

Kesadaran dan Lingkungan Kerja para Penjual Tanaman Hias, Satwa dan Komponen Lain-lain di 'Pasty'-Kota Yogyakarta

Djaja Hendra^{a, 1*}

^a Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Widy Mataram

^{1*} djajahendra01@gmail.com

Article information	ABSTRAK
<i>Article timeline</i> Accepted : 2022-08-23 Revised : 2022-12-07 Published : 2022-12-08	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana faktor kesadaran dan lingkungan di tempat kerja dipahami dan dimengerti sepenuhnya oleh para penjual. Penelitian ini menggunakan teknik <i>Stratified Random Sampling</i> terhadap para penjual yang distratakan sesuai dengan jenis dagangan yang dimiliki. Dari berbagai jenis dagangan setelah dilakukan penghitungan, lebih 85% dari seluruh penjual di 'Pasty' yang terdata hadir berjualan, sementara sisanya menutup lapak dagangannya, kemudian para penjual dari beragam jenis dagangan tadi diambil datanya dengan menggunakan kuesioner secara acak sambil melakukan pengamatan dan wawancara singkat apabila diperlukan. Hasil penelitian yang diperoleh: jika hanya sekadar faktor kesadaran semata dari para penjual tanpa dihubungkan dengan faktor lain maka penjual komponen lain-lain merupakan pedagang yang paling 'sadar' mengenai pentingnya kebersihan di lingkungan kerja mereka dibandingkan dengan penjual jenis dagangan lain; namun jika hanya faktor lingkungan semata dari para penjual tanpa dihubungkan dengan faktor lain maka penjual tanaman hias yang paling 'sadar' mengenai pentingnya kebersihan di lingkungan kerja mereka dibandingkan dengan penjual jenis dagangan lain; jika dihubungkan antara faktor kesadaran dan lingkungan para penjual tanaman hias, satwa dan komponen lain-lain maka penjual komponen lain-lain yang paling 'sadar' akan kebersihan di lingkungan kerjanya, jika digabung untuk semua jenis dagangan maka sedikit lebih 'sadar' pada penjual komponen lain-lain daripada pedagang lain.
Kata Kunci: Kesadaran Lingkungan Tempat Kerja Pasty	<hr/> ABSTRACT <i>This study aims to determine the extent to which factors of awareness and workplace environment are fully understood and comprehended by sellers. The research employed the Stratified Random Sampling technique on sellers categorized according to the type of merchandise they sold. After calculating, more than 85% of all registered sellers in 'Pasty' were found to be actively selling, while the rest closed their stalls. Data from various types of merchandise were collected using a questionnaire randomly administered to the sellers, along with observations and brief interviews if necessary. The research findings indicate that: if only the factor of awareness is considered among the sellers without linking it to other factors, sellers of miscellaneous items are the most 'aware' of the importance of cleanliness in their workplace compared to sellers of other types of merchandise. However, if only the environmental factor is considered among the sellers without linking it to other factors, sellers of ornamental plants are the most 'aware' of the importance of cleanliness in their workplace compared to sellers of other types of merchandise. When the factors of awareness and environment are combined among sellers of ornamental plants, animals, and miscellaneous items, sellers of miscellaneous items are the most 'aware' of cleanliness in their workplace. When considering all types of merchandise together, sellers of miscellaneous items are slightly more 'aware' of cleanliness in their workplace compared to other merchants.</i>

Pendahuluan

Semua orang yang bermukim di kota Yogyakarta relatif tahu apa yang disebut sebagai 'Pasty' ini? Tentu yang ditunjuk adalah sebuah tempat jual-beli berbagai jenis tanaman hias, satwa dan penjual komponen lain-lain. Memang 'Pasty' yang berlokasi di wilayah kota Yogyakarta paling selatan berbatasan langsung dengan kabupaten Bantul bagian utara. Semula jenis tanaman hias dan satwa (masa itu termasuk komponen lain-lain) berserakan di pasar-pasar tradisional seputar kota Yogyakarta utamanya pasar Ngasem. Tidak terlalu jauh dari destinasi wisata kemben-keraton maupun pemandian putra-putri-keraton-tamansari-kota Yogyakarta. Pasar tradisional ini dahulunya terkadang memasarkan berbagai jenis tanaman hias saja, atau satwa saja, atau kedua-duanya (dalam jumlah sedikit). Oleh pemerintah kota penjual tanaman hias dan satwa ini dikelompokkan dalam satu wadah diberi nama 'Pasty' ini (berdasarkan Perwali Nomor 134 Tahun 2017). Sebagai lembaga baru, keberadaan 'Pasty' tidak terlalu jauh dari pusat kota, mudah dijangkau, sekaligus sebagai destinasi wisata baru dan berharap akan banyak pengunjung yang berbelanja berbagai jenis tanaman hias dan satwa. Terbukti kemudian, pada setiap akhir pekan maupun hari-hari libur nasional para pengunjung pun membludak. 'Pasty' tetap buka setiap hari dari pagi hingga petang tanpa libur (kecuali Idul Fitri dan Idul Adha). Letak 'Pasty' cukup strategis, berdekatan dengan jalan raya maupun *ring road* selatan Bantul-kota Yogyakarta. Dengan hadirnya 'Pasty' menambah ikon baru di kota Yogyakarta melengkapi ikon-ikon lain yang sudah dimiliki.

Namun, tanpa disadari atau mungkin sudah, ternyata jumlah pengunjung kian hari kian menyusut terutama saat peneliti berbincang-bincang dengan penjual tanaman hias dan satwa ketika mereka sedang beristirahat, atau menawarkan, atau merapikan dagangannya. Namun bagi para pengunjung ber-*hobby* sama dengan barang yang didagangkan tentu tidak memperhatikan itu semua kecuali fokus dengan barang yang didagangkan. Namun sebaliknya bagi para penjual jika menyadari. Dengan berkurangnya pengunjung tentu berimbas pada *take-home-pay* (pendapatan) dan rentetan lainnya. Padahal jika disadari, penghasilan yang selalu tidak menentu itu tidak cukup untuk

memenuhi kebutuhan hidup keluarga dengan berdagang semata, apalagi perilaku para pedagang dalam berdagang dihadapi dengan cara tidak serius. Oleh karena itu mereka harus memiliki kesadaran diri penuh atas kondisi dagangan maupun lingkungan di tempat kerja mereka secara bersama-sama dalam satu paket yang saling mempengaruhi (Adiwijaya, Saputra; Pisi A, Berkat, 2020: 3).

Metodologi

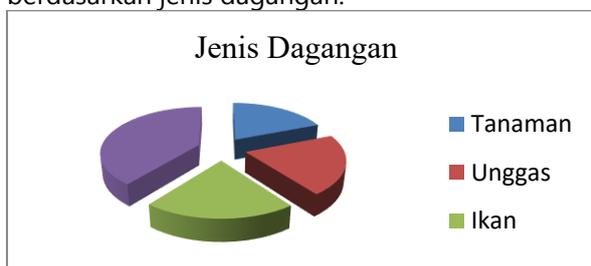
Dalam penelitian ini, peneliti membagi para penjual menjadi penjual tanaman hias dan penjual satwa (terbagi menjadi penjual unggas dan ikan hias) serta penjual komponen Lain-lain. Tepatnya menjadi 4 kelompok yaitu penjual tanaman hias, penjual unggas, penjual ikan-hias dan penjual komponen Lain-lain (a.l warung makan, penjaga parkir, pegawai bank-BPD, konsumen, penjual makan ternak, penjual reptil, penjual binatang melata dll). Berdasarkan pengelompokan ini penjual tanaman hias 9 responden, penjual unggas 9 responden, penjual ikan-hias 9 responden dan penjual komponen Lain-lain 17 responden. Keseluruhan penjual berjumlah 43 responden. Dari jumlah ini datanya diambil menggunakan teknik *Simple Random Sampling* yang masing-masing strata diambil secara *random* (acak) sesuai dengan jenis dagangan (populasi). Mengingat pengambilan data secara acak, hasilnya lebih dari separoh (<85%) populasi diambil melalui masing-masing strata. Jumlah dan jenis dagangan yang terkumpul diberikan daftar pertanyaan (kuesioner) sambil mewawancarai sebagian para penjual, sebagai tambahan informasi.

Pada intinya pertanyaan yang diajukan a.l nama, usia, jenis dagangan, soal integritas berkaitan dengan jenis dagangan, kesesuaian dengan kesadaran diri atau tidak, pengertian dan pemahaman mereka tentang kebersihan lingkungan atau tidak, mengaitkan kesadaran dan lingkungan mulai dari tempat kerja, kebersihan dagangan termasuk kebersihan sekitar maupun lingkungan udara atau tidak; sehingga tergambar jelas hubungan-hubungan kesadaran dan lingkungan dimaksud.

Hasil dan Pembahasan

Sebagaimana dikatakan bahwa para penjual (populasi) sesuai dengan jenis dagangan yang ada di 'Pasty' kota Yogyakarta. Komposisi

para penjual itu dipilih sesuai dengan jenis dagangan bahwa, lebih dari 85% populasi di 'Pasty'. Kenapa tidak diambil seluruh populasi? Penelitian ini dilakukan di hari kerja sehingga tidak seluruh lapak dagangan buka. Biasanya, menurut para penjual di hari-hari kerja agak sepi pembeli/konsumen. Oleh karena itu di hari-hari kerja seperti inilah mereka menambah *stock*, merapikan dagangan, silaturahmi sesama pedagang, di rumah saja dll. Paling tidak, dari hasil wawancara pada beberapa lapak yang memaksa buka (daripada nganggur di rumah). Walau para penjual pun tahu betul jika bakal sepi konsumen. Di bawah diperlihatkan komposisi berdasarkan jenis dagangan.



Gambar 1. Komposisi Jenis Dagangan Para Penjual

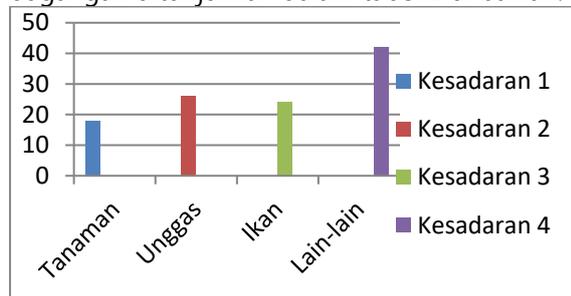
Sebagaimana dikatakan tadi, pada tabel 1 jumlah terbanyak berdasarkan jenis dagangan adalah penjual komponen Lain-lain yaitu ada 17 responden dan jenis dagangan lain terbagi rata yaitu jenis tanaman hias 9 responden, unggas 9 responden dan ikan hias 9 responden. Banyaknya penjual komponen Lain-lain ini karena memang banyak variasi jualannya seperti yang ditunjukkan di dalam metode penelitian ini. Dari hasil wawancara, memang agak sulit menentukan persentase responden berdasarkan jenis dagangan secara utuh. Tidak utuhnya karena sebagian para penjual (populasi sekaligus responden) ada yang tidak berada di tempat waktu penelitian ini diselenggarakan. Tetapi dari jumlah penjual yang ditemui komposisinya sebagai-mana dijelaskan tadi. Jika, di awal pembukaan 'Pasty', komponen Lain-lain sebagai jumlah responden terkecil (dahulu ada 7 responden). Soalnya, ketika 'Pasty' dibuka, awalnya memang sengaja untuk menampung penjual tanaman hias dan satwa saja. Saat itu, mereka ada di pasar-pasar tradisional lain di kota Yogyakarta. Kalau mau tahu, mereka berjualan di los-los pasar, di lahan-lahan kosong atau bloks yang belum ditempati di pasar itu, atau di pinggir jalan-raya. Bukankah dengan menempati tempat-

tempat seperti ini dapat mengganggu orang berbelanja atau kendaraan lain yang lewat dan berakhir dengan kecelakaan? Perkembangan jumlah penjual tanaman hias dan ikan hias dari waktu ke waktu tidak menentu. Bisa banyak bisa sedikit tergantung di daerahnya sedang musim tanam atau panen jika mereka yang datang dari desa, atau menganggur jika berangkat dari kota; dan berpindah-pindah dari los/gang yang satu ke los lain di pasar tradisional itu. Mereka inilah yang ditampung di tempat tersendiri bernama 'Pasty' ini. Di tempat yang baru inipun terkadang mereka menutup lapak secara permanen, lebih baik menjual/ menyewa ke pihak lain. Atau, ketika mereka mencoba untuk mengadu nasib dengan beralih profesi ke komponen Lain-lain itu dianggap melengkapi komponen Lain-lain yang sejak awal sudah berdagang di sana.

Sebelum dikaitkan dengan jenis dagangan lain ternyata penjual komponen Lain-lain telah memiliki kesadaran akan lingkungan dalam berjualan dibandingkan penjual tanaman hias, unggas dan ikan hias. Tingginya kesadaran pada komponen Lain-lain, bisa jadi, pilihan mereka mengenai jenis dagangan telah mantap sama seperti jenis dagangan lain tetapi mereka jauh lebih terintegritas, stabil, cocok dan menguntungkan. Sebenarnya, komponen Lain-lain ini penda-patannya tidak seberapa besar juga. Mungkin malah terkecil daripada penjual tanaman hias, ikan hias dan unggas. Bila konsumen tertarik baru membeli baik pada penjual tanaman hias, unggas maupun ikan hias. Berbeda dengan komponen Lain-lain seperti warung-makan misalnya. Pengunjung yang datang ke warung-makan tertentu dipastikan datang bernaksud untuk makan. Warung-makan akan lengang manakala pengunjung perutnya terisi. Juga harus kita ingat bahwa, sebagian komponen Lain-lain adalah juga dahulunya kebanyakan pindahan dari penjual jenis dagangan lain, atau jauh sebelumnya telah berjualan komponen Lain-lain, atau orang yang sama sekali baru untuk mencoba peruntungan di bidang ini. Demikian juga dicontohkan penjual makanan ternak misalnya, setidaknya-tidaknya, mereka memiliki sejumlah ternak di rumahnya. Sedikit kita tambahkan di sini bahwa, di 'Pasty' juga terdapat bank daerah (BPD). Nampaknya untuk mendekatkan lembaga keuangan ini dengan konsumen atau lainnya. Bila ingin bertransaksi cukup dilakukan di 'Pasty' termasuk

pada Ajungan Tunai Mandiri (ATM) sehingga tidak perlu keluar dari area 'Pasty' ini.

Mengenai kesadaran para penjual terutama integritas mereka terhadap jenis dagangan ditunjukkan dalam tabel 2 di bawah.

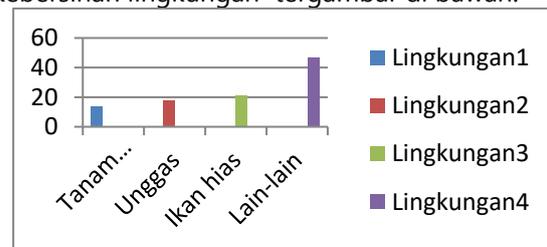


Gambar 2. Kesadaran Para Penjual

Berdasar tabel 2 berkaitan dengan tingkat kesadaran para penjual dari berbagai jenis dagangan nampak bahwa, tingkat kesadaran yang tidak memperhatikan dengan serius kondisi barang dagangannya (asal-asalan) adalah penjual tanaman hias 18% saja menyusul ikan hias dengan 24% dan dengan unggas 26% serta penjual komponen Lain-lain 32% dari keseluruhan barang dagangan. Artinya, untuk penjual komponen Lain-lain ini menunjuk pada 'selera' konsumen sesaat (saat itu sedang lapar/tidak). Andai kata dia pedagang warung-makan maka kebersihan, kerapian, keragaman menu makanan dll harus betul-betul terjaga. Gagal dalam memperhatikan ini semua meskipun konsumen 'berselera' untuk makan (tinggi) alias sangat lapar tentu dapat mengurungkan niat-makan untuk di warung-makan tersebut hanya kurang bersih, kurang rapi, kurang menu dst. Demikian pula dengan jenis dagangan yang lain harus disesuaikan dengan kelengkapan barang-barang yang didagangkan. Bukankah dengan jenis dagangan yang cenderung 'lengkap' konsumen tidak perlu beranjak ke warung lain? Harus disadari tentu ada perbedaan antar warung tetapi hakekatnya sama saja di setiap warung-makan bahwa, kebersihan, kerapian, keramahan, tempatnya strategis, dan keragaman menu yang disajikan.

Sementara untuk kasus yang sama ditanyakan pula mengenai pengertian dan pemahaman mereka tentang lingkungan. Pertanyaan demikian perlu ditanyakan untuk mengetahui seberapa jauh pengertian dan pemahaman mereka tentang kebersihan lingkungan di tempat kerja. Bisa terjadi, para penjual hanya mengerti dan memahami betul tentang lingkungan dalam arti sempit semata

(tempat kerja) mengingat yang dihadapi penjual adalah kehidupan sehari-hari tetapi harusnya juga kebersihan lingkungan dalam arti luas seperti pencemaran udara, air, tempat pembuangan limbah kotoran binatang dll. Untuk sekadar diketahui seberapa mengerti, seberapa paham tentang lingkungan sesuai dengan jenis dagangan yang dijual. Tabel 3 menunjuk tentang pengertian dan pemahaman tentang kebersihan lingkungan tergambar di bawah.

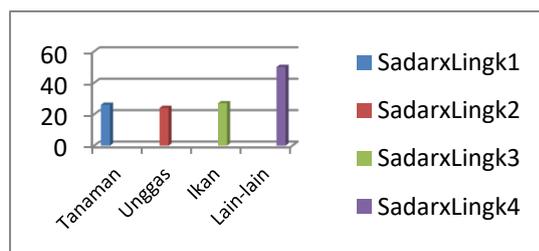


Tabel 3. Pengertian dan Pemahaman tentang Lingkungan

Memperhatikan tabel 3, penjual komponen Lain-lain menunjukkan angka 47% tentang kebersihan akan lingkungan baik dalam arti sempit maupun luas, menyusul penjual ikan hias 21%, penjual unggas 18% dan penjual tanaman hias 14%. Seperti pada tabel 2 penjual komponen Lain-lain adalah yang paling tinggi untuk tingkat kesadaran dan lingkungan dibandingkan dengan ketiga jenis dagangan. Perbedaan kedua (tabel 2 dan tabel 3) hanya terletak pada jenis tanaman hias saja yang begitu rendah kesadaran dan kebersihan lingkungannya. Bisa jadi seperti tanaman teh-tehan misalnya, orang tinggal minta ke tetangga saja tanpa perlu datang ke 'Pasty' serta mengeluarkan uang segala jika kesadaran dan lingkungannya itu hampir mirip dengan tetangganya. Contoh lain, pada warung-makan warung-makan yang ada di dalam 'Pasty' misalnya. Sebenarnya, kalau kita lihat (walaupun tidak semua) ternyata sebagian besar kurang terlalu bersih (kurang dari 50% dari keseluruhan penjual) jika dibandingkan dengan kondisi warung-makan yang beada di luar 'Pasty'. Harus diingat bahwa warung-makan warung-makan ini, seperti kios pada umumnya, pasti berdekatan dengan berbagai jenis hewan. Bagi yang suka dengan beragam jenis hewan, tentu bau-bauan itu bisa dianggap sebagai 'farfum' sehingga makan sambil mencium aroma binatang justru menambah nafsu makan, tetapi bagi yang tidak, tentu akan mual-mual dan muntah. Bisa jadi, karena 'terpaksa' saja orang

baru bersedia untuk makan di warung-makan tersebut. Dari hasil pengamatan sepintas, boleh dikata bahwa, nyaris konsumen luar tidak makan di warung-makan di 'Pasty' kecuali orang-orang di dalam 'Pasty' sendiri. Masih membandingkan kedua tabel. Untuk kedua jenis dagangan seperti penjual unggas dan penjual ikan hias tidak terlalu berbeda secara signifikan kesadaran dan lingkungan.

Tugas peneliti selanjutnya adalah menyilangkan antara variabel tingkat kesadaran (diri) dengan variabel kebersihan lingkungan para penjual khusus yang menekankan aspek pencemaran yang terjadi dari para penjual di sekitar tempat kerja mereka (dalam arti sempit) maupun lingkungan dalam arti luas seperti pencemaran udara, limbah pembuangan kotoran, atmosfer dll. Di sini untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana tingkat kesadaran mereka yang memengaruhi tempat kerja dan kebersihan lingkungan kerja yang sehat serta tidak terkontaminasi atau tercemar partikel-partikel berbahaya dalam kehidupan yang digeluti setiap hari oleh para penjual tanaman hias dan satwa; juga untuk melihat perlu-tidaknya variabel-variabel tersebut untuk disosialisasikan baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama untuk semua jenis dagangan. Atau sama sekali tidak perlu dilakukan sosialisasi kepada mereka? Dalam tabel 4 digambarkan secara jelas di masing-masing dagangan yang ada di 'Pasty' Yogyakarta.



Tabel 4. Kesadaran dan Lingkungan

Setelah melihat tabel 4 mengenai persilangan antara kesadaran dan lingkungan menunjukkan bahwa para penjual tanaman hias, unggas dan ikan hias secara bersama-sama perlu mendapatkan pengarahan dan sosialisasi mengenai kesadaran dan kebersihan lingkungan di tempat kerja maupun pada lingkungan yang lebih luas. Mereka memiliki angka partisipasi tentang kesadaran dan lingkungan dengan angka yang hampir sama secara berturut-turut

penjual tanaman hias 26%, unggas 24% dan penjual ikan hias 27%. Rendahnya angka-angka ini, mungkin ada hubungan dengan jenis dagangan, yang memang tidak terlalu memerlukan kebersihan (dalam arti higienitas). Cukup dengan membersihkan ala kadar dan enak dipandang serta selalu membuang ranting yang mengganggu, daun-daun yang tua dll untuk jenis dagangan tanaman hias misalnya. Penjual unggas dan ikan hias misalnya cukup dengan membersihkan kaca aquarium, mengganti air dan memandikan burung-burung, ayam maupun binatang melata lain. memberi makan bergizi, membersihkan sangkar dianggap sudah cukup untuk memuaskan konsumen. Ini persoalannya. Harusnya harus selalu rapi dan teratur sehingga setiap konsumen yang datang dapat merasa betah untuk berlama-lama.

Berbeda perlakuan untuk penjual komponen Lain-lain. Kebanyakan komponen Lain-lain ini berisi makanan untuk dikonsumsi oleh orang maupun hewan peliharaan. Katakanlah kucing, ikan, alat-alat tangkap hewan saja misalnya. Walau perlakuan tidak sama seperti orang/konsumen tetapi kebersihan tetap saja harus terjaga dengan baik, makanan yang bergizi dan teratur sangat ketat untuk menghasilkan kucing yang sehat dan enak dipandang sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli maupun memandangnya. Warung-makan untuk konsumsi orang/manusia misalnya, kebersihan dan kerapian menjadi syarat utama daripada yang lain-lain. sebuah warung-makan yang komplet menu makannya, memiliki peralatan lengkap namun tidak terjaga kebersihannya dengan baik tentu dapat mengurungkan niat konsumen untuk singgah/mampir ke warung-makan itu. Atau bila kita bandingkan antar warung-makan misalnya, yaitu ada sebuah warung-makan yang sesungguhnya kurang komplet menu makannya tetapi di warung-makan tersebut selalu ramai dikunjungi oleh konsumen; sementara di sisi lain ada sebuah warung-makan komplet menu makannya namun sepi pembeli (oleh masyarakat diisukan rumah-makan ini pernah disiram air mayat jadi sepi pembeli dll) padahal semua itu terpulang pada faktor kebersihan tadi. Melihat tabel 2 dan tabel 3 dibandingkan dengan tabel 4 semua penjual dan komponen Lain-lain menunjukkan angka di bawah 50%. Artinya, semua penjual perlu mendapatkan sosia-lisasi

tentang kesadaran dan lingkungan kecuali andaikan pemerintah memiliki anggaran terbatas maka perlu dibuatkan skala prioritas dimulai dari yang paling rendah angka partisipasinya yaitu penjual unggas, menyusul tanaman hias dan ikan hias; baru kemudian warung-makan warung-makan, penjual makan hewan dll. Dengan memiliki kesadaran yang tinggi diikuti dengan lingkungan yang tinggi pula, pada akhirnya akan mendatangkan konsumen lebih banyak. Dari gambaran di atas jika diperhatikan bahwa, semua jenis dagangan di 'Pasty' kota Yogyakarta ini sebenarnya berpotensi untuk 'ganti' dagangan lain yang berbeda semua tergantung dari peluang maupun modal yang tersedia

Simpulan

Pastinya tidak terlalu mudah menyatukan para penjual tanaman hias dan satwa dalam satu wadah (untuk penjual komponen Lain-lain baru menyusul kemudian) seperti di 'Pasty' kota Yogyakarta ini. Para penjual tanaman hias dan satwa (terdiri dari penjual unggas dan ikan hias) serta penjual komponen Lain-lain berdasarkan SK Walikota dikelompokkan sesuai dengan jenis dagangan sejak berdiri tahun 2017. Untuk memudahkan dalam pembinaan maupun pengawasan serta enak dipandang-mata agar dagangan mereka tidak berserakan di beberapa pasar tradisional kota Yogyakarta; juga kemudian untuk dapat dikembangkan sebagai (tambahan) destinasi wisata baru di luar yang sudah ada. Lebih dari 85 % para penjual tanaman hias dan satwa serta penjual komponen Lain-lain mensyukuri niat baik Bapak Walikota dengan telah menyediakan tempat tersendiri. Di 'Pasty' para penjual tanaman hias dan satwa lebih aman dan mudah diawasi, tenteram, damai tanpa gangguan terhadap dagangan mereka. Walau, ada satu-dua dari penjual yang merasa keberatan disatukan terutama datang dari para para penjual dengan jenis dagangan yang sama (takut kalah bersaing) termasuk mereka yang gagal menyesuaikan diri. Para penjual masih mencita-citakan untuk kembali ke tempat lama (setidak-tidaknya tidak punya saingan atau dekat rumah tinggal). Padahal untuk kembali ke tempat lama (asal) nyaris tidak mungkin; selain akan berhadapan dengan SK Walikota; juga mendapat razia dari petugas (Satpol PP). Akhirnya, ada beberapa penjual yang ganti-profesi maupun dari mereka yang tidak bersedia berjualan lagi.

Harus diakui, menjual barang dagangan dengan jenis dagangan yang sama dapat memaksa para penjual tanaman hias, satwa dan komponen Lain-lain dapat bersifat positif. Tentu, mereka dapat membuat berbagai inovasi yang lebih kreatif/tidak yang itu-itu saja sehingga diha-rap membuat konsumen betah berlama-lama dan berkonsentrasi pada satu tempat/kios saja, konsekuensi lain bagi penjual agar lebih teratur, bersih, persaingan dianggap sebagai hal yang lumrah, tepat waktu, bersemangat dll. Namun dari sisi negatif para penjual, tidak memiliki perhatian serius pada dagangan, lepas dari tanggung jawab, seenaknya, kotor dll; terbukti dari hasil penelitian ini mengatakan bahwa, kesadaran dan lingkungan para penjual tanaman hias, satwa dan penjual komponen Lain-lain sangat kurang perhatian mengenai kesadaran dan lingkungan di tempat kerja mereka ditunjukkan dengan angka hampir semua di bawah 50%. Artinya penjual tanaman hias, satwa dan penjual komponen Lain-lain, sama sekali tidak memiliki kesadaran yang cukup apalagi persoalan lingkungan baik sempit maupun luas. Akibat lanjutan, seperti yang kita lihat sekarang ini bahwa, kondisi 'Pasty' kota Yogyakarta populasinya tidak seperti diawal pembukaan dahulu.

Daftar Pustaka

- Adiwijaya, Saputra; Berkat A. Piri. 2020. *Sosiologi Lingkungan*. Academi. Palangka Raya. Kalimantan Tengah
- Darmawan, Arya Hadi. 2007. "Dinamika Sosio-Ekologi Pedesaan; Perspektif dan Pertautan Keilmuan Ekologi Manusia, Sosiologi Lingkungan dan Ekologi Politik". *Solidarity*. Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia. April
- Hanings, John, A. 2002. *Environmental Sociology, A Social Constructionist Perspective*. New York: Routledge.
- Mead, George Herbert, 2021. *Mind, Self and Society*. From The Stand Point of Social Behaviorist, Chicago, University of Chicago Press dan You Tube, diakses 19 Pebruari.
- Ladaria, Yessi, A; Yuliana Lumintang; Cornelius J Paat. 2020. Kajian Sosiologi tentang Tingkat Kesadaran Pendidikan pada Masyarakat Desa Labuan Kapelak Kecamatan Banggai Selatan Kabupaten Banggai Laut. *Holistik*. Volume 13 Nomor 2 April-Juni