

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di Kabupaten Bangkalan, Madura. Pasar ini menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat sekitar, berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari tersedia dengan harga yang terjangkau (Wison, 2013). Selain itu, pasar ini juga menjadi tempat bertemunya pedagang dan pembeli dari berbagai daerah, menjadikannya pusat interaksi sosial yang sangat penting. Keberadaan pasar ini telah lama menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Bangkalan, dengan suasana yang khas dan penuh kehangatan. Pasar Syaikhona Kholil tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli, tetapi juga sebagai ruang publik adanya nilai-nilai sosial dan budaya lokal terjaga dan berkembang. Di sini, para pedagang dan pembeli saling mengenal satu sama lain, menciptakan ikatan sosial yang kuat dan solidaritas di antara mereka.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan terdapat data mata pencaharian masyarakat Desa Martajasah sebanyak 35% sebagai pemilik usaha, 7% sebagai nelayan, 5% sebagai petani, 2% sebagai montir, 2% sebagai tukang batu, 9% sebagai tukang kayu, 2% sebagai tukang sumur, 2% sebagai tukang jahit, 1% sebagai tukang kue, 5% sebagai buruh dagang, 11% sebagai pegawai negeri sipil, 7% sebagai guru swasta, 6% sebagai buruh jasa transportasi dan perhubungan (Abusiri, 2022). Dari data tersebut, terlihat bahwa sektor wirausaha dan perdagangan memegang peran penting dalam ekonomi masyarakat Desa Martajasah, dengan pemilik usaha dan buruh dagang bersama-sama mencakup 40% dari total mata pencaharian. Tingginya persentase masyarakat yang terlibat dalam usaha perdagangan menandakan bahwa interaksi sosial dalam aktivitas ekonomi sehari-hari sangat penting. Hal ini selaras dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti di Pasar Syaikhona Kholil.

Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari pasar-pasar tradisional lainnya. Salah satu keunikan utama adalah kehadiran pedagang perempuan yang menjual oleh-oleh khas Madura,

seperti terasi, petis, dan aneka makanan ringan tradisional. Para pedagang ini tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga menjaga tradisi kuliner lokal agar tetap hidup di tengah arus modernisasi. Selain itu, suasana pasar yang ramah dan kekeluargaan membuat para pembeli merasa nyaman dan betah berbelanja. Interaksi yang terjadi di pasar ini sering kali dilandasi oleh rasa saling percaya dan keterbukaan antara pedagang dan konsumen. Keunikan lain adalah adanya ritual-ritual tertentu yang dilakukan pada waktu-waktu tertentu, seperti tradisi selamatan pasar, yang menambah nilai budaya dan spiritual dari pasar ini (Kristina Yanuarti, 2022).

Karakter para pedagang di Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan sering kali masih dipengaruhi oleh pandangan tradisional mengenai status sosial dan hubungan kekerabatan. Pedagang cenderung lebih memperhatikan status sosial pembeli dalam berinteraksi dan memberikan pelayanan, sehingga hubungan sosial seringkali mempengaruhi proses jual beli. Para pedagang juga lebih memprioritaskan dan memberikan perlakuan khusus kepada pembeli yang masih memiliki hubungan kekerabatan atau berasal dari kalangan sosial yang sama. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep modal sosial yang dikemukakan oleh Fukuyama, kepercayaan dan jaringan sosial menjadi modal yang penting dalam membangun interaksi sosial dan ekonomi. Modal sosial ini memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih erat dan saling menguntungkan di antara para pedagang dan pembeli, meskipun terkadang dapat menimbulkan kesenjangan pelayanan berdasarkan status sosial (Sudarmono, 2021). Dengan demikian, implementasi *trust* sebagai modal sosial di Pasar Syaikhona Kholil dapat dilihat sebagai faktor penting dalam membentuk dinamika sosial dan ekonomi di pasar tersebut. Kepercayaan menjadi kunci utama dalam menjaga kelangsungan interaksi dan transaksi, serta menciptakan lingkungan pasar yang harmonis dan berkelanjutan. Pedagang cenderung memberikan pelayanan yang lebih baik dan harga yang lebih rendah kepada pembeli yang memiliki status sosial tinggi atau yang memiliki hubungan sosial yang erat dengan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan penghormatan dalam transaksi tidak hanya didasarkan

pada nilai ekonomi semata, tetapi juga pada faktor sosial dan kultural. (Alfitri, 2023).

Menurut Fukuyama, kepercayaan (*trust*) adalah komponen fundamental dalam pembangunan sosial dan ekonomi. Tingkat kepercayaan yang tinggi dalam masyarakat dapat mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi ekonomi. Namun, di Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan, permasalahan kepercayaan masih menjadi tantangan. Pedagang yang memilih bertransaksi berdasarkan hubungan sosial dan status sosial pembeli menciptakan ketidakadilan dan potensi konflik. Pembeli yang merasa diperlakukan tidak adil mungkin akan kehilangan kepercayaan terhadap pedagang, yang dapat berdampak negatif pada dinamika pasar secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi pedagang untuk membangun kepercayaan yang lebih inklusif dan adil dengan semua pembeli, tanpa memandang status sosial, untuk meningkatkan kesehatan ekonomi dan sosial pasar tersebut

Trust (kepercayaan) sebagai modal sosial dalam penelitian ini sangat penting karena kepercayaan merupakan elemen mendasar yang mempengaruhi interaksi dan hubungan di Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan. Kepercayaan menonjol sebagai faktor yang menggerakkan banyak aspek kehidupan pasar, dari proses jual beli hingga hubungan interpersonal antara pedagang dan konsumen. Teori modal sosial dari Fukuyama menekankan bahwa kepercayaan adalah jalinan yang menyatukan komunitas, memungkinkan kerjasama dan efisiensi dalam transaksi (Syahra, 2003). Namun, di pasar ini, permasalahan muncul ketika kepercayaan tersebut diberikan secara selektif berdasarkan status sosial dan hubungan kekerabatan, yang dapat mengakibatkan diskriminasi dan ketidakadilan. Dengan fokus pada topik kepercayaan, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan mengenai modal sosial ini dapat dimanfaatkan secara lebih efektif dan inklusif. Memahami dinamika kepercayaan di Pasar Syaikhona Kholil tidak hanya membantu mengatasi permasalahan ketidakadilan, tetapi juga dapat memberikan pandangan yang lebih luas tentang bagaimana modal sosial dapat diperkuat untuk mendukung perkembangan ekonomi dan sosial yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan demikian, studi ini tidak hanya relevan untuk konteks

lokal pasar, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi teori modal sosial secara umum.

Kondisi tersebut berdasarkan hasil observasi di kawasan Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan yang berada di Desa Martajasah Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan oleh sebab itu, peneliti mengambil judul “Implementasi *Trust* (Kepercayaan) Sebagai Modal Sosial (Studi Kasus Pada Perempuan Pedagang Oleh-Oleh Khas Madura Dan Konsumen Di Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan”. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dalam interaksi pedagang dan konsumen serta peran modal sosial dalam membangun kepercayaan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, dapat diperoleh rumusan masalah, yaitu

1. Bagaimana implementasi *trust* (kepercayaan) sebagai modal sosial pada perempuan pedagang oleh-oleh khas Madura dan konsumen di pasar Syaikhona Kholil Bangkalan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dalam interaksi pedagang dan konsumen serta peran modal sosial dalam membangun kepercayaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan bahan acuan referensi dalam penelitian yang sejenis
2. Mampu menjadi suatu pembelajaran mengenai penerapan modal sosial pedagang oleh-oleh khas Madura dan konsumen di Pasar Syaikhona Kholil Bangkalan.
3. Menambah wawasan pengetahuan dalam bidang sosial khususnya sosiologi

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti : menambah pengetahuan dan pengalaman penelitian dalam menerapkan pengetahuan terhadap masalah yang diketahui
2. bagi pembaca : dapat mengetahui masalah yang terjadi pada masyarakat yang mana pelayanan yang dilakukan oleh pedagag oleh-oleh pada pembeli