

## Konstruksi Makna Pedagang Asongan di Kabupaten Karawang

Yosefin Maria Anyelir Paskalia<sup>1</sup>, Tikka Muslimah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

Email : [2110631190151@student.unsika.ac.id](mailto:2110631190151@student.unsika.ac.id)<sup>1</sup>; [tikka.muslimah@fisip.unsika.ac.id](mailto:tikka.muslimah@fisip.unsika.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Fenomena anak-anak menjadi pedagang asongan banyak dijumpai di kota-kota besar, termasuk di Kabupaten Karawang, di mana anak-anak yang seharusnya menikmati masa kecil justru menghabiskan waktunya di jalan untuk berjualan. Penelitian ini bertujuan mengungkap motif, makna, serta pengalaman komunikasi pedagang asongan anak dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif sebab anak berdagang adalah keinginan diri sendiri, sedangkan motif tujuan meliputi membantu orang tua, menambah modal, memenuhi kebutuhan, dan menabung. Makna yang dirasakan anak adalah kebanggaan, sumber kehidupan, serta hiburan. Pengalaman komunikasi turut memengaruhi keputusan mereka, yang terbagi menjadi positif dan negatif. Pengalaman positif mencakup pertemanan dengan sesama pedagang, dukungan teman sekolah, serta hubungan baik dengan atasan, sedangkan pengalaman negatif meliputi perceraian orang tua, keterbatasan komunikasi, perundungan, penolakan lingkungan, serta upaya menyembunyikan identitas sebagai pedagang asongan.

**Kata Kunci:** Makna, Motif, Pedagang Asongan Anak, Pengalaman Komunikasi.

### *Construction of the Meaning of Street Vendors in Karawang Regency*

### Abstract

*The phenomenon of children becoming street vendors is common in large cities, including Karawang Regency, where children who should be enjoying their childhood instead spend their time on the streets selling. This study aims to uncover the motives, meanings, and communication experiences of child street vendors using qualitative methods and Alfred Schutz's phenomenological approach through observation, interviews, and documentation. The results show that the motives for children trading are self-interest, while the motives for goals include helping parents, increasing capital, meeting needs, and saving. The meanings perceived by children include pride, a source of livelihood, and entertainment. Communication experiences also influence their decisions, which can be categorized into positive and negative outcomes. Positive experiences include friendships with fellow vendors, support from schoolmates, and good relationships with superiors, while negative experiences include parental divorce, limited communication, bullying, environmental rejection, and efforts to conceal their identity as street vendors.*

**Keywords:** Meaning, Motives, Child Street Vendors, Communication Experience.

## PENDAHULUAN

Anak jalanan adalah anak-anak yang menghabiskan sebagian besar waktunya di jalan serta mencari penghasilan di ruang publik, sebagaimana halnya dengan anak-anak yang bekerja sebagai pedagang asongan. Keberadaan anak jalanan umumnya ditemukan di kota-kota besar dan kemunculan mereka tidak lepas dari dampak krisis ekonomi serta arus urbanisasi yang terjadi di Indonesia (Nugraha et al., 2024).

Berdasarkan data terbaru Badan Pusat Statistik tahun 2021, Provinsi Jawa Barat, dimana Kabupaten Karawang termasuk dalam wilayah provinsi tersebut, persentase pekerja anak sempat mengalami peningkatan, dari 1,20% pada tahun 2019 menjadi 1,33% pada tahun 2020. Namun, pada tahun 2021, angka tersebut kembali menurun sebesar 0,25%, sehingga jumlah pekerja anak menjadi 1,08% (BPS, 2023).

Berdasarkan pengamatan langsung penulis terhadap salah satu anak yang bekerja sebagai pedagang asongan, diketahui bahwa anak tersebut biasanya datang ke lokasi berjualan bersama ayah, ibu, dan kakaknya. Namun, setelah tiba, mereka akan berpisah dan masing-masing berjualan secara mandiri. Selain berdagang, anak tersebut juga kadang terlihat mengemis. Situasi serupa juga pernah disaksikan penulis secara langsung, di mana seorang anak pedagang asongan hanya diantar oleh orang tuanya dengan sepeda motor ke lokasi berjualan, lalu ditinggalkan untuk berdagang sendiri. Berdasarkan pengalaman tersebut, penulis mulai mempertanyakan apakah keputusan anak-anak untuk menjadi pedagang asongan berasal dari kemauan pribadi, atau justru didorong oleh faktor lain yang menyebabkan mereka harus bekerja di usia dini.

Faktor utama yang menyebabkan tingginya angka pekerja anak adalah permasalahan ekonomi keluarga seperti kemiskinan, rendahnya tingkat pendidikan, urbanisasi, sosial budaya dan lainnya (Setiamandani, 2012). Orang tua yang seharusnya bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan hidup anak justru mengabaikan hak mereka, yang seharusnya bersekolah dan menikmati masa kanak-kanak seperti anak-anak lainnya. Fenomena ini sangat memprihatinkan, karena di usia yang masih belia, mereka harus bekerja tanpa mengenal waktu demi mencari penghasilan (Simbolon, 2019).

Berdasarkan Undang-Undang No. 35 Tahun 2014 yang merupakan perubahan dari Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, Pasal 1 menyatakan bahwa hak asasi manusia yang wajib dijamin, dilindungi, dan dipenuhi oleh orang tuanya, keluarga, masyarakat, negara, pemerintah serta pemerintahan daerah (JDIH BPK, 2014). Hak-hak tersebut mencakup hak untuk beribadah sesuai agamanya, kebebasan berpikir dan berekspresi, hak atas pendidikan dan pengajaran, serta hak untuk mendapatkan perlindungan, khususnya dari eksloitasi ekonomi dan seksual, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak (JDIH BPK, 2002). Sebagai individu, anak memiliki hak-hak yang harus dihormati, terutama dalam aspek pendidikan, kesehatan, serta perkembangan mental dan emosionalnya. Secara hakikat, anak adalah makhluk ciptaan Tuhan yang membutuhkan kasih sayang, perlindungan, serta lingkungan yang aman untuk tumbuh dan berkembang (Maghfira, 2016). Berdasarkan Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, anak didefinisikan sebagai seseorang yang belum mencapai usia 18 tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan (JDIH BPK, 2002).

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk memahami konstruksi makna pedagang asongan anak di Kabupaten

Karawang. Penelitian ini berfokus pada dua aspek utama, yaitu alasan anak terlibat dalam aktivitas berdagang asongan (because motive) serta tujuan yang ingin mereka capai melalui pekerjaan tersebut (*in order to motive*).

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana motif alasan (because to motive) dan motif untuk (in order to motive) anak menjadi pedagang asongan di Kabupaten Karawang? (2) Bagaimana makna pedagang asongan bagi anak pelaku pedagang asongan? (3) Bagaimana pengalaman komunikasi pedagang asongan anak dengan keluarga dan lingkungan sekitarnya?

## METODE

### *Jenis Penelitian*

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini berfokus pada fenomena yang tampak sebagai subjek penelitian dengan tetap menjaga objektivitas, bebas dari prasangka atau subjektivitas peneliti. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Fenomenologi Alfred Schutz, dimana penelitian bertujuan untuk mengungkap motif, makna, dan pengalaman komunikasi pedagang asongan anak di Kabupaten Karawang.

### *Waktu dan Tempat Penelitian*

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan terhitung sejak bulan Februari 2025 hingga Agustus 2025. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Karawang. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada kesesuaian dengan kebutuhan penelitian serta relevansi dengan topik yang dikaji, yaitu mengenai pedagang asongan anak di Kabupaten Karawang.

### *Target/Subjek Penelitian*

Teknik pemilihan informan yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan tujuan agar data yang diperoleh sesuai dengan realitas dan kebutuhan penelitian. Subjek penelitian yang dalam penelitian ini adalah seorang anak yang bekerja sebagai pedagang asongan di Kabupaten Karawang. Informan merupakan anak yang berjualan di Kabupaten Karawang, bersedia menjadi informan, dan berusia tidak lebih dari 18 tahun.

### *Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data*

Data yang digunakan berasal dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara, data sekunder berasal dari dokumen, literatur, atau data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara wawancara, observasi partisipasi aktif, dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur untuk menggali informasi lebih dalam dari informan penelitian.

### *Teknik Analisis Data*

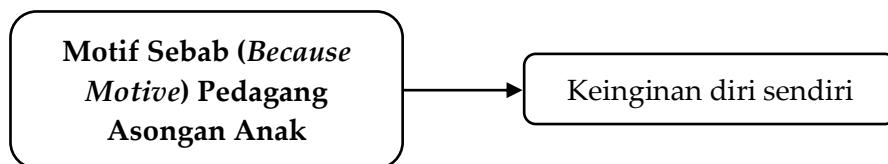
Teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh diidentifikasi atau dikelompokan dan mengeliminasi data yang tidak diperlukan, data dideskripsikan atau dijabarkan secara terstruktur dan sistematis, dan ditarik kesimpulannya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Motif Pedagang Asongan Anak

#### Motif Sebab (*Because Motive*)

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, terdapat motif yang menjadi sebab anak-anak menjadi pedagang asongan. Semua pedagang asongan anak yang menjadi informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa motif mereka menjadi pedagang asongan adalah karena keinginan diri sendiri. Motif keinginan diri sendiri berangkat dari pengalaman-pengalaman yang dimiliki masing-masing informan. Mereka melakukan pekerjaan dengan berdagang asongan secara suka rela tanpa paksaan.



**Gambar 1. Bagan Hasil Motif Sebab (Because Motive)**

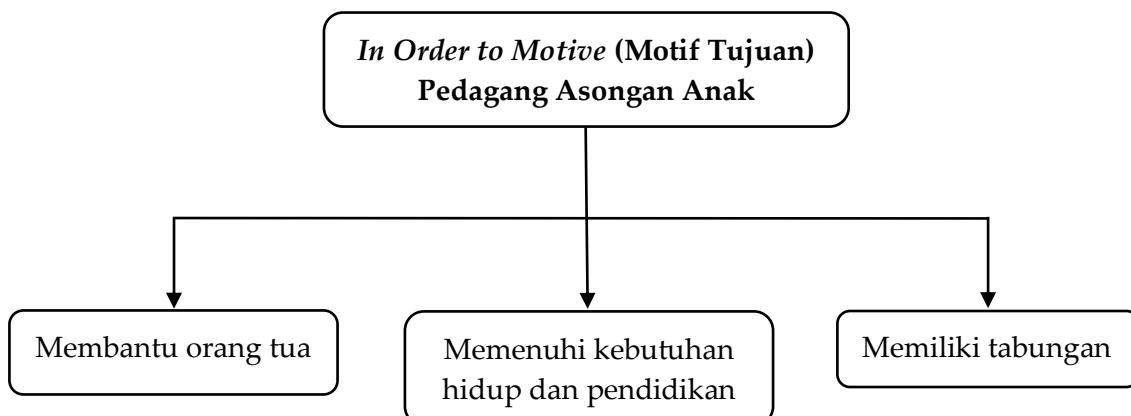
Sumber: Diolah peneliti

#### Motif Tujuan (*In Order to Motive*)

Motif tujuan pertama anak-anak menjadi pedagang asongan di Kabupaten Karawang adalah untuk membantu orang tua mereka. Tujuan untuk membantu orang tua di latar belakangi berbagai pengalaman yang dirasakan masing-masing anak sebagai pedagang asongan. Keinginan untuk membantu ini dirasakan oleh masing-masing pedagang asongan anak disebabkan oleh kondisi ekonomi yang kurang memadai, kondisi keluarga yang peran ayahnya digantikan oleh ibunya, dan hasrat untuk dapat memberi penghasilan kepada orang tua (Assingkily & Sit, 2020).

Motif tujuan kedua anak-anak menjadi pedagang asongan adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kebutuhan hidup yang dimaksud dalam hal ini adalah kebutuhan pokok hidup seperti sandang, pangan, dan papan. Selain itu, motif tujuan informan menjadi pedagang asongan untuk memenuhi kebutuhan pendidikan informan yang masih bersekolah dan menambah modal berjualan mereka. Kondisi ekonomi yang kurang baik, membuat informan memutuskan diri untuk berdagang asongan untuk mencapai tujuannya yaitu mendapatkan penghasilan agar bisa menyambung hidup.

Motif tujuan ketiga yaitu memiliki tabungan. Informan dalam penelitian ini menyampaikan bahwa dirinya bekerja sebagai pedagang asongan bukan karena paksaan dari siapa pun, kondisi ekonomi yang buruk, maupun kondisi keluarga yang tidak harmonis. Keinginan dirinya untuk memiliki tabungan di masa depan membuat dirinya memutuskan menjadi pedagang asongan.



**Gambar 2. Bagan Hasil Motif Tujuan (In Order to Motive)**

Sumber: Diolah peneliti

### *Makna Pedagang Asongan Anak*

Anak-anak yang menjadi pedagang asongan memaknai profesi mereka sebagai pedagang asongan. Menurut Schutz dalam (Rizky, 2022), makna berkaitan dengan bagaimana seseorang menentukan aspek apa yang penting dari kehidupan sosialnya. Teori fenomenologi memiliki tujuan untuk mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektifitas (Rizky, 2022). Menurut Sobur Alex (2020) dalam (Rizky, 2022), manusia tidak memaknai dirinya secara apa adanya, namun berdasarkan teori, refleksi filosofis tertentu, atau berdasarkan penafsiran yang diwarnai oleh kepentingan, situasi kehidupan, dan kebiasaan-kebiasaan manusia.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, terdapat beberapa makna pedagang asongan bagi anak-anak yang berprofesi sebagai pedagang asongan. Pertama, makna profesi pedagang asongan anak sebagai suatu kebanggaan. Makna kebanggaan ini dinyatakan oleh satu informan. Informan tersebut merasa bangga karena dirinya sudah bisa menghasilkan uang. Penghasilan yang ia dapatkan sudah bisa dibagikan kepada orang tuanya dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder.

Kedua, makna profesi pedagang asongan anak sebagai sumber kehidupan. Beberapa informan memaknai profesi pedagang asongan mereka sebagai sumber kehidupan. Kondisi ekonomi yang kurang memadai dan kondisi keluarga yang kurang baik menjadikan profesi mereka sebagai pegangan hidup mereka. Kehidupan informan yang menjadi pedagang asongan bisa menghasilkan uang yang bisa memberikan kehidupan bagi informan dan keluarganya.

Ketiga, makna profesi pedagang asongan anak sebagai hiburan. Hampir seluruh informan menyatakan bahwa dengan berdagang sebagai pedagang asongan, mereka bisa mendapatkan hiburan seperti bertemu teman-teman sesama pedagang asongan dan mengenal pedagang-pedagang lain seperti pemilik usaha angkringan. Adanya teman-teman sesama pedagang asongan, mereka dapat berjualan sambil bermain. Hal tersebut yang menjadi pengganti waktu mereka bermain dengan teman-teman lainnya seperti di sekolah dan rumah, serta menjadi penyemangat mereka dalam menjalani pekerjaannya setiap hari.



**Gambar 3. Bagan Makna Profesi Pedagang Asongan Anak**

Sumber: Diolah peneliti

#### *Pengalaman Komunikasi Pedagang Asongan Anak*

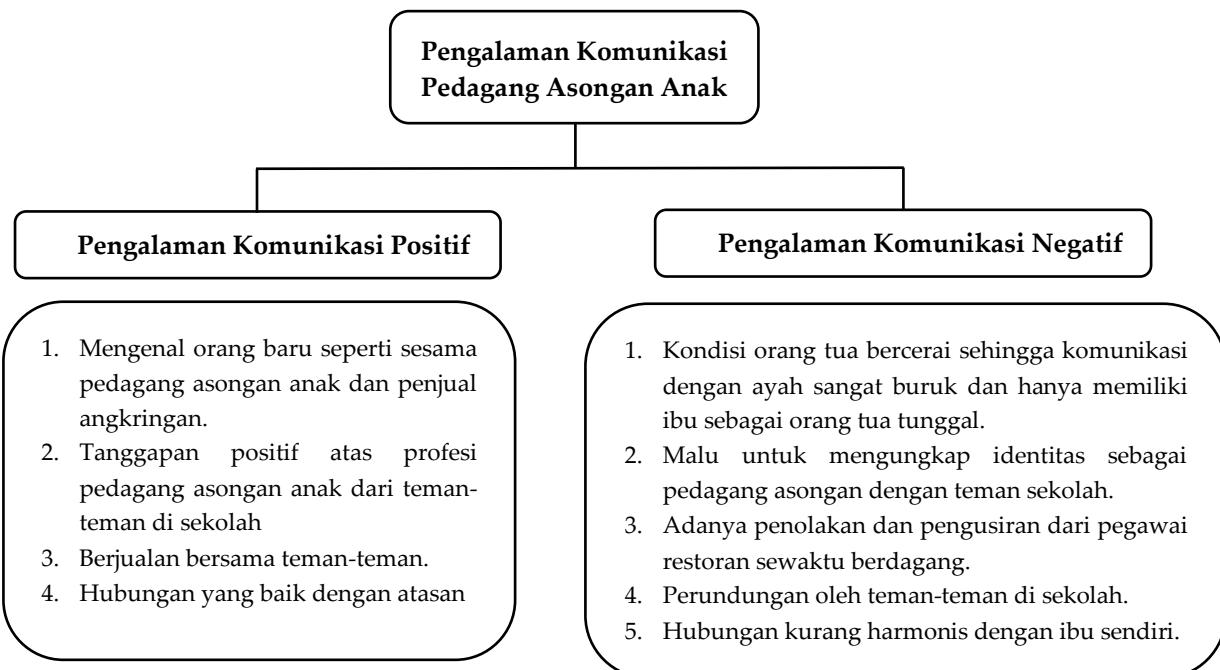
Pengalaman komunikasi yang dimiliki informan berpengaruh terhadap keputusan serta makna yang mereka rasakan dalam memilih menjadi pedagang asongan. Berdasarkan hasil wawancara, pengalaman komunikasi informan dapat dikategorikan ke dalam dua bentuk, yaitu pengalaman komunikasi positif dan negatif. Keduanya bergantung pada dengan siapa mereka berinteraksi.

Pengalaman komunikasi positif dialami oleh beberapa informan, seperti kesempatan untuk mengenal orang-orang baru, baik sesama pedagang asongan maupun penjual angkringan. Selain itu, informan juga kerap merasakan kebersamaan dengan teman sebaya ketika berjualan, pulang bersama setelah berdagang, menjalin hubungan baik dengan atasan, serta memperoleh penerimaan positif dari teman sekolah meskipun mereka berprofesi sebagai pedagang asongan.

Namun, pengalaman komunikasi negatif juga muncul dalam kehidupan para informan. Interaksi yang kurang menyenangkan terjadi dalam hubungan dengan keluarga, teman, maupun lingkungan sekitar tempat mereka bekerja. Pengalaman komunikasi negatif ini turut memengaruhi keputusan informan untuk tetap menjadi pedagang asongan, terutama yang berasal dari dinamika komunikasi dalam keluarga.

Dalam konteks keluarga, beberapa informan menghadapi situasi orang tua yang bercerai sehingga ibu harus berperan sebagai orang tua tunggal. Kedekatan dengan ibu pun terbatas karena anggapan bahwa ibu bersikap keras atau galak. Selain itu, larangan orang tua terhadap keinginan informan untuk merantau dan berdagang asongan turut menjadi bagian dari pengalaman komunikasi yang berdampak pada keputusan mereka.

Pengalaman komunikasi negatif dengan teman sebaya juga dialami informan, misalnya dijauhi, direndahkan karena tidak ditemani orang tua saat sekolah, merasa malu mengakui profesi mereka sebagai pedagang asongan, kurangnya sikap saling membantu saat berjualan, hingga terjadi pertengkaran ketika berdagang. Sementara itu, dalam lingkungan kerja, pengalaman komunikasi negatif muncul ketika informan menghadapi penolakan dan pengusiran dari pegawai restoran saat menawarkan dagangan.



**Gambar 4. Bagan Tipikasi Pengalaman Komunikasi Pedagang Asongan Anak**

Sumber: Diolah peneliti

## SIMPULAN

Anak-anak menjadi pedagang asongan memiliki motif yang terbagi menjadi dua yaitu motif yaitu motif sebab (*because motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Motif sebab (*because motive*) adalah karena keinginan diri sendiri dan motif tujuan (*in order to motive*) adalah untuk membantu orang tua, mencari uang untuk kebutuhan hidup, menambah modal jualan, dan memiliki tabungan. Makna pedagang asongan bagi anak-anak yang menjadi pedagang asongan anak adalah makna kebanggaan, makna sumber kehidupan, dan juga makna hiburan.

Terdapat pengalaman komunikasi positif dan negatif yang dialami oleh pedagang asongan. Pengalaman komunikasi terjadi antara anak dengan keluarga, teman sekolah, teman berjualan, dan orang-orang di sekitar lingkungan pekerjaan mereka. Pengalaman komunikasi negatif yang terjadi antara lain kondisi orang tua yang sudah bercerai sehingga buruknya komunikasi yang terjalin dengan salah satu orang tua mereka, penolakan atau pengusiran dari salah satu pegawai restoran ketika berjualan, menyembunyikan identitas asli sebagai pedagang asongan kepada teman di sekolah, perundungan oleh teman sekolah, dan hubungan kurang harmonis dengan ibu sendiri. Pengalaman komunikasi positif yang terjadi antara lain mengenal orang baru di sekitar lingkungan pekerjaan mereka, tanggapan positif dari teman di sekolah mengenai profesi pedagang asongan, hubungan baik dengan atasan, dan berjualan bersama teman-teman sesama pedagang asongan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assingkily, M. S., & Sit, M. (2020). Fenomena "Anak Badut" di Kota Medan. *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, 5(4), 141-148. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah/goldenage/article/view/2020.54-01>.
- BPS. (2023). Pekerja Anak di Indonesia 2022: Sebelum dan Semasa Pandemi COVID-19. BPS, 4(2), 129–136.
- JDIH BPK. (2002). Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak.
- JDIH BPK. (2014). Undang - Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38723/uu-no-35-tahun-2014>
- Maghfira, S. (2016). Kedudukan Anak Menurut Hukum Positif di Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 15(2), 213. [https://web.archive.org/web/20180415214544id\\_/http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/Juris/article/viewFile/501/506](https://web.archive.org/web/20180415214544id_/http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/Juris/article/viewFile/501/506)
- Nugraha, P. N., Wismayanti, K. W. D., & Wirantari, D. A. P. (2024). Program Pemberdayaan Masyarakat Dalam Rangka Peningkatan Pendidikan Non Formal (Studi Kasus Anak Pedagang Asongan di Kota Denpasar). *Komunikasi dan Media Pendidikan*, 2(1), 37–52.
- Rizky, F. F. (2022). Motif Penggunaan *Second Account* Instagram di Kalangan Mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (Studi Fenomenologi Alfred Schutz) (Issue 15 September 2022) [FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/64765>
- Setiamandani, E. D. (2012). Perlindungan Hukum Bagi Pekerja Anak dan Upaya Penanggulangannya. *Reformasi*, 2, 74–81. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/reformasi/article/view/22>
- Simbolon, N. D. (2019). Analisis Eksplorasi Anak di Bawah Umur. *7(2)*, 95–108.