

KEMAMPUAN BERADAPTASI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL “BLAURAN BARU” KOTA SURABAYA DALAM TATANAN MODERNITAS

Dwi Susanto

13040254046 (S1 PPKn, FISH, UNESA) dwisusanto910@gmail.com

Oksiana Jatningsih

0001106703 (S1 PPKn, FISH, UNESA) oksianajatningsih@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah membandingkan perbedaan kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa dalam tatanan modernitas. Teori Struktural Fungsional Robert K Merton, konformitas adalah antara tujuan dan cara yang dilakukan sesuai dengan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah komparasional. Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut: 1) terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Pada aspek *self knowledge*, *self objectivity*, dan *self control*, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada etnis Madura dan Jawa. Pada aspek *good interpersonal relationship*, pedagang etnis Jawa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada etnis Tionghoa dan Madura. Pada aspek *satisfaction in work*, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada etnis Madura dan Jawa. 2) terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Pada aspek *self knowledge*, *self objectivity*, dan *self control* pedagang laki-laki memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan. Pada aspek *good interpersonal relationship*, pedagang perempuan memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang laki-laki. Pada aspek *satisfaction in work*, pedagang laki-laki dan perempuan memiliki kemampuan beradaptasi yang sama. Jadi dapat disimpulkan bahwa ethos yang dimiliki pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa berpengaruh pada perbedaan kemampuan beradaptasi dalam tatanan modernitas.

Kata Kunci: kemampuan beradaptasi, pedagang etnis jawa, madura, dan tionghoa, tatanan modernitas.

Abstract

The purpose of this study is to compare differences in the ability to adapt traditional market traders "Blauran Baru" ethnic Javanese, Madurese, and Chinese in order modernity. Structural Functional Theory Robert K Merton, conformity is between the goal and how that is done in accordance with the public. The method used in this research is quantitative approach. This type of research is komparasional. The results obtained are: 1) there are significant differences traders adaptability Javanese, Madurese, and Chinese. In the aspect of self knowledge, self objectivity, and self-control, ethnic Chinese traders have the ability to adapt superior ethnic Madurese and Javanese. In the aspect of good interpersonal relationships, Javanese traders have the ability to adapt superior ethnic Chinese and Madura. In the aspect of satisfaction in work, ethnic Chinese traders have the ability to adapt superior ethnic Madurese and Javanese. 2) there are significant differences adaptability traders male and female Javanese, Madurese, and Chinese. In the aspect of self knowledge, self Objectivity, and self control male traders have the ability to adapt superior to female traders. In the aspect of good interpersonal relationships, female traders have the ability to adapt superior male traders. In the aspect of satisfaction in work, the traders men and women have the same adaptability. So it can be concluded that ethos owned traders Javanese, Madurese, and Chinese influence on differences in adaptability in modernity.

Keywords: adaptability, traders javanese, madurese, and chinese, modernity.

PENDAHULUAN

Seiring dengan era globalisasi dan modernisasi, saat ini pasar modern berkembang di berbagai lingkungan masyarakat. Tidak hanya di kota besar, kota sub urban dan kota kecil pun tidak luput dari kehadiran pasar modern. Saat ini, tidak hanya pasar tradisional yang melayani kebutuhan konsumen tetapi banyak

bermunculan berbagai pasar modern di setiap daerah. Di dalam pasar modern, tidak hanya melayani kebutuhan sekunder dan tersier, bahkan kebutuhan sehari hari masyarakat menjadi target yang disediakan.

Pasar modern adalah suatu area tertentu yang terdiri atas satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan

secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan pada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang (Perpres RI No.112 tahun 2007).

Pergeseran pilihan konsumen dari pasar tradisional ke pasar modern berdampak pada penurunan minat konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional. Hal tersebut juga berdampak pada pedagang dan estimasi jumlah pedagang yang ada di pasar tradisional. Pedagang pasar tradisional tidak hanya bersaing dengan sesama pedagang tradisional, tetapi juga bersaing dengan pedagang atau ritel modern yang modalnya hampir dipastikan lebih besar daripada modal yang dikeluarkan para pedagang pasar tradisional. Oleh karena itu, kemampuan beradaptasi untuk menghadapi situasi tersebut diperlukan.

Sumiyarto (2008:49) memaparkan perkembangan ritel modern di Indonesia diawali dengan berdirinya *Sarinah Departement Store* tahun 1962 dan terus bertumbuh dipicu oleh tingginya permintaan pasar dan perilaku belanja yang konsumtif oleh sebagian besar konsumen khususnya kota-kota besar yang ada di Indonesia.

Tabel 1. Perkembangan Ritel Modern 1962-2005 di Indonesia

No	Tahun	Ritel Modern
1	1962	PT Derpartemen Store Indonesia Sarinah
2	1969	Galael (<i>Canned Food Supermarket</i>)
3	1970	Golden Truly (supermarket)
4	1972	Matahari Departemen Store Hero Mini Supermarket.
5	1974	Pasar Raya Departemen Store
6	1978	Ramayana Departemen Store
7	1980	Pojok Busana (<i>Small Departemen Store</i>)
8	1988	Indomaret (<i>Small Supermarket or Minimarket</i>), Cahaya Departement Store
9	1989	Trims Multi Grosir (<i>Wholesale by Mantrust</i>) Alfa Multi Retail (Supermarket and Wholesale/PT Alfa Retailindo)
10	1990	Metro Supermarket Sogo Departemen Store Metro Departemen Store Mega Super Grosir (<i>by Hero</i>).
11	1992	"Makro (<i>modernwhole sale</i>) "Alfa Gudang Rabat"(wholesale)
12	1995	"JC Penney" (<i>dep. Store, joint with Multi polar and only survive 3 years</i>) "Goro" (<i>whole-sale format-by Galael</i>)

No	Tahun	Ritel Modern
		<i>and Tommy S.)</i>
13	1996	"Wall Mart" (<i>joint with Multi polar and only survive 2 years</i>)
14	1997	Indomaret (waralaba mini supermarket); "Lion Superindo" (supermarket, by Indomaret/Salim The Lion Delhaize/Belgia)
15	1998	"Carrefour" (<i>hypermarket</i>) "Continent" (<i>hypermarket</i>) "Indo Grosir" (grup Indomaret)
16	1999	"Mitra" (<i>whole sale – Hero group</i>) "Golden Truly" (<i>department store</i>)"Alfa Minimart"(PT Sumber Alfaria Trijaya)
17	2000	LippoShop (<i>on-line But no longer exist</i>)
18	2003	Alfamart menerapkan operator mandiri – <i>trade name licencing</i>
19	2004	Hypermart (grup Matahari) Giant Supermarket dan Giant Hypermart (grup Hero)
20	2005	Ramayana mendirikan supermarket besar (mirip dengan konsep hypermarket)

Sumber : Sumiyarto (2008)

Berdasarkan tabel 1, pertumbuhan pasar modern di Indonesia dapat dikatakan sangat cepat sejak tahun 1962 yang berdampak pada penurunan jumlah pasar tradisional. Pertumbuhan pasar modern di Indonesia, terutama pedagang pengecer telah masuk ke dalam wilayah pedesaan. Bank Pembangunan Asia (ADB) memperkirakan jumlah pasar tradisional menurun sebesar 8,1% sepanjang tahun 2011 di Indonesia. Berbanding terbalik dengan pasar modern yang justru meningkat 31,4%.

Tabel 2. Jumlah Pasar Modern di Surabaya

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Factory Outlet	35	33	31	31	31	31	45
Supermarket	41	43	45	51	52	37	60
Minimarket	176	180	182	188	210	321	450
Department Store	15	15	14	15	16	16	26
Mall/Plaza	17	18	20	21	24	24	39
Waralaba Asing	0	0	0	28	28	29	47
	284	289	292	334	361	458	667

Sumber: Bappeko Surabaya (2015)

Pertumbuhan pasar modern yang telah merebah di Kota Surabaya ternyata membawa dampak terhadap penurunan jumlah pasar tradisional setiap tahun. Pertumbuhan pasar modern pada tahun 2009 cukup luar biasa, berbanding terbalik dengan kondisi pasar

tradisional. Pada tahun 2015 telah tercatat 450 minimarket tersebar di 31 kecamatan di Surabaya. Artinya, rata-rata di setiap kecamatan terdapat 15 minimarket. Pada tahun 2016, jumlah tersebut akan terus bertambah seiring semakin gencarnya pembangunan mall-mall baru di Surabaya. Persebaran minimarket dan supermarket tersebut sangat tidak terkendali. Di kawasan Surabaya Selatan berdiri 48% di antara keseluruhan pasar modern di Surabaya.

Tabel 3. Jumlah Pasar Tradisional di Surabaya

Tahun	Jumlah	Persentase
2011	81	40,29%
2013	67	33%
2015	53	26,36%

Sumber: Detik.com (27/3/2015)

Berdasarkan tabel 3, pada tahun 2011, terdapat 81 pasar tradisional dengan persentase 40,29%. Kemudian mengalami penurunan jumlah pasar modern pada tahun 2013 yaitu 67 pasar tradisional dengan persentase 33% dan tahun 2015 yaitu 53 pasar tradisional dengan persentase 26,36%. Penurunan jumlah pasar tradisional sebagai dampak dari modernisasi pasar yang melahirkan pertumbuhan pasar modern menjadikan pedagang pasar tradisional tidak hanya bersaing dengan sesama pedagang tradisional, tetapi juga bersaing dengan pedagang atau ritel modern yang modalnya hampir dipastikan lebih besar daripada modal yang dikeluarkan para pedagang tradisional. Oleh karena itu pedagang pasar tradisional mempunyai kemampuan adaptasi untuk menghadapi pasar modern.

Adaptasi adalah kemampuan individu dan atau kelompok untuk bertahan dan mengubah alur lingkungannya. Aspek umum dari adaptasi adalah kemampuan untuk membuat perubahan dalam fenomena kontemporer agar dapat mengatasi peristiwa masa depan (Bennet dalam Rekto, 2011:28). Fenomena kontemporer yang dimaksud dalam hal ini adalah adanya modernisasi pasar yang melahirkan pasar modern yang berdampak negatif pada pasar tradisional. Oleh karena itu, para pedagang pasar tradisional harus memiliki kemampuan untuk bertahan dan beradaptasi dalam menghadapi pasar modern.

Kemampuan beradaptasi merupakan kemampuan mengubah diri sesuai keadaan lingkungan atau mengubah lingkungan sesuai dengan keinginan diri sendiri untuk menghadapi kebutuhan dan menghasilkan kualitas keselarasan antara tuntutan diri sendiri, dunia luar, maupun lingkungan sekitar. Untuk mengungkapkan tinggi rendahnya kemampuan adaptasi digunakan aspek-aspek yang dikemukakan Semiun (2007:45), yaitu *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, *good interpersonal relationship*, dan *satisfaction in work*.

Salah satu pasar tradisional tersebut adalah pasar "Blauran Baru" Kota Surabaya. Pasar Blauran Baru termasuk dalam kategori pasar belanja tradisional. Keberadaan pasar yang melayani barang eceran dan lengkap ini sudah ada sejak zaman penjajahan Belanda. Bahkan sampai saat ini pasar yang telah menjadi salah satu ikon belanja Surabaya tetap eksis. Dulu yang terkenal di pasar Blauran Baru antara lain jual beli emas, tetapi sekarang pasar Blauran Baru juga menjual buku (baru/bekas), konveksi, jajanan tradisional perlengkapan *manten*.

Saat ini pasar Blauran Baru tidak hanya identik dengan emas, hampir semua kebutuhan sehari-hari tersedia di sini. Bahkan pasar ini terkenal di kalangan mahasiswa sebagai tempat berbelanja keperluan buku-buku kuliah dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau. Pasar Blauran Baru ini juga terkenal menjual jajanan khas Timuran dan tentunya masakan khas Kota Surabaya. Pasar Blauran berada di wilayah Surabaya Pusat Kecamatan Bubutan dan dekat dengan BG Junction. (Surabayapagi.com).

Pedagang yang ada di pasar Blauran Baru terdiri dari beragam etnis, meliputi etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Pedagang pasar tradisional Blauran Baru tidak hanya didominasi oleh pedagang laki-laki, tetapi juga ada pedagang perempuan dari masing-masing etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Penelitian yang dilakukan oleh Yusi Prasiwi dan Susandri tentang studi deskriptif mengenai adaptasi sosiokultural dan psikologikal pada etnik Minang dan Batak di Bandung menunjukkan bahwa mahasiswa laki-laki lebih adaptif dengan *mean* 3,57 dibandingkan dengan mahasiswa perempuan dengan *mean* 3,46. Dimana aspek komunikasi interpersonal dan kelancaran berbahasa mahasiswa perantau laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan (Prasiwi, 2015:403).

Pedagang pasar tradisional etnis Tionghoa memiliki nilai dan karakteristik meliputi keberanian berspekulasi, mempunyai ketrampilan teknis, keuletan dalam menghadapi kesulitan, sungguh-sungguh dalam menjalani pekerjaan, kerja keras, tekun dan teliti, sabar, hemat, saling menolong (Susetyo, 2010:166-167).

Pedagang pasar tradisional etnis Jawa memiliki nilai dan karakteristik meliputi rendah hati, mengutamakan kebutuhan dan tujuan kelompok, kemampuan menyesuaikan diri, tidak mengutamakan mental kewirausahaan, keinginan untuk maju, selalu mengolah kemampuan diri, tidak percaya diri, kurang disiplin, mengabaikan tanggung jawab (Wardhani, 2007:36).

Pedagang pasar tradisional etnis Madura memiliki nilai dan karakteristik meliputi selalu berusaha dalam menghadapi masalah berdasarkan kemampuan dan modal, selalu memanfaatkan peluang, tidak mau

tergantungan dengan orang lain, bekerja keras secara terampil dan perhitungan, semangat berwirausaha tinggi, sikap ulet dalam berdagang, mandiri dan pantang menyerah, etos kerja yang tinggi, tidak mau mengambil resiko terlalu besar (Rifa'i, 2007:225-227).

Berkaitan dengan penelitian-penelitian terdahulu untuk menunjukkan posisi penelitian yang akan dilakukan saat ini, penelitian yang dilakukan oleh Firky Maruli Tua (2016) tentang Eksistensi Pedagang Sembada mengenai strategi adaptasi pedagang tradisional pasar Sembada terhadap kehadiran Carrefour dan Agen Pasar di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan mengenai persaingan antara pasar tradisional dan pasar modern dalam lingkup keberadaan agen pasar dalam penyediaan dan pengolahan pasar sebagai bentuk strategi di pasar Sembada Kota Medan. Fokus penelitian ini adalah mengenai strategi yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern yang menggerus keberadaan pasar tradisional Sembada.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi adaptasi yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional sebagai bentuk proses bertahan dari keberadaan pasar modern yang menyediakan kemudahan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasar tradisional meliputi: memperpanjang waktu usaha, ketersediaan bahan dagangan, variasi dagangan hingga pada kondisi barang dagangan.

Penelitian yang dilakukan Dian Mega Maharani (2013) tentang Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa, selain itu untuk mengetahui perbedaan perilaku kewirausahaan pedagang etnis Cina dan pedagang etnis Jawa di pasar Yaik Permai Semarang.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penelitian terhadap 40 responden pedagang etnis Cina dan 40 pedagang etnis Jawa menunjukkan secara klasikal prosentase pedagang etnis Cina sebesar 75,50% tergolong dalam kriteria tinggi. Sedangkan pedagang etnis Jawa sebesar 70,23% tergolong dalam kriteria sedang. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai sig untuk tiap-tiap test $>1\%$ dengan demikian dapat dikatakan data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai sig = 0.000 dengan t-hitung = 3.798. Karena nilai sig $<1\%$, maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.

Batasan masalah dalam penelitian ini yakni terbatas pada perbedaan kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Jawa, Madura, dan

Tionghoa dalam tatanan modernitas. Rumusan masalah yakni apakah terdapat perbedaan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa pasar tradisional Blauran Baru?. Tujuan penelitian ini yakni membandingkan perbedaan kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa dalam tatanan modernitas. Manfaat yang diperoleh diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat secara umum dan khususnya para pedagang pasar tradisional di seluruh Indonesia tentang kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional, baik pedagang laki-laki maupun perempuan dalam tatanan modernitas. Asumsi dasar penelitian ini yakni pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa merupakan tiga kebudayaan yang berbeda. Masing-masing pedagang memiliki sistem nilai yang berbeda pula. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari strategi, daya tahan dan beradaptasi. Pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa tentu memiliki kemampuan beradaptasi yang berbeda-beda.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah komparasional atau perbandingan. Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional "Blauran Baru" Kota Surabaya. Lokasi ini dipilih karena pasar tradisional "Blauran Baru" merupakan pasar tertua yang ada di Kota Surabaya. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang ada di pasar "Blauran Baru" Kota Surabaya etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yaitu berjumlah 95 pedagang. Jumlah responden pedagang etnis Jawa 30 populasi dengan taraf kesalahan 5% maka jumlah sampel yang diambil dari pedagang etnis Jawa adalah 28 pedagang. Jumlah responden pedagang etnis Madura 35 populasi dengan taraf kesalahan 5% maka jumlah sampel yang diambil dari pedagang etnis Madura adalah 32 pedagang. Kemudian jumlah responden pedagang etnis Tionghoa 30 populasi dengan taraf kesalahan 5% maka jumlah sampel yang diambil dari pedagang etnis Tionghoa adalah 28 pedagang.

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara kuisioner (angket). Angket dalam penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang telah dilengkapi dengan pilihan jawaban sehingga responden hanya memberi tanda pada jawaban yang telah dipilih. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengungkap kemampuan beradaptasi pedagang pasar menggunakan metode angket dengan 4 (empat) alternatif jawaban. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis of Varian. Analisis of Varian yang

digunakan dalam penelitian ini yaitu Anova Satu Jalan (Klasifikasi Tunggal) dan Anova Dua Jalan (Klasifikasi Ganda).

Tabel 4. Ringkasan Anova Satu Jalan untuk Menguji Hipotesis k Sampel

S V	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	MK	Fh	Ft	Kep
tot	N-1	$\frac{\sum X_{tot}^2 - (\sum x_{tot})^2}{N}$				
ant	m-1	$\frac{\sum (\sum x_{kel})^2}{n_{kel}} - \frac{(\sum x_{tot})^2}{N}$	$\frac{JK_{ant}}{m}$	$\frac{MK_{ant}}{MK_{dal}}$	T a b F	Fh > Ft Ha diterima
dal	N-m	JK _{tot} - JK _{ant}	$\frac{JK_{dal}}{N-m}$			

Tabel 5. Ringkasan Anova Dua Jalan untuk Menguji Hipotesis k Sampel

SV	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	MK	Fh	Ft	Kep
tot	N-1	$\frac{\sum X_{tot}^2 - (\sum x_{tot})^2}{N}$				
Antar kolom	k-1	$\frac{\sum (\sum x_{kol})^2}{n_{kol}} - \frac{(\sum x_{tot})^2}{N}$	$\frac{JK_{ant.kol}}{k-1}$	$\frac{MK_{ant.kol}}{MK_{dal}}$	T a b F	Fh > Ft Ha diterima
Antar baris	b-1	$\frac{\sum (\sum x_{bar})^2}{n_{bar}} - \frac{(\sum x_{tot})^2}{N}$	$\frac{JK_{ant.bar}}{b-1}$			
Interaksi	dk _k x dk _b	JK _{int} = JK _{bag} - (JK _{kol} + JK _{bar})	$\frac{JK_{int}}{dk_k \times dk_b}$			
dal	N - k - b	JK _{tot} - JK _{ant}	$\frac{JK_{dal}}{N-m}$			

pasar “Blauran Baru” berada di Jalan Kranggan tepat di sebelah BG Junction Mall. Pasar “Blauran Baru” merupakan pasar barang eceran yang keberadaannya sejak jaman penjajahan Belanda dan terlengkap di Kota Surabaya hingga sekarang masih tetapi eksis.

Dahulu yang terkenal di pasar “Blauran Baru” antara lain jual beli emas, tetapi sekarang pasar “Blauran Baru” juga menjual buku (baru/bekas), konveksi, jajanan tradisional, peralatan manten dan juga merancang. Jadi sekarang pasar “Blauran Baru” tidak hanya identik dengan toko emas, tetapi hampir semua kebutuhan sehari-hari tersedia di sini.

Pasar “Blauran Baru” sekarang terkenal di kalangan pelajar dan mahasiswa sebagai tempat belanja keperluan buku-buku sekolah dan perkuliahan berkualitas bagus tetapi dengan harga yang murah. Selain itu, pasar “Blauran Baru” juga dikenal sebagai pasar pusat penjualan jajanan khas Jawa Timuran, dan tentunya masakan khas Surabaya seperti lontong balap, rujak cingur, kiki, sate ayam-kambing, gado-gado, soto daging, nasi rawon, ditambah dengan aneka jajan pasar.

Pasar “Blauran Baru” beroperasi mulai jam 10.00-21.00. Tetapi ada pedagang yang mulai berjualan sebelum jam 10.00 dan menutup ruko sebelum jam 21.00. Saat ini di pasar “Blauran Baru” terdapat ruko yang tidak terpakai, mulai dari ruko yang ada di lantai satu sampai lantai tiga. Lantai satu didominasi oleh pedagang etnis Tionghoa dan Jawa, Lantai dua didominasi oleh etnis Madura sedangkan lantai tiga didominasi oleh etnis Jawa.

Pedagang etnis Jawa di pasar “Blauran Baru” mayoritas barang yang dijajakan adalah kebutuhan busana pengantin, makanan khas Surabaya, jajan pasar dan buku keperluan sekolah dan kuliah. Pedagang etnis Tionghoa mayoritas barang yang dijajakan adalah emas, barang elektronik. Sedangkan pedagang etnis Madura mayoritas barang yang dijajakan adalah baju-baju sekolah, baju, celana, dan makanan.

Interaksi sosial antar pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa di pasar “Blauran Baru” dapat dikatakan harmonis. Antar pedagang sesekali melakukan obrolan santai sambil menunggu pembeli yang mampir. Kemudian ketika menjumpai pedagang yang stok barangnya habis, pedagang lain yang kebetulan menjajakan barang dagangan yang sama turut membantu untuk melakukan “tukar-menukar barang” yang kemudian nanti di antara pedagang tersebut berbagi keuntungan satu sama lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar “Blauran Baru” Kota Surabaya dikategorikan sebagai pasar belanja tradisional, berada di kawasan Surabaya Pusat Kecamatan Bubutan. Tepatnya, lokasi

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan tahap penelitian yang meliputi penyebaran angket, langkah selanjutnya adalah mendeskripsikan data yaitu gambaran dari semua data yang diperoleh dari hasil penelitian. Data yang disajikan

dalam penelitian ini adalah hasil dari penyebaran angket tentang kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional “Blauran Baru” dalam tatanan modernitas. Sebelum langkah-langkah perhitungan Anova dilakukan, maka terlebih dahulu harus dipenuhi beberapa asumsi, yaitu: Sampel berasal dari kelompok yang independen. Sampel dalam penelitian ini meliputi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Varian antar kelompok harus homogen. Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi sampel yang diambil dari populasi yang sama memiliki keseragaman atau tidak. Uji homogenitas dalam penelitian ini menggunakan *Lavene Statistic*.

Tabel 6. *Test of Homogeneity of Variances*

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
5.099	2	85	.080

Sumber: Data Primer diolah,2016

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa hasil *output* menunjukkan bahwa signifikansi sebesar 0,080, oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,080 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa varian homogen. Data masing-masing kelompok berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan untuk melihat kenormalan distribusi data variabel penelitian. Data yang terdistribusi normal akan membentuk distribusi normal, dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah subjek penelitian memenuhi syarat sebaran normal untuk mewakili populasi.

Tabel 7. Uji Normalitas Data

Etnis	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kemampuan Beradaptasi Etnis Jawa	.103	28	.200*	.934	28	.080
Etnis Madura	.082	32	.200*	.979	32	.773
Etnis Tionghoa	.142	28	.156	.960	28	.355

a. Lilliefors Significance Correction

*. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer diolah,2016

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa *output* nilai signifikansi etnis Jawa sebesar 0,080. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, ($0,080 > 0,05$), maka data kelompok etnis Jawa tersebut berdistribusi normal.

Output nilai signifikansi etnis Madura sebesar 0,773. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, ($0,773 > 0,05$), maka data kelompok etnis Madura tersebut berdistribusi normal. *Output* nilai signifikansi etnis Tionghoa sebesar 0,355. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, ($0,355 > 0,05$), maka data kelompok etnis Tionghoa tersebut berdistribusi normal.

Statistik parametris yang digunakan untuk menguji hipotesis k sampel dalam hal ini ada tiga sampel penelitian yang meliputi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa adalah dengan Analisis of Varian (Anova). Anova dapat digunakan untuk menguji k sampel yang berpasangan maupun independen. Dalam hal ini akan menguji k sampel yang independen.

Pengujian k sampel dalam penelitian ini menggunakan Anova Satu Jalan dan Anova Dua Jalan. Anova Satu Jalan digunakan untuk menguji hipotesis 1 sedangkan Anova Dua Jalan digunakan untuk menguji hipotesis 2.

Kemampuan Beradaptasi Pedagang Pasar Tradisional “Blauran Baru” Etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

Kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura dan Tionghoa akan dijelaskan dalam tabel berikut.

Tabel 8. Kemampuan Beradaptasi Pedagang Pasar Tradisional “Blauran Baru” Etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Etnis Jawa	28	123.57	12.703	2.401	118.65	128.50	106	161
Etnis Madura	32	140.41	8.424	1.489	137.37	143.44	117	158
Etnis Tionghoa	28	144.39	5.965	1.127	142.08	146.71	131	154
Total	88	136.32	12.877	1.373	133.59	139.05	106	161

Sumber : Data Primer diolah,2016

Berdasarkan tabel 8, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki skor rata-rata sebesar 136,32. Rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa sebesar 123,57, rata-rata

kemampuan beradaptasi pedagang etnis Madura sebesar 140,41, kemudian rata-rata kemampuan beradaptasi etnis Tionghoa sebesar 144,39. Rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Tionghoa memiliki rata-rata tertinggi, kemudian kemampuan beradaptasi pedagang etnis Madura dan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa memiliki rata-rata terendah.

Tabel 9. Anova Satu Jalan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6909.836	2	3454.918	39.066	.000
Within Groups	7517.254	85	88.438		
Total	14427.091	87			

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 9, diketahui bahwa *output* yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan F hitung = 39,066. Jadi nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ atau harga F hitung = 39,066 lebih besar dari pada harga F tabel pada taraf signifikansi 5%, jadi ($39,066 > 3,11$). Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulannya terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Kemudian uji selanjutnya adalah melihat kelompok mana saja yang berbeda. Untuk mengetahui kelompok mana saja yang berbeda yaitu menggunakan *Post Hoc Test*.

Tabel 10. *Post Hoc Test* Multiple Comparisons

(I) Etnis	(J) Etnis	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Etnis Jawa	Etnis Madura	-16.835*	2.434	.000	-21.67	-12.00
	Etnis Tionghoa	-20.821*	2.513	.000	-25.82	-15.82
Etnis Madura	Etnis Jawa	16.835*	2.434	.000	12.00	21.67
	Etnis Tionghoa	-3.987	2.434	.105	-8.83	.85
Etnis Tionghoa	Etnis Jawa	20.821*	2.513	.000	15.82	25.82

(I) Etnis	(J) Etnis	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
oa	Etnis Madura	3.987	2.434	.105	-.85	8.83

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 10, *Post Hoc Test* digunakan untuk mengetahui etnis mana saja yang berbeda. Etnis yang menunjukkan adanya perbedaan kemampuan beradaptasi ditandai dengan tanda bintang didalam tabel tersebut. Pertama, terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi antara etnis Jawa dengan etnis Madura dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$) dan terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Jawa dan etnis Tionghoa dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$). Kedua, terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi antara etnis Madura dengan etnis Jawa dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$), dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Madura dengan etnis Tionghoa dengan taraf signifikan ($0,105 > 0,05$). Ketiga, terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi antara etnis Tionghoa dengan etnis Jawa dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$), dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Tionghoa dengan etnis Madura dengan taraf signifikan ($0,105 > 0,05$).

Kemampuan Beradaptasi Pedagang Laki-laki dan Perempuan Pasar Tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

Kemampuan Beradaptasi Pedagang Laki-laki dan Perempuan Pasar Tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa akan dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 11. Descriptive Statistics

Jenis Kelamin	Etnis	Mean	Std. Deviation	N
Laki-laki	Etnis Jawa	127.21	15.019	14
	Etnis Madura	143.25	8.258	16
	Etnis Tionghoa	143.64	4.877	14
	Total	138.27	12.554	44
Perempuan	Etnis Jawa	119.93	9.000	14

Tabel 11. Descriptive Statistics

Jenis Kelamin	Etnis	Mean	Std. Deviation	N
	Etnis Madura	137.56	7.823	16
	Etnis Tionghoa	145.14	6.993	14
	Total	134.36	13.042	44
Total	Etnis Jawa	123.57	12.703	28
	Etnis Madura	140.41	8.424	32
	Etnis Tionghoa	144.39	5.965	28
	Total	136.32	12.877	88

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 11, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki skor rata-rata 136,32. Pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi 138,27. Pedagang laki-laki etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 127,21, pedagang laki-laki etnis Madura memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 143,25, sedangkan pedagang laki-laki etnis Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 143,64. Rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki tertinggi adalah kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki etnis Tionghoa, kemudian disusul pedagang laki-laki etnis Madura dan pedagang laki-laki etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi terendah.

Pedagang perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi 134,36. Pedagang perempuan etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 119,93, pedagang perempuan etnis Madura memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 137,56, sedangkan pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 145,14. Rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang perempuan tertinggi adalah kemampuan beradaptasi pedagang perempuan etnis Tionghoa, kemudian disusul pedagang perempuan etnis Madura dan pedagang perempuan etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi terendah.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" dalam tatanan modernitas, pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi tertinggi sebesar 145,14, sedangkan pedagang perempuan

etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi terendah sebesar 119,93.

Tabel 12. Anova Dua Jalan

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	7555.939 ^a	5	1511.188	18.034	.000
Intercept	1624160.641	1	1624160.641	1.938E4	.000
Jenis Kelamin	320.502	1	320.502	3.825	.054
Etnis	6909.836	2	3454.918	41.231	.000
Jenis Kelamin * Etnis	309.921	2	154.960	1.849	.164
Error	6871.152	82	83.795		
Total	1649700.000	88			
Corrected Total	14427.091	87			

a. R Squared = .524 (Adjusted R Squared = .495)

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 12, untuk kolom jenis kelamin, nilai F sebesar 3,825 dengan signifikansi 0,054. Jadi (0,054>0,05). Maka Ho diterima dan Ha ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan kemampuan beradaptasi berdasarkan jenis kelamin. Jadi pedagang laki-laki dan perempuan memiliki kemampuan beradaptasi yang sama. Untuk kolom etnis, nilai F sebesar 41,231 dengan signifikansi 0,000. Jadi (0,000<0,05). Maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kemampuan beradaptasi berdasarkan etnis. Jadi etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi yang berbeda. Untuk kolom interaksi (jenis kelamin*etnis), nilai F sebesar 1,849 dengan signifikansi 0,164. Jadi (0,164>0,05). Maka Ho diterima dan Ha ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat interaksi yang signifikan antara kemampuan beradaptasi dengan etnis berdasarkan jenis kelamin. Jadi asal etnis mempunyai pengaruh yang tidak berbeda terhadap kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan.

Hasil Penelitian

Kemampuan Beradaptasi Pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa Pasar Tradisional " Kota Surabaya dalam Tatanan Modernitas

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura,

dan Tionghoa pasar tradisional “Blauran Baru” Kota Surabaya dalam tatanan modernitas yang terdiri atas lima aspek yaitu *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, *good interpersonal relationship*, dan *satisfaction in work*. Adapun hasil penelitian ini meliputi:

Aspek Self Knowledge

Self Knowledge yaitu kemampuan mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimiliki oleh pedagang. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *self knowledge* pedagang pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 13.

Tabel 13. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Self Knowledge*.

No	Etnis Pedagang	Skor rata-rata
1	Jawa	24,89
2	Tionghoa	29,60
3	Madura	28,68
Jumlah		83,17

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Berdasarkan tabel 13, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *self knowledge* memiliki jumlah skor rata-rata 83,17. Kemampuan beradaptasi pada aspek *self knowledge* yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 29,60.

Aspek Self Objectivity

Self objectivity yaitu kemampuan pedagang untuk berperilaku dan berpikir secara objektif. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *self objectivity* pedagang pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 14.

Tabel 14. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Self Objectivity*

No	Etnis Pedagang	Skor rata-rata
1	Jawa	21,67
2	Tionghoa	26,82
3	Madura	25,15
Jumlah		73,64

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 14, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *self objectivity* memiliki jumlah skor rata-rata 73,64. Kemampuan beradaptasi pada aspek *self objectivity* yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 26,82.

Aspek Self Control

Self Control yaitu kemampuan pedagang untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta

mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *self control* pedagang pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 15.

Tabel 15. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Self Control*

No	Etnis Pedagang	Skor rata-rata
1	Jawa	24,75
2	Tionghoa	29,28
3	Madura	28
Jumlah		82,03

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 15, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *self control* memiliki jumlah skor rata-rata 82,03. Kemampuan beradaptasi pada aspek *self control* yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 29,28.

Aspek Good Interpersonal Relationship

Good Interpersonal Relationship yaitu kemampuan pedagang untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship* pedagang pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 16.

Tabel 16. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Good Interpersonal Relationship*

No	Etnis Pedagang	Skor rata-rata
1	Jawa	43,06
2	Tionghoa	42,17
3	Madura	37,64
Jumlah		122,87

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 16, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship* memiliki jumlah skor rata-rata 122,87. Kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship* yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa adalah pedagang etnis Jawa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 43,06.

Aspek Satisfaction in Work

Satisfaction in Work yaitu rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan pedagang. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* pedagang pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 17.

Tabel 17. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Satisfaction in Work*

No	Etnis Pedagang	Skor rata-rata
1	Jawa	14,6

No	Etnis Pedagang	Skor rata-rata
2	Tionghoa	16,5
3	Madura	15,5
Jumlah		46,6

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 17, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* memiliki jumlah skor rata-rata 46,6. Kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 16,5.

Setelah menganalisis hasil pengolahan data tentang kemampuan beradaptasi setiap pedagang berdasarkan lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi, maka dilanjutkan dengan mengukur perbandingan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa menggunakan Anova Satu Jalan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki skor rata-rata 136,32. Kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Jawa memiliki skor rata-rata 123, kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Madura memiliki skor rata-rata 140,41, sedangkan kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Tionghoa memiliki skor rata-rata 144,39.

Berdasarkan hasil uji Anova Satu Jalan, *output* yang diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan F hitung = 39,066. Jadi nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ atau harga F hitung = 39,066 lebih besar dari pada harga F tabel pada taraf signifikan 5%, jadi ($39,066 > 3,11$). Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional "Blauran Baru" etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

Untuk mengetahui etnis mana saja yang berbeda, maka menggunakan *Post Hoc Test*. Etnis yang menunjukkan adanya perbedaan kemampuan beradaptasi ditandai dengan tanda bintang didalam tabel tersebut. Pertama, terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi antara etnis Jawa dengan etnis Madura dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$) dan terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Jawa dan etnis Tionghoa dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$). Kedua, terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi antara etnis Madura dengan etnis Jawa dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$), dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Madura dengan etnis Tionghoa dengan taraf signifikan ($0,105 > 0,05$). Ketiga, terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan

beradaptasi antara etnis Tionghoa dengan etnis Jawa dengan taraf signifikan ($0,000 < 0,05$), dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Tionghoa dengan etnis Madura dengan taraf signifikan ($0,105 > 0,05$).

Kemampuan Beradaptasi Pedagang Laki-laki dan Perempuan Etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa Pasar Tradisional "Blauran Baru" Kota Surabaya dalam Tatanan Modernitas

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa pasar tradisional "Blauran Baru" Kota Surabaya dalam tatanan modernitas yang terdiri atas lima aspek yaitu *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, *good interpersonal relationship*, dan *satisfaction in work*. Adapun hasil penelitian ini meliputi:

Aspek Self Knowledge

Self Knowledge yaitu kemampuan mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimiliki oleh pedagang. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *self knowledge* pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 18.

Tabel 18. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Self Knowledge*.

No	Etnis	Jenis Kelamin	Skor rata-rata
1	Jawa	Laki-Laki	25,57
		Perempuan	24,21
2	Madura	Laki-Laki	29,43
		Perempuan	27,93
3	Tionghoa	Laki-Laki	30,35
		Perempuan	28,85

Sumber: Data Primer diolah, 2016.

Berdasarkan tabel 18, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *self knowledge* pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa lebih unggul daripada pedagang perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

Aspek Self Objectivity

Self objectivity yaitu kemampuan pedagang untuk berperilaku dan berpikir secara objektif. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *self objectivity* pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 19.

Tabel 19. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Self Objectivity*

No	Etnis	Jenis Kelamin	Skor rata-rata
1	Jawa	Laki-Laki	22,50
		Perempuan	20,85
2	Madura	Laki-Laki	25,18
		Perempuan	25,12
3	Tionghoa	Laki-Laki	27,07
		Perempuan	26,57

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 19, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *self objectivity* pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa lebih unggul daripada pedagang perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

Aspek *Self Control*

Self control yaitu kemampuan pedagang untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *self control* pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 20.

Tabel 20. Kemampuan beradaptasi pada aspek *Self Control*

No	Etnis	Jenis Kelamin	Skor rata-rata
1	Jawa	Laki-Laki	25,92
		Perempuan	23,57
2	Madura	Laki-Laki	28,62
		Perempuan	27,37
3	Tionghoa	Laki-Laki	29,00
		Perempuan	29,57

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 20, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *self control* pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura lebih unggul daripada dengan pedagang etnis perempuan etnis Jawa dan Madura. Namun berbeda dengan etnis Tionghoa, kemampuan beradaptasi pada aspek *self control*, pedagang perempuan etnis Tionghoa lebih unggul daripada dengan pedagang laki-laki etnis Tionghoa.

Aspek *Good Interpersonal Relationship*

Good Interpersonal Relationship yaitu kemampuan pedagang untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship* pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 21.

Tabel 21. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Good Interpersonal Relationship*

No	Etnis	Jenis Kelamin	Skor rata-rata
1	Jawa	Laki-Laki	44,37
		Perempuan	41,45
2	Madura	Laki-Laki	39,21
		Perempuan	36,07
3	Tionghoa	Laki-Laki	40,71
		Perempuan	43,64

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 21, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship* pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura lebih unggul daripada dengan pedagang etnis perempuan etnis Jawa dan Madura. Namun berbeda dengan etnis Tionghoa, kemampuan beradaptasi pada aspek *interpersonal relationship*, pedagang perempuan etnis Tionghoa lebih unggul daripada dengan pedagang laki-laki etnis Tionghoa.

Aspek *Satisfaction in Work*

Satisfaction in work yaitu rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan pedagang. Hasil penelitian mengenai kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa terdapat pada tabel 22.

Tabel 22. Kemampuan Beradaptasi pada Aspek *Satisfaction in Work*

No	Etnis	Jenis Kelamin	Skor rata-rata
1	Jawa	Laki-Laki	14,00
		Perempuan	15,21
2	Madura	Laki-Laki	16,50
		Perempuan	16,50
3	Tionghoa	Laki-Laki	15,62
		Perempuan	15,37

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 22, diketahui bahwa kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* pedagang perempuan etnis Jawa lebih unggul daripada dengan pedagang laki-laki etnis Jawa. Pedagang laki-laki dan perempuan etnis Madura memiliki kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* yang sama. Pedagang laki-laki etnis Tionghoa mempunyai kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* yang lebih unggul daripada dengan pedagang perempuan etnis Tionghoa.

Setelah menganalisis hasil pengolahan data tentang kemampuan beradaptasi setiap pedagang laki-laki dan perempuan berdasarkan lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi, maka dilanjutkan dengan mengukur perbandingan kemampuan

beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa menggunakan Anova Dua Jalan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki skor rata-rata 136,32. Pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi 138,27. Pedagang laki-laki etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 127,21, pedagang laki-laki etnis Madura memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 143,25, sedangkan pedagang laki-laki etnis Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 143,64. Rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki tertinggi adalah kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki etnis Tionghoa, kemudian disusul pedagang laki-laki etnis Madura dan pedagang laki-laki etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi terendah.

Pedagang perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi 134,36. Pedagang perempuan etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 119,93, pedagang perempuan etnis Madura memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 137,56, sedangkan pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi sebesar 145,14. Rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang perempuan tertinggi adalah kemampuan beradaptasi pedagang perempuan etnis Tionghoa, kemudian disusul pedagang perempuan etnis Madura dan pedagang perempuan etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi terendah.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional “Blauran Baru” dalam tatanan modernitas, pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi tertinggi sebesar 145,14, sedangkan pedagang perempuan etnis Jawa memiliki rata-rata kemampuan beradaptasi terendah sebesar 119,93.

Berdasarkan Uji Anova Dua Jalan, untuk kolom jenis kelamin, nilai F sebesar 3,825 dengan signifikansi 0,054. Jadi nilai signifikansi ($0,054 > 0,05$) atau harga F hitung = 3,825 lebih besar dari pada harga F tabel pada taraf signifikansi 5%, jadi ($3,825 > 3,11$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi berdasarkan jenis kelamin. Jadi pedagang laki-laki dan perempuan memiliki kemampuan beradaptasi yang berbeda. Untuk kolom etnis, nilai F sebesar 41,231 dengan signifikansi 0,000. Jadi ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kemampuan beradaptasi berdasarkan etnis. Jadi etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa

memiliki kemampuan beradaptasi yang berbeda. Untuk kolom interaksi (jenis kelamin*etnis), nilai F sebesar 1,849 dengan signifikansi 0,164. Jadi ($0,164 > 0,05$) atau harga F hitung = 1,849 lebih kecil dari pada harga F tabel pada taraf signifikansi 5%, jadi ($1,849 < 3,11$). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat interaksi yang signifikan antara kemampuan beradaptasi dengan etnis berdasarkan jenis kelamin. Jadi asal etnis mempunyai pengaruh yang tidak berbeda terhadap kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan perbedaan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa pasar tradisional “Blauran Baru” dalam tatanan modernitas dan hasil menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Dari kelima aspek yang digunakan untuk mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi menunjukkan adanya perbedaan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

Untuk mengungkapkan tinggi rendahnya kemampuan adaptasi digunakan aspek-aspek yang dikemukakan Semiun (2007:45), yaitu *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, *good interpersonal relationship*, dan *satisfaction in work*. *Self knowledge* yaitu kemampuan mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimiliki oleh pedagang. *Self objectivity* yaitu kemampuan pedagang untuk berperilaku dan berpikir secara objektif. *Self Control* yaitu kemampuan pedagang untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik. *Good interpersonal relationship* yaitu kemampuan pedagang untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain. *Satisfaction in work* yaitu rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan pedagang.

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh gambaran kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa pasar tradisional “Blauran Baru” Kota Surabaya pada aspek *self knowledge* yaitu kemampuan mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimiliki oleh pedagang yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 29,60. Rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *self knowledge* pedagang etnis Madura yaitu 28,68 berada di bawah etnis Tionghoa dengan selisih skor yang berbeda tipis. Kemudian rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *self knowledge* pedagang etnis

Jawa berada pada urutan terendah yaitu 24,89. Artinya, pedagang etnis Tionghoa lebih mampu mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimilikinya dalam menghadapi pasar modern dibandingkan dengan etnis Madura dan etnis Jawa.

Pada aspek *self objectivity* yaitu kemampuan pedagang untuk berperilaku dan berpikir secara objektif yang dimiliki oleh pedagang yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 26,82. Rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *self objectivity* pedagang etnis Madura yaitu 25,15 berada di bawah etnis Tionghoa dengan selisih skor yang berbeda tipis. Kemudian rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *self objectivity* pedagang etnis Jawa berada pada urutan terendah yaitu 21,67. Artinya, pedagang etnis Tionghoa lebih mampu untuk berperilaku dan berpikir secara objektif dalam menghadapi pasar modern dibandingkan etnis Madura dan etnis Jawa.

Pada aspek *self control* yaitu kemampuan pedagang untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik yang dimiliki oleh pedagang yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 29,28. Rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *self control* pedagang etnis Madura yaitu 28 berada di bawah etnis Tionghoa dengan selisih skor yang berbeda tipis. Kemudian rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *self control* pedagang etnis Jawa berada pada urutan terendah yaitu 24,75. Artinya, pedagang etnis Tionghoa lebih mampu untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik dalam menghadapi pasar modern dibandingkan etnis Madura dan etnis Jawa.

Pada aspek *good interpersonal relationship* yaitu kemampuan pedagang untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain yang dimiliki oleh pedagang yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa adalah pedagang etnis Jawa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 43,06. Rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship* pedagang etnis Tionghoa yaitu 42,17 berada di bawah etnis Tionghoa dengan selisih skor yang berbeda tipis. Kemudian rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship* pedagang etnis Madura berada pada urutan terendah yaitu 37,64. Artinya, pedagang etnis Jawa lebih mampu untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan

orang lain dibandingkan etnis Tionghoa dan etnis Madura.

Pada aspek *satisfaction in work* yaitu rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan pedagang yang paling menonjol di antara pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa adalah pedagang etnis Tionghoa sebagai skor rata-rata tertinggi yaitu 16,5. Rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* pedagang etnis Madura yaitu 15,5 berada di bawah etnis Tionghoa dengan selisih skor yang berbeda tipis. Kemudian rata-rata kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* pedagang etnis Jawa berada pada urutan terendah yaitu 14,60. Artinya, pedagang etnis Tionghoa lebih mampu untuk menikmati rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan dibandingkan etnis Madura dan etnis Jawa.

Berdasarkan pemaparan data hasil kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada aspek yang berkaitan dalam diri pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi tiga aspek yaitu *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi yang paling menonjol dalam menghadapi pasar modern. Hal tersebut sesuai dengan kepribadian yang digambarkan oleh Susetyo (2010:166-167) bercirikan orang Tionghoa itu mempunyai keterampilan teknis, keuletan dalam menghadapi kesulitan hidup dan kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaannya. Kepribadian ini sudah menjadi bagian kebudayaan yang diajarkan oleh bapak ke anak, ke cucu dan begitu seterusnya. Pada aspek yang berkaitan dengan menunjukkan hubungan yang baik dengan orang lain, pedagang etnis Jawa memiliki kemampuan beradaptasi yang paling menonjol dalam menghadapi pasar modern. Hal tersebut sesuai dengan kepribadian orang Jawa menurut Wardhani (2007:36) memandang orang Jawa sebagai orang yang ramah, hangat, toleran, sabar, dan kalem. Pada aspek yang berkaitan dengan rasa puas yang diperoleh dari aktivitas kerja yang dilakukan, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi paling menonjol dalam menghadapi pasar modern. Hal tersebut sesuai dengan kepribadian etnis Tionghoa menurut Maharani (2013:119-120) bahwa etnis Tionghoa menjalankan usaha motivasi utamanya adalah bukan mencari uang, tetapi usaha yang dilakukan dapat tercapai tujuannya mencapai keberhasilan sehingga otomatis uang akan diperoleh. Berdasarkan lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi pedagang dalam menghadapi pasar modern, pedagang etnis Madura yang tidak memiliki aspek yang ditonjolkan

dalam kemampuan beradaptasi dibandingkan dengan etnis Tionghoa dan Jawa.

Berdasarkan hasil pengujian perbandingan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa menggunakan Anova Satu Jalan, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *Post Hoc Test* untuk mengetahui pedagang etnis mana saja yang berbeda, diperoleh hasil sebagai berikut: terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi antara etnis Jawa dengan etnis Madura. Terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Jawa dengan etnis Tionghoa. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara etnis Madura dengan etnis Tionghoa.

Perbedaan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa dengan etnis Madura dan etnis Tionghoa dapat dilihat berdasarkan rata-rata skor kemampuan beradaptasi yang diukur menggunakan lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi. Pada aspek *self knowledge* yaitu kemampuan mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimiliki oleh pedagang, skor rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Madura dan Tionghoa lebih tinggi dibandingkan pedagang etnis Jawa.

Pada aspek *self objectivity* yaitu kemampuan pedagang untuk berperilaku dan berpikir secara objektif yang dimiliki oleh pedagang, skor rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Madura dan Tionghoa lebih tinggi dibandingkan pedagang etnis Jawa. Pada aspek *self control* yaitu kemampuan pedagang untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik yang dimiliki oleh pedagang skor rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Madura dan Tionghoa lebih tinggi dibandingkan pedagang etnis Jawa.

Pada aspek *good interpersonal relationship* yaitu kemampuan pedagang untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain yang dimiliki oleh pedagang, skor rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa dan Tionghoa lebih tinggi dibandingkan pedagang etnis Madura. Pada aspek *satisfaction in work* yaitu rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan pedagang skor rata-rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Madura dan Tionghoa lebih tinggi dibandingkan pedagang etnis Jawa.

Pedagang pasar tradisional etnis Madura dan Tionghoa tidak memiliki perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi pasar modern. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan skor rata-

rata kemampuan beradaptasi pedagang etnis Madura dan Tionghoa pada lima aspek yang digunakan untuk mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi. Pada kelima aspek yang meliputi *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, *good interpersonal relationship*, dan *satisfaction in work*. *Self knowledge* yaitu kemampuan mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimiliki oleh pedagang, *self objectivity* yaitu kemampuan pedagang untuk berperilaku dan berpikir secara objektif, *self control* yaitu kemampuan pedagang untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik, *good interpersonal relationship* yaitu kemampuan pedagang untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain, *satisfaction in work* yaitu rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan pedagang, skor rata-rata yang dimiliki pedagang etnis Madura dan Tionghoa pada masing-masing aspek tersebut berbeda tipis.

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh gambaran kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa pasar tradisional “Blauran Baru” Kota Surabaya pada aspek *self knowledge* yaitu kemampuan mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimiliki oleh pedagang, pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa lebih unggul daripada dengan pedagang perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Pada aspek ini, kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Tionghoa lebih unggul daripada pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa dan Madura. Artinya, pedagang laki-laki dan perempuan etnis Tionghoa lebih mampu mengetahui potensi-potensi dan kekurangan yang dimilikinya dalam menghadapi pasar modern daripada pedagang laki-laki dan perempuan etnis Madura dan etnis Jawa.

Pada aspek *self objectivity* yaitu kemampuan pedagang untuk berperilaku dan berpikir secara objektif yang dimiliki oleh pedagang, pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa lebih unggul daripada dengan pedagang perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Pada aspek ini, kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Tionghoa lebih unggul daripada pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa dan Madura. Artinya, pedagang laki-laki dan perempuan etnis Tionghoa lebih mampu untuk berperilaku dan berpikir secara objektif dalam menghadapi pasar modern daripada pedagang laki-laki dan perempuan etnis Madura dan etnis Jawa.

Pada aspek *self control* yaitu kemampuan pedagang untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi,

serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik yang dimiliki oleh pedagang, pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura lebih unggul daripada pedagang etnis perempuan etnis Jawa dan Madura. Namun berbeda dengan etnis Tionghoa, kemampuan beradaptasi pada aspek *self control*, pedagang perempuan etnis Tionghoa lebih unggul daripada pedagang laki-laki etnis Tionghoa. Artinya, pada aspek ini pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura lebih mampu untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik dalam menghadapi pasar modern daripada pedagang perempuan etnis Jawa dan Madura. Tetapi lain halnya dengan etnis Tionghoa, pedagang perempuan etnis Tionghoa lebih mampu untuk mengendalikan emosi, pikiran, kebiasaan, sikap dan tingkah laku saat mengatasi masalah yang dihadapi, serta mampu mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik dalam menghadapi pasar modern daripada pedagang laki-laki.

Pada aspek *good interpersonal relationship* yaitu kemampuan pedagang untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain yang dimiliki oleh pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura lebih unggul daripada pedagang etnis perempuan etnis Jawa dan Madura. Namun berbeda dengan etnis Tionghoa, kemampuan beradaptasi pada aspek *good interpersonal relationship*, pedagang perempuan etnis Tionghoa lebih unggul daripada pedagang laki-laki etnis Tionghoa. Artinya, pada aspek ini pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura lebih mampu untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain dalam menghadapi pasar modern daripada pedagang perempuan etnis Jawa dan Madura. Tetapi lain halnya dengan etnis Tionghoa, pedagang perempuan etnis Tionghoa lebih mampu untuk menunjukkan hubungan interpersonal yang baik dengan orang lain dalam menghadapi pasar modern daripada pedagang laki-laki.

Pada aspek *satisfaction in work* yaitu rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan pedagang, pedagang perempuan etnis Jawa lebih unggul daripada pedagang laki-laki etnis Jawa. Pedagang laki-laki dan perempuan etnis Madura memiliki kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* yang sama. Pedagang laki-laki etnis Tionghoa mempunyai kemampuan beradaptasi pada aspek *satisfaction in work* yang lebih unggul daripada pedagang perempuan etnis Tionghoa. Artinya, pedagang perempuan etnis Jawa lebih mampu untuk menikmati rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan daripada pedagang laki-laki. Pedagang laki-laki dan perempuan etnis Madura sama-sama mampu untuk menikmati rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan.

Pedagang laki-laki etnis Tionghoa lebih mampu untuk menikmati rasa puas yang diperoleh dari segala aktivitas kerja yang dilakukan daripada pedagang perempuan.

Berdasarkan pemaparan data hasil kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada aspek yang berkaitan dalam diri pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi dua aspek yaitu *self knowledge* dan *self objectivity* pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan. Pada aspek dalam diri yang lain, yaitu *self control*, pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan, kemudian berbeda dengan pedagang etnis Tionghoa yang menunjukkan bahwa pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang laki-laki. Pada aspek yang berkaitan dengan menunjukkan hubungan yang baik dengan orang lain, pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan, kemudian berbeda dengan pedagang etnis Tionghoa yang menunjukkan bahwa pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang laki-laki. Pada aspek yang berkaitan dengan rasa puas yang diperoleh dari aktivitas kerja yang dilakukan, pedagang perempuan etnis Jawa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang laki-laki. Pedagang etnis Madura memiliki kemampuan beradaptasi yang sama baik pedagang laki-laki maupun perempuan. Pedagang laki-laki etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan.

Berdasarkan hasil pengujian perbandingan kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa menggunakan Anova Dua Jalan, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa.

Teori struktural fungsional Robert K. Merton memusatkan perhatian pada kelompok, organisasi, masyarakat dan kultur. Pedagang pasar tradisional merupakan bagian dari anggota masyarakat yang mempunyai kultur masing masing yang dimiliki para pedagang tersebut. Merton menjelaskan bentuk adaptasi terhadap situasi tertentu yaitu konformitas. Konformitas adalah antara tujuan dan cara yang dilakukan sesuai dengan masyarakat. Tujuan dalam hal ini adalah

pedagang mampu beradaptasi dalam menghadapi pesatnya pertumbuhan pasar modern. Cara dalam hal ini yaitu cara-cara yang dilakukan pedagang untuk dapat beradaptasi dengan menyiasati perubahan-perubahan yang ada sebagai cara untuk dapat mengatasi hambatan-hambatan yang ditemui dalam melakukan proses adaptasi. Kemudian cara-cara yang digunakan itu mendukung kemampuan beradaptasi. Menurut Semiun (2007:45), untuk mengungkapkan tinggi rendahnya kemampuan adaptasi digunakan aspek-aspek sebagai berikut, *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, *good interpersonal relationship*, dan *satisfaction in work*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Mega Maharani (2013) tentang Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian terhadap 40 responden pedagang etnis Cina dan 40 pedagang etnis Jawa menunjukkan secara klasikal prosentase pedagang etnis Cina sebesar 75,50% tergolong dalam kriteria tinggi. Sedangkan pedagang etnis Jawa sebesar 70,23% tergolong dalam kriteria sedang. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai sig untuk tiap-tiap test $>1\%$ dengan demikian dapat dikatakan data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai sig = 0.000 dengan t-hitung = 3.798. Karena nilai sig $<1\%$, maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara Perilaku Kewirausahaan pada Pedagang Etnis Cina dan Pedagang Etnis Jawa.

Hal ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusi Prasiwi dan Susandri (2015) tentang studi deskriptif mengenai adaptasi sosiokultural dan psikologikal pada etnik Minang dan Batak di Bandung menunjukkan bahwa mahasiswa laki-laki lebih adaptif dengan *mean* 3,57 dibandingkan dengan mahasiswa perempuan dengan *mean* 3,46. Dimana aspek komunikasi interpersonal dan kelancaran berbahasa mahasiswa perantau laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan.

Temuan pertama membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa dalam tatanan modernitas. Kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi, menunjukkan bahwa pada aspek yang berkaitan dalam diri pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi tiga aspek yaitu *self knowledge*, *self objectivity*, *self control*, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi yang paling menonjol di antara etnis Jawa dan Madura dalam menghadapi pasar modern. Pada aspek yang berkaitan dengan menunjukkan

hubungan yang baik dengan orang lain, pedagang etnis Madura memiliki kemampuan beradaptasi yang paling menonjol di antara etnis Jawa dan Tionghoa dalam menghadapi pasar modern. Pada aspek yang berkaitan dengan rasa puas yang diperoleh dari aktivitas kerja yang dilakukan, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi paling menonjol di antara etnis Jawa dan Madura dalam menghadapi pasar modern. Berdasarkan lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi pedagang dalam menghadapi pasar modern, pedagang etnis Jawa yang tidak memiliki aspek yang ditonjolkan dalam kemampuan beradaptasi dibandingkan dengan etnis Madura dan Tionghoa.

Temuan kedua membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa dalam tatanan modernitas. Kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi lima aspek dalam mengungkap tinggi rendahnya kemampuan beradaptasi, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada aspek yang berkaitan dalam diri pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa yang meliputi dua aspek yaitu *self knowledge* dan *self objectivity* pedagang laki-laki etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan. Pada aspek dalam diri yang lain, yaitu *self control*, pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan, kemudian berbeda dengan pedagang etnis Tionghoa yang menunjukkan bahwa pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang laki-laki. Pada aspek yang berkaitan dengan menunjukkan hubungan yang baik dengan orang lain, pedagang laki-laki etnis Jawa dan Madura memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuannya, kemudian berbeda dengan pedagang etnis Tionghoa yang menunjukkan bahwa pedagang perempuan etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang laki-laki. Pada aspek yang berkaitan dengan rasa puas yang diperoleh dari aktivitas kerja yang dilakukan, pedagang perempuan etnis Jawa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang laki-laki. Pedagang etnis Madura memiliki kemampuan beradaptasi yang sama baik pedagang laki-laki maupun perempuan. Pedagang laki-laki etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul dibandingkan dengan pedagang perempuan.

Berdasarkan temuan yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa ethos yang dimiliki pedagang

etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa mempengaruhi perbedaan kemampuan beradaptasi dalam tatanan modernitas.

PENUTUP

Simpulan

Terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Pada aspek yang berkaitan dalam diri pedagang yang meliputi *self knowledge*, *self objectivity*, dan *self control*, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada etnis Madura dan Jawa. Pada aspek yang berkaitan dengan menunjukkan hubungan yang baik dengan orang lain, pedagang etnis Jawa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada etnis Tionghoa dan Madura. Pada aspek yang berkaitan dengan rasa puas yang diperoleh dari aktivitas kerja yang dilakukan, pedagang etnis Tionghoa memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada etnis Madura dan Jawa.

Terdapat perbedaan yang signifikan kemampuan beradaptasi pedagang laki-laki dan perempuan pasar tradisional “Blauran Baru” etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Pada aspek yang berkaitan dalam diri pedagang yang meliputi dua aspek yaitu *self knowledge*, *self objectivity*, dan *self control* pedagang laki-laki memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada pedagang perempuan. Pada aspek yang berkaitan dengan menunjukkan hubungan yang baik dengan orang lain, pedagang perempuan memiliki kemampuan beradaptasi lebih unggul daripada dengan pedagang laki-laki. Pada aspek yang berkaitan dengan rasa puas yang diperoleh dari aktivitas kerja yang dilakukan, pedagang laki-laki dan perempuan memiliki kemampuan beradaptasi yang sama. Jadi dapat disimpulkan bahwa ethos yang dimiliki pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa berpengaruh pada perbedaan kemampuan beradaptasi dalam tatanan modernitas.

Saran

Masing-masing pedagang etnis Jawa, Madura, dan Tionghoa lebih meningkatkan kemampuan beradaptasi melalui cara-cara yang sudah dilakukan, dan berfikir untuk menentukan cara-cara lain yaitu membuat paguyuban sesama pedagang pasar tradisional agar memudahkan para pedagang pasar tradisional untuk berinteraksi dalam menentukan produk dan harga produk yang dipasarkan untuk beradaptasi dengan maraknya pasar modern. Berdasarkan penelitian ini, agar menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya tentang kemampuan beradaptasi pedagang meliputi tingkat pendidikan pedagang dan usia pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bennet, W. John.2005. *The Ecological Transition Cultural Anthropolgy and Human Adaptation*. Washington University at st Louis.
- Ma'arif, Samsul.2015. *The History of Madura*. Yogyakarta : Araska.
- Rifa'i, Ahmad Mien.2007. *Manusia Madura: Pembawaan, Perilaku, Etos Kerja, Penampilan dan Pandangan Hidupnya Seperti Dicitrakan Peribahasanya*.Yogyakarta: Pilar Media.
- Semiun, Y.2007.*Kesehatan Mental I* (2nd ed). Yogyakarta: Kanisius.
- Susetyo, D.P.B. 2010. *Stereotip dan Relasi Antar kelompok*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Setyorini.T.D.2007. Laporan Penelitian Perilaku Kewirausahaan padaPedagang Usaha Kecil Multi Etnis (studi pada etnis jawa, cina, Madura, dan batak) di Semarang. Laporan Penelitian, Semarang :Universitas Katolik Soegijapranata. (tidakditerbitkan).
- Izza, Nahdliyul.2010. *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambarukmo Plaa Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta Prodi S1 Pengembangan Masyarakat*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Yuliasih, Eka.2013. *Studi Eksplorasi Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Waserda Dan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen Prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNY*.Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sumiyarto (2008), “Dinamisme Persaingan Bisnis Ritel Modern di Indonesia”, tulisan tidak dipublikasikan dan merupakan tulisan untuk memenuhi persyaratan pada program doktoral ilmu manajemen Pascasarjana FEUI.
- Wardhani, G.A.W.2007. Perilaku Kewirausahaan Ditinjau Dari Locus Of Control Pada Pedagang Usaha Kecil Dan Menengah Etnis Cinadan Jawa, *skripsi*. Semarang :Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Gik.2015.”Dilema Pasar Tradisional di Surabaya”. <http://news.detik.com/jawatimur/2871006/dilemapasar-tradisional-di-surabaya> (diakses 27 September 2016)