

Competition Between Beverage Sellers at Taman Jalur Tourism, Teluk Kuantan City, Kuantan Singingi Regency

Erlin Murdani¹ Achmad Hidir²

Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2}

Email: erlin.murdani0553@student.unri.ac.id¹ achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id²

Abstrak

Persaingan merupakan proses sosial yang dilakukan individu maupun kelompok untuk menjadi pusat perhatian dengan cara mempertajam prasangka sosial tanpa kekerasan ataupun ancaman. Persaingan merupakan salah satu bentuk interaksi sosial disosiatif yang terjadi antar pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk persaingan pedagang minuman jus/Pop Ice di lokasi wisata Taman Jalur. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Informan ditentukan dengan teknik purposive sampling. Subject dalam penelitian ini berjumlah 8 orang yang terdiri dari 5 orang pedagang, 2 orang pembeli dan 1 orang ketua Persatuan Pedagang Taman Jalur. Pengumpulan data dilakukan dengan tahapan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa, bentuk interaksi sosial disosiatif/persaingan yang terjadi pada pedagang dilihat dari bentuk persaingan dalam pelayanan yang diberikan, lokasi dan juga promosi yang dilakukan pedagang yang bertujuan untuk menarik simpati publik. Interaksi yang disebabkan oleh persaingan lokasi terjadi antar pedagang hingga pada tahap Kontravensi yang disebabkan oleh sikap pedagang itu sendiri.

Kata Kunci: Persaingan, Penjual Minuman



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Persaingan dapat menciptakan efek ekonomi dinamis dalam perkembangan dunia usaha, karena para pelaku usaha akan melakukan yang terbaik dari apa yang telah dilakukan pesaingnya. Persaingan dibidang ekonomi timbul karena produsen bersaing merebut pasar dengan cara meningkatkan mutu produk dan menekan harga produk (Soekanto, 2013). Persaingan adalah bagian dari proses sosial yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan cara mencari keuntungan hingga menjadi pusat perhatian dengan cara mempertajam prasangka sosial tanpa adanya kekerasan maupun ancaman. Sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai studi tentang bagaimana cara individu, kelompok atau masyarakat untuk memenuhi hidup mereka terhadap jasa dan barang langka, dengan menggunakan pendekatan sosiologi. Cara yang dimaksud adalah berkaitan dengan semua aktifitas individu, kelompok dan masyarakat yang berhubungan dengan proses produksi, distribusi, pertukaran, konsumsi, jasa dan barang-barang langka (Damsar, 1997).

Sosiologi ekonomi dapat dibedakan dengan 2 cara yaitu : Pertama, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat yang didalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi. Kedua, sosiologi ekonomi melihat bagaimana ekonomi tersebut mempengaruhi masyarakat. Sosiologi ekonomi mengkaji masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan juga pola interaksi sosial dalam hubungannya dengan ekonomi (Damsar, 2009). Teori interaksi sosial menjelaskan hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi satu sama lain ada aksi dan ada juga reaksi. Menurut Gilin dalam (Soekanto, 2013) interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis antara individu dengan individu lain atau dengan kelompok atau hubungan antar kelompok. Dapat diartikan bahwa

interaksi sosial adalah sesuatu hubungan yang terjalin antara orang perorangan maupun kelompok atau organisasi yang ada di lingkungan masyarakat yang terjalin dengan baik dan saling berkomunikasi antara satu kelompok dengan kelompok lain maupun individu yang lainnya. Basrowi mengemukakan bahwa interaksi sosial merupakan hubungan dinamis yang mempertemukan orang dengan orang, kelompok dengan kelompok, maupun orang dengan kelompok manusia. Bentuknya tidak hanya bersifat kerjasama, tetapi juga berbentuk tindakan, persaingan pertikaian dan sejenisnya (Basrowi, 2014).

Pola-pola interaksi sosial sangat kompleks menurut Gillin interaksi atau proses sosial hubungan timbal-balik yang dinamis diantara unsur-unsur sosial dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pola interaksi asosiatif dan pola interaksi disosiatif. Pola interaksi asosiatif merupakan proses-proses yang mendorong tercapainya akomodasi, kerjasama dan asimilasi. Selanjutnya akan menciptakan keteraturan sosial. Sedangkan pola interaksi disosiatif merupakan proses-proses yang mengarah kepada terciptanya bentuk-bentuk hubungan sosial yang berupa persaingan, kontravensi, dan pertentangan (konflik). Bentuk-bentuk persaingan ekonomi timbul karena (a) terbatasnya Persaingan persediaan dibandingkan dengan jumlah konsumen. (b) Persaingan kebudayaan dapat me-nyangkut persaingan bidang keagamaan, pendidikan, dan seterusnya. (c) Persaingan kedudukan dan peranan di dalam diri seseorang maupun di dalam kelompok terdapat keinginan untuk diakui sebagai orang atau kelompok yang mempunyai kedudukan serta peranan terpendang (d) Persaingan ras merupakan persaingan di bidang kebudayaan.

Manusia sebagai makhluk sosial akan saling menjalin hubungan atau suatu interaksi sosial dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari (Rusdi, 2021). Interaksi yang sering dilakukan oleh manusia salah satunya dalam bidang ekonomi, yaitu interaksi sosial antar pedagang di Taman Jalur Teluk Kuantan. Kota Taluk Kuantan memanfaatkan salah satu ikon kota Taman Jalur sebagai salah satu objek wisata yang fenomenal dikalangan masyarakat. Taman Jalur terletak di pusat kota Teluk Kuantan, disana terdapat Gapura selamat datang yang cukup megah, tugu dayung dan tugu Lancang Kuning yang mega. Kemudian lokasi tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk dijadikan sebagai peluang usaha bagi masyarakat untuk mendapatkan penghasilan dengan cara berdagang. Berdasarkan data yang didapatkan dari ketua Persatuan Pedagang Taman Jalur (PPTJ), Terdapat kurang lebih 74 pedagang tetap di Taman Jalur. Jenis dagangan yang paling banyak dijual di lokasi wisata Taman Jalur adalah minuman jus/Pop Ice yaitu sebanyak 24 orang pedagang. Oleh karena itu penelitian ini difokuskan pada persaingan pedagang minuman jus/Pop Ice karena jumlahnya yang lebih banyak dibandingkan jenis dagangan lainnya.

Ramainya pedagang menimbulkan persaingan antar sesama pedagang. Setiap individu memiliki cara tersendiri dalam menghadapi persaingan. Menurut Weber, individu merupakan makhluk kreatif dan melakukan suatu tindakan karena adanya tujuan tertentu yang ingin dicapai. Tujuan yang akan dicapai ialah salah satu bentuk individu untuk melangsungkan hidupnya. Persaingan kerja perlu dikembang-kan oleh pedagang untuk menghidupi keluarga. Sumber utama pendapatan dari pedagang adalah dengan menjual dagangannya. Dengan adanya persaingan, keluarga yang mata pencahariannya berjualan di Lokasi Taman Jalur, akan bekerja keras demi memenuhi biaya tanggungan yang tinggi. Penghasilan yang dimiliki oleh seorang pedagang juga tidak menentu dalam artian masih tergolong relatif. Hal tersebut disebabkan karena dipengaruhi oleh keadaan ramai dan juga sepi nya pembeli (Arofah, 2019) Persaingan juga memberi dampak terhadap pelakunya, diyakini bahwa terjadinya persaingan secara langsung mempengaruhi pelakunya. Seiring dengan semakin kuat nya persaingan yang terjadi maka muncul lah keinginan untuk bekerja sama antar pedagang (Nazaruddin, 2017) kerjasama yang terjadi antar pedagang di lokasi wisata Taman Jalur berupa penetapan harga

jual produk untuk menekan persaingan diantara pedagang. Awalnya pada 2019 pedagang sepakat untuk membuat suatu organisasi persatuan pedagang yang diberi nama Persatuan Pedagang Taman Jalur (PPTJ), bertujuan untuk mempermudah urusan dan komunikasi antara pedagang di lokasi wisata Taman Jalur salah satunya masalah harga jual dari minuman jus/Pop Ice yang sudah diatur dan disama ratakan.

Tantangan yang terjadi pada pedagang minuman jus/Pop Ice di lokasi Wisata Taman Jalur adalah dimana dagang yang dijual merupakan dagangan yang serupa/sejenis yang terus meningkatkan kualitas dagangan baik dari segi pelayanan maupun lainnya. Perbedaan lokasi berdagang juga menjadi tantangan untuk pedagang dalam mencapai tujuannya, pedagang yang memiliki dagangan strategis seperti di dekat area masuk Taman Jalur tentu lebih sering dilalui oleh pembeli atau pengunjung wisata Taman Jalur dibandingkan dengan lokasi dagangan yang lebih diujung. Ataupun lokasi berdagang yang bergandengan atau bersebelahan juga dengan pedagang serupa menjadi tantangan untuk para pedagang jus pop ice untuk mencapai tujuannya. Lokasi juga merupakan salah satu aspek penting dalam usaha karena lokasi yang strategis dapat menarik minat pembeli. Sementara itu untuk penetapan tempat berdagang berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Abrar sebagai Ketua Persatuan Pedagang Taman Jalur, yaitu berdasarkan siapa yang duluan menempati lokasi berarti dialah yang berjualan disana, maksudnya disini lokasi tersebut akan terus menjadi lokasi pedagang selama pedagang tersebut berdagang, jadi pedagang yang duluan tentu akan memiliki tempat dagangan yang strategis dibandingkan pedagang yang baru. Hal tersebut tentu juga menjadi tantangan tersendiri untuk pedagang baru yang ingin berjualan di lokasi wisata Taman Jalur.

Perbedaan lokasi berdagang tentu menimbulkan usaha dari pedagang untuk bisa mencapai tujuannya yaitu dengan cara berlomba-lomba atau bersaing dalam memberikan pelayanan kepada pembeli, memberikan promosi seperti membuat spanduk dagangan jus/pop Ice, menyediakan buah yang segar untuk dijadikan jus dan memajangkannya di etalase ataupun memberikan bonus-bonus terhadap pelanggan. Pedagang saling bersaing tanpa adanya kekerasan ataupun ancaman. Semakin ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis selalu berusaha mempertahankan usahanya dan bersaing mencapai tujuan yang diharapkan (Ariyani, 2021) lokasi dagang yang terbatas sementara jumlah pedagang yang ramai menimbulkan persaingan antara para pedagang yang sama-sama memiliki kepentingan atau tujuan yang sama. Mutu atau kualitas produk yang dijual oleh para pedagang ternyata sangat berpengaruh terhadap hasil dari persaingan yang mereka lakukan karena banyak dari masyarakat berbelanja memilih produk dengan syarat harus segar dan masih baru (Noviyanti, 2019). Dengan problem inilah, peneliti akan membuka dan memunculkan fakta atau masalah yang dihadapi oleh pedagang jus/Pop Ice di lokasi wisata Taman Jalur. Dalam mempertahankan pendapatan, pedagang harus kompetitif dalam mencari, guna menghidupi keluarga. Kondisi seperti ini, pedagang harus lebih gigih dalam mencari biaya hidup yang menjadi tuntutan kebutuhan sosialnya (*social needs*).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan karakter suatu variabel, kelompok atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat. Pada penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang lokasinya di Taman Jalur yang berada di Kota Taluk Kuantan, Kabupaten Kuantan Singingi, Kecamatan Kuantan Tengah, Riau. Lokasi ini diambil dengan beberapa pertimbangan taman Jalur Kota Taluk Kuantan dipilih untuk menjadi lokasi penelitian, karena Taman Jalur merupakan Taman di kota Taluk Kuantan yang dijadikan tempat wisata kuliner dan ramai dikunjungi setiap harinya, dimana terdapat banyak pedagang terutama pedagang minuman jus dan Pop Ice yang lumayan banyak,

hal tersebut membuat timbulnya persaingan antar pedagang Jus dan Pop ice yang sama-sama memiliki keinginan untuk mencapai suatu target tertentu. Informan dalam penelitian ini menggunakan metode teknik *purposive sampling* mendapatkan hasil sebanyak 8 orang, yang terdiri dari 5 orang pedagang jus/Pop Ice, 2 orang pembeli dagangan jus/Pop Ice dan 1 orang ketua Persatuan Pedagang Taman Jalur. Untuk menganalisis lebih dalam perihal persaingan antar pedagang minuman di lokasi wisata Taman Jalur, digunakan pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bentuk Interaksi Sosial Disasosiatif/ Persaingan antar Pedagang Minuman di Lokasi Wisata Taman Jalur

Suatu interaksi dapat terjadi apabila ada hubungan sosial yang terjalin antar sesama individu maupun masyarakat, dimana kelakuan individu yang satu akan mempengaruhi kelakuan individu yang lain atau sebaliknya. Setiap individu pastinya akan melakukan hubungan melalui interaksi dengan orang lain dalam aktivitas kesehariannya. Interaksi tersebut dalam bentuk interaksi sosial, politik maupun ekonomi, dan lain-lain. Interaksi yang sering dilakukan oleh masyarakat salah satunya adalah interaksi pada bidang ekonomi misal di lokasi wisata taman yang terdapat banyak pedagang. Lokasi wisata merupakan tempat yang bisa dikunjungi oleh siapa saja. hal tersebut membuat pedagang memiliki peluang usaha dengan melihat ramainya pengunjung lokasi wisata. Ramainya pedagang menimbulkan persaingan di-antara pedagang.

Bentuk interaksi disosiatif, terjadi dalam bentuk persaingan. Persaingan adalah salah satu model interaksi disosiatif yang cukup sederhana. Proses ini merupakan proses sosial yang di dalamnya terkandung perjuangan untuk mem-perebutkan atau mempertahankan target-target terencana yang bersifat terbatas guna mempertahankan kebutuhan ekonomi. Lokasi wisata yang ramai pe-dagang pada dasarnya selalu menjadi wadah untuk bersaing. Dengan adanya aktivitas berebut perhatian pelanggan yang dilakukan oleh pedagang, maka hal ini bukan lagi menjadi hal yang baru dalam aktifitas pedagang, aktivitas seperti itu juga dapat di-temukan di lokasi wisata Taman Jalur. Tipe persaingan yang terjadi di lokasi wisata Taman Jalur adalah tipe persaingan yang bersifat pribadi, yaitu persaingan yang dilakukan langsung oleh para pedagang dalam melakukan pen-awaran dagangan kepada pembeli dengan melakukan berbagai model interaksi. Proses persaingan terjadi apabila beberapa individu atau kelompok berusaha saling mencari keuntungan dalam setiap aktivitasnya, hal ini bisa terjadi di beberapa bidang-bidang tertentu termasuk pada bidang ekonomi. Maka hal demikian-lah yang menjadi faktor pemicu munculnya persaingan dalam bidang ekonomi. Bentuk persaingan yang terjadi di lokasi wisata Taman Jalur pada bidang ekonomi ber-fokus pada perebutan pelanggan dengan meningkatkan pelayanan, lokasi berdagang dan memberikan promosi pada pembeli.

Persaingan yang terjadi di lokasi wisata Taman Jalur yang dilakukan oleh para pedagang adalah persaingan yang bersifat individu. Mereka berlomba-lomba dan melakukan berbagai cara untuk merebut perhatian para pelanggan yang berkunjung ke lokasi wisata Taman Jalur. Sedangkan, kontravensi merupakan sikap metal tersembunyi terhadap orang lain atau terhadap unsur-unsur kebudayaan pada suatu golongan tertentu, dalam artian kontravensi berada diantara persaingan dengan konflik. Kontravensi terjadi ditandai dengan adanya ketidakpastian terhadap diri sendiri atau perasaan keragu-raguan terhadap sesuatu yang telah direncanakan. Kontravensi yang terjadi di lokasi wisata Taman Jalur merupakan bentuk interaksi yang terjadi antara individu dengan individu. Banyak pedagang takut mengalami kerugian jika barang dagangannya tidak terjual, hal ini memicu keragu-raguan terhadap diri sendiri namun persepsi pedagang terhadap pedagang yang lain masih bersifat tersembunyi.

Persaingan dalam Pelayanan Pembeli di Lokasi Wisata Taman Jalur

Persaingan antar sesama pedagang memang tidak bisa terelakkan lagi, karena memang para pedagang tentu memiliki tujuan yang sama yaitu untuk menarik perhatian pelanggan dan mendapatkan banyak pelanggan yang akhirnya juga untuk memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu pedagang yang ingin berhasil dan mencapai tujuannya harus meningkatkan kualitas dalam berdagang, salah satunya dalam pelayanan. Pedagang harus bisa memiliki cara tersendiri untuk menarik pelanggan seperti memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli sehingga dapat bersaing dengan pedagang lainnya. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Abrar selaku ketua Persatuan Pedagang Taman Jalur, pedagang bebas memberikan fasilitas kepada pembeli tanpa adanya larangan selama pedagang memberikan fasilitas ditempat berdagang yang sudah ditentukan dan tidak mengganggu pedagang lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pedagang, pelayanan yang diberikan oleh para pedagang minuman di lokasi wisata Taman Jalur berbeda-beda ada pedagang yang memberikan sapaan yang ramah, menawarkan dagangan kepada pembeli yang sudah berada di lokasi mereka berdagang dan ada juga yang menanyakan saat pembeli baru memasuki lokasi wisata Taman Jalur, pedagang juga memberikan kualitas dan rasa yg segar dari minuman dengan cara yang berbeda-ada pedagang yang membeli buah setiap hari agar tetap segar dan ada juga yang memilih mengestok buah agar harga lebih murah. Pedagang juga memberikan fasilitas yang berbeda-beda seperti tempat duduk ada sebagian pedagang yang menggunakan kursi plastik dan ada pula pedagang yang menyediakan tempat duduk yang menggunakan karpet, meja, atap dari terpal, tempat *cas-an Handphone* dan Tisu. Pedagang juga menjaga kebersihan dengan menyediakan tong sampah. Pedagang bersaing secara sehat dengan cara terus meningkatkan pelayanan-pelayanan tanpa mengganggu atau mengusik pedagang lainya dan semata-mata untuk menarik perhatian publik. Hal tersebut merupakan aspek yang penting dan dilihat oleh pembeli saat berbelanja atau memilih pedagang. Sedangkan hasil wawancara dengan pembeli mengatakan bahwa pembeli tidak menyukai pedagang yang menawarkan dagangannya secara berlebihan kepada pengunjung yang duduk di lokasi wisata Taman Jalur. Menurut pembeli pelayanan berupa sapaan yang ramah dan sopan, kualitas dan rasa dari minuman, fasilitas yang memadai dan juga kebersihan merupakan aspek yang penting dan dilihat oleh pembeli saat berbelanja.

Persaingan Pedagang Minuman Jus/Pop ice dalam lokasi berdagang di Lokasi Wisata Taman Jalur

Lokasi dalam berdagang merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung keberlangsungan sebuah usaha, karena lokasi memiliki pengaruh terhadap pilihan konsumen, pembeli akan memilih membeli dilokasi yang akan mudah dijangkau. Lokasi yang strategis sangat menentukan keberhasilan dan keberlangsungan dari suatu usaha dagangan, namun untuk memperoleh lokasi yang strategis di lokasi wisata Taman Jalur bukan merupakan hal yang mudah karena terbatasnya lokasi dan ramainya pedagang yang berjualan membuat pedagang harus memutar otak bagaimana agar lokasi yang mereka miliki dapat tetap bersaing dengan pedagang lainnya. Setiap pedagang memiliki lokasi yang berbeda dan juga ukuran yang berbeda-beda, ada pedagang yang memiliki lokasi yang strategis tepat didekat jalan masuk Taman Jalur tetapi lokasinya kecil ada juga pedagang yang memiliki lokasi agak keujung tapi lokasi berdagangnya cukup luas. Para pedagang memiliki kelebihan masing-masing tergantung lagi kepada bagaimana pedagang tersebut mengolahnya. Perbedaan-perbedaan seperti itu tentu menimbulkan persaingan antar pedagang, karena para pedagang akan sama-sama berusaha untuk dapat mempertahankan usahanya walaupun dengan lokasi berdagang yang tidak dapat berubah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Abrar selaku ketua Persatuan Pedagang Taman Jalur (PPTJ), lokasi berdagang di Taman Jalur tersebut didapatkan oleh siapa yang duluan mengisi lokasi tersebut untuk berdagang, saat sudah ada pedagang yang mengisi lokasi tersebut pedagang lain dilarang mengambil, menggeser atau mengganggu pedagang tersebut terkecuali pedagang tersebut telah melanggar aturan seperti tidak berdagang selama 3 bulan, maka lokasi tersebut boleh diisi oleh pedagang lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pedagang, lokasi yang strategis untuk berdagang jus/Pop Ice di Taman Jalur yaitu di dekat jalan masuk atau gapura selamat datang selain itu berdagang di dekat pedagang makanan lain juga dirasa dapat menguntungkan karena dapat saling melengkapi. Persaingan lokasi ini terjadi karena pedagang yang berebut ingin mendapatkan lokasi yang strategis untuk berdagang dan tentunya bertujuan untuk dapat menarik banyak pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang lokasi berdagang sangat penting dan sensitif, pedagang yang berada di lokasi berdagang yang strategis merasa bahwa lokasi nya sering digeser oleh pedagang sebelahnya membuat munculnya perasaan kurang enak pada pedagang tersebut. Pedagang yang juga merasa bahwa pembeli sudah berada di lokasi mereka berdagang akan merasa kesal apabila ada pedagang lain yang masi berusaha untuk menarik pembeli tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pembeli lokasi yang starategis berada di depan dekat jalan masuk Taman jalur dan dekat pedagang makanan lain. Lokasi pedagang jus/Pop Ice yang dipilih pembeli adalah lokasi-lokasi yang dirasa akan memudahkan pembeli.

Persaingan Pedagang dalam Promosi/ Pemasaran di lokasi Wisata Taman Jalur

Promosi/pemasaran adalah hal yang penting untuk dilakukan oleh pedagang jus/Pop ice di lokasi wisata Taman Jalur untuk memperoleh perhatian dari pembeli. Salah satu hal yang dilaku-kan pedagang adalah dengan mengadakan promosi. Pedagang saling berlomba-lomba untuk memberikan penawaran terbaik pada pembeli agar pembeli dapat tertarik. Pembeli juga bisa mengetahui produk yang dijual oleh pedagang dengan cara promosi baik berupa memperkenalkan produk dengan jelas kepada pembeli atau dengan cara memberikan potongan harga kepada pembeli sehingga minat pembeli akan meningkat karena potongan harga yang diberikan. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Abrar selaku ketua Persatuan Pedagang Taman Jalur, pedagang biasanya mempromosikan dagangannya hanya melalui mulut kemulut ataupun secara langsung, ada juga pedagang yang mempromosikan dagangannya dengan media online, tetapi tetap saja pedagang belum bisa berjualan secara online hanya sekedar mempromosikan saja. Selain itu pedagang juga memasang spanduk nama di gerobak dagangannya. Cara melakukan promosi yang beragam kini banyak bermunculan seperti menggunakan media sosial *Facebook* maupun melalui *Whatsapp* semua dilakukan pedagang untuk meningkatkan pendapatan mereka dengan meraih banyak pembeli. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang, promosi yang dilakukan berupa memberikan potongan harga untuk pembeli yang membeli minuman 2 atau lebih, ada pula pedagang yang mem-percayakan pembeli untuk berhutang saat uangnya kurang dan ada pula pedagang yang memberikan potongan harga kepada pembeli saat membeli dagangan makanan yang dijualnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pedagang upaya promosi lain yang dilakukan oleh pedagang berupa memposting dagangannya di *Facebook*, *Whatsapp* dan ada juga pedagang yang mempromosikan dagangannya dengan cara langsung kepada pembeli. Pedagang memiliki cara yang berbeda-beda untuk mempromosikan dagangannya baik mempromosikan secara online maupun secara langsung. Pedagang juga memberikan spanduk nama dagangan agar pembel mudah untuk mengenalinya, memajang buah atau Pop ice di etalase sehingga mudah dilihat oleh pemeli. hal tersebut dilakukan oleh para pedagang untuk menarik minat pembeli. Upaya yang dilakukan pedagang dengan promosi merupakan bukti

bahwa setiap individu memiliki cara masing-masing dalam menghadapi persaingan, dikarenakan manusia makhluk yang kreatif. Dalam persaingan pedagang berlomba-lomba untuk menjadi lebih baik dan bertujuan untuk mencapai suatu tujuan dan kelangsungan hidup. Promosi yang dilakukan adalah untuk menarik pembeli. Promosi merupakan salah satu bentuk persaingan sehat yang dilakukan pedagang untuk mencapai tujuan mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli, pembeli dapat mengetahui jenis dagangan dan apa saja yang dijual melalui promosi yang dilakukan oleh pedagang. Seperti dari spanduk dan etalase dagangan Informan juga tertarik untuk membeli karena memperoleh potongan harga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian hasil analisis mengenai *Persaingan antar Pedagang Minuman di Lokasi Wisata Taman Jalur* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk persaingan yang terjadi antar pedagang minuman jus/Pop Ice di lokasi wisata Taman Jalur yaitu pelayanan yang diberikan oleh pedagang kepada pembeli, pedagang memberikan pelayanan yang terbaik dengan cara bersikap ramah dan juga terbuka kepada pembeli. Pedagang melakukan persaingan secara sehat dalam hal pelayanan seperti memberikan fasilitas tempat duduk, meja, tisu, tempat cas-an Hp dan lain sebagainya. Pedagang berlomba-lomba untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli agar pembeli merasa nyaman dan tertarik, selain itu pelayanan yang diberikan juga berupa tanggung jawab terhadap barang yang dimiliki atau dibawa oleh pembeli.
2. Lokasi tempat berdagang pedagang jus/Pop Ice yang strategis dapat meningkatkan minat atau ketertarikan pelanggan dalam berbelanja sehingga lokasi juga berpengaruh terhadap minat pembeli untuk berbelanja. Dalam hal ini terjadi persaingan antar pedagang jus/Pop Ice yang sama-sama ingin mendapatkan lokasi yang strategis menurut mereka. Lokasi berdagang minuman jus/Pop Ice yang strategis di lokasi wisata Taman Jalur yaitu lokasi di dekat pintu masuk Taman Jalur atau Gapura Selamat Datang, dikarenakan langsung terlihat oleh pengunjung yang baru memasuki lokasi wisata Taman Jalur. Selain itu lokasi berdagang di dekat pedagang makanan juga berpengaruh terhadap minat beli pengunjung.
3. Promosi yang dilakukan oleh pedagang minuman jus/Pop Ice di lokasi wisata Taman Jalur untuk meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk berbelanja karena promosi yang diberikan bertujuan agar pembeli/pengunjung Taman Jalur mengetahui jenis produk yang dijual. Promosi yang dilakukan oleh pedagang minuman jus/Pop Ice di lokasi wisata Taman Jalur yaitu melalui media online Facebook, mempromosikan atau memperkenalkan dagangan secara langsung, memberikan potongan harga kepada pembeli dan juga memasang spanduk pada gerobak dagangan.
4. Bentuk persaingan yang paling sulit disiasati bagi pedagang minuman jus/Pop Ice di lokasi wisata Taman Jalur adalah persaingan dalam lokasi berdagang. Karena lokasi berdagang tersebut akan dimiliki oleh pedagang yang lebih dahulu menempatnya, sedangkan pedagang yang baru tentu akan kesulitan mendapatkan lokasi yang strategis. Ukuran lokasi pun berbeda-beda setiap pedagang. Persaingan dalam lokasi ini sampai kepada kontavensi terjadi percekocan antar pedagang dikarenakan sifat pedagang itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani H, Dehen D, & Rohaetin S. (2021). Strategi Persaingan Antar Pedagang dalam Perspektif Sosiologi Ekonomi Di Pasar Blauran Palangka Raya. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(06), 774–786.
- Arofah, S. M. (2019). *Pola Interaksi Sosial Antar Pedagang Buku Di Pasar Wilis Kota Malang*
- Basrowi. (2014). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

- Damsar, indrayani. (2009). Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta : Kencana.
- Damsar. (1997). Sosiologi Ekonomi. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ermayanti Ermayanti, & Achmad Hidir. (2023). Modal Sosial Pedagang Buah di Pasar Pagi Cik Puan Kota Pekanbaru. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 2(2), 13–28.
- Nazaruddin Muhammad. (2017). Persaingan Sopir Taksi di Kota Pekanbaru. *Jurnal Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNRI*, 1-11
- Novianty I, Sulistyarini, F. (2020). Analisis Persaingan Ekonomi Antar Pedagang Perempuan Penjual Sayur Di Pasar Rakyat Flamboyan Pontiana. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Nur Fitri Yati dan A. Hidir, (2019) Modal Sosial Pedagang Lopek Bugi Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau* Volume 01 05.119 (0117)
- Partowisastro, R (2003). Perbandingan Konsep Diri dan Interaksi Sosial Anak-Anak Remaja WNI Asli Dengan Keturunan Tionghoa. Laporan Penelitian. Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM
- Soekanto, Soerjono. (2013). Sosiologi Suatu Pengantar (Edisi Revisi). Jakarta : Raja Grafindo persada