

MODAL SOSIAL DAN KEBERLANGSUNGAN USAHA PEDAGANG SAYURAN DI PASAR BERSEHATI MANADO

Oleh
Nurhadiyono¹

Antonius Purwanto²

Selvie M. Tumengkol³

ABSTRACT

As a community economic institution, the market is an expression of social relations. This is due to economic activity being an integral part of social life. The traditional market is still a trading center for basic materials and is the main goal in marketing the produce of agricultural, livestock, and fisheries. In this case the traditional market is functioning closer to the distance between consumers and producers to meet the needs of life. Bersehati Market is one of the largest markets in Manado city, where the traditional market operates 24 hours nonstop and daily activities without holidays.

Vegetables are a fast-damaged commodity that requires special handling, that is to require vegetable traders to distribute to consumers faster so that the marketing path is as short as possible, knowing the nature of Vegetable traders need a network as a bond between each other. The availability of network in vegetable traders in the Bersehati market is a top priority to gain access to marketing, distribution and information on the availability of goods.

Social networks that grow in a community of vegetable traders are very likely to contribute significantly in supporting the fluency activity in vegetable trading. Social networking plays an important role in distributing and marketing goods in the markets of Bersehati.

This research is a study using a qualitatively descriptive approach. Where the research seeks to provide descriptive descriptions or descriptions, of a systematic and actual collection of objects examined in the facts.

Good relations, avoiding forms of deviations against social norms that apply in trade so as to create a sense of social solidarity. The economic actions performed both are related to the sustainability of the capital, marketing tends to be colored with social relationships in relation to the network.

Keywords: social capital, vegetable trader, marketing

¹ Mahasiswa Sosiologi Fispol Unsrat

² Pembimbing I KTIS

³ Pembimbing II KTIS

PENDAHULUAN

Ciri pada masyarakat yang sederhana memiliki mata pencaharian yang homogen dan tidak terdapat saling ketergantungan antar individu yang berbeda karena masing-masing individu dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, Tahap selanjutnya menghadapkan manusia pada kenyataan bahwa apa yang diproduksi sendiri tidak cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk mencapai kebutuhan hidupnya maka sangat penting adanya tukar-menukar barang yang dimiliki dengan barang yang dikehendaki. Seperti antara petani dan nelayan dengan menukarkan hasil produksinya masing-masing. Ahmad, (1998: 12)

Pada awalnya pertukaran dapat berlangsung di sembarang tempat. Lambat laun terjadilah kesepakatan untuk menentukan suatu lokasi untuk melakukan barter, dalam perkembangannya transaksi dilakukan dengan menggunakan mata uang, dan terbentuklah sebuah pasar. Aspers (dalam Damsar Indriyani, 2018: 135) Menemukan dua tipe ideal pembuatan pasar, yaitu pembuatan pasar spontan dan

pembuatan pasar terorganisasi. Pembuatan pasar spontan merupakan pasar yang dibuat oleh manusia secara spontan dan pasar jenis ini biasanya dalam melakukan transaksi banyak pada pasar mingguan di pedesaan. Sedang pasar terorganisasi dipahami sebagai suatu proses di mana para aktor datang bersama baik langsung maupun tidak langsung.

Sebagai lembaga ekonomi masyarakat, pasar merupakan ekspresi dari hubungan-hubungan sosial. Hal ini disebabkan aktivitas ekonomi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sosial. Selain untuk memenuhi kebutuhan, pasar tradisional juga merupakan aspek penting dalam perekonomian masyarakat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah orang yang mencari mata pencaharian di pasar tradisional seperti petani lokal yang mempunyai perkebunan dan pertanian bisa menjual hasil buminya secara langsung. Pasar tradisional juga masih menjadi pusat perdagangan bahan-bahan kebutuhan pokok serta menjadi tujuan utama dalam memasarkan

hasil produksi pertanian, peternakan, dan perikanan.

Dalam kaitan ini pasar tradisional berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dengan produsen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Pasar tradisional yang ada di Kota Manado adalah salah satu kunci perekonomian dalam kehidupan perkotaan masyarakat Manado. Dan saat ini Manado memiliki lima pasar tradisional yang tersebar di lima kelurahan, yakni Pasar Bersehati Manado yang terletak di Kelurahan Calaca, Pasar Tuminting yang terletak di Kelurahan Tuminting, Pasar 66 Bahu yang terletak di kelurahan Bahu, pasar Pinasungkulan Ranotana terletak di Kelurahan Karombasan, Pasar Orde Baru Paal Dua yang terletak di Jalan Yos Sudarso Kelurahan Paal Dua.

Pasar tradisional Bersehati Manado adalah pasar tradisional yang sudah berdiri sejak tahun 1973 yang terletak di Kelurahan Calaca, Kecamatan Wenang Kota Manado. Pasar Bersehati merupakan salah satu pasar yang terbesar di Kota Manado, di mana pasar tradisional ini beroperasi 24 jam tanpa henti dan beraktivitas

setiap hari tanpa libur. Pasar Bersehati mempunyai tempat yang sangat luas dengan ratusan penjual yang menjual beraneka ragam kebutuhan bahan pokok. Pasar Bersehati mempunyai fasilitas bongkar muat yang memadai sehingga menjadi pusat pendistribusian komoditas hasil pertanian dari daerah kabupaten dan kota di Sulawesi Utara serta Nasional.

Di pasar Bersehati terdapat berbagai macam pedagang yang menjual berbagai macam komoditas hasil pertanian, salah satunya yaitu sayur-mayur berupa, cabai, tomat, kangkung, kubis sawi, serta buah-buahan dan masih banyak jenis lainnya. Dalam menjaga kelangsungan usaha berdagang sayuran diperlukan kerja sama dan membentuk jaringan antar aktor pasar, karena pedagang ini memperoleh sayuran dari berbagai produsen, seperti memperoleh sayuran langsung dari petani, atau dari pedagang satu ke pedagang lain. Untuk mencapai tujuan memenuhi permintaan pasar, para aktor pasar Bersehati sampai saat ini memperoleh pasokan dagangan dari desa-desa yang berada di

Sulawesi Utara bahkan berasal dari luar daerah. Salah satu desa di Sulawesi Utara yang menjadi pemasok sayuran di Pasar Bersehati adalah desa Modoinding. Sebagai penghasil utama kebutuhan sayur mayur, daerah Modoinding, Minahasa Selatan layak mendapat julukan dapur Indonesia timur, karena hampir 70% kebutuhan sayuran di Sulawesi Utara disuplai dari pegunungan Modoinding.

Keberadaan aktor pasar di pasar Bersehati sangat penting bukan hanya untuk kelancaran distribusi tapi juga dalam pemasaran barang. Di dalam pasar tradisional banyak aktor yang memiliki arti penting dalam mempertahankan eksistensi kesediaan barang dan jasa. (Indriyani, Damsar 2018).

Sayur-mayur merupakan komoditas yang cepat rusak sehingga diperlukan perlakuan atau penanganan khusus, artinya, mengharuskan pedagang sayuran untuk mendistribusikan ke konsumen secara lebih cepat sehingga di perlukan jalur pemasaran sesingkat mungkin, Dengan mengetahui sifat sayur-mayur Pedagang membutuhkan suatu jaringan sebagai ikatan

antara satu sama lain. Ketersediaan jaringan dalam ruang lingkup pedagang sayuran di pasar Bersehati menjadi prioritas utama untuk mendapatkan akses pemasaran, distribusi dan informasi mengenai ketersediaan barang. Menurut Elia (2016) kebanyakan produsen tidak menjual barang-barang secara langsung kepada konsumen. Jaringan merupakan tempat pasar bertransaksi yang menggunakan metode berjenjang, disebut pemasaran berantai atau penjualan piramida. Pedagang besar menyalurkan dagangannya kebanyakan pengecer, serta pengecer menyalurkan dagangannya ke tingkat konsumen. Faktor pendukung transaksi jaringan pada pedagang sayuran di pasar Bersehati dipengaruhi oleh dua aktor, oleh karena itu sistem jaringan sangat diperlukan dalam bertransaksi antar pedagang besar/pemasok dan pedagang kecil/pengecer

Adanya jaringan tersebut juga memudahkan mobilitas pedagang untuk kelangsungan usaha perdagangannya dan menggerakkan sumber daya dalam bentuk finansial atau informasi.

Dalam dunia perdagangan banyak permasalahan-permasalahan yang terus-menerus perlu dicermati dan diantisipasi serta dicari jalan keluarnya terutama permasalahan permodalan, persaingan, kelangkaan barang, daya beli yang tidak stabil serta kondisi pasar yang tidak menentu. Ketersediaan jaringan dalam ruang lingkup pedagang sayuran di pasar Bersehati memudahkan mobilitas kelangsungan usahanya. Dalam usaha pedagang sayuran tidak bisa lepas dari keberadaan jaringan, jaringan memberikan dasar antar kohesi karena mendorong kelancaran dalam pendistribusian.

Dengan demikian peran jaringan sosial yang tumbuh dalam komunitas pedagang sayuran sangat mungkin memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung aktivitas kelancaran dalam perdagangan sayur-mayur. Jaringan sosial memainkan peranan penting dalam pendistribusian dan pemasaran barang dalam pasar Bersehati. Adanya jaringan yang memberikan kepercayaan membuat mereka bersedia menghasilkan komitmen yang dapat dipertanggung jawabkan

untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan, sehingga pedagang dapat memaksimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang, dan memperkecil ancaman yang akan dihadapi.

Hal inilah yang menurut peneliti menjadi alasan sebagai suatu pentingnya relasi, modal sosial maupun jaringan antar individu atau kelompok tertentu dalam kaitannya dengan pedagang sayuran di pasar Bersehati, penting untuk dikaji sebagai usaha untuk menjalankan usaha pedagang sayuran. Penelitian ini berusaha untuk melihat sebuah proses dan seberapa besar modal sosial dan keberlangsungan usaha pedagang sayuran di pasar Bersehati Manado, serta melihat gambaran fakta yang terdapat di lapangan dengan maksud tujuan yang dilakukan dalam memaknai modal sosial untuk keberlangsungan usaha pedagang sayuran.

Lembaga Pasar dalam Teori Fungsionalisme Struktural

Dalam pandangan fungsionalisme struktural sistem sosial adakah suatu keseluruhan atau kesatuan yang terdiri atas bagian-

bagian atau elemen yang saling berkaitan dan saling menyatu dalam keseimbangan. Perubahan yang terjadi pada satu bagian akan membawa perubahan pula terhadap bagian lain. Sebaliknya kalau tidak fungsional maka struktur itu tidak akan ada atau hilang dengan sendirinya. Dalam teori fungsional struktural istilah struktural dan fungsional tidak boleh digunakan bersamaan, meskipun pada dasarnya keduanya adalah satu kesatuan.

Secara ekstrim penganut teori ini beranggapan bahwa semua peristiwa dan semua struktur adalah fungsional bagi satu masyarakat. Parsons membagi dua mekanisme dalam teori fungsional struktural yaitu, mekanisme sosialisasi dan mekanisme kontrol sosial, dengan membagi dua mekanisme tersebut Parsons yakin bahwa ada empat fungsi yang harus dimiliki. Dari keempat imperatif fungsional ini dikenal dengan skema AGIL. Skema tersebut adalah:

1. *Adaptation* (adaptasi) adalah sebuah sistem harus menanggulangi sistem eksternal yang gawat, sistem harus menyesuaikan dengan

lingkungan atau dengan kebutuhan.

2. *Goalattainment* (pencapaian tujuan) adalah sebuah sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuannya.
3. *Integration* merupakan suatu sistem harus mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. Sistem juga harus dikelola antar hubungan ketiga fungsi penting lainnya.
4. *Latency* (latensi atau pemeliharaan pola) merupakan sebuah sistem harus melengkapi, memelihara, menciptakan dan menopang motivasi.

Adaptasi sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat bias bertahan. Fungsi adaptasi dalam *sistem social* dipenuhi oleh lembaga-lembaga ekonomi. Di antara lembaga-lembaga ekonomi yang penting adalah lembaga pasar. Berikut ini akan dibahas tentang pasar.

Pengertian Pasar

Sosiologi memandang pasar sebagai fenomena yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya, pasar dapat

dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan Damsar, Indriyani, (2018: 10). Dalam studi ekonomi konsep pasar dipandang pada setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi, pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi.

Clifford Geertz (dalam Indriyani, Damsar 2018: 9) pengertian pasar sebagai kata serapan dari bahasa Persia, yaitu 'bazar' lewat bahasa Arab bermakna suatu penata ekonomi dan sekaligus cara hidup, suatu gaya umum dari kegiatan ekonomi yang mencapai segala aspek dari masyarakat, dan suatu dunia sosial budaya yang lengkap dalam sendirinya. Pasar adalah suatu berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dalam infra struktur di mana usaha penjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang.

Damsar (1997: 101) istilah pasar dalam kajian sosiologi ekonomi diartikan sebagai salah

satu lembaga paling penting dan institusi ekonomi yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi, berfungsinya pasar tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang.

Menurut Ma'aruf, mendefinisikan pasar yang lebih terperinci, pasar mempunyai tiga pengertian yaitu.

1. Pasar dalam arti tempat, merupakan sebuah tempat untuk pertemuannya para penjual dengan pembeli.
2. Pasar dalam arti penawaran serta permintaan, merupakan pasar sebagai tempat terjadinya transaksi kegiatan jual beli.
3. Pasar dalam arti sekumpulan masyarakat yang mempunyai kebutuhan serta daya beli, lebih merujuk pada dua hal yaitu daya beli dan kebutuhan. Pasar merupakan sekumpulan orang yang berusaha untuk mendapatkan jasa atau barang serta mempunyai kemampuan untuk membeli barang tersebut.

Modal Sosial

Modal sosial merupakan sumber daya yang dapat dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru, sumber daya yang digunakan untuk investasi disebut sebagai modal, definisi modal sosial cukup luas dan kompleks. Modal sosial merupakan fenomena yang tumbuh dari bawah, yang berasal dari orang-orang yang membentuk hubungan sosial dan jaringan yang didasarkan atas prinsip, kepercayaan, interaksi, nilai dan norma. Modal sosial lahir dari ratusan sampai ribuan interaksi antar orang setiap hari

Modal sosial secara sederhana dapat didefinisikan sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma-norma informal secara spontan yang terbagi di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjadinya kerja sama di antara mereka. (Fukuyama 2010). Putman (dalam Fiel, 2018: 51) mendefinisikan sebagai bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama.

Bourdieu (Damsar, 2011: 183) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh seseorang berasal dari jaringan sosial yang terlembaga dan serta berlangsung terus-menerus dalam bentuk pengakuan dan perkenalan timbal balik. Bourdieu menekankan bahwa modal sosial yang dibentuk oleh jaringan hubungan sosial, tidak begitu saja ada secara alami atau begitu saja ada dalam suatu masyarakat. Coleman (Fukuyama, 2010: 12) mendefinisikan modal sosial yaitu kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama-sama demi mencapai tujuan-tujuan bersama di dalam berbagai kelompok dan organisasi.

Jenis Modal Sosial

Modal sosial merupakan suatu komitmen dari setiap individu untuk saling terbuka, saling terpercaya, memberikan kewenangan bagi setiap orang yang dipilihnya untuk berperan sesuai dengan tanggung jawabnya. Sarana ini memberikan rasa kebersamaan, kesetia kawan, dan sekaligus tanggung jawab akan kemajuan bersama.

Modal sosial yang hidup di masyarakat oleh Woolcock (1998) dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu social capital bonding (modal sosial terikat), social capital bridging (modal sosial menjembatani), dan social capital linking (modal sosial menghubungkan).

- a. Social bounding, sosial bounding adalah tipe modal sosial dengan karakteristik adanya ikatan yang kuat, dalam suatu sistem kemasyarakatan, social bounding umumnya dalam bentuk nilai, kultur, persepsi dan tradisi atau adat istiadat.
- b. social bridging, social bridging merupakan suatu ikatan sosial yang timbul sebagai reaksi atas berbagai macam karakteristik kelompoknya. Social bridging bisa muncul karena adanya berbagai macam kelemahan yang ada di sekitarnya, sehingga mereka memutuskan untuk membangun kekuatan dari kelemahan.
- c. social linking (hubungan/jaringan sosial) merupakan hubungan sosial yang dikarakteristikan dengan adanya hubungan di antara beberapa level dari kekuatan sosial

maupun status sosial yang ada dalam masyarakat, misalnya hubungan antara elit politik dengan masyarakat umum.

Kontribusi atau Manfaat Modal Sosial dalam Perdagangan

Modal sosial sesungguhnya memiliki kontribusi penting dalam usaha perdagangan, khususnya agar tercapainya kelangsungan usaha perdagangan. Dalam pengertian yang mendasar dalam mekanisme alokasi sumberdaya.

Koput (Usman, 2018: 4-6) membagi tiga peran modal sosial..

- a. . Modal sosial sebagai relasi-relasi sosial memfasilitasi informasi, tentang berbagai ancaman kebutuhan lingkungan, semakin luas jejaring relasi sosial yang dapat dikembangkan semakin banyak pula informasi yang diperoleh.
- b. Modal sosial dapat berperan dalam mendayagunakan individu aktor (subyek yang menjalani hubungan sosial) dalam relasi-relasi sosial berkorelasi positif dengan pengaruh yang mampu menjadi kekuatan mobilitas dukungan.

- c. Modal sosial merealisasikan tujuan dalam relasi-relasi sosial menanamkan dan menebarkan kepercayaan sehingga orang dapat mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain.
- d. Modal sosial sebagai media mempertegas identitas sehingga orang mudah mengembangkan hubungan yang saling menghargai.

Di samping manfaat tersebut di atas modal sosial juga berfungsi memperlancar kegiatan perdagangan. Dengan modal social orang mudah mendapatkan informasi mengenai di mana barang-barang tersedia, bagaimana kualitasnya. Dengan modal sosial para pedagang tidak lagi meragukan rekan dagangnya bahwa rekan dagangnya akan melakukan penipuan. Hal ini disebabkan karena rekan dagang akan berusaha untuk dipercaya karena dengan dipercaya maka proses jual beli akan akan berjalan lancar. Orang tidak lagi melakukan tawar menawar.

Modal Sosial Di Pasar Tradisional Bersehati

Peranan modal sosial pada pasar Bersehati dapat dirumuskan

dengan dua cara, pertama peranan modal sosial mempunyai hubungan antara modal sosial dan pasar, dalam hubungan tersebut dapat dilihat bagaimana modal sosial mempengaruhi para pedagang sayuran dalam mengembangkan jejaring yang memfasilitasi relasi-relasi sosial yang saling menguntungkan. Juga sebaliknya bagaimana peran pedagang sayuran mengembangkan modal sosial dalam jejaring yang memfasilitasi jejaring relasi-relasi sosial yang saling menguntungkan. Peranan modal sosial mempunyai arti penting dalam distribusi keuntungan ekonomi dan manfaat sosial dengan tetap mengedepankan prinsip-prinsip keadilan.

Jaringan

Jaringan yang berkembang di kelompok pedagang diawali dengan nilai-nilai informan yang berfungsi sebagai aturan-aturan yang yang harus di patuhi bersama agar tercapai suatu kerja sama di dalam komunitas tersebut. Jaringan sosial yang di maksud dalam penelitian ini adalah proses pengelompokan yang terdiri dari atas sejumlah orang yang masing-masing

mempunyai identitas sendiri dan di hubungkan oleh jaringan sosial yang ada, sehingga melalui hubungan-hubungan tersebut mereka dapat dikelompokkan menjadi satu kesatuan sosial.

Jaringan di bangun dalam rangka kelangsungan usaha pedagang sayuran yang di jalani oleh para pedagang pengecer, pemasok, konsumen dan pihak pengelola pasar Bersehati. jaringan merupakan hubungan timbal balik yang sama-sama mendatangkan keuntungan. Hubungan antara pengecer dan pemasok sayuran terbentuk sejak awal berjualan. Maka di sini terlihat bahwa jaringan berperan sebagai keuntungan bersama karena pedagang eceran dan pemasok sayuran saling bergantung satu sama lain, sehingga terjadi hubungan timbal balik yang menguntungkan.

Karena Pasar Bersehati merupakan salah satu pasar tradisional yang terbesar di wilayah Indonesia Timur maka tidak mengherankan kalau para aktor pasar mempunyai jaringan yang luas untuk pengembangan pendistribusian barang dagangan. Saat ini pasar Bersehati masih di

jadikan pemasok sayuran terbesar untuk daerah Indonesia timur, Meliputi, Papua, Ternate, Ambon, Sanger, dan daerah-daerah lainnya.

Jaringan sosial di Pasar Bersehati berawal dari petani penghasil sayuran hingga konsumen, pembeli sayuran. Para petani di desa Modinding pada umumnya menjual hasil pertaniannya kepada para pengepul yang ada di desa Modinding. Kemudian para pengepul menjual dagangannya kepada para pedagang besar yang akan menjualnya di Pasar Bersehati. Kemudian di pasar Bersehati para pedagang besar tersebut menjual barang dagangannya kepada para pedagang pengecer yang banyak sekali jumlahnya. Sedangkan para petani yang ada di daerah lain, seperti petani Tumohon dan Tompaso Baru menjual hasil pertaniannya langsung kepada pedagang besar/pemasok yang akan menjualnya ke pasar Bersehati.

Jaringan Pedagang Besar (Pemasok) Dengan Pengepul Atau Petani

Pedagang besar biasanya membeli barang dagangan kepada para pengepul. Para

pengepul adalah orang yang membeli sayuran kepada para petani yang kemudian dijual lagi kepada para pedagang besar. Berikut ini akan digambarkan bagaimana informan PM sebagai pedagang besar atau pemasok yang memiliki banyak jaringan dengan para pengepul di Modoinding.

PM merupakan warga kelurahan Tanjung Batu, kecamatan Wanea, Kota Manado, berusia 52 tahun, pendidikan SMP. PM adalah seorang kepala rumah tangga, mempunyai empat orang keluarga terdiri dari seorang suami dan dua orang cucu. Dalam menjalankan usaha sebagai pemasok sayuran PM dibantu dua orang pekerja sebagai sopir.

Pasar tradisional Bersehati menjadi pilihan untuk memasok sayuran karena penyerapan jenis sayuran di pasar Bersehati sangat besar, PM enggan memasok sayuran ke pasar tradisional lainnya karena berisiko tidak bisa terjual semua terkecuali ada permintaan di tingkat pengecer.

Jaringan Pedagang Besar (Pemasok) Dengan Pembeli Di Luar Sulawesi Utara

Para pedagang besar atau pemasok ada juga yang memiliki jaringan dengan para pembeli di luar Sulawesi Utara.

Pedagang besar atau pemasok perlu juga mempertahankan hubungan jaringan dengan para petani atau pengepul. Misalnya pemasok memberikan pinjaman kepada para petani yang mengalami kesulitan modal untuk pembelian pupuk atau bibit.

Jaringan Pedagang Besar Dengan Pengecer

Di samping punya jaringan dengan para pembeli dari luar Sulawesi Utara, di Pasar Bersehati para pedagang besar juga memiliki banyak jaringan dengan para pengecer. Banyaknya jaringan dengan para pengecer tersebut disebabkan karena pedagang besar tidak akan mampu menjual sendiri dagangannya secara langsung kepada para konsumen/pembeli sayur-sayuran seperti ibu-ibu rumah tangga. Banyaknya jaringan dengan pedagang pengecer akan memperlancar dan mempercepat

habisnya barang dagangan. Hal ini tentu sangat menguntungkan bagi pedagang besar.

Tidak semua harapan harus sesuai dengan kenyataan. Inilah lika-liku perjalanan dalam mengelola suatu usaha, Pada hari-hari tertentu terutama pada waktu pasar sepi pengunjung, tidak semua sayuran bisa habis terjual sampai ke konsumen, dalam menghadapi kondisi serupa tentunya para pengecer tidak bisa melunasi barang bawaannya secara tepat waktu.

Sampai saat ini Pasar Bersehati masih menjadi pilihan untuk menjalankan usaha mereka karena pasar Bersehati merupakan pasar yang paling ramai dikunjungi oleh pengunjung di Kota Manado, dalam menjalankan usahanya FT tidak memerlukan modal sama sekali hanya cukup bermodalkan kepercayaan lapaknya sudah bisa terisi semua jenis sayuran. *Dalam bahasa sehari-hari orang Manado biasa menyebut kalau doi lancar barang juga gampang mau dapat..* artinya apabila pedagang eceran itu tidak punya tunggakan ke pemasok barang, barang dagangan mudah didapat walaupun tanpa uang.

Sampai saat ini Pasar Bersehati masih menjadi pilihan untuk menjalankan usaha mereka karena pasar Bersehati merupakan pasar yang paling ramai dikunjungi oleh pengunjung di Kota Manado. Pedagang besar berusaha mendapatkan jaringan para pedagang eceran dengan cara menjual barang dagangan dengan cara membayar setelah barang dagangan dijual habis oleh pengecer. Untuk mempertahankan jaringannya dengan pengecer pedagang besar memberi kelonggaran pembayaran pada saat pedagang eceran mengalami kesulitan menjual barang dagangannya.

Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan (*trust*), ini merupakan unsur utama dalam membina sebuah hubungan antar dua individu atau lebih, terutama dalam sebuah hubungan kerjasama dan kepercayaan juga merupakan alasan utama yang juga sebagai modal sosial individu untuk mencapai tujuannya.

Kepercayaan satu sama lain (*mutual trust*) berguna untuk tetap menjaga hubungan yang telah terbina agar tetap terpelihara dengan baik. Kepercayaan yang

terjadi menghasilkan suatu hubungan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, sehingga kepercayaan yang terjadi akan sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh individu, apakah dia akan mempercayai seseorang ataupun tidak.

Dalam kelangsungan usaha pedagang sayuran kepercayaan dalam suatu hubungan, akan menjadi sangat penting jika hubungan tersebut dilandasi kepercayaan. Para pedagang eceran agar bisa mendapatkan barang dagangan biasanya berusaha keras untuk melunasi pembayaran barang sesuai dengan jatuh tempo. Ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan dan agar bisa mendapatkan sayuran yang lebih baru dan segar. hubungan yang dibangun para pedagang sayuran tersebut dengan orang lain selalu dilandasi kepercayaan. Menurut mereka kepercayaan sangat penting dan harus ada karena hubungan itu ada (tercipta) kalau ada rasa percaya.

Kepercayaan pengusaha kepada orang lain dalam suatu hubungan itu akan ada dan timbul

dengan pertimbangan melihat track record (seperti tingkah laku, tindakan, perilaku, sifat dan pengalaman berhubungan dengan orang lain), rentang waktu kenal dan orang dekat, jika orang tersebut walaupun tetangga dekat kita atau kawan dekat kita track recordnya tidak bagus maka tidak usah dipercayai dan diberikan kepercayaan, dalam hal apapun (kehidupan pergaulan, bisnis).

Untuk mempercayai orang lain, individu mempunyai dasar yang membuat individu ini mempercayai orang, dasar tersebut dilihat dari:

1. Kebaikan seseorang yang dilihat dari kehidupan pergaulan sehari-hari baik di sekitar tempat tinggal maupun di sekitar tempat kerja,
2. Tindakan, sifat, perilaku yang sering dilakukan,
3. Kedekatan individu dengan orang lain dan lama kenal individu dengan orang lain (rentang rasa mempercayai).

Norma-norma

Norma merupakan suatu bentuk aturan-aturan yang mengatur hubungan sosial antar manusia. Tanpa norma tidak akan

mungkin ada hubungan sosial yang teratur dan menguntungkan semua pihak yang terlibat dalam hubungan sosial. Norma-norma yang menguntungkan banyak pihak biasanya akan didukung oleh banyak orang sehingga norma-norma tersebut akan terus bertahan. Norma-norma ada yang tertulis dan ada yang tidak tertulis. Sebagian besar norma yang mengatur hubungan sosial dalam masyarakat biasanya tidak tertulis.

Norma-Norma Yang Mengatur Hubungan Antar Pedagang (Pemasok) Dan Pembeli (Pengecer)

Di Pasar Bersehati juga terdapat norma-norma yang mengatur hubungan social antar pedagang, antar pedagang dengan pembeli dan antar pedagang dengan pengelola pasar. Dalam hubungannya dengan modal sosial di sini akan diuraikan bagaimana norma-norma yang mengatur hubungan antara pedagang besar (pemasok) dengan pedagang eceran. Norma-norma yang mengatur hubungan antar pedagang besar dengan pedagang eceran terutama mengatur bagaimana transaksi atau pembelian barang dilakukan. Ketaatan pada norma-norma yang

ada akan memperlancar hubungan jual-beli barang antara pedagang besar dengan pedagang eceran.

Norma-norma yang mengatur hubungan pedagang besar dengan pedagang eceran biasanya berupa kesepakatan-kesepakatan dalam pembayaran barang dagangan. Misalnya kesepakatan kapan barang akan dibayar dan berapa harganya. Pelanggaran terhadap norma-norma atau kesepakatan-kesepakatan biasanya tidak dilaporkan kepada pihak berwajib (kepolisian) tetapi hanya dikenai sanksi sosial. Sanksi sosial tersebut akan membuat pedagang eceran mengalami kesulitan untuk menjalankan usaha jual-belinya. Beberapa informan berikut ini akan menjelaskan tentang bagaimana norma-norma yang ada.

Dari perilaku dalam setiap usaha, aturan yang mengikat ini mengarah ke bentuk norma kesepakatan yang terbentuk secara bersama-sama dalam hal ini usaha pedagang sayuran. Usaha pedagang sayuran di pasar Bersehati sudah terbentuk suatu norma kesepakatan dan

merupakan suatu keharusan yang diwajibkan, mengikat dan mempunyai sanksi seperti jika para pedagang ini tidak bisa memenuhi kewajibannya akan mendapatkan sanksi baik pemasok ataupun pengecer. Selain itu norma kesepakatan yang terwujud juga dapat dilihat dari sanksi yang dilakukan dalam setiap berhubungan dengan individu lain.

Karena dengan melihat tindakan, perilaku yang sering mereka lakukan ketika mereka bertransaksi atau berinteraksi dengan sesama pedagang kita dapat melihat apa saja bentuk norma kesepakatan yang sering mereka lakukan dan dijadikan sebagai pedoman bertingkah laku.

Dalam setiap hubungan sosial atau interaksi dengan sesama pedagang harus berpegang prinsip atau aturan yang sering dilakukan oleh pengusaha pedagang sayuran di pasar Bersehati Manado, antara lain seperti dituturkan oleh informan-informan berikut ini, di mana pendapat satu dengan yang lain semakin memperjelas dan memberikan gambaran yang tegas,

Norma-Norma Yang Mengatur Hubungan Pengelola Pasar Dengan Pedagang

Bagaimana norma-norma yang mengatur hubungan antara pengelola pasar dengan para pedagang. Untuk mendukung kesejahteraan pedagang dan meningkatkan jumlah pengunjung, pasar Bersehati sudah banyak melakukan penataan/ lapak pedagang, memfungsikan lahan parkir yang teratur, memaksimalkan kebersihan pasar, penataan pengumpulan sampah, memisahkan kios pakaian dengan penjual kebutuhan pokok, tempat bongkar muat yang teratur, membangun fasilitas MCK bahkan saat ini pasar Bersehati telah membangun sembilan titik MCK.

Para pedagang nampaknya juga merasakan ada manfaatnya mengikuti norma-norma yang ada. Dengan mengikuti norma-norma yang ada para pedagang akan merasakan kemudahan dalam menjalankan usahanya. Seperti dikatakan oleh Bapak OG (Pemasok).

Bentuk-Bentuk Modal Sosial Di Pasarbersehati.

Modal sosial di dalam suatu kelompok pedagang sangatlah

penting dalam rangka menjaga atau mempertahankan kelangsungan usahanya. Dalam pembahasan ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk serta peran modal sosial yang ada di pasar Bersehati. Modal sosial dapat berbentuk bonding, bridging dan linking, berikut ini pembahasannya.

1. Social Bonding, (Modal Sosial Perekat).

Modal sosial yang berbentuk bonding yaitu modal sosial dalam konteks ide, relasi, dan perhatian yang berorientasi ke dalam, Bentuk modal sosial semacam ini umumnya muncul dan berada dalam masyarakat yang cenderung homogen. Bentuk modal sosial bonding dalam usaha pedagang sayuran di pasar Bersehati berupa keakraban, dan adanya rasa kebersamaan untuk mengatasi kesulitan. Setiap hubungan yang dibangun para pedagang sayuran eceran tersebut menciptakan adanya ikatan yang kuat, dalam suatu sistem kemasyarakatan.

Social Bridging, (Modal Sosial Menjembatani).

Modal sosial yang berbentuk bridging bersifat inklusif dan berorientasi ke luar. Bridging social capital ini mengarah kepada pencarian jawaban bersama untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh kelompok dengan memanfaatkan jaringan yang dimiliki individu dalam kelompok. Bridging social capital diasumsikan dapat menambah kontribusi bagi para pedagang sayuran dengan melakukan kontak dan interaksi antara pengecer dengan pemasok, pemasok dengan pengepul dan pengepul dengan petani. Beberapa informan berikut ini akan menjelaskan tentang sejauh mana mereka memiliki jaringan.

Melalui modal kerja sama yang dibangun, para pedagang sayuran bisa menjalankan kelangsungan usahanya, baik memenuhi kebutuhan sayuran yang akan di pasarkan oleh para pengecer atau para pemasok bisa mendistribusikan sayuran sampai di pasar Bersehati.

3. Social Linking, (Hubungan/ Jaringan Sosial)

Bentuk dari linking capital dalam kelangsungan usaha pedagang sayuran di pasar Bersehati adalah hubungan kerja sama antara pedagang sayuran dengan pengelola pasar, bentuk kerja sama dapat di lihat dengan terdapatnya aturan-aturan dalam melakukan perdagangan. Namun demikian kerja sama ini hanya berupa kerja sama seperti bisa menjaga ketertiban, mengurus ijin dagang dan kesanggupan membayar iuran.

Kesimpulan

Melalui jaringan para pedagang sayuran akan saling memberi informasi, saling mengingatkan, dan saling membantu. Hubungan jaringan antara pengecer dengan pemasok dilakukan untuk membantu memudahkan mendapatkan dan mendistribusikan barang dagangan. Jaringan sosial berfungsi sebagai berikut mengakses informasi membantu mendapatkan tempat berjualan, dan bekerja sama antara pihak pengelola pasar, pemasok sayuran, pedagang sayuran eceran, dan

membantu keringanan biaya dalam bertransaksi.

Kepercayaan tidak dapat muncul dengan seketika, melainkan membutuhkan proses dari hubungan antara para pedagang sayuran yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Kepercayaan muncul karena adanya sikap jujur dan disiplin terhadap norma dari para pedagang sayuran di Pasar Bersehati.

Norma sosial diciptakan untuk kepentingan bersama. Norma formal diciptakan untuk menjaga keamanan, kenyamanan pasar, dan menjaga kelanggengan pasar. Norma informal digunakan untuk mengatur perilaku antar sesama pedagang sayuran, sehingga dapat memperlancar keberlangsungan usaha pedagang sayuran di pasar Bersehati Manado.

Bentuk-bentuk modal sosial yang ada di pasar Bersehati dapat di jelaskan melalui tiga bentuk yaitu, *bonding social capital* (pengikat, perekat), *brinding social capital* (penyambung, menjembatani), *linking social capital* (pengait, koneksi, jaringan). Bahkan kekuatan modal sosial

dapat menjadi pelumas yang memperlancar hubungan kerja sama, sehingga harapan-harapan para aktor pasar dapat tercapai secara efektif.

1. Modal sosial *bounding* menjadi perekat antara sesama penecer sayuran karna adanya rasa kebersamaan untuk mengatasi kesulitan, dengan adanya ikatan-ikatan memunculkan rasa kekeluargaan karena berada pada suatu tempat yang sama dan komunitas yang sama (sesama pengecer sayuran).
2. Modal sosial *bridging* tampak pada upaya yang di lakukan oleh pedagang yang membuat jaringan dengan lebih luas, misalnya pedagang eceran menjalin hubungan dengan banyak pemasok sayuran dan pemasok sayuran menjalin hubungan dengan banyak pengepul, petani dan pengecer sayuran sehingga dengan demikian bisa mempermudah untuk memperoleh dan mendistribusikan semua jenis sayuran.
3. Modal sosial *linking* dapat dilihat dari kerja sama antara pengelola pasar dan para pedagang sayuran, hal tersebut

di perlukan untuk menjaga berjalanya keberlangsungan pedagang sayuran. Selain itu *linking capital* di perlukan untuk dapat mendorong hadirnya jumlah pengunjung pasar lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John, (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. London: Sage.
- Damsar, (1997). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Damsar, (2011). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Damsar dan Indriyani, (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Prenamedia.
- Field, John, (2018). *Modal Sosial Kreasi Wacana Bantul: Cetakan ke 5*.
- Fukuyama, Francis, (2010). *TRUST. Kebijakan Sosial Dan Penciptaan Kemakmuran*. Jakarta: Penerbit Qalam . Terjemahan Cetakan ke. 2.
- Furchan, Arief, (1999). *Pengantar penelitian dalam pendidikan*. Malang: pustaka pelajar.
- Ichak, Ahamad, (1998). *Perdagangan Ekonomi Tradisional*. Jakarta Pradnya Paramita.
- Kunto Ari. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Jaya.
- Maa'ruf, Hendri, (2006) *Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J (2010) *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sihombing, Elia, (2016) *Skripsi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Soekanto, Soerjono, (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Usman, Sunyoto, (2018). *Modal Sosial* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sumber lain:

- Afen Martinus. 10 Juni. (2013). *Modoinding Menjadi Lokasi Wisata Hortikultura*. Tribun Manado.