

POLA KOMUNIKASI PEDAGANG TRADISIONAL DALAM MENJUAL BAHAN DAGANGAN DI PASAR TATELI KECAMATAN MANDOLANG

oleh :

Christy Lengkey

Yuriewaty Pasoreh

Grace Waleleng

email : kityvani@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dengan judul pola komunikasi pedagang tradisional dalam menjual bahan dagangan di pasar Tateli Kecamatan Mandolang, menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan informan penelitian pedagang pasar tateli sebagai sumber data utama, hadirnya teknologi serta munculnya persaingan dengan pasara modern, menjadi ancaman bagi perkembangan pasar tradisional tersebut. Masalah lain yang mendasari penelitian ini adalah mulai tidak terawatnya pasar tradisional, terkait dengan kebersihan, ketertiban serta keamanan pembeli mamupun pedangan, termasuk masih kurangnya sarana dan fasilitas pendukung pasar tradisional tersebut. fokus permasalahan adalah tentang Pola komunikasi yang terjadi pada pedagang kaki lima dalam menjual bahan dagangannya dan juga bagaimana hambatan komunikasi yang terjadi pada pedagang kaki lima dalam menjual bahan dagangannya.

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Pedagang, Tradisional,

LATAR BELAKANG MASALAH

Istilah perdagangan tentunya tidak bisa lepas dari kehidupan manusia di dunia ini, sejak dari beribu-ribu tahun yang lalu. Barter merupakan salah satu bentuk awal perdagangan. Sistem ini memfasilitasi pertukaran barang dan jasa saat manusia belum menemukan uang. Sejarah barter dapat ditelusuri kembali hingga tahun 6000 SM. Diyakini bahwa sistem barter diperkenalkan oleh suku-suku Mesopotamia. Sistem ini kemudian diadopsi oleh orang Fenisia yang menukarkan barang-barang mereka kepada orang-orang di kota-kota lain yang terletak di seberang lautan. (sumber : www.amazine.co). Sebuah sistem yang lebih baik dari barter dikembangkan di Babilonia.

Orang-orang Eropa mulai menjelajah samudera selama Abad Pertengahan untuk kemudian menukarkan barang-barang yang mereka bawa seperti bulu binatang dan kerajinan dengan parfum dan sutra. Pada awalnya, orang-orang kolonial Amerika tidak punya cukup uang untuk berbisnis sehingga menggunakan barter sebagai bantuan. Sistem barter juga mewarnai sejarah tahun-tahun awal Universitas Oxford dan Universitas Harvard. Pada masa itu, siswa membayar uang kuliah dengan bahan makanan, kayu bakar, atau ternak.

Barter kembali populer selama Depresi Besar pada tahun 1930-an akibat terjadi kelangkaan uang. Era sekarang sistem perdagangan tentunya telah mengalami perubahan yang sangat cepat, tentunya dengan menggunakan nilai uang sebagai alat tukar dengan barang.

Proses perdagangan tersebut tentunya sangat berhubungan dengan pasar, baik itu pasar tradisional maupun pasar modern, seperti minimarket, supermarket dan lain-lain. Berbicara pasar tentunya kita akan berpikir tentang konsep pasar tradisional yang masih sangat lekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia saat ini, khususnya pasar yang ada di Kota Manado, Minahasa dan sekitarnya. Pasar tradisional tentunya tidak lepas dari permasalahan sampah, kotor, becek, dan sebagainya. Namun pada kenyataannya konsep pasar tradisional tersebut masih sangat erat dengan kehidupan masyarakat Manado dan Minahasa tersebut, tercatat beberapa pasar di kota Manado dan Minahasa yang masih eksis ditengah perkembangan pasar modern saat ini. Pasar karombasan, pasar bersehati, pasar malalayang, pasar bahu, dan pasar tateli yang terletak di perbatasan atau pinggiran kota Manado, yang secara letak geografisnya sudah berada di Kecamatan Mandolang Kabupaten Minahasa.

Seiring perkembangan zaman dengan kecanggihan teknologi saat ini, keberadaan pasar tradisional tentunya sudah mulai terancam dengan adanya pasar modern dan pasar online. Ditambah lagi permasalahan bahwa keberadaan pasar tradisional yang kurang jaman untuk melakukan transaksi jual beli, dikarenakan kebanyakan tempat pasar tradisional terlihat kotor dan semerawut, kemudian juga seringkali kualitas barang serta perhitungan harga yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembeli, menjadi beberapa indikator berkurangnya minat pembeli untuk datang melakukan transaksi di pasar tradisional tersebut. Hal tersebut tentunya memberikan dampak kurang nyaman bagi masyarakat pembeli, serta masyarakat pada umumnya. Dengan adanya permasalahan tersebut, prospek penjualan berkaitan dengan pendapatan para pedagang tradisional di pasar Tateli, pastinya akan berkurang, berdasarkan permasalahan tersebut.

Berdasarkan beberapa identifikasi permasalahan komunikasi yang ada pada pedagang tradisional Tateli tersebut, maka peneliti mencoba untuk menelusuri bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di pasar tradisional tersebut dalam menjual bahan dagangan mereka agar tetap laku dan dapat juga menambah pendapatan pedagang tradisional itu sendiri. Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pola komunikasi pedagang tradisional dalam menjual bahan dagangan di pasar Tateli Kecamatan Mandolang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi pedagang tradisional dalam menjual bahan dagangan di pasar Tateli Kecamatan Mandolang. Diharapkan hasil penelitian ini dalam memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi, berkaitan dengan permasalahan pola komunikasi. Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang khususnya pedagang tradisional dalam upaya menjual dagangannya, serta dapat membangun hubungan yang lebih baik antara pedagang dan pelanggan, atau pembeli di pasar Tateli Kecamatan Mandolang.

TEORI TRANSAKSIONAL

Eric Berne, seorang psikiater Amerika, yang memperkenalkan Teori Nalasis Transaksional ini. (*transactional analysis Theory*), dalam bukunya *Game People Play*. Pakar jiwa kelahiran Montreal 10 Mei 1910 ini menyampaikan gagasan pada berbagai forum ilmiah, antara lain pada Western Regional Meeting of American Group Psychotherapy Association di Los Angeles AS tahun 1957 melalui makalah yang berjudul "*transactional Analysis A New and Effectife of Group Therapy*". (Eddie Santoso & Mite Setiansah, 2010 : 35)

Analisis Transaksional (AT) adalah salah satu pendekatan Psychotherapy yang menekankan pada hubungan interaksional. Transaksional maksudnya ialah hubungan komunikasi antara seseorang dengan orang lain. Adapun hal yang dianalisis yaitu meliputi bagaimana bentuk cara dan isi dari komunikasi mereka. Dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan apakah transaksi yang terjadi berlangsung secara tepat, benar dan wajar. Bentuk, cara dan isi komunikasi dapat menggambarkan apakah seseorang tersebut sedang mengalami masalah atau tidak.

Analisis Transaksional melibatkan suatu kontrak yang dibuat oleh klien, yang dengan jelas menyatakan tujuan-tujuan dan arah proses konseling. Pendekatan ini menekankan pada aspek perjanjian dan keputusan. Melalui perjanjian ini tujuan dan arah proses terapi dikembangkan sendiri oleh klien, juga dalam proses terapi ini menekankan pentingnya keputusan-keputusan yang diambil oleh klien.

Maka proses terapi mengutamakan kemampuan klien untuk membuat keputusan sendiri, dan keputusan baru, guna kemajuan hidupnya sendiri. (<https://diazprabowopm.wordpress.com/2014/04/07>). Dalam penelitian ini teori analisis transaksional dapat dijadikan sebagai landasan teori, dikarenakan sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh teori transaksi tersebut merupakan suatu proses komunikasi antara dua orang, yaitu antara pembeli dan penjual, dengan tujuan untuk mendapatkan kesepakatan dalam hal transaksi jual beli. Hal ini tentunya terjadi pada permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan bagaimana pola komunikasi pedagang tradisional dalam menjual barang dagangannya khususnya yang ada di pasar Tateli Kecamatan Mandolang kabupaten Minahasa Propinsi Sulawesi Utara.

TEORI PERTUKARAN SOSIAL (*SOCIAL EXCHANGE THEORY*)

Menurut (Elvinaro 2010; 121) : menjelaskan bahwa teori ini memandang hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu. **Thibault dan Kelley**, dua orang pemuka utama dari model ini, menyimpulkan bahwa setiap individu secara sukarela masuk dan tinggal dalam hubungan social selama hubungan tersebut cukup memuaskan jika ditinjau dari segi ganjaran, biaya, laba dan tingkat perbandingan. Ganjaran di sini diartikan sebagai akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dari suatu hubungan. Ganjaran dapat berupa uang dan penerimaan hasil. Biaya adalah akibat yang dinilai negative yang terjadi dalam suatu hubungan. Biaya dapat berupa waktu,

usaha, konflik, kecemasan yang dapat menimbulkan efek yang tidak menyenangkan. Sementara hasil atau laba adalah ganjaran dikurangi biaya (Rohim, 2009:71-72).

Kaitan teori dengan penelitian ini tentunya sangat erat, dimana dalam suatu interaksi antara penjual dan pembeli di pasar tradisional Tateli, tentunya terjadi proses komunikasi antara kedua belah pihak, dengan harapan dan tujuan untuk terjadi kesepakatan jual beli antara mereka. Hal ini seperti diasumsikan oleh teori pertukaran social dimana teori ini memandang suatu hubungan antara dua orang merupakan suatu transaksi dagang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1992) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik. (Sujarweni, 2014 : 19).

Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Selanjutnya menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong (2007 ; 4) metode kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang perlu diamati dan diarahkan kepada latar dan individu dan secara utuh.

SUBJEK/INFORMAN PENELITIAN

Sugiyono (2011 : 84) menjelaskan bahwa sampling purposif adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Margono (2004 : 128), pemilihan sekelompok subjek dalam purposif sampling didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Sumber data atau informan merupakan kunci dalam penelitian ini. Informan menurut Moleong (2006) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, dia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Untuk melakukan penelitian ini, penulis menggunakan sampling purposive, dimana penentuan informan dilakukan berdasarkan kebutuhan data penelitian, yaitu informan yang dapat membantu kelancaran penelitian ini.

Dalam penelitian ini ditetapkan sebagai informan penelitian adalah kepala pasar, pedagang tradisional dan pembeli yang berada di pasar Tateli kecamatan Mandolang, dengan jumlah informan yaitu 7 orang informan.

FOKUS PENELITIAN

Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, perlu menentukan arah atau fokus penelitian, untuk itu yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah :

1. Pola komunikasi yang terjadi pada pedagang kaki lima dalam menjual bahan dagangannya.
2. Hambatan komunikasi yang terjadi pada pedagang kaki lima dalam menjual bahan dagangannya.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan lazimnya Teknik pengumpulan data secara kualitatif yaitu observasi, wawancara langsung dan studi dokumen :

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. (Sujarweni, 2014).

Wawancara. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. (Sujarweni, 2014). Dan pada penelitian ini penulis menggunakan wawancara terstruktur. Menurut Esteborg (2002) wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh. (Sugiono, 2011). Oleh karena itu dalam proses wawancara, penulis telah menyiapkan pedoman wawancara.

Dokumentasi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2011: 240). Dokumentasi ini penting untuk pembuktian bahwa telah melaksanakan penelitian. Bentuk dokumentasi yang dilakukan penulis pada saat penelitian adalah dokumentasi dalam bentuk rekaman suara.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen (1982) sebagaimana dikutip Moleong (2007:248), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan

apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitiannya kepada orang lain. Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam. Data yang peneliti kumpulkan akan dianalisis melalui tahapan sebagai berikut :

1. Peneliti akan mulai mengorganisasikan semua data atau gambaran menyeluruh dan menelaah kembali data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, yaitu wawancara mendalam.
2. Data yang terkumpul akan dibaca kembali secara keseluruhan dan membuat catatan pinggir mengenai data yang dianggap penting dan sesuai dengan fokus dan tujuan dari penelitian ini, yang selanjutnya dilakukan pengkodean data, agar data yang ada mudah untuk ditelusuri atau ditemukan kembali ketika diperlukan dalam membuat kategorisasi.
3. Langkah selanjutnya dilakukan kategorisasi, data yang mempunyai makna yang sama akan dibuat kategori tersendiri dengan nama/label tersendiri pula yang tujuannya untuk menemukan pola umum tema, sebelum peneliti melakukan interpretasi data.
4. Tahap terakhir yang dilakukan peneliti yaitu menginterpretasikan data peneliti yang ada untuk melakukan penarikan kesimpulan setelah melakukan verifikasi terhadap semua data yang akan menjawab permasalahan dalam penelitian.

HASIL PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tentang bagaimana pola komunikasi pedagang tradisional dalam menjual bahan dagangan di pasar Tateli Kecamatan Mandolang. Maka sesuai dengan kajian ilmiah Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004:1). Dalam hal ini pola komunikasi dapat terjadi juga pada interaksi komunikasi antara pedagang dan pembeli di pasar Tateli tersebut.

Keberadaan pasar tradisional tentunya sudah mulai terancam dengan adanya pasar modern dan pasar online. Permasalahan lainnya adalah keberadaan pasar tradisional yang kurang jaman untuk melakukan transaksi jual beli, dikarenakan kebanyakan tempat pasar tradisional terlihat kotor dan semerawut, kemudian juga seringkali kualitas barang serta perhitungan harga yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembeli, permasalahan ini yang menjadi daya Tarik penelitian ini dikaitkan dengan bagaimana pola komunikasi pedagang dalam menjual dagangannya di pasar tradisional tersebut. Hal tersebut tentunya memberikan dampak kurang nyaman bagi masyarakat pembeli, serta masyarakat pada umumnya. Dengan adanya permasalahan tersebut, prospek berjualan berkaitan dengan pendapatan para pedagang tradisional di pasar Tateli, pastinya akan berkurang, berdasarkan permasalahan tersebut. Seperti kita ketahui bersama bahwa Pola komunikasi

merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus, pola komunikasi di sini akan lebih mempunyai arti jauh ketika dikaitkan dengan prinsip-prinsip komunikasi dalam merealisasikan bentuk komunikasi. situasi ini juga terjadi pada interaksi tatap muka antara pedagang dan pembeli, termasuk senyuman serta sapaan ketika individu sebagai pedagang dan individu sebagai pembeli melakukan pembicaraan atau tawar menawar barang dagangan. Komunikasi berdasarkan bentuknya, dibagi kepada: Komunikasi Antar Personal atau yang lebih dikenal dengan Interpersonal: komunikasi yang terjadi antar komunikator dengan komunikan secara langsung dengan cara berhadapan muka atau tidak. Komunikasi seperti ini lebih efektif karena kedua belah pihak saling melancarkan komunikasinya dan dengan feedback keduanya melaksanakan fungsi masing-masing. Hal ini juga terjadi antara pedagang dan pembeli di pasar Tateli tersebut, dimana ketika melangsungkan interaksi pastinya keduanya akan terjadi tatap menatap ketika terjadi penawaran harga. Sementara untuk pola komunikasi secara kelompok terjadi juga dalam interaksi antara pedagang dengan rekan pedagangnya, ketika bertanya mengenai harga ataupun stok barang dagangan mereka di pasar tersebut. Komunikasi Kelompok: adalah komunikasi yang terjadi antara seseorang dan kelompok tertentu. Komunikasi kelompok dapat dipetakan menjadi 3 kelompok komunikasi. David Krech dalam Miftah Thoha (2008:142) yaitu; secara jelas hasil penelitian mengenai pola komunikasi pedagang dengan pembeli dapat dilihat dari beberapa pernyataan dari hasil penelitian dengan memanfaatkan sumber data informan penelitian sebagai berikut : Proses komunikasi yang terjadi antara pedagang pasar Tateli dengan pembeli, adalah dengan konsep tatap muka, dimulai oleh pedagang dengan menawarkan jualan secara langsung kepada pembeli, sarana komunikasi pedagang adalah mulut dan suara mereka, untuk menarik perhatian pembeli disaat datang dipasar Tateli, mulut yang paling ribut serta suara yang paling keras dari seorang penjual akan sangat memungkinkan menarik perhatian pembeli untuk datang di lapak penjual tersebut. selain itu juga kemampuan berkomunikasi secara persuasif dengan bujukan serta kemampuan memberikan harga yang tepat merupakan salah satu andalan para pedagang pasar tateli dalam upaya menjual barang dagangannya. terlepas dari suara yang keras dan kemampuan persuasive para pedangan pasar tateli, mereka juga tetap menjaga etika sopan santun ketika menawarkan barang dagangannya, termasuk juga selalu mengedepankan pelayanan yang terbaik bagi pembeli, demi kepuasan pembeli, dengan memberikan sedikit harga yang dikurangi agar terjadi transaksi pembelian. penggunaan bahasa Manado merupakan bahasa yang paling sering digunakan ketika melakukan interaksi dengan pembeli, selain itu juga para pedagang menguasai bahasa Indonesia yang baku. hal ini dimungkinkan karena bisa saja pembeli adalah orang dari luar Manado. dikaitkan dengan kajian ilmu komunikasi pola komunikasi secara langsung tersebut adalah berkaitan dengan pendekatan komunikasi interpersonal, yang disertai dengan pendekatan komunikasi persuasive oleh pedagang ke pembeli.

Pada kajian Hambatan komunikasi yang terjadi pada saat berjualan dipasar tateli tersebut adalah rata-rata pedagang pasar Tateli belum kuasai pemahaman bahasa internasional, khususnya bahasa Inggris serta bahasa lainnya seperti bahasa Jepang, korea, cina, mandarin, oleh para pedagang pasar Tateli, yang sering kali menghambat proses komunikasi antara pedagang dengan pembeli yang berasal dari luar negeri, yang kebetulan mampir ketika ada tour perjalanan wisata ke daerah Nyiur Melambai Propinsi Sulawesi Utara ini. saat ini propinsi Sulawesi utara merupakan salah satu destinasi wisata andalah Indonesia Timur, sejak dibukanya akses penerbangan langsung dari beberapa negara Asia dan Eropa, oleh sebab itu perlu ditingkatkan kemampuan bahasa bagi masyarakat Sulut khususnya pedagang, karena potensi berinteraksi secara langsung dengan turis cukup terbuka dengan pedagang lokal termasuk pedagang pasar Tateli tersebut.

Hadirnya media online, serta pasar modern antara lain supermarket dan minimarket, tidak menjadi halangan dan hambatan bagi para pedagang di pasar Tateli. Media sosial dapat membantu para pedagang dalam meningkatkan penjualan dengan berusaha untuk mempromosikan jualannya melalui media sosial, khususnya facebook, karena rata-rata pedagang di pasar Tateli sudah memiliki account facebook pribadi, walaupun berdasarkan data penelitian masih banyak yang belum mengpotimalkan fungsi media sosial tersebut secara baik untuk mendapatkan keuntungan dan menjalankan bisnis di pasar.

Ancaman masuknya pasar dengan konsep modern seperti minimarket maupun super market, kebanyakan pedagang melalui informan penelitian menjelaskan tidak menjadi masalah, karena sesuai dengan pengamatan mereka masyarakat daerah Tateli dan sekitarnya masih lebih banyak yang memanfaatkan pasar Tateli sebagai tempat belanja, dengan alasan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat tersedia di pasar, termasuk juga akses jarak tempat pasar yang masih terbilang dekat. sementara untuk minimarket lebih banyak hanya menyediakan barang yang paten, untuk bahan mentah seperti ikan laut, sayur, daging, serta lainnya masih belum lengkap, kalau untuk supermarket belum menjadi ancaman bagi pedagang pasar Tateli, karena operasionalnya hanya berada di Kota Manado sampai saai ini.

untuk mengantisipasi persaingan dengan pedagang lainnya para pedagang tetap meningkatkan kemampuan koomunikasinya dengan cara ramah dan sopan kepada pembeli, serta juga mencoba memberikan reward yang pantas bagi para pembeli, misalnya jika beli tomat bisa mendapatkan batang bawang secukupnya. hal ini tentunya dapat menarik perhatian pembeli untuk datang membeli di pasar Tateli tersebut.

Pedagang pasar Tateli selalu berusaha untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pembeli ketika melakukan interaksi jual beli dagangannya, kemampuan berkomunikasi yang baik, dengan sapaan serta senyuman selalu di andalkan ketika terjadi interaksi jual beli antara pedagang dan pembeli. selain itu juga para pedagang berusaha untuk selalu memberikan kenyamanan bagi pembeli dengan berupaya memberikan bonus tambahan bahan atau barang yang dibeli oleh pembeli, tentunya hal tersebut telah dipertimbangkan masalah harga dan keuntungannya.

Sesuai dengan teori Analisis Transaksional (AT) adalah salah satu pendekatan Psychotherapy yang menekankan pada hubungan interaksional. Transaksional maksudnya ialah hubungan komunikasi antara seseorang dengan orang lain. artinya hubungan transaksional terjadi dalam situasi interaksi komunikasi antara pedagang pasar tateli dengan calon pembeli. Adapun hal yang dianalisis yaitu meliputi bagaimana bentuk cara dan isi dari komunikasi mereka. Dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan apakah transaksi yang terjadi berlangsung secara tepat, benar dan wajar. Bentuk, cara dan isi komunikasi dapat menggambarkan apakah seseorang tersebut sedang mengalami masalah atau tidak. bentuk pola komunikasi yang terjadi adalah sesuai dengan pendekatan komunikasi antarpersonal serta didukung dengan pendekatan komunikasi persuasive dengan tujuan akhirnya terjadi feedback komunikasi yaitu pembeli pada akhirnya membeli dagangan para pedagang di pasar Tateli tersebut.

Kaitan dengan teori Menurut (Elvinaro 2010; 121) : menjelaskan bahwa teori ini memandang hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu. *Thibault dan Kelley*, dua orang pemuka utama dari model ini, menyimpulkan bahwa setiap individu secara sukarela masuk dan tinggal dalam hubungan social selama hubungan tersebut cukup memuaskan jika ditinjau dari segi ganjaran, biaya, laba dan tingkat perbandingan.

Adanya kebutuhan akan barang oleh pembeli memungkinkan pembeli untuk datang ke pasar dan melakukan pembelian pada pedagang pasar, hal ini tentunya akan terjadi situasi hubungan interpersonal, melalui percakapan, proses tawar menawar dan pada akhirnya dapat terjadi deal atau persetujuan harga sehingga terjadi keberhasilan transaksi dagang. Hal ini juga pasti terjadi di pasar Tateli antara pedagang dan pembeli yang melalui tahapan komunikasi antarpribadi tersebut.

KESIMPULAN

Setelah melalui tahapan penelitian sebelumnya yaitu hasil penelitian dan pembahasan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pola komunikasi antara pedagang dan pembeli terjadi dalam bentuk komunikasi antarpersonal, disertai dengan pendekatan komunikasi persuasive serta terjadi dalam situasi dialog interaktif berjalan secara tatap muka. Pedagang yang berusaha untuk membujuk dan meyakinkan barang jualannya untuk dibeli oleh pembeli. Dalam interaksi komunikasi antara kedua belah pihak, terjadi percakapan yang didahului oleh pedagang dengan memberikan sapaan dan senyuman ketika calon pembeli/pembeli datang di pasar tersebut.
2. Saluran atau media komunikasi yang dominan dipakai oleh para pedagang pasar Tateli adalah menggunakan mulut dan kemampuan suara, dalam menyampaikan barang dagangannya, dengan tujuan untuk menarik perhatian pembeli agar mau membeli barang dagangannya.
3. Proses komunikasi pedagang ketika melakukan interaksi dengan pembeli ataupun calon pembeli, selalu mengedepankan etika dan kesopanan dalam

berbicara menawarkan barang dagangannya. Pedagang pasar Tateli selalu berusaha untuk meningkatkan pelayanan kepada calon pembeli/pembeli, dengan memberikan bonus bagi pembeli yang berbelanja cukup banyak.

4. Media sosial serta kehadiran pasar modern seperti minimarket dan supermarket, tidak menjadi ancaman serius bagi pedagang pasar Tateli, karena media sosial dapat juga membantu penjualan pedagang tersebut lebih baik lagi, serta untuk keberadaan minimarket/supermarket belum menyediakan kebutuhan masyarakat yang lengkap seperti di pasar tradisional, kemudian juga kebanyakan untuk supermarket masih beroperasi di Kota Manado, jauh dari pasar Tateli.
5. Hambatan komunikasi yang terjadi pada saat berjualan dipasar tateli tersebut adalah rata-rata pedagang pasar Tateli belum kuasai pemahaman bahasa internasional, khususnya bahasa Inggris serta bahasa lainnya seperti bahasa Jepang, korea, cina, mandarin, oleh para pedagang pasar Tateli, yang sering kali menghambat proses komunikasi antara pedagang dengan pembeli yang berasal dari luar negeri, yang kebetulan mampir ketika ada tour perjalanan wisata ke daerah Nyiur Melambai Propinsi Sulawesi Utara ini. saat ini propinsi Sulawesi utara merupakan salah satu destinasi wisata andalan Indonesia Timur, sejak dibukanya akses penerbangan langsung dari beberapa negara Asia dan Eropa,
6. Hambatan lain secara fisik fasilitas sarana dan prasarana pasar Tateli masih kurang baik, khususnya dalam hal kenyamanan pembeli dan pedagang pada saat hujan, dan malam hari belum terlalu layak.

SARAN

1. Kemampuan komunikasi para pedagang masih perlu ditingkatkan lagi dari unsur bahasa paling tidak memahami kata-kata atau kalimat dalam menawarkan barang menggunakan bahasa Inggris, serta lebih baik lagi untuk meningkatkan keramahan serta kesopanan, ketika berinteraksi dengan pembeli secara langsung.
2. Sarana prasarana perlu diperhatikan oleh pihak terkait, serta para pedagang pasar perlu menjaga kebersihan pasar, sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi para pembeli ketika datang melakukan transaksi di pasar Tateli tersebut.
3. Para pedagang pasar Tateli diharapkan mulai belajar dan lebih optimal memanfaatkan adanya media sosial, untuk mengembangkan usahanya secara online mengikuti perkembangan era digitas dan industry 4.0 saat ini. Pedagang pasar di era perkembangan teknomogi dan informasi perlu mengembangkan diri dengan mencoba memanfaatkan adanya teknologi serta media baru seperti internet, media sosial dan sebagainya, guna meningkatkan pendapatan dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, 2010, Metodologi Penelitian untuk Public Relations, kuantitatif dan kualitatif, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Cangara, Hafied. 1998, **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Djamarah, Bahri Syaiful, 2004. **Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam Keluarga**. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *“Ilmu, teori dan filsafat Komunikasi”* . Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kuswarno, Engkus. 2009. Fenomenologi. Bandung: Widya Padjajaran
- Margono. 2004. **Metodologi Penelitian Pendidikan**. Jakarta: Rineka Cipta
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mulyana, Deddy, 2013. **Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan**. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Pareno, Sam Abede 2002. **Kuliah Komunikasi**. Surabaya: Papyrus
- Rohim, Syaiful. 2009. Teori Komunikasi: perspektif, Ragam, & Aplikasi, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D**. Bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. **Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami**. Yogyakarta: Pustakabarupress
- Santoso, Edie & Setiansah Mite. 2010. Teori Komunikasi, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Teguh Meinanda, 1981, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik*, armico Bandung.
- Thoha, Miftah, 2008. **Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya**. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.