

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi secara langsung. Pasar ada beberapa macam menurut jenisnya, yaitu Pasar modern dan pasar tradisional. Meskipun dalam kenyataannya sudah banyak pasar modern yang bermunculan ternyata tidak membawa dampak akan menghilangnya pasar tradisional, di tengah munculnya pasar modern, masih ada saja masyarakat yang berkunjung ke pasar tradisional. Dengan kata lain masih ada masyarakat yang berkenan untuk berbelanja di pasar tradisional. Hal ini terjadi karena di dalam pengelolaannya, pasar tradisional tidak hanya membutuhkan modal finansial dan modal manusia dalam perjalanan pasar tradisional, tapi pasar tradisional membutuhkan modal sosial.

Menurut Syahyuti (2008:36) dalam keadaan krisis yang terjadi, ekonomi yang berada di pasar tradisional menunjukkan ketahanannya, dalam keadaan krisis yang terjadi para pelaku kegiatan jual beli yang ada di pasar tradisional telah menemukan akar permasalahan tersebut, yaitu dengan cara memperkuat modal sosialnya. Pasar tradisional ternyata mempunyai kekuatan yang kuat untuk bertahan ketika situasi ekonomi makro tidak menentu keadaannya dan tidak terpuruk seperti halnya dengan keadaan kegiatan ekonomi yang berskala besar. Pasar telah berfungsi sebagai jaringan untuk penyelamat dan membantu dalam memberikan peluang yang besar bagi tenaga kerja supaya bisa bekerja untuk beberapa masyarakat (Kartono, 2017).

Dan pada intinya pasar tradisional dapat bertahan karena terjaganya modal sosial yang diterapkan oleh semua pelakunya. Perbaikan pasar, pembenahan fasilitas yang ada di pasar tradisional dan suntikan dana memang penting tapi modal sosial juga memang perlu penjagaan untuk tetap bertahan karena sesungguhnya kekuatan pasar tradisional berada pada modal sosial tersebut. Modal sosial dapat dibangun pada setiap individu yaitu dengan cara apabila individu satu dengan yang lainnya saling mempunyai kepercayaan yang menghasilkan suatu rasa komitmen pada mereka yang dapat dipertanggung jawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan. Modal sosial menunjuk pada jaringan sosial, norma sosial, dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat (Kartono, 2017).

Pedagang adalah pekerjaan yang membeli barang kemudian barang itu dijual kembali dengan mengharapkan keuntungan. Perdagangan adalah usaha melakukan penjualan kembali barang-barang baru atau lama tanpa mengalami perubahan teknis (Statistik kota Surabaya, 2007), sedangkan dalam kamus Bahasa Indonesia Perdagangan adalah (perihal mengenai perniagaan) (Sutami, 2005). Setiap pedagang memang harus memiliki hubungan sosial dengan beberapa pihak, karena dengan begitu pedagang mempunyai banyak jaringan untuk menawarkan barang dagangannya, dalam hal ini menjadi acuan untuk pedagang yang ada di pasar tradisional untuk lebih banyak berinteraksi dengan para konsumen bahkan juga bisa mempererat pertemanan dengan pedagang lainnya, dengan hal seperti ini bisa menambah relasi bagi setiap pedagang serta lebih berkompetitif dengan sewajarnya dan sehat.

Sudah banyak penelitian yang dilakukan tentang pasar tapi penelitian tersebut hanya berhubungan dengan "strategi pembangunannya,

perbandingan antara pasar tradisional dengan pasar modern, harga barang yang ada di pasar, transmisi harga dan lain-lainnya” bukan pada manusia atau pedagang yang memiliki peran penting dalam terjadinya kegiatan dalam pasar atau yang disebut dengan pelaku dalam kegiatan pasar tersebut. Manusia yang menjadi penggerak aktivitas dalam kegiatan pasar perlu juga untuk diperhatikan atau perlu jadi bahan objek penelitian, lebih khususnya adalah para pedagang, pembeli, kuli angkut di pasar, sopir, pegawai pasar dan lain-lain.

Sebagaimana relasi sosial (*relasi antara manusia*) pada umumnya, yang hampir selalu melibatkan modal sosial (*social capital*), bahwa pada pelaku pedagang di pasar itu juga penting. Schiff (2000) menyebutkan bahwa pada era modern seperti ini perlu suatu modal sosial jika ingin melakukan perdagangan bebas (*free trade*) dan migrasi bebas (*free migration*), dimana keduanya itu harus memerlukan modal sosial. Sama halnya dengan itu, Brata (2004) mengatakan bahwa belakangan ini modal sosial merupakan isu menarik yang banyak dibicarakan dan dikaji. Dalam laporan tahunannya yang berjudul *Entering the 21st Century*, misalnya, Bank Dunia mengungkapkan bahwa modal sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap proses-proses pembangunan (World Bank, 2000). Kegiatan pembangunan akan lebih mudah dicapai dan biayanya akan lebih kecil jika terdapat modal sosial yang besar (Narayan dan Pritchett, 1997; Grooteart dan Van Bastalaer, 2001).

Menurut Tonkins (2000), modal sosial bisa dikatakan bernilai ekonomis apabila sudah dapat membantu para setiap individu atau kelompok untuk meningkatkan perekonomiannya misalnya untuk mempermudah atau membantu mendapatkan sumber-sumber pendapatan, mendapatkan informasi untuk memperbanyak jaringan, menemukan pekerjaan, merintis usaha, dan

meminimalkan biaya transaksi. Pada kenyataannya jaringan sosial, sebagai bagian dari modal sosial, tidaklah cukup karena belum mampu menciptakan modal fisik dan modal finansial yang juga dibutuhkan (Syahyuti, 2008).

Pasar selama ini sudah menyatu dalam kehidupan masyarakat dan menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, bagi masyarakat yang sudah lama bergelut dalam kegiatan yang ada di pasar atau yang sudah lama berdagang di pasar sudah menganggap bahwa pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli tetapi pasar juga menjadi tempat berinteraksi sosial antara para pedagang dan pembeli yang sudah menjadi langganan dan pembeli lainnya.

Modal sosial memang perlu diterapkan oleh para pedagang yang ada di pasar tradisional dimana semua pedagang harus mencari jaringan untuk meningkatkan perdagangannya. Dalam pasar memang ada sebuah persaingan namun dalam persaingan tersebut lebih mengedepankan sosialnya, yaitu dimana antar pedagang juga bisa membantu pedagang lainnya untuk memasarkan barang dagangannya, jadi biasanya kalau pedagang di pasar tradisional itu persaingan tidak terlalu ketat atau tidak saling menjatuhkan dan merugikan antar pedagang, dan hal seperti tidak akan menyebabkan suatu permusuhan antar pedagang.

Di Kabupaten Bangkalan salah satu pasar tradisional yang cukup besar yaitu Pasar Tanah merah, Pasar Tanah merah dibagi menjadi dua wilayah, yaitu pasar *bhine'* (pasar perempuan) dan pasar *lake'* (pasar laki-laki). Pasar *bhine'* ini di fungsikan untuk berjualan ikan, buah-buahan, sayur-sayuran, perabotan rumah tangga dan lain-lainnya, namun meskipun dinamakan pasar *bhine'* (perempuan) pasar ini diberlakukan untuk umum tidak memilih perempuan atau

laki-laki tapi mayoritas pedagang di pasar *bhine'* adalah perempuan. Beberapa ciri pokok ekonomi tradisional adalah informal, kecil-kecilan dan melibatkan perempuan seperti yang diungkapkan oleh Busse (2001), dalam hidup keseharian, modal sosial atau hubungan antar masyarakat adalah bentuk strategi yang bagus untuk memecahkan persoalan dalam perekonomian. Dimana disaat pekerjaan dimiliki tidak mampu memenuhi kebutuhan hidupnya maka perlu suatu pekerjaan yang lain atau sampingan dimana sangat ditentukan oleh modal sosial yang dimiliki, yaitu keanggotaan dan jaringan sosial masyarakat (Syahyuti, 2008).

Kalau pasar *lake'* (laki-laki) hanya bisa aktif pada hari tertentu saja yaitu pada hari Sabtu. Pada hari sabtu, biasanya keadaan pasar tanah merah sangat ramai dan seringkali dijadikan hiburan oleh masyarakat, meskipun tidak ada yang diperjual belikan mereka hanya datang untuk cuci mata saja, di pasar *lake'* ini dijadikan untuk penjualan hewan-hewan peliharaan seperti, sapi dan kambing. Bahkan karena terlalu banyaknya penjual hewan yang datang ke Pasar Tanah Merah, transaksi dan tawar menawar bisa dilakukan disisi jalan tanpa harus masuk ke dalam pasar dan hal ini juga menjadi penyebab kemacetan yang sangat parah di jalan Tanah Merah. Di pasar *lake'* ini bukan hanya menjadi tempat perdagangan hewan tetapi juga jadi tempat perdagangan baju, alat pertanian, dan menjual aksesoris lainnya, di pasar *lake'* ini mayoritas pedagangnya adalah para laki-laki dan para pembelinya pun kebanyakan yang laki-laki.

Pasar Tanah merah adalah Pasar yang memiliki jumlah yang paling banyak kedua dalam peretribusian antar pasar tradisional setelah Pasar Tradisional KI Lemah Duwur yang ada di Bangkalan Kota.

Tabel 1.1
Jumlah Retribusi Pasar Di Kabupaten Bangkalan

Retribusi pasar	Tahun		
	2016	2017	2018
TANAH MERAH	828.668.000	820.707.000	836.434.000
BLEGA	457.657.000	451.371.000	458.978.000
SEPULU	266.321.000	297.040.000	297.195.000
KI LEMAH DUWUR	940.211.000	959.448.000	975.386.000
KEDUNG DUNG	217.530.000	230.512.000	232.521.000
KWANYAR	202.313.000	216.682.000	242.294.000
TANJUNG BUMI	208.128.000	189.150.000	195.953.000
AROSBAYA	221.519.000	198.501.000	191.143.000
DURJAN	133.217.000	125.841.000	127.975.000
LANGKAP	147.021.000	141.275.000	143.403.000
GALIS	86.281.000	77.393.000	-
LABANG	104.078.000	107.542.000	108.768.000
KLAMPIS	109.841.000	115.331.000	118.663.000
DUPOK	92.595.000	89.430.000	91.135.000
PATEMON	69.632.000	75.319.000	79.721.000
SOCAL	87.008.000	89.135.000	96.966.000
KAMAL	91.039.000	90.399.000	93.434.000
DUWEK BUTER	60.317.000	61.581.000	62.571.000
MODUNG	62.377.000	67.275.000	65.784.000
BANCARAN	53.091.000	54.164.000	54.335.000
SENINAN	37.362.000	38.228.000	40.993.000
CAMPOR	37.607.000	38.395.000	41.586.000
SUKOLILO	41.814.000	43.219.000	44.999.000
LOMAER	44.264.000	34.120.000	35.277.000
TONAAN	33.052.000	36.137.000	35.156.000
TRAGAH	30.013.000	28.781.000	29.366.000
KOMBANGAN	22.184.000	22.591.000	22.677.000
JADDIH	20.214.000	22.035.000	20.883.000
BARU KENCUR	8.950.000	9.255.000	9.457.000

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Bangkalan, 2018

Dari hasil data diatas menunjukkan bahwa jumlah retribusi pasar tradisional yang paling besar adalah pasar Ki Lemah Duwur yang terletak pada Bangkalan kota. Sedangkan untuk Pasar Tanah Merah berada pada posisi

kedua dalam penretribusi pasar tradisional yang berada di kabupaten Bangkalan.

Sedengakan Pasar Tanah Merah mempunyai peningkatan setiap tahunnya dalam penretribusiannya kecuali mengalami penurunan pada tahun 2017 yang berada pada angka 820.707.000 yang sebelumnya pada tahun 2016 berada pada angka 828.668.000.

Tabel 1.2
Jumlah Retribusi Pasar Tanah Merah Dari Tahun 2014-2018

No	Tahun	Jumlah Retribusi
1.	2014	786.890.000
2.	2015	803.611.000
3.	2016	828.668.000
4.	2017	820.707.000
5.	2018	836.434.000

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Bangkalan, 2018

Fokus dari penelitian ini adalah pedagang ikan yang ada di Pasar Tanah merah, maka dari itu ada beberapa hal yang perlu di kaji tentang kegiatan para pedagang ikan yang ada di Pasar Tanah merah, yaitu hubungan sosial antara pedagang dengan pedagang, antara pedagang dengan pemasok ikan serta antara pedangan dengan pembeli karena dalam menjalankan usaha kecil memang perlu adanya modal sosial supaya lebih mudah untuk mendapatkan sebuah informasi yang memberikan suatu pemahaman atau pengetahuan yang dimiliki bersama yang akan membentuk suatu komunitas dengan tujuan melakukan hal-hal yang produktif.

Pedagang ikan yang ada di Pasar Tanah Merah mayoritas berlatar belakang ikatan keluarga dan berasal dari satu desa atau daerah. Maka dari itu

pedagang awalnya diajak atau mempunyai ketertarikan untuk berdagang di pasar, pedagang yang baru diberikan sebuah pengetahuan tentang bagaimana berdagang yang benar dan cara atau strategi berdagang yang baik, oleh sebab itu pedagang ikan dengan pedagang ikan lainnya memiliki kedekatan dan memiliki hubungan emosional yang besar. Maka dari itu pedagang ikan dengan pedagang ikan lainnya saling membantu jika mengalami sebuah kesusahan

Menurut Fukuyama bahwa bahwa orang-orang yang melakukan usaha dan dilakukan dengan cara bekerja sama menurut serangkaian aturan atau norma, maka berbisnis hanya menggunakan sedikit biaya. Karena dengan adanya kerjasama tersebut otomatis juga akan muncul sebuah sikap kepercayaan antar sesama dan kemungkinan besar akan munculnya hubungan sosial yang lebih luas, inilah kekuatan dari modal sosial.

Kedekatan pedagang dengan pedagang lainnya akan menyebabkan sebuah keharmonisan yang terjalin antar pedagang lainnya, keharmonisan atau kerukunan pedagang ikan dengan pedagang ikan, bentuk dari kerukunan tersebut pedagang ikan bisa saling membantu dalam permodalan semisal dengan memberikan pinjaman uang kepada pedagang yang membutuhkannya. Dengan begitu ikatan emosional yang dimiliki pedagang ikan semakin kuat dan akan berfikir dua kali untuk melakukan perbuatan yang menyebabkan sebuah ikatan sosial terputus.

Bentuk dari kerukunan antar pedagang juga terjadi dengan adanya sebuah kegiatan arisan yang didirikan oleh pedagang ikan itu sendiri, arisan tersebut sistemnya mengumpulkan uang pada salah satu pedagang ikan kemudian akan diambil pada waktu yang ditentukan, hasil pengumpulan uang tersebut juga bisa membantu dalam kebutuhan pedagang ikan. Arisan dibentuk

untuk meningkatkan rasa kekeluargaan antar pedagang, mempererat hubungan persaudaraan, memperluas jaringan, mempermudah untuk mendapatkan modal usaha yang didapatkan dari hasil arisan pedagang ikan, jadi kegiatan peguyuban ini menghasilkan keuntungan untuk para pedagang ikan di Pasar Tanah Merah.

Beberapa pedagang sudah mempunyai pelanggan tertentu untuk membeli ikan dagangannya, dengan adanya pelanggan tersebut pedagang lebih mudah untuk memasarkan ikan dagangannya, kemudahan itu karena pelanggan melakukan pembelian setiap hari dan sudah menetap pada pedagang yang sudah menjadi pelanggannya. Dengan adanya hubungan seperti pedagang dan pelanggan pasti memiliki keuntungan yang akan diterima oleh keduanya, sebab kedua belah pihak dalam menjalankan transaksi perdagangan tidak akan melakukan sebuah ikatan atau perjanjian jika tidak menghasilkan keuntungan. karena bertumbuhnya sikap kepercayaan pada seseorang yakni dengan cara merelakan atau mengorbankan sesuatu yang dimiliki (Usman, 2018:13)

Untuk mendapatkan ikan dagangan, pedagang membutuhkan relasi dengan pemasok ikan yang baik, maka dari itu pedagang juga perlu mempunyai sikap kepercayaan dengan pemasok. Dalam menjalankan perdagangan jaringan sosial memang diperlukan, sebab jaringan sosial yang luas akan membantu kita untuk mempermudah kita dalam menjalankan usahanya, sebab dengan jaringan sosial akan memberikan sebuah informasi terhadap pedagang untuk mendapatkan barang yang berkualitas atau mendapatkan pelanggan, untuk memiliki jaringan sosial memang memerlukan sebuah proses yang panjang, yaitu dengan mengorbankan waktu dan usaha. Pada awalnya pedagang ikan yang ada di Pasar Tanah Merah untuk mendapatkan pemasok pergi langsung atau mencari sampai keluar daeraha Bangkalan, yaitu Sampang

dan Sumenep sebab di daerah kabupaten Bangkalan Masih kurang stok ikan untuk

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis akan mengkaji dan mencari tahu secara lebih mendalam, bagaimana keberadaan modal sosial dalam aktivitas perdagangan ikan di Pasar Tanah merah.

1.2 Rumusan Masalah

Dari batasan masalah tersebut, dapat dilihat permasalahan yang akan muncul dan dapat dijelaskan dalam penulisan ini. Penulis akan merumuskan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana interaksi antar penjual ikan, penjual ikan dengan pembeli ikan dalam aktivitas perdagangan ikan di Pasar Tanah Merah ?
2. Bagaimana keberadaan modal sosial antar penjual ikan, penjual ikan dengan pembeli ikan dalam aktivitas perdagangan ikan di Pasar Tanah Merah ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui interaksi antar penjual ikan dan interaksi antara penjual dan pembeli ikan di Pasar Tanah Merah.
2. Untuk mengetahui keberadaan modal sosial antara pedagang ikan dengan pedagang ikan di Pasar Tanah Merah.
3. Untuk mengetahui keberadaan modal sosial antara pedagang ikan dengan pembeli ikan di Pasar Tanah Merah.

1.4 Manfaat Penelitian

penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah manfaat bagi para pembaca, baik secara praktis maupun teoritis.

1.4.1. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan kebijakan instansi yang terkait mengenai peranan modal sosial dalam perkembangan usaha kecil di pasar tradisional.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman bagi masyarakat yang akan atau yang sudah berdagang di pasar tradisional
3. Penelitian ini bisa memberikan informasi dan pengetahuan bagi yang ingin mengembangkan teori tentang peran modal sosial.

1.4.2. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi peneliti lainnya yang ingin meneliti masalah terkait.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi kajian ilmiah bagi para akademik.
3. Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan ilmu pengetahuan bagi sektor ekonomi khususnya terkait dengan pajak yang dikenakan oleh masyarakat.