

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia terdapat pasar tradisional mempunyai peran yang sangat penting bagi struktur sosial dan ekonomi masyarakatnya. Pasar itu tidak hanya tempat untuk transaksi ekonomi, tapi dimana pedagang juga berinteraksi dengan pembeli. Dari peran mereka sebagai pedagang, seorang perempuan juga tidak hanya berfungsi sebagai penyedia barang, akan tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang membangun identitas mereka. Pedagang perempuan juga berjuang keras guna memenuhi kebutuhan sehari-hari untuk hidupnya, juga sambil menghadapi tantangan. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) partisipasi perempuan dalam sektor informal meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir<sup>1</sup>.

Perempuan memainkan peran penting dalam perekonomian informal di negara Indonesia ini. Dalam sektor ini mencakup berbagai bentuk pekerjaan yang tidak terdaftar secara resmi, termasuk dalam perdagangan di pasar<sup>2</sup>. Perempuan tidak hanya menyediakan barang kebutuhan sehari-hari tetapi juga berkontribusi terhadap ketahanan pangan dan perekonomian lokal sebagai pedagang di pasar. Namun, meskipun kontribusi mereka sangat signifikan, perempuan sering kali terjebak dalam siklus ketidakadilan sosial serta

---

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistik (BPS), 2022, Statistik Gender 2022, Jakarta:BPS

<sup>2</sup> Sita Dewi dkk, Sektor Informal dan Kemajuan Teknologi Informasi di Indonesia, Vol.11 No.1, 2020, Hlm 32

ekonomi. Mereka juga menghadapi tantangan yang sangat kompleks, termasuk diskriminasi gender, yang sering membatasi akses mereka terhadap sumber daya, pelatihan, dan kesempatan untuk berkembang.

Diskriminasi ini bisa terlihat dalam berbagai cara pelanggan serta pemasok memperlakukan mereka, yang mengarah pada persepsi negatif tentang kemampuan mereka sebagai pedagang perempuan itu. Pada era modern ini, perempuan semakin menunjukkan eksistensinya di berbagai sektor, termasuk dalam bidang ekonomi. Salah satu bentuk partisipasi ekonomi perempuan bisa dilihat pada kegiatan perdagangan di pasar. Pasar itu tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai ruang sosial yang menciptakan identitas bagi para pelaku usaha, termasuk pedagang perempuan.

Pasar tradisional ialah salah satu ruang sosial yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Interaksi sosial di dalam pasar berlangsung secara dinamis. Interaksi tersebut melibatkan berbagai aktor atau seseorang dengan latar belakang yang sangat beragam. Salah satu dari kelompok yang signifikan di dalam pasar itu adalah pedagang perempuan, yang sering kali menjadi tulang punggung ekonomi keluarga serta berperan dalam mempertahankan tradisi lokal. Perdagangan di pasar tradisional seringkali dikuasai oleh kaum perempuan. Mereka bukan hanya sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga berperan dalam membangun jaringan sosial dan mengatur kehidupan keluarganya.

Teori identitas sosial yang dikemukakan oleh Henri Tajfel yakni menjelaskan bagaimana individu membentuk identitasnya melalui keanggotaan dalam kelompok sosial.<sup>3</sup> Teori identitas sosial menyatakan bahwa dorongan psikologis utama dalam perilaku sosial individu merupakan keinginan untuk memiliki identitas sosial yang positif. Hal ini terwujud melalui perbandingan sosial, di mana individu menilai posisi serta status identitas sosial mereka secara subjektif dengan membandingkan diri dengan orang atau kelompok lain. Dalam konteks teori ini, individu berusaha untuk mempertahankan identitas sosial yang positif dan memperbaiki citra mereka ketika mengalami kemunduran, baik secara individu maupun kelompok.<sup>4</sup>

Proses ini melibatkan kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial, yang semuanya dapat memengaruhi cara individu memandang dirinya serta kelompoknya. Dalam konteks perempuan pedagang di pasar Ngunut Tulungagung teori ini relevan untuk menganalisis bagaimana pedagang perempuan mengkonstruksi identitas sosialnya berdasarkan pengalaman dan interaksi yang mereka alami di dalam pasar Ngunut Tulungagung. Meskipun mempunyai peran yang penting, pedagang perempuan seringkali menghadapi masalah dan tantangan. Diskriminasi gender masih banyak terjadi di masyarakat, dan pedagang perempuan seringkali dipandang rendah

---

<sup>3</sup> Nurimarganusari, N. Q. (2024), Komunikasi Dalam Mempertahankan Identitas Sosial Studi Pada Paguyuban Kediri Garuda Nusantara Di Desa Menang Kabupaten Kediri (Doctoral dissertation, IAIN Kediri), hlm 17.

<sup>4</sup> Nurimarganusari, N. Q, 2024, Hlm 18

dibandingkan oleh pedagang laki-laki. perempuan seringkali dianggap kurang mampu menjalankan bisnis dibandingkan dengan laki-laki.<sup>5</sup>

Identitas sosial pedagang perempuan itu mencakup berbagai aspek, seperti peran sebagai ibu, istri, dan anggota masyarakat. Kegiatan perdagangan sangat memberikan mereka ruang untuk mengekspresikan diri mereka sendiri, bisa membangun hubungan, serta memperkuat solidaritas antar sesama pedagang. Seperti di pasar-pasar lainnya, pedagang perempuan itu tidak hanya berfungsi sebagai pelaku ekonomi saja tetapi juga sebagai penjaga budaya dan identitas komunitasnya. Meskipun kontribusi mereka itu sangat besar, keberadaan serta peran mereka sering kali terabaikan dalam kajian sosial serta ekonomi.<sup>6</sup> Dalam konteks ini, identitas sosial mencakup berbagai aspek, seperti peran ekonomi, status sosial, dan hubungan antar pedagang serta konsumen.

Budaya dan norma sosial mempunyai dampak yang besar terhadap identitas serta pengalaman pedagang perempuan. Di dalam masyarakat, perempuan itu masih dianggap sebagai individu yang memiliki tanggung jawab utama dalam urusan rumah tangga. Adanya konstruksi sosial ini sering membatasi mereka untuk terlibat lebih dalam dalam kegiatan ekonomi. Meskipun mereka bekerja di pasar, sering kali dari penghasilan mereka tidak diakui atau dianggap sebagai pendapatan tambahan. Penting untuk memahami

---

<sup>5</sup> Tajfel, H. 1929. Individuals dan Groups in Social Psychology, 9(2), 139-149

<sup>6</sup> Pramesti, P. U., Prabowo, B. N., & Hasan, M. I. (2019). Kajian Ruang Dan Aktivitas Pasar Minggu Taman Setiabudi Banyumanik Terhadap Terbentuknya Kohesi Sosial Masyarakat. Modul, 19(2), hlm.110.

bagaimana nilai-nilai ini mempengaruhi cara perempuan memandang diri mereka dan potensi yang mereka miliki tersebut.

Di satu sisi, ada juga perempuan yang berhasil membangun jaringan dukungan di antara sesama pedagang, yang membantu mereka untuk saling menguatkan dan berbagi pengalaman. Namun, di sisi lain, ada juga perempuan yang terjebak dalam stigma sosial yang membuat mereka merasa kurang berdaya. Menggali identitas sosial dari pedagang perempuan merupakan langkah penting untuk memahami dinamika yang terjadi dalam kehidupan mereka.

Identitas sosial pedagang perempuan di Pasar Ngunut Tulungagung ini dibentuk melalui interaksi dan pengalaman yang berulang di lingkungan pasar. Tokoh Henri Tajfel, melalui teori identitas sosial, menyatakan bahwa identitas sosial seseorang terbentuk melalui proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial, di mana individu mengelompokkan dirinya berdasarkan kesamaan tertentu serta mengidentifikasi diri sebagai bagian dari kelompok yang memiliki karakteristik serupa. Dalam konteks pasar, pedagang perempuan membentuk identitas sosial yang khas, yang dipengaruhi oleh peran mereka dalam kelompok pedagang serta ekspektasi sosial dari masyarakat sekitar.

Identitas sosial yang terbentuk di kalangan pedagang perempuan sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Banyak pedagang perempuan menghadapi stigma dan terbatasnya akses

terhadap sumber daya ekonomi yang memadai. Mereka sering dipandang sebelah mata oleh masyarakat atau dianggap kurang memiliki daya tawar di lingkungan pasar yang didominasi oleh persaingan. Selain itu, pandangan gender di dalam pasar tradisional kerap membuat peran mereka di pasar dianggap sebagai “*tambahan*” bagi keluarga, meskipun kontribusi mereka sangat penting dalam menopang ekonomi keluarga dan komunitas.

Identitas sosial yang kuat pada pedagang perempuan dapat memperkuat solidaritas kelompok. Mereka saling mendukung dalam menghadapi persaingan, memberikan bantuan satu sama lain, dan menciptakan jaringan sosial yang membantu mereka bertahan dalam situasi yang sulit. Dengan adanya solidaritas ini, para pedagang perempuan di Pasar Ngunut Tulungagung mampu mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi dan memperkuat posisi mereka di masyarakat. Kondisi ini menarik untuk diteliti lebih lanjut karena menunjukkan bagaimana pedagang perempuan membentuk identitas sosial yang tidak hanya mencerminkan posisi mereka sebagai pedagang tetapi juga sebagai perempuan yang memiliki peran sosial dan ekonomi penting dalam masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data yang objektif yang itu dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung. Melalui survei atau pengumpulan data kualitatif lainnya, peneliti ini akan mencoba menganalisis yang mempengaruhi identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung. Data ini akan digunakan

untuk menganalisis identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung menurut tokoh Henri Tajfel.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apa identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung?
2. Bagaimana analisis identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung menurut Henri Tajfel?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung.
2. Untuk mengetahui analisis identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung menurut Henri Tajfel.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan tentang identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung

yang dikembangkan oleh Henri Tajfel, khususnya dalam konteks pedagang perempuan di pasar Ngunut, Tulungagung.

## 2. Manfaat Kebijakan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif yang lebih jelas kepada pembuat kebijakan tentang masalah identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung. Sehingga dapat membantu dalam merancang kebijakan yang lebih efektif guna mendukung analisis identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung menurut tokoh Henri Tajfel.

## 3. Manfaat Praktis

### a. Bagi pedagang perempuan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi berharga bagi pemerintahan daerah serta lembaga yang terkait dalam merancang kebijakan yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung. Terutama dalam hal penguatan identitas dan pemberdayaan ekonomi.

### b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memberikan kesadaran untuk masyarakat umum tentang pentingnya peran pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung dalam sektor lokal dan bagaimana identitas sosial mereka terbentuk.

## E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini yaitu sebagai bahan pertimbangan penulis dalam menentukan penelitian, yang berarti penulis ini dapat memperkaya teori-teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari dalam penelitian terdahulu ini, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul-judul penelitian tertulis. Dari pemaparan penelitian terdahulu berfungsi sebagai referensi serta pendukung dari pengkajian dalam penelitian penulis.

Terdapat beberapa dari penelitian-penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah:

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1	<b>Fanisa Pitamouldi, Suyanto Suyanto, Riris Tiani</b>  <i>“Pekerja Perempuan di Sektor Informal: Kajian Etnografis Pedagang Asongan di Pasar Tanah Abang Jakarta”</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya berbagai alasan dan motivasi bagi perempuan untuk bekerja, yang masing-masing mempunyai dampak dan pengetahuan pola hubungan dan menggambarkan pengambilan keputusan proses dalam keluarga sebagai pelaku usaha informal.	Penelitian yang akan dilakukan mempunyai relevansi yang sama yaitu berfokus pada pedagang perempuan, dari kedua penelitian menyoroti peran perempuan dalam sektor informal.
2	<b>Melina Yuyun</b>  <i>“Relasi Sosial Antar Pedagang</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan sosial yang asosiatif dalam	Penelitian yang akan dilakukan mempunyai relevansi yang sama

	<i>Perempuan Di Pasar Tradisional Dahlia Sungai Jawi Pontianak”</i>	<p>bentuk tawar menawar antar sesama pedagang perempuan di pasar tradisional dahlia sungai jawi pontianak tidak ada kesepakatan antar sesama pedagang dan hasil pertukaran barang dan jasa dalam berbagai pertukaran.</p> <p>Hubungan sosial yang asosiatif dalam bentuk kerukunan terlihat, yaitu menjaga warung sesama pedagang, dan membantu menjual barang dagangan antar sesama pedagang.</p> <p>Sosial disosiatif relasi persaingan ekonomi terlihat diantara sesama pedagang perempuan di pasar tradisional dahlia yaitu, persaingan kualitas perdagangan baru, persaingan untuk kelengkapan barang dagangan, dan persaingan pelayanan.</p>	<p>yaitu berfokus pada pedagang perempuan.</p> <p>Penelitian ini membahas relasi sosial antar pedagang perempuan, yang dapat melengkapi analisis identitas sosial dalam penelitian penulis.</p>
3	<b>Hasny Ainun Zainina</b>	hasil penelitian ini menunjukkan (1) Kesetaraan gender	Penelitian yang akan dilakukan mempunyai

	<p>“<b>KESETARAAN DAN KETIDAKADILAN GENDER PADA PEDAGANG PEREMPUAN PASAR (Studi Kasudi Pasar Anyar Kelurahan Suka Asih Kecamatan Tangerang Kota Tangerang Provinsi Banten)</b>”</p>	<p>pada pedagang perempuan pasar sudah terwujud karena porsi yang diambil perempuan dalam menjalankan kegiatan ekonomi di Pasar Anyar lebih besar dari suami. (2) Adapun ketidakadilan gender yang dialami oleh pedagang perempuan di Pasar Anyar ini disebabkan adanya beban kerja ganda. Pembagian kerja dalam rumah tangga pedagang perempuan pasar menempatkan perempuan pada kegiatan reproduktif dan produktif.</p>	<p>relevansi yang sama yaitu penelitian Zainina secara spesifik membahas kesetaraan dan ketidakadilan gender, yang relevan untuk memahami bagaimana faktor gender mempengaruhi identitas sosial pedagang perempuan di Ngunut, Tulungagung</p>
4	<p><b>Rizki Ramadan, Bunyamin Maftuh</b></p> <p>“<i>Nilai-nilai Sosial Budaya Masyarakat Rantau Etnis Minangkabau Sebagai Pedagang Di Pasar Al-Wathoniah, Cakung, Jakarta Timur</i>”</p>	<p>hasil penelitian ini menunjukkan nilai sosial dan budaya etnis Minangkabau yang mendukung kegiatan berdagang dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Berdagang dan merantau merupakan tradisi yang telah dilakukan oleh leluhur mereka dan melahirkan nilai-nilai yang menjadi pedoman bagi</p>	<p>Penelitian yang akan dilakukan mempunyai relevansi yang sama yaitu sama-sama meneliti pedagang di pasar. Tapi dalam penelitian ini lebih membahas tentang menunjukkan nilai sosial dan budaya</p>

		<p>masyarakat Minangkabau. Ada berbagai alasan yang mendorong mereka untuk berdagang, baik yang bersifat umum maupun yang berakar pada aspek budaya mereka.</p>	
5	<p><b>Sri Sudono Saliro, Tamrin, Baharuddin</b></p> <p><i>“Toleransi Meja Makan: Bisnis, Budaya Pedagang Kuliner, dan Interaksi Sosial Pedagang di Kota Singkawang”</i></p>	<p>hasil penelitian ini menunjukkan bahwa toleransi meja makan di Kota Singkawang terbentuk melalui diplomasi budaya dagang. Selain itu budaya dagang dan budaya konsumsi kuliner di kawasan tradisional dan pasar Hongkong menjembatani dialog, interaksi sosial, dan harmonisasi sosial antar etnis dan agama di Kota Singkawang. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa, kuliner tidak hanya merepresentasikan identitas suatu masyarakat tetapi juga menjadi medium yang tepat untuk membangun kerukunan antar etnis dan umat beragama.</p>	<p>Penelitian yang akan dilakukan mempunyai relevansi yang sama yaitu Keduanya menyoroti interaksi sosial di antara pedagang. Penelitian saya bisa menggali bagaimana identitas sosial pedagang perempuan dipengaruhi oleh interaksi dengan pedagang lain</p>

Berdasarkan lima penelitian yang telah disebutkan, berikut adalah perbandingan antara kesamaan dan perbedaan yang dapat diidentifikasi dari masing-masing penelitian:

Kesamaan dari Kelima Penelitian terdahulu diatas adalah:

#### 1. Fokus pada Pedagang dan Aktivitas Ekonomi.

Semua penelitian diatas tersebut memiliki fokus utama pada para pedagang, baik pedagang perempuan maupun pedagang dari kelompok etnis tertentu, yang beroperasi di pasar. Masing-masing penelitian mengkaji bagaimana pedagang terlibat dalam aktivitas ekonomi di pasar dan bagaimana interaksi sosial berlangsung antara mereka.

#### 2. Aspek Sosial dan Budaya.

Semua penelitian menyoroti aspek sosial dan budaya dalam konteks perdagangan. Meskipun fokus utama adalah ekonomi, pada tiap penelitian juga melihat bagaimana hubungan sosial, budaya, dan nilai-nilai memengaruhi perilaku, interaksi, dan posisi pedagang di pasar.

#### 3. Penelitian pada Sektor Informal.

Penelitian ini umumnya berkaitan dengan sektor informal, di mana pedagang beroperasi di luar sektor formal dan sering kali lebih bergantung pada interaksi secara langsung dan jaringan sosial untuk kelangsungan bisnis mereka.

#### 4. Peran Pedagang Perempuan.

Beberapa penelitian terdahulu diatas (seperti penelitian yang dilakukan oleh Fanisa Pitamouldi, Melina Yuyun, dan Hasny Ainun Zainina) berfokus pada pedagang perempuan, meskipun dari sudut pandang yang sedikit berbeda. Penelitian-penelitian ini menganalisis peran perempuan dalam sektor informal, dinamika gender dalam perdagangan, dan interaksi sosial mereka dengan pedagang lain.

Perbedaan dari Kelima Penelitian terdahulu diatas adalah:

##### 1. Fokus Gender (Kesetaraan dan Ketidakadilan Gender).

Penelitian yang dilakukan oleh Hasny Ainun Zainina, secara khusus mengkaji kesetaraan dan ketidakadilan gender dalam konteks pedagang perempuan, dengan menyoroti isu-isu seperti beban kerja ganda dan pembagian kerja dalam rumah tangga. Ini lebih mendalam pada aspek ketidakadilan gender di pasar, sementara penelitian lain lebih menyoroti peran sosial perempuan dalam berdagang.

##### 2. Fokus pada Relasi Sosial dan Interaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Melina Yuyun, berfokus pada relasi sosial antara pedagang perempuan di pasar tradisional, dengan penekanan pada hubungan tawar-menawar dan dinamika sosial lainnya di antara mereka, seperti kerukunan dan persaingan. Ini lebih menyoroti aspek sosial dari relasi antar pedagang, sementara penelitian lain (seperti penelitian yang

dilakukan oleh Fanisa Pitamouldi dan Rizki Ramadan) lebih menekankan aspek budaya dan ekonomi.

3. Nilai Sosial Budaya dan Tradisi Berdagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Ramadan, mengkaji nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat Minangkabau dalam berdagang, yang mengaitkan tradisi merantau dan berdagang dengan identitas sosial dan budaya mereka. Penelitian ini memiliki relevansi yang berbeda karena lebih berfokus pada nilai budaya dan tradisi yang memengaruhi perilaku ekonomi, dibandingkan dengan penelitian lainnya yang lebih menyoroti interaksi sosial atau kesetaraan gender.

4. Toleransi dan Kerukunan Antar Etnis dan Agama.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Sudono Saliro, mengkaji toleransi dan interaksi sosial antara pedagang dari berbagai etnis dan agama, khususnya dalam konteks kuliner di Singkawang. Penelitian ini melihat bagaimana budaya dagang dan konsumsi kuliner menjadi sarana untuk menciptakan kerukunan sosial antar etnis dan agama. Ini berbeda dengan penelitian lain yang lebih fokus pada aspek gender atau interaksi dalam konteks ekonomi.

5. Pendekatan Metodologi.

Beberapa penelitian menggunakan pendekatan etnografi (seperti penelitian yang dilakukan oleh Fanisa Pitamouldi dan Melina Yuyun) untuk mempelajari fenomena sosial yang terjadi di pasar, sementara penelitian lain lebih cenderung menggunakan pendekatan sosiologis atau kultural untuk

memahaminya. Ini memberikan variasi dalam metodologi yang digunakan dalam kajian ini.

Dengan demikian, berdasarkan kelima penelitian tersebut, peneliti memahami bahwa belum banyak dari penelitian yang berbicara mengenai menganalisis teori identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung. Secara subjek penelitian, teori, serta kasus yang digunakan, dari penelitian ini berbeda serta memiliki keunikan sendiri dibanding dengan penelitian terdahulu yang lain.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Bogdan & Biklen, S. bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa ucapan ataupun tulisan dan perilaku orang-orang yang diamatinya. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang bagaimana ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi-organisasi tertentu ke dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, serta komprehensif, dan holistik.

Penelitian kualitatif ini bertujuan guna mendapatkan pemahaman yang sifatnya itu umum terhadap kenyataan sosial dari perpektif partisipan<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif", *EQUILIBRUM*, Vol. 5, No. 9, 2009, hlm. 2-3.

Pemilihan individu sebagai objek penelitian didasarkan pada latar belakang dan lokasi di mana objek yang berada, yang mana penelitian ini menggunakan identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung sebagai objek penelitian, sedangkan subjeknya adalah pedagang perempuan di pasar Ngunut Tulungagung.

## 2. Waktu Penelitian

Di dalam penelitian ini diharapkan mampu dilaksanakan kurang lebih selama satu bulan untuk mengumpulkan berbagai data-data yang diperlukan dalam penelitian, lebih tepatnya di mulai pada bulan September 2024. Durasi dari penelitian memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap hasilnya, sehingga sangat penting guna menentukan waktu pengambilan data dilokasi penelitian dengan jelas. Hal ini diperlukan untuk memastikan kevalitan serta kekurangan data yang diperoleh.

## 3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sekunder.

### a. Data primer

Data primer yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (atau tidak melalui media perantara). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang perempuan di pasar Ngunut, Tulungagung.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (diperoleh serta dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan histori yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan. Sumber data sekunder berupa data yang diperoleh dari observasi, buku-buku, laporan, jurnal, dokumentasi, dan wawancara untuk melengkapi sumber data primer. Dalam wawancara meliputi identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut, Tulungagung.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik dalam pengumpulan data yang bertujuan mendapatkan data yang valid. Adapun Teknik yang digunakan adalah<sup>8</sup>:

a. Observasi

Observasi ialah metode pengumpulan informasi dengan terjun serta memandang langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti. Pengamatan ini disebut juga studi lapangan. Studi lapangan atau *field research* ialah sesuatu penelitian yang dicoba secara sistematis dengan mengangkut informasi yang terdapat dilapangan.

---

<sup>8</sup> Sugiyono, D. Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D, 2013, Hlm 305

Melakukan observasi langsung terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pedagang perempuan di pasar Ngunut, Tulungagung dengan menjadi bagian dari komunitas tersebut, sehingga dapat memahami bagaimana identitas sosial diekspresikan dalam interaksi sehari-hari. Dengan menjadi bagian dari komunitas para pedagang perempuan dipasar Ngunut, Tulungagung, peneliti dapat mengamati secara langsung berbagai tindakan yang dilakukan, seperti berinteraksi sesama pedagang dan pembeli satu dengan yang lainnya.

b. Wawancara

Wawancara sebagai proses yang berarti dalam melakukan sesuatu penelitian yang bersifat kualitatif. Pada biasanya pewawancara semestinya berupaya memperoleh kerjasama yang baik dari subjek kajian atau responden. Dorongan dari para responden bergantung dari peneliti dalam melakukan tugasnya, sebab tujuan wawancara merupakan buat memperoleh data yang akan diduga selaku informasi serta data-data ini dibutuhkan buat membuat sesuatu rumusan sebaik bisa jadi buat menggapai tujuan penelitian.

Wawancara ini dilakukan dengan pedagang perempuan di pasar Ngunut, Tulungagung yang dipilih secara purposive. Setiap pedagang perempuan yang ada di pasar Ngunut, Tulungagung diwawancarai dipilih secara acak. Ada lima pedagang yang saya wawancara yaitu ibu Anis pedagang ikan lele, ibu Win pedagang ikan lele, ibu Sirum pedagang

ayam potong, ibu Rini pedagang makanan, dan ibu Dar pedagang gorengan.

c. Dokumentasi

Peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk mendukung hasil wawancara dan observasi. suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi tidak hanya berfungsi sebagai sumber data, tetapi juga merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian.

Adapun pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan metode penelitian yang bertitik tolak dari suatu kasus yang dialami oleh individu itu sendiri, kelompok masyarakat, institusi atau organisasi, yang memperlihatkan sebuah fenomena yakni berupa masalah sosial. Menurut Creswell (2013), Chawa dkk “bahwa studi kasus itu merupakan penelitian kualitatif yang mengkaji dari beberapa konteks-konteks kehidupan yang nyata, baik terdiri dari satu ataupun beberapa kasus yang kontemporer dari waktu ke waktu”.<sup>9</sup> Adanya penyelidikan tersebut, nantinya peneliti dapat mengungkapkan latar belakang penyebab, dampak sosial serta peran yang ditimbulkan, dan mengusulkan bagaimana solusi untuk mengatasinya. Oleh karena itu, pada penelitian ini menggunakan metode

---

<sup>9</sup> Sonny Eli Zaluchu, Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan, *Jurnal Teologi Berita Hidup*, Vol. 3 No. 2, Maret 2021, hlm. 260-261.

penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang tujuannya untuk mendeskripsikan bagaimana identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut, Tulungagung secara teliti berdasarkan fakta-fakta yang ada di lapangan.

5. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini terdiri dari beberapa langkah-langkah yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Mengumpulkan data

Mengumpulkan data ini sangat melibatkan proses menghimpun informasi dari berbagai sumber yang dapat diandalkan. Tugas pengumpulan data dilakukan melalui berbagai metode survei, wawancara mendalam, dan pengamatan yang dilakukan secara kontinyu sepanjang durasi penelitian ini

b. Reduksi data

Reduksi data ini merangkum, memilih faktor-faktor kunci, memusatkan pada hal-hal penting dan mencari tema dan polanya, karena data yang dikumpulkan di lapangan cukup besar dan harus dicatat secara cermat, rinci. Dengan mereduksi data maka akan memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga memudahkan peneliti mengumpulkan data tambahan dan mempelajarinya bila diperlukan.

c. Penyajian data

Pada tahap penelitian ini berupaya untuk mengartikan setiap data yang telah dikumpulkan. Selain itu, penelitian juga melakukan

deskriptif data tersebut untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

d. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Penelitian menyimpulkan data-data yang telah dideskripsikan. Kesimpulan berdasarkan permasalahan yang dikaji peneliti yaitu tentang identitas sosial pedagang perempuan di pasar Ngunut, Tulungagung.

6. Keabsahan Data

Pentingnya memeriksa keabsahan data diperlukan agar data yang dihasilkan memiliki kepercayaan dan dapat diakui secara ilmiah. Memeriksa keabsahan data adalah langkah penting untuk mengurangi kesalahan dalam proses perolehan data penelitian yang berpotensi memengaruhi hasil akhir penelitian. Oleh karena itu, dalam memeriksa keandalan data, beberapa teknik pengujian harus diterapkan. Trianggulasi yang digunakan peneliti ada 2, yaitu:

- a. Trianggulasi Sumber Peneliti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi dan lain sebagainya.
- b. Trianggulasi Metode Peneliti menggunakan metode yang sama pada peristiwa berbeda atau menggunakan dua atau lebih metode yang

berbeda untuk objek peneliti yang sama. Triangulasi ini digunakan untuk memperoleh data tentang identitas sosial dan mempengaruhi pemahaman. Triangulasi dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber yang dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara lalu membandingkan dengan isi dokumen yang terkait.

#### 7. Validitas Data

Penelitian kualitatif perlu mengumpamakan kebenaran yang obyektif, sehingga penting untuk menjaga keabsahan data dalam penelitian ini. Salah satu cara untuk mencapai kredibilitas dalam penelitian kualitatif adalah melalui penggunaan triangulasi. Triangulasi ialah metode untuk memeriksa keabsahan data dengan membandingkannya dengan sumber data lain di luar data itu sendiri, seperti yang di jelaskan.

Dalam memahami keabsahan data peneliti ini di lakukan dengan metode triangulasi yaitu dengan pendekatan untuk memvalidasi data, dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber atau metode yang berbeda. Dalam penelitian anda, anda dapat membandingkan data dari berbagai sumber, seperti wawancara, survei, dan observasi untuk memverifikasi kesesuaian dan konsistensinya.

### **G. Kajian Teori**

#### 1. Identitas

Kata Identitas berasal dari kata Latin "*idem*" yang berarti sama, sehingga identitas mengandung makna kesamaan atau kesatuan dengan pihak lain

dalam hal-hal tertentu. Identitas merujuk pada ciri khas yang dimiliki oleh individu atau anggota suatu kelompok atau kategori sosial tertentu. Selain itu, identitas juga mencakup makna perbedaan, yaitu karakter yang membedakan satu individu atau kelompok dari yang lainnya. Dengan demikian, identitas memiliki dua aspek penting yaitu kesamaan, yang muncul ketika individu memiliki kesamaan dengan orang lain dalam suatu kelompok, dan perbedaan, yang muncul ketika individu atau kelompok memiliki karakteristik yang membedakan mereka dari yang lain.

Identitas yang dimiliki oleh seseorang dapat dibedakan menjadi identitas personal dan identitas sosial. Identitas personal adalah hasil dari proses identifikasi diri yang dilakukan oleh diri individu itu sendiri, dengan mempertimbangkan penilaian orang lain. Identitas personal mencerminkan karakteristik unik yang dimiliki oleh diri individu yang membedakannya dari orang lain. Hal ini bisa berupa ciri fisik seperti wajah atau tinggi badan, maupun ciri psikologis seperti sifat, perilaku, dan cara berbicara. Sementara itu, identitas sosial adalah hasil identifikasi yang dilakukan oleh orang lain terhadap individu tersebut, yang diterima atau diberikan oleh aktor sosial kepada diri individu itu.

Konsep diri individu ataupun kelompok yang berdiri dari ciri-ciri, nilai-nilai, dan karakteristik yang membedakan satu individu atau kelompok satu dengan yang lain ini merujuk pada identitas. Identitas merupakan hasil dari proses sosial dimana diri individu atau kelompok menyesuaikan diri serta merespon lingkungan di sekitar mereka. Perkembangan identitas diri itu

penting karena pedagang perempuan sedang dalam proses pembentukan identitasnya. Menurut Stuart Hall, identitas sifatnya itu dinamis serta dipengaruhi oleh interaksi sosial, perubahan budaya, dan perbedaan pandangan yang terus berkembang di dalam masyarakat.<sup>10</sup>

Dalam perspektif psikologi sosial, identitas sering kali dikaitkan dengan konsep diri yang dikembangkan melalui pengalaman sosial yang berulang. Erikson menyatakan bahwa identitas merupakan elemen penting dalam perkembangan psikologis manusia yang membentuk perasaan memiliki serta kebermaknaan. Identitas sosial dapat menjadi landasan bagi terbentuknya rasa solidaritas, loyalitas, dan keterikatan di antara anggota kelompok yang memiliki kesamaan tertentu.<sup>11</sup>

Melalui Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory*) oleh tokoh Henri Tajfel, menjelaskan bahwa identitas sosial seseorang terbentuk melalui proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial.<sup>12</sup> Dalam proses ini sangat berperan penting dalam membantu diri individu memahami posisinya dalam masyarakat serta memperkuat rasa memiliki terhadap kelompok-kelompok tertentu.

## 2. Pedagang Perempuan

Pedagang perempuan sering kali menghadapi tantangan yang berbeda dibandingkan dengan pedagang laki-laki, terutama dalam di dalam sebuah

---

<sup>10</sup> Stuart Hall, 1996, *Questions of Cultural Identity*, London: Sage Publications.

<sup>11</sup> Erikson, Erik H, 1968, *Identity: Youth and Crisis*, New York: W. W. Norton.

<sup>12</sup> Tajfel, Henri, & Turner, J.C. "An Integrative Theory of Intergroup Conflict." In *The Social Psychology of intergroup Relations*, edited by William G. Austin and Stephen Worchel, 33-47. Monterey, CA: Beooks/Cole, 1979.

pasar. Para pedagang perempuan sering kali memandang pasar sebagai ruang sosial yang tidak hanya berfungsi untuk aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai tempat untuk membangun serta memelihara identitas sosial mereka. Dalam konteks pasar pedagang perempuan menciptakan identitas yang berperan sebagai simbol keberlanjutan ekonomi keluarga dan komunitas.

Kajian mengenai pedagang perempuan banyak memfokuskan pada bagaimana mereka membangun identitas dalam lingkungan. Pedagang perempuan di pasar mempunyai peran yang penting dalam sebuah perekonomian keluarga dan komunitas, meskipun sering kali mereka menghadapi hambatan. Dalam penelitian menunjukkan bahwa pedagang perempuan bisa membentuk ikatan solidaritas yang kuat dengan sesama pedagang perempuan yang lain, itu sebagai bentuk dukungan dalam menghadapi tantangan sehari-hari.

### 3. Pengertian Pasar

Pasar merupakan suatu tempat atau sistem di mana transaksi jual beli barang dan jasa berlangsung antara penjual dan pembeli. Pasar tidak selalu merujuk pada tempat fisik tertentu, tetapi juga bisa berarti mekanisme atau sistem yang memungkinkan interaksi antara pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi.<sup>13</sup>

Secara fisik, pasar merupakan tempat di mana para pedagang, baik yang tetap maupun yang tidak tetap, berkumpul di sebuah area terbuka atau tertutup, atau bahkan di sepanjang bahu jalan. Sementara itu, dalam konteks

---

<sup>13</sup> Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2015), hal. 43

sosiologis dan kultural, pasar lebih dari sekadar tempat transaksi barang dan jasa; pasar juga berfungsi sebagai ruang sosial di mana warga dapat bertemu dan berinteraksi satu sama lain.

Pasar adalah sebuah tempat atau kondisi yang mempertemukan permintaan (pembeli) dengan penawaran (penjual) dalam berbagai jenis barang, jasa, atau sumber daya. Pembeli di pasar adalah konsumen yang membutuhkan barang atau jasa, atau dalam konteks industri, mereka bisa membutuhkan tenaga kerja, modal, serta bahan baku untuk proses produksi. Sedangkan penjual adalah pihak yang menawarkan produk atau jasa yang diminta atau diinginkan oleh pembeli.

Di pasar, seorang pekerja dapat menawarkan tenaga dan keahlian yang dimilikinya, pemilik lahan menjual atau menyewakan aset mereka, sementara pemilik modal mungkin menawarkan kemitraan atau bagi hasil dalam usaha yang mereka jalankan. Secara umum, setiap individu memiliki peran ganda sebagai pembeli sekaligus penjual.

Pengunjung pasar adalah mereka yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu, serta siap dan mampu melakukan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pasar mencakup seluruh aktivitas permintaan dan penawaran, serta semua interaksi antara penjual dan pembeli yang terjadi dalam proses tukar-menukar barang dan jasa.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Rita Hanafie, Pengantar Ekonomi Pertanian, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hal. 176

Berikut adalah beberapa definisi pasar menurut para ahli ekonomi.<sup>15</sup>

- 1) Menurut Alfred Marshall: Pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu pada waktu tertentu untuk melakukan transaksi barang atau jasa. Marshall menekankan pentingnya interaksi antara kedua belah pihak dalam menentukan harga.
- 2) Menurut Adam Smith: Pasar adalah sistem yang terbentuk secara alami melalui interaksi individu-individu yang memiliki kebutuhan dan kemampuan untuk memenuhinya. Menurut Smith, pasar berfungsi sebagai mekanisme yang efisien untuk mendistribusikan barang dan jasa.
- 3) Menurut N. Gregory Mankiw: Pasar adalah suatu tempat di mana pembeli dan penjual saling berinteraksi untuk menetapkan harga serta jumlah barang atau jasa yang akan dipertukarkan. Pasar berperan dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien dalam perekonomian.
- 4) Menurut Paul Samuelson: Pasar adalah tempat atau situasi yang memungkinkan adanya pertemuan antara penawaran dan permintaan, yang menghasilkan harga pasar sebagai indikator utama dalam proses transaksi ekonomi.

Fungsi Pasar.

Pasar memiliki beberapa fungsi penting dalam perekonomian, yaitu:

---

<sup>15</sup> Mariani Alimuddin, S. E., Jana Sandra, S. E., Sarce Babra Awom, S. E., Pandiangan, S. M. T., Solehudin, M. M., Ahmad, S. E., ... & SE, M. (2023). Pengantar Ekonomika. Cendikia Mulia Mandiri.

- 1) Sebagai Tempat Transaksi: Pasar menjadi tempat berlangsungnya jual beli barang dan jasa antara penjual dan pembeli. Pasar berperan sebagai tempat bagi penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran barang atau jasa. Di pasar, pembeli dapat memilih barang yang diinginkan dan menegosiasikan harga, sementara penjual menawarkan produk mereka. Fungsi ini memungkinkan terjadinya transaksi antara kedua pihak.
- 2) Penentuan Harga: Pasar berperan dalam menetapkan harga barang dan jasa. Harga terbentuk melalui interaksi antara permintaan (jumlah barang yang diinginkan pembeli) dan penawaran (jumlah barang yang disediakan oleh penjual). Jika permintaan melebihi penawaran, harga cenderung naik, dan jika sebaliknya, harga akan turun.
- 3) Distribusi Barang: Pasar juga bertanggung jawab untuk mendistribusikan barang dari produsen kepada konsumen. Pasar memastikan barang sampai ke tangan pembeli, baik melalui pasar fisik seperti pasar tradisional atau modern, maupun pasar online. Proses distribusi ini penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- 4) Penyediaan Informasi: Pasar menyediakan berbagai informasi penting mengenai harga, kualitas, dan pilihan barang yang tersedia. Konsumen dan produsen mendapatkan informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam bertransaksi.

Selain itu, pasar juga memberikan informasi tentang perubahan harga dan tren barang yang sedang populer.

#### 4. Teori identitas sosial

Peneliti memilih teori identitas oleh tokoh Henri Tajfel dengan alasan yakni teori identitas sosial yang dikemukakan oleh Henri Tajfel ini sesuai dengan fenomena yang ditemukan oleh peneliti di lapangan. Dalam teori ini juga menjelaskan bagaimana berbagai komponen mampu mempengaruhi suatu identitas sosial di dalam sebuah kelompok. Ada beberapa ahli yang menjelaskan teori identitas sosial, yaitu:

- a. Tokoh Oakes et al (1987) menjelaskan teori identitas sosial adalah bahwa bagian dari konsep diri individu berasal dari keanggotaan mereka dalam suatu kelompok sosial.<sup>16</sup>
- b. Tokoh Hogg dan Abrams (1998) menjelaskan teori identitas sosial adalah konsep identitas yang berfokus pada diri, yang berarti menentukan apa dan siapa itu. Identitas sosial sebagai rasa peduli, keterkaitan, yang berasal dari pengetahuan seseorang dalam berbagai kategori keanggotaan sosial dengan anggota yang lain.<sup>17</sup>
- c. Wendt (1994) menjelaskan teori identitas sosial adalah pemahaman kognitif yang membantu menentukan “siapa saya atau siapa kita” dalam

---

<sup>16</sup> Sakroni, S., Subardhini, M., & Riyadi, S. (2024), Pelaku Bullying Ditinjau Dari Perspektif Teori Identitas Sosial Sebuah Systematic Review Literature, *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(1), Hlm 1043

<sup>17</sup> Kusyadi, K., Jufri, M., & Yadi, J. (2023), Dinamika posisi identitas Etnis Tionghoa di Tanjungpinang dalam tinjauan teori identitas sosial. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(10), Hlm 723.

konteks tertentu serta posisinya dalam struktur sosial, dengan perpektif serta asumsi atau pendapat yang serupa. Setiap individu perlu memiliki karakter sosial yang positif untuk mendapatkan penghargaan dari orang lain dan mencapai keadilan sosial.<sup>18</sup>

- d. Deng (1995) menjelaskan teori identitas sosial adalah cara individu serta kelompok mendiskripsikan diri mereka serta dideskripsikan oleh orang lain berdasarkan agama, ras, etnisitas, Bahasa serta budaya.<sup>19</sup>

Henri Tajfel mengembangkan teori identitas sosial pada tahun 1979. Teori ini merupakan teori yang memahami bagaimana identitas sosial yang terbentuk. Fokus dari teori ini pada gagasan bahwa seseorang tidak hanya mendefinisikan dirinya berdasarkan karakteristik individu, tapi juga melalui keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Menurut Tajfel, identitas sosial adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuannya tentang keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial, serta nilai emosional yang melekat pada keanggotaan tersebut.<sup>20</sup>

Menurut Henri Tajfel, identitas sosial seseorang terbentuk melalui tiga proses utama yaitu kategori sosial, identifikasi sosial dan perbandingan sosial.

---

<sup>18</sup> Husniya, E. A., Basir, A., & Moefad, A. M. (2023), Dakwah Komunitas Honda Club Indonesia dalam Perspektif Teori Identitas Sosial di Mojokerto, *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 6 (1), Hlm 81.

<sup>19</sup> Deng, Francis M. (1995), *War of Visions: Conflict of Identities in the Sudan* Washington, DC: Brookings, Hlm 1.

<sup>20</sup> Deandra, Q. Z. Fashion Sebagai Pembentuk Identitas Sosial Para Remaja Citayam Fashion Week Di Dukuh Atas Sudirman (Bachelor's thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).Hlm 30.

#### a. Kategorisasi Sosial

Kategori sosial, dalam pengertian istilah, merujuk pada "kata benda yang memisahkan kelompok manusia". Menurut Tajfel dan Turner, kategori sosial berfungsi untuk membantu individu mengarahkan kondisi sosial dengan cara membedakan antara anggota kelompok dalam "*in-group*" dan "*out-group*". Sebagai solusi untuk menciptakan proses pengadaan yang cepat dan efisien, informasi mengenai diri individu lain, pembatasan persepsi sosial, serta pengurangan ketidakpastian dengan cara menciptakan harapan yang jelas mengenai konsep diri dan orang lain, sangat penting.

Dalam konteks ini, setiap individu, termasuk diri kita sendiri, perlu ditempatkan dalam kategori tertentu. Dalam proses kategorisasi sosial, diri individu mengelompokkan dunia sosial mereka dengan mengkategorikan berbagai faktor yang dianggap memiliki kesamaan karakteristik dalam satu kelompok tertentu. Kategorisasi sosial umumnya dilakukan berdasarkan ras, etnis, agama, serta status sosial seseorang.<sup>21</sup> Kategorisasi sosial merupakan proses di mana individu mengelompokkan diri mereka serta orang lain ke dalam kategori-kategori sosial tertentu, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan status sosial.

---

<sup>21</sup> Felayati, W. A, Identitas Sosial Berbasis Mie Ayam (Studi Kasus Paguyuban Mie Ayam Donoloyo Wonogiri) (Bachelor's thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), Hlm 25

Dalam konteks penelitian ini, pedagang perempuan di Pasar Ngunut Tulungagung dapat dikategorikan berdasarkan jenis barang dagangan yang mereka jual, lama waktu mereka berdagang, serta peran mereka dalam lingkungan sosial di pasar. Kategorisasi ini berfungsi untuk mempermudah individu dalam memahami lingkungan sosialnya dan menciptakan keteraturan sosial.

b. Identifikasi Sosial.

Identifikasi sosial, dalam konsepnya, mewakili aspek internal dan psikologis dari adanya kelompok sosial yang berbeda dari atribusi eksternal. Tajfel menjelaskan bahwa identifikasi adalah identitas yang melekat pada setiap individu, yang melibatkan emosi dan nilai-nilai tertentu yang dimiliki seseorang terhadap kelompoknya. Selama proses identifikasi, setiap individu didorong untuk mencapai "*positive identity*" atau identitas positif untuk kelompok mereka.

Tujuan dari proses ini adalah untuk meningkatkan harga diri atau "*self-esteem*" individu sebagai anggota kelompok tersebut. Demi kepentingan identitas kelompok, setiap anggota akan berusaha untuk meningkatkan nilai kelompoknya, sebuah fenomena yang dikenal dengan istilah "*in-group favoritism effect*". Proses

identifikasi ini sering kali menyebabkan individu mengembangkan sikap etnosentrisme terhadap kelompok mereka sendiri.<sup>22</sup>

Setelah proses kategorisasi, individu mulai mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari suatu kelompok tertentu. Identifikasi Sosial merupakan proses di mana individu merasa bahwa dirinya menjadi bagian dari kelompok tersebut dan berbagi nilai, norma, serta harapan yang sama dengan anggota kelompok lainnya. Bagi pedagang perempuan di Pasar Ngunut, Tulungagung identifikasi sosial dapat terbentuk melalui interaksi sehari-hari dengan sesama pedagang, di mana mereka mengembangkan identitas sebagai "*pedagang pasar*" yang berbeda dari identitas sebagai ibu rumah tangga atau anggota komunitas lainnya. Identifikasi ini juga memperkuat perasaan memiliki solidaritas dengan sesama pedagang.

c. Perbandingan Sosial.

Menurut Tajfel dan Turner, perbandingan sosial adalah proses penting dalam pembentukan identitas sosial, di mana individu menggunakan kelompok lain sebagai acuan untuk mengevaluasi sikap dan kemampuannya. Ketika seseorang telah mengenali dirinya sebagai bagian dari suatu kelompok dan menyadari eksistensi kelompok tersebut, langkah selanjutnya adalah

---

<sup>22</sup> Felayati, W. A, Identitas Sosial Berbasis Mie Ayam (Studi Kasus Paguyuban Mie Ayam Donoloyo Wonogiri) (Bachelor's thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), Hlm 26

individu tersebut melakukan perbandingan antara kelompoknya dengan kelompok lain.

Hogg dan Abrams juga berpendapat bahwa dalam perbandingan sosial, individu berusaha memperoleh identitas sosial yang positif. Proses ini menggambarkan aspek psikologis dalam perilaku individu dalam suatu kelompok, di mana perbandingan sosial tersebut memungkinkan individu untuk menilai status dan posisi kelompoknya.<sup>23</sup>

Tahap terakhir dalam teori identitas sosial adalah Perbandingan Sosial, di mana individu membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain untuk meningkatkan rasa harga diri mereka. Dalam hal ini, pedagang perempuan mungkin membandingkan diri mereka dengan kelompok lain, seperti pedagang laki-laki atau kelompok yang tidak berdagang di pasar. Proses perbandingan sosial ini bisa menghasilkan efek positif jika kelompok mereka dipandang lebih unggul, atau sebaliknya, bisa menghasilkan perasaan inferior jika mereka merasa bahwa kelompok mereka berada di posisi yang kurang dihargai secara sosial.

---

<sup>23</sup> Felayati, W. A, Identitas Sosial Berbasis Mie Ayam (Studi Kasus Paguyuban Mie Ayam Donoloyo Wonogiri) (Bachelor's thesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), Hlm 27

Menurut Henri Tajfel, perbandingan sosial dalam perilaku antar kelompok menyoroti beberapa hal berikut<sup>24</sup>:

1. Penilaian yang sangat kuat terhadap kelompok luar (outgroup), di mana kelompok minoritas atau subdominant cenderung menunjukkan diferensiasi lebih dibandingkan dengan kelompok mayoritas atau dominan.
2. Perbandingan sosial mengakibatkan perbedaan perilaku yang signifikan antar kelompok (diferensiasi antar kelompok).
3. Anggota kelompok subdominant biasanya berusaha meningkatkan harga diri kelompok mereka (identitas sosial) dengan merendahkan status kelompok lain.

---

<sup>24</sup> Putranto, M. D. (2018), Cyberbullying di Kalangan Remaja Urban, Jurnal Sosologi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya, Hlm 13-14.