

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Konflik pada dasarnya merupakan bagian dari kehidupan manusia. Setiap saat manusia bisa dihadapkan dengan berbagai macam konflik, terutama konflik sosial yang terjadi dalam masyarakat. Potensi konflik mudah terjadi terutama dalam sebuah masyarakat multikultural seperti Indonesia yang memiliki keragaman etnis, kepercayaan dan budaya yang berbeda. Karakteristik masyarakat Indonesia yang multikultur memang sangat memungkinkan terjadinya konflik, karena masyarakat terbelah ke dalam kelompok berdasarkan identitas kultural mereka (Aw, 2010, hlm. 85). Melalui pemahaman terhadap konsep identitas dan identifikasi kultural, kita dapat mengenali kelompok budaya tertentu seperti misalnya etnis Dayak, Madura, Cina, Sunda, Jawa dan lain-lain.

Konflik antaretnis dapat terjadi dimana saja dan kapan saja, salah satunya adalah di suatu pusat perbelanjaan atau pasar. Sektor pasar merupakan wilayah yang cukup potensial dengan keragaman dan kemajemukan perilaku budaya individu untuk berinteraksi (Ardianti, 2017, hlm. 14). Dalam kehidupan masyarakat, pasar menjadi salah satu bagian yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas hidup masyarakat karena pada dasarnya pasar merupakan suatu perwujudan dari sebuah kebudayaan yang telah diciptakan oleh manusia. Pasar sebagai sendi perekonomian rakyat juga memungkinkan manusia bertatap muka langsung dari aneka latar belakang budaya. Kehadiran orang-orang yang berasal dari berbagai etnis tersebut akan cenderung mendatangkan potensi konflik yang berbeda seperti yang diungkapkan oleh Appelbaum dkk. (1998, hlm. 222) bahwa di hampir setiap aspek budaya dapat memiliki dampak besar pada bagaimana konflik dirasakan dan ditanggapi. Selain itu, keragaman budaya dapat memunculkan konflik dalam kehidupan sebuah kelompok.

Penelitian ini akan membahas resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis pedagang-pembeli di Pasar Baru *Trade Center* Bandung sebagai pasar terbesar di Jawa Barat. Menurut Dinas Pasar Kota Bandung pada tahun 2007 (Ardianti, 2017, hlm. 13), Pasar Baru memiliki jumlah pedagang dan *trade area*

(ruang dagang) yang paling banyak dibanding dengan pasar-pasar lainnya yang berada di Kota Bandung dan sebagai salah satu pasar tertua yang masih bertahan di Bandung hingga saat ini, menjadikan Pasar Baru sebagai lahan usaha bagi para pedagang yang datang dari berbagai daerah di Indonesia, seperti dari Palembang, Sunda, Jawa, dan keturunan Tionghoa. Saat ini, pedagang yang menggeluti dunia tekstil atau kain didominasi oleh pedagang dari luar negeri yang ikut mengadu nasib di Pasar Baru diantaranya berasal dari Arab dan India. Penamaan sejumlah nama jalan dan gang diantarnya Jalan Alkateri, Gang Aljabri, dan Gang Bombai menjadi jejak para pedagang yang kini menetap dan berprofesi sebagai pedagang di Pasar Baru<sup>1</sup>. Pasar Baru juga telah dikenal oleh orang-orang dari berbagai daerah di Indonesia termasuk dari luar negeri. Salah satu yang menjadikan Pasar Baru sangat terkenal yaitu karena Pasar Baru merupakan pusat perbelanjaan kain tekstil terbesar di Indonesia khususnya di Bandung.

Terjadinya proses pertemuan antara para pedagang dan pembeli yang berasal dari berbagai daerah ini, sudah pasti akan terjadi proses komunikasi lintas budaya antaretnis di antara mereka. Karakteristik pedagang dan pembeli yang multikultur ini akan sangat memungkinkan terjadinya konflik jika mereka tidak membekali diri dengan resolusi konflik yang baik. Setiap etnis memiliki cara masing-masing dalam merasakan dan menanggapi konflik yang terjadi ketika mereka berhadapan dengan orang-orang yang berasal dari etnis lain. Setiap individu berbeda dan masing-masing budaya akan memiliki pendekatan terhadap konflik yang berbeda pula, pendekatan tersebut bisa diartikan sebagai perilaku yang dapat diterima dalam satu budaya namun bisa jadi menyimpang bagi budaya lain (Mayer, 2000, hlm. 73), dengan demikian, peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai bagaimana konflik antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli serta bagaimana resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis pedagang-pembeli di Pasar tersebut. Adapun alasan mengapa penelitian ini dilakukan karena sejumlah faktor, yaitu :

*Pertama*, berdasarkan pengamatan peneliti selama satu pekan melakukan pra-penelitian di Pasar Baru *Trade Center*, peneliti menemukan bahwa terjadi berbagai

---

<sup>1</sup> <https://tirto.id/sejarah-pasar-baru-bandung-utang-foya-foya-dan-pembunuhan-cXWB>. Diakses pada 14 November 2018 pukul 19.00 WIB

Intan Noersynthia Sari Busri, 2019

**RESOLUSI KONFLIK DALAM KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA ANTARETNIS PEDAGANG-PEMBELI DI PASAR BARU TRADE CENTER BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

situasi yang menggambarkan pertentangan atau situasi konflik antara pedagang-pembeli yang berasal dari etnis berbeda. Contohnya terkait pertentangan harga, perbedaan bahasa yang menimbulkan kesalah pahaman, serta sikap-sikap yang tidak ramah dari pedagang maupun pembeli yang membuat transaksi jual-beli tidak berlangsung secara efektif dan menjadi terhambat. Hal ini ternyata sesuai dengan yang pernyataan dari Bradford dan Weitz (2009, hlm. 33) yaitu bahwa dalam praktik komunikasi bisnis, banyak penjual yang sering mengalami masalah berkaitan dengan adanya perbedaan budaya. Penelitian yang dilakukan oleh Bradford dan Weitz (2009, hlm. 33) ini menyatakan bahwa sebesar 97 persen dari jumlah tenaga penjual sebanyak 235 orang melaporkan adanya konflik dalam hubungan mereka dengan pembeli. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kira-kira satu dari setiap enam jam waktu tenaga penjual atau pedagang dihabiskan untuk menangani konflik dengan pelanggan.

Penelitian lain dari Lestari (2011, hlm. 251) juga menyatakan bahwa perbedaan budaya adalah gangguan terbaik dan sering menyebabkan terjadinya bencana, karena itu diasumsikan bahwa; (1) Setiap individu memiliki nilai-nilai budaya yang mendasari persepsi, sikap, dan perilakunya, termasuk stereotip antaretnik; (2) Setiap individu memiliki stereotip tertentu terhadap etnik yang diajak berkomunikasi; seperti, pengusaha Jawa memiliki stereotip terhadap orang Cina bahwa bagi mereka etnik Cina itu ulet, mau bekerja keras, tetapi pelit; (3) Dalam komunikasi bisnis muncul berbagai masalah yang berkaitan dengan stereotip antaretnik, seperti, orang Batak dalam melakukan transaksi bisnis yang dianggap agak kasar atau kurang sopan, berbeda dengan orang Jawa yang dianggap lebih sopan; (4) Stereotip antaretnik yang positif dapat meningkatkan kompetensi komunikasi dalam bisnis.

Dalam menghadapi realitas kebhinekaan tersebut, diperlukan resolusi konflik yang baik agar dapat mengatasi konflik yang terjadi khususnya bagi orang-orang yang berada dalam pergaulan multikultural. Triandis dan Singelis (1998) (dalam Samovar 2010, hlm. 253) mengungkapkan bahwa untuk bekerja secara efektif dengan orang yang beragam, anggota tim multikultural, perlu mengetahui budaya dari orang yang berinteraksi dengan mereka dan juga harus menghargai kepribadian

anggota tim mereka, perilaku konflik, dan pengalaman hidup. Bradford dan Weitz (2009, hlm. 26) mengungkapkan bahwa fase pertama untuk mengelola konflik dengan sukses terletak pada kemampuan tenaga penjual untuk merasakan dan mendeteksi konflik dalam hubungan penjual dan pembeli. Konflik muncul ketika satu pihak menghalangi, mengganggu, menghambat, menghalangi, membuat frustrasi, atau membuat kurang efektif perilaku yang lain (Bradford dan Weitz 2009, hlm. 26).

*Kedua*, pedagang dan pembeli perlu memberi perhatian lebih pada resolusi konflik dalam rangka menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Johns (2010, hlm. 1) mengungkapkan bahwa perbedaan antara kehilangan pelanggan dan mengembangkan hubungan *win-win* jangka panjang hanya dapat mengandalkan cara seseorang mengelola konflik. Johns (2010, hlm. 1) juga menambahkan bahwa kepercayaan dan komitmen adalah dua komponen kunci dari hubungan yang sukses. Seorang tenaga penjualan atau pedagang yang mampu mengolah nilai-nilai ini dalam suatu hubungan dan berhasil bereaksi terhadap potensi konflik akan dapat membangun jaringan klien yang solid.

Bobot (2010, hlm. 292) mengungkapkan bahwa hubungan berkelanjutan jangka panjang dibangun atas dasar saling ketergantungan dan didasarkan pada kualitas, pengiriman, dan dukungan teknis daripada harga. Narayandas dan Rangan (2004) juga menemukan bahwa kepercayaan dalam hubungan penjual-pembeli menyebabkan hubungan jangka panjang. Jika tindakan salah satu pihak memiliki potensi untuk mencegah pihak lain mendapatkan tujuannya, perselisihan akan muncul. Ketika dilengkapi dengan keterampilan resolusi konflik dasar, pedagang dan pembeli akan dapat bereaksi terhadap masalah yang timbul sebelum terjadi permasalahan rumit yang dapat berpengaruh pada hubungan kuat yang telah dibangun sebelumnya.

*Ketiga*, dalam upaya menghindari kegagalan komunikasi sehari-hari, kesalahpahaman karena faktor perbedaan bahasa, dan sikap-sikap lain yang tidak sesuai dengan latar budaya lokal yang dapat menimbulkan prasangka serta sangat mungkin diakhiri dengan konflik yang berakibat fatal, pedagang dan pembeli harus mengakui bahwa dalam hubungan jual beli multikultural, strategi resolusi konflik

adalah keterampilan penting yang harus dimiliki terutama bagi tenaga penjualan yang mengelola hubungan jual-beli (Biong dan Selnes 1996; Tellefsen dan Eyuboglu 2002; Weitz dan Bradford 1999) (dalam Bradford dan Weitz 2009, hlm. 25). Selaras dengan pendapat Aw (2010, hlm. 85) yang mengatakan bahwa ketidakmampuan berkomunikasi tersebut sering terekspresikan dalam wujud perilaku etnosentris, prasangka, atau pun tindakan-tindakan yang bersifat diskriminatif.

Jika seorang pedagang dapat memahami sumber konflik dan opsi untuk mengelola konflik terbaik, mereka akan dapat secara positif membentuk hubungan penjual-pembeli. "Konflik dapat berfungsi sebagai media di mana masalah dapat ditayangkan dan darimana solusi berasal. Ini juga dapat meningkatkan kemampuan masing-masing pihak untuk bekerja sama dalam beradaptasi, tumbuh, dan merebut peluang baru" (Bradford dan Weitz 2009, hlm. 26). Oleh karena itu untuk mengurangi risiko terjadinya konflik, diperlukan proses komunikasi lintas budaya. Komunikasi tersebut diarahkan untuk meminimalkan kesalahpahaman budaya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi lintas budaya merupakan bentuk nyata dari manajemen konflik (Aw, 2010, hlm. 85).

Penelitian ini menggunakan teori identitas etnis dari Phinney yang meliputi *self-categorization* (kategorisasi diri), *commitment and attachment* (komitmen dan keterikatan), *exploration* (eksplorasi budaya), *in-group attitudes* (sikap in-group), *ethnic values and beliefs* (kepercayaan dan nilai etnis), *importance or salience of group membership* (kepentingan keanggotaan kelompok), dan terakhir hubungan identitas etnis dengan identitas nasional (Phinney dan Ong, 2007, hlm. 272) untuk mengetahui bagaimana konflik yang terjadi antara pedagang-pembeli ketika mereka melakukan transaksi jual-beli dengan orang yang berasal dari etnis lain. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori Ko-Kultural (Orbe, 1996, hlm. 164) sebagai pendekatan resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis yang terdiri dari asimilasi (*assimilation*), akomodasi (*accommodation*), dan pemisahan (*separation*).

Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Teknik pemilihan informan yang digunakan adalah teknik *snowball sampling*. Adapun

informan utama yang dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah sebanyak sepuluh orang yang terdiri dari lima orang pedagang dan lima orang pembeli yang berasal dari etnis yang berbeda, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Sumber data yang diperoleh melalui kata-kata dan tindakan, sumber tertulis serta foto. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan mengkaji **Resolusi Konflik dalam Komunikasi Lintas Budaya Antaretnis Pedagang-Pembeli di Pasar Baru *Trade Center* Bandung.**

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Sebagai salah satu pasar yang memiliki jumlah pedagang dan *trade area* (ruang dagang) yang paling banyak dibandingkan dengan pasar-pasar lainnya yang berada di Kota Bandung, menjadikan Pasar Baru sebagai lahan usaha bagi para pedagang yang datang dari berbagai daerah di Indonesia. Pasar Baru juga telah dikenal oleh orang-orang dari berbagai daerah di Indonesia termasuk dari luar negeri. Salah satu yang menjadikan Pasar Baru sangat terkenal yaitu karena Pasar Baru merupakan sentral atau pusat perbelanjaan kain tekstil terbesar di Indonesia khususnya di Bandung. Dengan bertemunya para pedagang dan pembeli yang berasal dari berbagai daerah ini, sudah pasti akan terjadi proses komunikasi lintas budaya antaretnis diantara mereka. Karakteristik pedagang dan pembeli yang multikultur akan sangat memungkinkan terjadinya konflik antaretnis jika para pedagang dan pembeli ini tidak membekali dirinya dengan resolusi konflik yang baik. Setiap etnis memiliki cara masing-masing dalam merasakan dan menanggapi konflik yang terjadi ketika mereka berhadapan dengan orang-orang yang berasal dari etnis lain. Setiap individu berbeda dan masing-masing budaya akan berisi serangkaian perilaku dan pendekatan terhadap konflik, tetapi budaya yang berbeda memiliki norma yang berbeda tentang perilaku konflik, dan perilaku yang dapat diterima dalam satu budaya mungkin menyimpang dari yang lain (Mayer, 2000, hlm. 73).

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis pedagang-pembeli di Pasar Baru *Trade Center* Bandung adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konflik lintas budaya antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli?
2. Bagaimana resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis yang dilakukan oleh pedagang-pembeli?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui konflik lintas budaya antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli.
2. Untuk mengetahui resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis yang dilakukan oleh pedagang-pembeli.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang telah peneliti rumuskan adalah sebagai berikut :

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan untuk memperkaya wawasan ilmu pengetahuan dunia pendidikan, serta bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan rujukan penelitian yang terkait dengan penerapan *Resolusi Konflik dalam Komunikasi Lintas Budaya Antaretnis Pedagang-Pembeli*.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap bisa memberikan manfaat bagi semua pihak baik bagi penulis maupun masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pendekatan resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis ketika melakukan transaksi jual-beli di tempat yang multikultur.

## **1.5 Struktur Penulisan Skripsi**

Skripsi ini ditulis dengan susunan yang rinci untuk memenuhi aturan penulisan karya tulis. Adapun sistematikanya adalah :

### **1.5.1 BAB 1 Pendahuluan**

Pendahuluan berisi latar belakang serta masalah dari penelitian yang akan dilakukan, mengapa hal tersebut menarik untuk diteliti, bagaimana penelitian tersebut akan dilaksanakan, rumusan masalah dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan penelitian dilakukan, manfaat dari penelitian, serta struktur penulisan skripsi.

### **1.5.2 BAB II Kajian Pustaka**

Kajian Pustaka berisi teori serta konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Teori serta konsep ini dapat digunakan untuk membahas permasalahan yang diteliti secara lebih mendalam, sesuai dengan bidang keilmuan peneliti. Didalamnya juga terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan, serta kerangka pemikiran peneliti.

### **1.5.3 BAB III Metode Penelitian**

Metode penelitian berisi prosedur yang akan dilakukan peneliti dalam melaksanakan penelitiannya. Prosedur tersebut terdiri atas pendekatan penelitian, metode penelitian dan instrumen penelitian yang akan digunakan pada objek penelitian, serta tahap pengumpulan dan analisis data yang telah terkumpul.

### **1.5.4 BAB IV Temuan dan Pembahasan**

Temuan dan pembahasan berisi penjabaran secara jelas tentang data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dari objek penelitiannya, yang kemudian diolah menggunakan teori dan konsep yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### **1.5.5 BAB V Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi**

Penutup berisi kesimpulan dari akhir pengolahan yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya, implikasi yang didapatkan dari hasil penelitian, serta rekomendasi bagi peneliti yang akan mengambil tema yang sama.