

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan kesimpulan tentang temuan dan hasil penelitian yang telah dilakukan. Simpulan ini akan berisi kesimpulan rumusan masalah penelitian ini.

5.1.1 Konflik lintas budaya antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli

Penjelasan mengenai konflik lintas budaya antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli dijelaskan menggunakan teori identitas etnis dari (Phinney dan Ong, 2007, hlm. 272) yang utama yaitu *exploration* (eksplorasi budaya) yang menjelaskan informasi dan pengalaman masing-masing individu antaretnis terutama dalam konflik jual-beli yang pernah dialami. Selain itu peneliti menggunakan teori sumber konflik dari Mayer (2000, hlm. 9) berupa komunikasi, emosi, dan kebutuhan untuk mendukung hasil dari rumusan penelitian pertama.

5.1.1.1 *Exploration* (eksplorasi budaya)

Eksplorasi, didefinisikan sebagai mencari informasi dan pengalaman yang relevan dengan etnis seseorang. Eksplorasi budaya didefinisikan ketika individu antaretnis terlibat dalam berbagai kegiatan, seperti membaca dan berbicara kepada orang-orang, mempelajari praktik budaya, dan menghadiri acara budaya. Hasil temuan peneliti terkait konflik lintas budaya antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli di Pasar Baru *Trade Center* Bandung, diantaranya adalah terkait pertentangan harga, kesalah pahaman mengenai jenis dan ukuran barang serta sikap yang kurang baik dari pedagang-pembeli itu sendiri. Peneliti menguraikan bentuk konflik yang terjadi ke dalam tiga bagian menggunakan teori sumber konflik dari Mayer (2000, hlm. 9) yaitu komunikasi, emosi dan kebutuhan.

5.1.1.1.1 Komunikasi

Cara berkomunikasi dan norma dalam berperilaku tidak memunculkan konflik, namun dilihat sebagai potensi konflik. Sejauh ini bahasa yang menyebabkan konflik. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan utama pedagang, semua informan menyatakan bahwa mereka semua pernah

bahkan sering melakukan transaksi jual-beli dengan pembeli yang berasal dari etnis lain. Pembeli yang datang berasal dari berbagai daerah baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Kota-kota besar asal pembeli yang sering disebutkan oleh pedagang diantaranya ada Jakarta, Surabaya, Sumedang, Sukabumi sampai di luar pulau Jawa seperti Kalimantan dan Sulawesi. Sedangkan asal pembeli dari luar negeri yang banyak berkunjung ke Pasar Baru diantaranya dari Malaysia, Singapura, Brunei dan Thailand sering disebutkan oleh para pedagang. Para pedagang yang berasal dari etnis berbeda yaitu Batak, Sunda, Minangkabau, Jawa dan Melayu Palembang.

Meskipun para pedagang ini menggunakan bahasa persatuan yaitu bahasa Indonesia, namun logat serta bahasa khas dari daerah masing-masing masih tetap melekat ketika mereka berbicara dan ketika dituntut untuk berinteraksi dengan pembeli dari etnis lain bahkan dari luar negeri, para pedagang ini mengaku sempat merasa kesulitan karena perbedaan logat dan bahasa terutama pada masa awal mereka mengawali profesi sebagai pedagang di Pasar Baru. Para pedagang ini kerap kali mengalami miskomunikasi terkait cara mereka memaknai sesuatu dari kata-kata yang diucapkan oleh pembeli etnis lain terutama pembeli dari luar negeri yang menggunakan bahasa Inggris, sehingga sebagian besar pedagang mengaku kesulitan untuk melayani pembeli tersebut. Informan pedagang Nurhayati, Sekar dan Wawan bahkan tidak bisa berbicara bahasa Sunda, sehingga ketika berkomunikasi dengan pembeli yang menggunakan bahasa Sunda, mereka akan meminta pegawai tokonya untuk membantu melayani pembeli tersebut. Khusus untuk pada informan Sekar, beliau menceritakan pengalamannya terkait salah paham mengenai ukuran dari kain dengan pembeli yang kemudian membuat pembeli melontarkan kata-kata kasar yang memicu terjadinya konflik. Meskipun begitu Sekar mengaku akan menjelaskan kesalah pahaman tersebut dengan penjelasan yang sebaik-baiknya.

Sama halnya dengan informan utama pedagang, semua informan pembeli juga mengakui bahwa mereka semua pernah bahkan sering melakukan transaksi jual-beli dengan pembeli yang berasal dari etnis lain. Beberapa asal etnis pedagang yang sering bertransaksi dengan pembeli diantaranya ada dari

Minang, India, Jawa, Batak, Palembang dan dari etnis Cina. Semua informan utama baik pembeli maupun pedagang juga mengaku pernah mengalami konflik saat bertransaksi jual-beli dengan orang yang berasal dari etnis lain.

Adapun pembeli yang dijadikan informan berasal dari Bandung dengan etnis Sunda dan Cina, sedangkan yang bertenis Melayu berasal dari Riau, Thailand dan Malaysia. Informan Devi, Enud dan Adibah mengaku konflik yang lebih sering mereka alami diakibatkan oleh perbedaan logat dan bahasa. Pedagang seringkali tidak memahami ucapan yang mereka katakan sehingga transaksi jual-beli terkadang tidak berlangsung secara efektif. Ketika hal tersebut terjadi Devi dan Enud bahkan kerap kali kesal karena kesulitan dalam membeli barang yang diinginkan. Sedangkan Adibah terkadang menggunakan gestur atau bahasa tubuh agar dapat pedagang dapat memahami maksudnya.

5.1.1.1.2 Emosi

Dalam interaksi pedagang-pembeli yang berasal dari etnis berbeda pastinya dihiasi dengan berbagai emosi dari kedua pihak. Terjadi banyak emosi-emosi yang muncul selama transaksi jual-beli. Emosi yang memunculkan konflik adalah kekesalan atau kemarahan. Para pedagang menceritakan pengalaman yang seringkali membuat mereka kesal ketika bertransaksi dengan pembeli dari etnis lain. Semua informan menyatakan bahwa hal yang membuat mereka kesal adalah ketika pembeli bersikap rewel dan ngotot terutama dalam tawar menawar harga. Sedangkan 3 dari 5 informan pembeli menyatakan bahwa mereka pernah merasa kesal saat bertransaksi dengan pedagang dari etnis lain. Informan keenam Enud menyatakan bahwa dirinya merasa kesal karena perbedaan bahasa yang menyebabkan pedagang tidak mengerti apa yang akan dia beli. Informan ketujuh Rita dan kedelapan Rosalin juga mengaku kesal jika pedagang bersikap pelit tidak memberikan harga yang telah ditawarkan. Informan ketujuh juga menambahkan bahwa sikap pedagang yang ketus juga menyebabkan informan Rita menjadi kesal.

5.1.1.1.3 Kebutuhan

Kebutuhan yang dimaksud disini adalah kebutuhan terkait survival needs atau kebutuhan untuk bertahan hidup. Konflik terkait pertentangan harga atau tawar menawar antara pedagang-pembeli yang berasal dari etnis lain dapat terjadi sama-sama disebabkan oleh kebutuhan untuk bertahan hidup. Pedagang akan mempertahankan harga yang ditawarkan karena butuh keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan pekerjaannya. Sedangkan pembeli terus berusaha menawar juga untuk mengurangi pengeluaran guna memenuhi kebutuhan untuk bertahan hidup yaitu pakaian.

5.1.1.2 Implikasi dan Rekomendasi

Pada penelitian ini dipaparkan mengenai konflik lintas budaya antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli. Seperti pertentangan harga, kesalah pahaman mengenai warna, ukuran dan tekstur kain serta kesalah pahaman akibat perbedaan logat dan bahasa serta sikap dan perilaku dari pembeli yang keras kepala dan pedagang yang ketus dalam melayani. Diharapkan pemaparan bentuk konflik ini bisa memberikan gambaran pada pedagang-pembeli yang berasal dari etnis yang berbeda mengenai bagaimana bentuk konflik yang mungkin terjadi dilapangan. Diharapkan juga dapat menyumbangkan wacana dan kerangka teoritis bagi kajian komunikasi juga komunikasi lintas budaya. Adapun rekomendasi dari peneliti kepada pedagang-pembeli antaretnis mengenai konflik-konflik yang terjadi adalah pedagang-pembeli yang akan bertransaksi jual-beli dengan orang yang berasal dari etnis lain harus tetap sadar dan peka terhadap konflik-konflik yang mungkin akan terjadi dan mencari solusinya secara tepat dan cepat.

5.1.2 Resolusi konflik lintas budaya antaretnis pedagang –pembeli

5.1.2.1 *Non-Assertive Assimilation*

Pada bagian ini resolusi konflik berupa asimilasi non-assertif terdiri dari komunikasi penuh hormat dan sensor diri.

Dalam strategi komunikasi penuh hormat, peneliti menemukan bahwa semua pedagang berusaha bersikap ramah dan sopan terhadap pembeli. Diantaranya dengan cara berbicara lembut dan sopan kepada pembeli, berusaha untuk tidak menyinggung pembeli dan dengan melayani sebaik mungkin serta bersikap baik

terhadap pembeli. Sedangkan dalam strategi sensor diri, para pedagang menyatakan bahwa caranya mengatasi kesalahpahaman adalah dengan membicarakan permasalahan secara perlahan dan saling meminta maaf jika terjadi kesalahpahaman, menggunakan kalkulator untuk bertransaksi mengenai harga secara langsung atau meminta bantuan kepada pegawai toko yang bisa memahami bahasa pembeli dari etnis lain.

Sama seperti para pedagang, menemukan bahwa semua informan menyatakan bahwa caranya menghormati pedagang anda saat sedang bertransaksi jual-beli adalah dengan bersikap sopan. Sedangkan dalam strategi sensor diri, informan pembeli menyatakan bahwa cara mereka dalam mengatasi kesalahpahaman bahasa dengan pedagang adalah dengan memakai bahasa yang jelas dan baik. Rita menambahkan bahwa dirinya selalu bertanya kembali dan memastikan apa yang pedagang ucapkan untuk menghindari kesalahpahaman. Sedangkan informan Adibah menyatakan bahwa dia akan memminta bantuan pemandu wisata atau orang-orang disekitar dan dengan penggunaan bahasa tubuh yang benar dapat mengatasi kesalahpahaman bahasa yang terjadi dengan pedagang dari etnis lain.

5.1.2.2 Aggressive Assimilation

Pada bagian ini resolusi konflik berupa asimilasi agresif yaitu *mirroring*.

Berdasarkan hasil temuan, hanya 2 dari 5 informan utama pedagang menyadari bahwa terdapat perubahan perilaku dirinya dalam menyesuaikan diri dengan pembeli yang berasal dari etnis lain dalam upaya meminimalisir terjadinya konflik. Oleh karena itu, resolusi konflik dari informan pedagang cenderung tidak mengarah pada strategi asimilasi agresif. Sedangkan pada informan utama pembeli, hasil yang didapatkan yaitu semua informan menyadari adanya perubahan perilaku anda dalam mengikuti bahasa atau perilaku pedagang dari etnis lain yaitu dengan mengikuti bahasa yang digunakan pedagang agar komunikasi jual-beli lebih efektif sehingga kesalah pahaman yang dapat menimbulkan konflik dapat dihindari. Oleh karena itu, resolusi konflik informan utama pembeli cenderung menggunakan asimilasi agresif.

5.1.2.3 *Non-Assertive Accomodation*

Pada bagian ini resolusi konflik berupa akomodasi non-assertif yang terdiri dari peningkatan visibilitas dan melawan stereotip.

Dari temuan strategi peningkatan visibilitas, 3 dari 5 informan utama pedagang mengaku mereka terkadang memperkenalkan daerah asalnya kepada pembeli etnis lain dalam upayanya untuk dikenali dan diingat oleh pembeli dan guna membuat hubungan dengan pembeli terasa lebih dekat secara personal agar dapat menjauh dari konflik. Sedangkan dalam strategi melawan stereotip, hanya 2 dari 5 informan utama pedagang menyatakan bahwa mereka menghindari untuk bersikap sama dengan stereotip yang dipikirkan oleh pembeli yang berasal dari etnis lain. Oleh karena itu, informan utama pedagang cenderung menggunakan strategi akomodasi non-assertif yaitu peningkatan visibilitas.

Sedangkan dari temuan strategi peningkatan visibilitas, semua informan utama pembeli mengaku mereka terkadang memperkenalkan daerah asalnya hanya ketika ditanya oleh pedagang saja. Sedangkan dalam strategi melawan stereotip, hanya 1 dari 5 informan utama pembeli menyatakan bahwa mereka menghindari untuk bersikap sama dengan stereotip yang dipikirkan oleh pembeli yang berasal dari etnis lain. Oleh karena itu, informan utama pembeli cenderung tidak menggunakan strategi akomodasi non-assertif .

5.1.2.4 *Assertive Accomodation*

Pada bagian ini resolusi konflik berupa akomodasi assertif yang terdiri dari komunikasi percaya diri dan pemanfaatan hubungan.

Berdasarkan hasil temuan dalam strategi komunikasi percaya diri menyatakan bahwa semua informan pedagang merasa menjadi diri anda sendiri pada saat berdagang dan melayani pembeli dari berbagai etnis. Dalam strategi pemanfaatan hubungan juga menyatakan bahwa semua informan mengaku pernah meminta pembeli untuk merekomendasikan tokonya kepada pembeli lain. Tujuannya untuk membangun relasi lebih luas dan lebih memajukan usahanya. Selain itu tujuannya juga untuk lebih membangun keakraban dengan pembeli sehingga konflik lintas budaya antaretnis dapat sedikit demi sedikit terhindarkan. Oleh karena itu, informan utama pedagang cenderung menggunakan strategi akomodasi assertif.

Sama halnya dengan pedagang hasil temuan dalam strategi komunikasi percaya diri menyatakan semua informan pembeli merasa menjadi diri sendiri pada saat bertransaksi dengan pedagang dari berbagai etnis. Dalam strategi pemanfaatan hubungan juga menghasilkan bahwa semua informan kecuali informan Adibah menyatakan bahwa cara mereka tetap menjalin hubungan baik dengan pedagang dari etnis lain adalah dengan terus berlangganan di toko tersebut. Sedangkan informan kelima Adibah mengakhiri hubungan dengan pedagang setelah sukses melakukan transaksi. Oleh karena itu, informan utama pembeli cenderung menggunakan strategi akomodasi asertif.

5.1.2.5 *Non-Assertive Separation*

Pada bagian ini resolusi konflik berupa pemisahan non-asertif yaitu penghindaran.

Dari hasil temuan strategi penghindaran, semua Informan pedagang mengaku tidak pernah mengindari pembeli dari etnis tertentu. Namun ketika dihadapkan dengan konflik dengan pembeli dari etnis lain, semua informan pedagang mengakui akan menghindari konflik dengan caranya masing-masing. Adapun beberapa cara yang dilakukan oleh pedagang dalam menghindari konflik dengan pembeli diantaranya adalah dengan meredam emosi, mengalah contohnya dengan menjual barang dengan harga sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli atau menghindari konflik dengan cara mempersilahkan pembeli untuk mencari barang di tempat lain. Oleh karena itu, resolusi konflik informan utama pedagang cenderung menggunakan strategi pemisahan non-asertif.

Serpa dengan informan pedagang, dalam strategi penghindaran, semua Informan pembeli mengaku tidak pernah mengindari pedagang dari etnis tertentu. Namun ketika dihadapkan dengan konflik semua informan kecuali informan kelima Adibah menyatakan bahwa cara mereka mengindari konflik adalah dengan pergi dari toko. Sedangkan informan kelima Adibah akan menggunakan situasi *win-win* dimana kedua belah pihak diuntungkan. Oleh karena itu, resolusi konflik informan utama pembeli cenderung menggunakan strategi pemisahan non-asertif.

5.1.2.6 Implikasi dan Rekomendasi

Diharapkan pemaparan resolusi konflik lintas budaya antaretnis pedagang-pembeli ini dapat memberikan pengetahuan untuk para pedagang dan pembeli yang berasal dari etnis berbeda dan sering mengalami konflik khususnya konflik lintas budaya antaretnis dalam menggunakan resolusi konflik yang tepat dan juga dapat menjadi evaluasi pedagang-pembeli sendiri untuk melakukan resolusi konflik yang lebih baik lagi dalam konflik komunikasi.

Adapun rekomendasi dari peneliti untuk pedagang dan pembeli yang sering bertransaksi jual-beli dengan orang yang berbeda etnis khususnya di Pasar Baru *Trade Center* Bandung, pedagang dan pembeli perlu tetap menjaga penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar agar persepsi-persepsi negatif tidak muncul. Selain itu untuk pedagang, peneliti menyarankan untuk lebih mempelajari bahasa dari pembeli etnis lain terutama bahasa Inggris yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari agar pedagang tidak merasakan kesulitan dalam melayani pembeli tersebut. Sama halnya dengan pembeli, peneliti juga menyarankan kepada pembeli yang akan berbelanja di Pasar Baru agar mempelajari juga bahasa dari pedagang dari etnis lain serta agar lebih mampu menahan emosi ketika terjadi pertentangan harga atau kesalah pahaman mengenai jenis dan ukuran barang, akan lebih baik pembeli mempersiapkan dahulu gambar dari kain yang akan dibeli agar bisa menunjukkannya langsung kepada pedagang sehingga transaksi jual-beli akan jauh lebih efektif. Pedagang dan pembeli juga dirasa perlu untuk menjaga hubungan baik dan meningkatkan interaksi satu sama lain, sehingga perasaan kesal karena sikap atau bahasa yang menyinggung dapat memudar sejalan dengan berlangsungnya interaksi.