | 6 |
| | 2.1. Sikap dan Perilaku..... | 6 |
| | 2.2. Faktor-faktor Pembentuk Sikap | 10 |
| | 2.3. Pertautan Agama dan Ekonomi | 12 |
| | 2.4. Studi Empiris Ekonomi, Keagamaan, dan Sosial..... | 14 |
| | 2.5. Penelitian Terdahulu | 16 |
| | 2.6. Kerangka Kegiatan Penelitian | 17 |
| | | |
| Bab III. | Metodologi Penelitian | 20 |
| | 3.1. Pendekatan Penelitian | 20 |
| | 3.2. Sampling dan Pengumpulan Data | 20 |
| | 3.3. Pengukuran Variabel | 21 |
| | 3.4. Uji Instrumen | 21 |
| | 3.5. Alat Analisis..... | 23 |
| | | |
| Bab IV. | Hasil Survey Lapangan dan Pembahasan..... | 27 |
| | 4.1. Diskripsi responden dan Response Rate | 27 |
| | 4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas | 32 |
| | 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas | 34 |
| | 4.4. Perilaku Responden | 39 |
| | 4.5. Analisis Regresi | 41 |
| | 4.6. Ordinary Least Square | 43 |
| | 4.7. Moderating Regresion Analysis..... | 45 |
| | Dinamika Persaingan Pasar yang Semu..... | |
| | Agama dalam Praktek di Pasar Tradisional | |
| | | |
| Bab V. | Kesimpulan | 46 |

| | | |
|------|-----------------------------|----|
| 5.1. | Kesimpulan | 46 |
| 5.2. | Rekomendasi Kebijakan | 46 |

Daftar Pustaka
Lampiran



Bab I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan warna etnis, bahasa, budaya, dan agama. Dalam kondisi masyarakat yang sangat majemuk tersebut, tentu membawa konsekuensi yang sangat rentan terjadi perpecahan. Guna menjamin persatuan dan kesatuan NKRI diperlukan sistem sosial yang kuat sebagai perekat yang mampu mengantisipasi dan menyelesaikan berbagai masalah yang timbul yang disebabkan melekatnya perbedaan seperti agama, suku, atau ras. Indonesia memiliki Pancasila yang disepakati oleh segenap pihak untuk mewadahi dan melindungi kelestarian dan kemajemukan seperti diatas, sehingga diharapkan mampu menjadi perekat yang kuat bagi keutuhan bangsa. Dalam kenyataannya dan kecenderungan akhir-akhir ini, Pancasila belum sepenuhnya dapat dijadikan sebagai perekat bangsa dan malah mengalami ancaman yang cukup serius. Hal ini terbukti masih munculnya konflik dan kerusuhan yang berlatar belakang agama dan kesukuan terjadi di berbagai wilayah di Indonesia dan sekarang ini pada tahap yang mengkhawatirkan. Dalam skala yang lebih rendah konflik tersebut hadir dalam bentuk perlakuan diskriminatif dan dominasi mayoritas terhadap minoritas. Apapun alasannya, jika hal tersebut terjadi maka akan semakin meruntuhkan sendi-sendi persatuan dan kesatuan bangsa. Hal yang cukup memprihatinkan otoritas agama yang semestinya turut ambil bagian dalam mengkampanyekan toleransi dan harmonisasi justru malahan memperkeruh suasana. Aparat Pemerintah daerah yang semestinya bersikap netral, kadang di daerah tertentu malah berpihak pada salah satu kelompok yang berkonflik. Sebagai contoh paling konkrit saat ini muncul momok baru yang cukup menakutkan bagi masyarakat Indonesia pasca keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2005 yang mengharamkan pluralisme, sekularisme, dan liberalisme.

Keragaman yang semestinya dapat mendorong masyarakat pada kehidupan yang harmonis, justru dicerai oleh fatwa yang tidak bertanggungjawab tersebut. Dampaknya tidak berlebihan jika dikatakan bahwa sebelum fatwa MUI tersebut, kehidupan masyarakat beragama yang relatif harmonis, tiba-tiba berubah menjadi ketegangan yang pada akhirnya berbuah konflik dimana-mana seperti Cikeusik, Poso, Sampang Madura dan Tolikara. Banyak ketegangan sosial baik vertikal dan horisontal dengan menggunakan acuan fatwa dari MUI tersebut. Mungkin MUI sendiri tidak pernah mengantisipasi bahwa fatwa-fatwa yang dikeluarkan berbuntut anarki publik. Disisi lain, penyerangan, intimidasi, dan perusakan secara anarki tersebut menceminkan kegagalan negara dalam mengelola keberagaman.

Faktor eksternal yang ikut berperan dalam maraknya sikap intoleran berbasis agama sekarang ini adalah munculnya gerakan transnasional wahabi yang semakin marak di berbagai wilayah baik Timur Tengah maupun Asia. Di Indonesia gerakan wahabi berafiliasi dengan HTI dan juga partai politik PKS. Wahabi muncul sebagai gerakan pemurnian Islam yang sekarang ini dipersepsikan sudah tidak sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW. Hal yang negative gerakan ini adalah mudah mengkafirkan orang yang tidak sesuai dengan ajarannya. Tidak hanya dengan non muslim saja, tetapi juga dengan sesama muslim. Keadaan menjadi semakin buruk bagi Indonesia manakala gerakan ini turut membonceng di dalam kegiatan politik. Contoh paling konkrit adalah Pilpres jaman Megawati yang diserang isu gender dan yang paling baru adalah Pilkada Jakarta yang mengandung unsur agama sebagai salah satu strategi dalam kompetisi demokrasi. Hal tersebut masih terjadi diberbagai daerah dengan bentuk yang lain seperti penolakan terhadap warga untuk bermukim di wilayah Kabupaten Bantul dengan alasan karena mempunyai keyakinan yang berbeda dengan mayoritas dan yang lebih konyol lagi adalah penolakan terhadap jenazah karena alasan agama.

Penelitian ini menjadi akan melihat penggunaan sentimen agama yang kemungkinan terjadi di lingkungan pedagang pasar tradisional dalam berinteraksi dengan stakeholder seperti pelanggan, supplier, pesaing, dan juga pemerintah. Penelitian semakin relevan karena akhir-akhir ini fenomena penggunaan sentimen agama mengemuka secara vulgar diranah politik. Seperti diketahui bersama sedikit wilayah di Yogyakarta dalam sub sektor jasa kost bagi mahasiswa, secara terang-terangan sudah membatasi dengan faktor agama. Tentunya fenomena ini sangat tidak kondusif bagi kegiatan bernegara bila tidak segera diambil solusi secara menyeluruh.

1.2. Permasalahan

Konsep yang mentautkan agama dengan ekonomi dalam perkembangan studi sosiologi dan antropologi ekonomi muncul dalam konstruksi pemikiran teoritis para ilmuwan sosial setelah Max Weber. Robert Wuthnow (1994), misalnya, mengonsepan adanya relevansi agama dengan konteks studi sosiologi ekonomi. Kedua elemen tersebut saling mengkait, baik dalam tataran teoritis maupun realitas empiris. Pemikiran tersebut berseberangan dengan dengan asumsi-asumsi yang dikembangkan oleh ekonom konvensional-mazhab klasik maupun neoklasik. Mereka membangun kerangka dasar pemikiran teoritis berlandaskan filsafat *homo economicus* dan keunggulan *rational economic man*. Menurut ekonom klasik, kemajuan kapitalis melegitimasi persaingan yang cenderung didominasi *homo homini lupus* dalam setiap aktivitas ekonomi. Tindakan ekonomi bukan

berdasarkan rasionalitas *economic man*, tetapi *economic animal*. Konsepsi ini diperkuat oleh logika pemikiran yang menggunakan paradigma positivistik-sekuler dengan konstruksi keilmuan bebas nilai. Asumsi dasar pemikiran teoritis yang dibangun cenderung menafikan sistem nilai budaya dan keagamaan yang telah berkembang dan berakar dalam kehidupan sosial masyarakat tertentu. Proses konvergensi nilai-nilai etika dasar keagamaan dengan aktivitas keagamaan dengan aktivitas ekonomi masyarakat Barat yang kemudian mendorong perkembangan serta kemajuan kapitalisme, menurut Weber berawal dari gerakan reformasi pemahaman keagamaan yang dilakukan Marthin Luther. Nilai-nilai tersebut berorientasi pada upaya membumikan paham keagamaan *calling* dalam bahasa Inggris yang berarti panggilan dan mengandung makna tugas suci yang dikehendaki Tuhan.

1.3. Tujuan Penelitian

Studi ***Perilaku Pedagang Pasar dalam Berinteraksi dengan Stakeholder: Agama sebagai Variabel Mediasi*** bertujuan untuk mengetahui:

1. Mengetahui pola interaksi pedagang pasar tradisional dengan stakeholder yang mencakup; supplier, pelanggan, dan pesaing.
2. Mengetahui posisi variabel atau faktor agama dalam konteks interaksi antara pedagang pasar dengan stakeholdernya.
3. Mengetahui variabel-variabel yang membentuk perilaku pedagang dalam berinteraksi sosial terutama dengan supplier, pelanggan, dan pesaing.

Dengan mengetahui Studi ***Perilaku Pedagang Pasar dalam Berinteraksi dengan Stakeholder: Agama sebagai Variabel Mediasi*** yang mendukung kearah pemahaman pluralisme yang seperti yang diharapkan oleh pemerintah, hal ini identik dengan yang dilakukan oleh organisasi Islam Nahdlatul Ulama yang mengkampanyekan Islam Nusantara yang ramah, toleran, dan terbuka dalam rangka melindungi masyarakat Indonesia dari ajaran radikal yang sekarang ini masif terjadi di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari kegiatan penelitian yang berjudul "***Perilaku Pedagang Pasar dalam Berinteraksi dengan Stakeholder: Agama sebagai Variabel Mediasi***" dilihat dari sisi aplikasi kebijakan pembangunan dan sisi pengembangan ilmu di mana masing-masing sebagai berikut;

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perencana pembangunan dalam menyusun kebijakan-kebijakan sehingga kualitas kebijakan yang dihasilkan dapat lebih memperhatikan masalah-masalah yang terkait dengan intoleransi yang sekarang cukup marak di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Dari segi akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat sebagai alat untuk menanggulangi paham-paham intoleransi.

1.5. Pelaporan

Bab pendahuluan yang merupakan bagian utama akan berisi tentang latar belakang, tujuan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan lingkup penelitian. Setelah bab pendahuluan, laporan penelitian ini di lanjutkan dengan bab dua yang berisi tentang teori sikap dan perilaku manusia dari berbagai ahli dan cara pengukurannya. Bab dua ditutup dengan beberapa penelitian terdahulu dalam skala nasional maupun internasional dengan berbagai variasi kajian ilmu baik kajian ekonomi murni maupun disiplin ilmu yang lain seperti sosiologi.

Selanjutnya bab tiga menjelaskan tentang metodologi penelitian yang dipakai dalam kegiatan ini. Bagian pertama dijabarkan tentang; lokasi penelitian dan alasannya, metode sampling dan pengambilan data, dan diakhiri dengan alat analisis statistik yang digunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian telah dirumuskan.

Dalam bab empat mendiskripsikan hasil dan diskusi dari hasil survey lapangan, laporan diawali dengan diskripsi data-data primer yang merupakan hasil dari survey lapangan yang dijalankan selama satu bulan. Di samping itu, akan disajikan pula data sekunder dari berbagai sumber sebagai data pendukung yang mempunyai kaitan yang relevan dengan topik yang diteliti. Dalam bab ini juga akan disajikan hasil perhitungan dengan menggunakan statistik yang tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sudah dirumuskan. Selain itu juga dilengkapi dengan hasil analisis yang berasal dari in-depth interview dengan beberapa informan yang terpilih.

Bab lima sebagai penutup, akan mengandung dua bagian besar yaitu kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan dan ditutup dengan rekomendasi kebijakan bagi para *stakeholders* yang *concern* terhadap gerakan toleransi yang sekarang mendesak perlu dilakukan. Sementara itu, juga dikemukakan beberapa keterbatasan dari penelitian ini. Hal

ini dapat dijadikan catatan untuk para pembaca yang tertarik dalam pengembangan penelitian tentang agama dan ekonomi.



Bab V

Kesimpulan & Rekomendasi

Atas dasar analisis data yang sudah diuraikan pada bab terdahulu, maka akan diambil beberapa kesimpulan, dan atas dasar kesimpulan tersebut selanjutnya akan disusun beberapa rekomendasi kebijakan. Bab ini terdiri dari dua bahasan yaitu: (1) Kesimpulan, dan (2) Rekomendasi.

5.1. Kesimpulan

Dari analisis data yang sudah dilakukan, maka kajian ini mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap dan perilaku pedagang pasar tradisional dibentuk oleh lingkungan dan pengalaman pribadi masing-masing. Sementara itu peran media tidak berdampak pada pembentukan perilaku.
2. Sikap dan agama mempengaruhi para pedagang pasar tradisional dalam berinteraksi dengan pelanggan, pesaing, dan supplier.
3. Sikap mempengaruhi agama mempengaruhi para pedagang pasar tradisional dalam berinteraksi dengan pelanggan, pesaing, dan supplier.
4. Dalam menjalankan aktifitas usahanya dipasar tradisional, para pedagang tidak menggunakan sentimen agama dalam berinteraksi dengan pelanggan, pesaing, dan juga supplier. Hal ini berlaku baik wilayah perkotaan, sub urban dan juga pedesaan. Namun demikian nilai-nilai agama seperti kejujuran dan kebersamaan tetap dipegang teguh dalam berdagang.

5.2. Rekomendasi Kebijakan

Atas dasar kesimpulan tersebut, maka kajian ini memberikan beberapa rekomendasi. Rekomendasi secara umum dan khusus adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu adanya program antisipasi khusus karena sebagian kecil pedagang pasar tradisional menyatakan setuju dengan penggunaan sentiment agama dalam berinteraksi dengan para pelanggan, pesaing, dan supplier.

2. Perlu diadakan pendidikan praktis bagi para pedagang pasar mengenai nilai-nilai toleransi dan keberagaman. Pendidikan tersebut dapat dilakukan melalui penyuluhan lewat pengajian-pengajian yang secara reguler dilakukan.



Daftar Pustaka

- Ajzen, I. 1988. *Attitudes, Personality, and Behavior*. Milton Keynes : Open Univesty Press.
- Allen, D.E., Guy.R.F., and Edgley, C. K. 1980. *Social Psycology as Social Process*. Belmont, Cal.: Wadsworth Publishing Company.
- Barro, Robert And Joshua Mitchel. 2004. *Religion Faith and Economic Growth: What Matters Most Beliefe or Belonging?* Washington, DC: The Heritage Foundation Center for Religion and Civil Society.
- Berkowitz, L. 1972. *Social Psycology*. Glenview, Ill., : Scott, Foresman and Company.
- Capra, M Umer. 2001. *The Future of Economics : An Islamic Perspective*. Jakarta : Shariah Economics and Banking Institute.
- Castle, Lance.1967. *Religion, Politics, and Economic Behaviour in Java: The Kudus Cigarette Industry*. New Haven Southeast Asia Studies. Yale University Press.
- Edwards, A. L..1957. *Techniques of Attitude Scale Construction*. New York: Appleton Century Croft, INC.
- Field, Andy. 2005. *Discovering Statistics with SPSS*. 2nd Edition. London. Sage Publication Ltd.
- Geertz, Clifford. 1983. *Abangan, Santri, Priyayi dalam Masyarakat Jawa*, diterjemahkan oleh Aswab Mahasin. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Giddens, Anthony.1995. *Politics, Sociology and Social Theory: Encounters with Classical and Contemporary Social Thought*. Cambridge
- Gujarati, Damodar N. 2003, *Basic Econometrics*. 4th Edition. McGraw-Hill, New York, USA.
- Hair, Joseph, et. all. 2007. *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. Prentice Hall.

- Nakamura, Mitsuo. 1983. *Bulan Sabit Muncul dari Balik Pohon Beringin: Studi tentang Pergerakan Muhammadiyah di Kotagede, Yogyakarta*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sange, Peter. 1990. *The Fifth Discipline: The art and practice of the learning organization*, Doubleday, New York.
- Secord, P. F. And Backman, C. W. 1964. *Social Psychology*, New York : McGraw-Hill Book Company.
- Sekaran, Uma. 2003, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 4th Edition. John Wiley & Son, Inc.
- Sosis, Richard. 2005. *Does Religion Promote Trust? The Role of Signaling, Reputation, and Punishment*. Interdisciplinary Journal of Research on Religion.
- Ulin, P., Waszack, C., and Pfannenschmidt, S. 1996. *Integrating Qualitative and Quantitative Research*. Family Health International's Women Studies Project Technical Advisory Group Annual Meeting, Raleigh. North Carolina.
- Weber, Max. 1992. *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*. London and New York: Routledge.
- Wuthnow, Robert. 1994. *Religion and Economic Life*. dalam Neil J Smelser and Richard Swedberg (eds.) *Handbook of Economic Sociology*. New York: Princeton University Press.

