

PERAN MODAL SOSIAL PEDAGANG IKAN DI PASAR BERSEHATI MANADO

Oleh

M. Kamel Duwila¹

Nicolas Kandowanko²

Antonius Purwanto³

ABSTRACT

Fish in North Sulawesi is the catch of small fishermen and fishing companies, fish caught by large vessels owned by fishing companies are often sold to fish processing plants to be processed and exported abroad as well as those to fishing ports to be sold to suppliers and small traders such as in the Jati fish auction Tuminting District, Fish caught by fishermen with small boats are usually traded in traditional markets. For Manado City, there are several traditional markets and supermarkets that sell fish to consumers directly, one of which is Bersehati Market.

The power of social networks facilitates the mobility of trade, where the efforts they are diligent in moving economic resources are needed as well as communication and information for fellow traders. So social relations or networks in the world of trade is very important to be able to meet market demand for traders, especially in the Area of Bersehati Market.

Social capital is well maintained especially those who work on average are experienced then the supporting element is also trust. Given that not all the ingredients imported from the fishing were immediately paid but there was an agreement between their fellow suppliers and the fishermen on board, that for the payment of the fish will be repaid when the proceeds of the sale are completed.

Keywords: market, relationships, social capital

¹ Mahasiswa Sosiologi Fispol Unsrat

² Pembimbing KTIS I

³ Pembimbing KTIS II

Pendahuluan

Dalam tubuh manusia bukan hanya membutuhkan karbohidrat misalnya beras, jagung, kentang dan lain sebagainya. Tetapi tubuh juga membutuhkan zat gizi yang di antaranya ialah protein, sumber protein ada yang berasal dari tumbuhan dan ada juga yang berasal dari hewani salah satunya ialah ikan. Di dalam daging ikan terkandung tinggi akan sumber protein dan sangatlah baik bagi tubuh manusia, di samping itu juga ikan tidak mengandung sumber kolesterol yang jahat bagi tubuh manusia. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa dengan mengonsumsi ikan bermanfaat bagi kesehatan dan penurunan risiko penyakit jantung koroner, diabetes, kesehatan anak, ibu hamil, arthritis, kanker dll. (Larsen *et al*:2011)

Sulawesi Utara merupakan produsen ikan yang cukup besar di Indonesia. Produksi ikan di Sulawesi Utara sebagian besar di ekspor dan sebagian dikonsumsi warga masyarakat. Ikan merupakan sumber protein utama yang dikonsumsi warga Sulawesi Utara, banyaknya

konsumsi ikan oleh masyarakat Sulawesi Utara dapat dengan mudah dilihat pada banyaknya kantin, warung, restoran maupun hotel yang menyajikan menu dengan ikan sebagai bahan olahannya bahkan di acara resmi ikan juga menjadi menu favorit untuk disajikan sebagai lauk utama.

Ikan di Sulawesi Utara merupakan hasil tangkapan para nelayan kecil maupun perusahaan penangkap ikan, ikan hasil tangkapan kapal besar milik perusahaan perikanan sering dijual ke pabrik pengolahan ikan untuk diolah dan ekspor ke luar negeri adapun juga mereka ke pelabuhan perikanan untuk di jual ke para pemasok dan para pedagang kecil seperti di Jati Tuminting, Ikan hasil tangkapan nelayan dengan perahu kecil biasanya di perdagangkan di pasar-pasar tradisional yang ada.

Untuk Kota Manado, ada beberapa pasar tradisional dan supermarket yang menjual ikan kepada konsumen secara langsung, salah satunya ialah Pasar Bersehati yang letak geografisnya berada di Kelurahan Calaca, Kecamatan

Wenang, Kota Manado. Dikenal dengan pasar tradisional terbesar di Kota Manado pasar Bersehati menjual aneka ragam kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, sayur-sayuran, rempah-rempah serta pula buah-buahan. Sembako yang dijual di pasar Bersehati ada yang berasal dari luar Sulawesi Utara dan ada yang berasal dari Sulawesi Utara sendiri. Sayur-sayuran, rempah-rempah serta buah-buahan sebagian besar didatangkan dari Sulawesi Utara sendiri, sedangkan yang didatangkan dari luar hanya sebagian kecil saja.

Pasar Bersehati merupakan pusat penjualan ikan laut maupun ikan air tawar yang terbesar di Manado ikan laut pada umumnya dipasok oleh para pedagang ikan yang membeli ikan dari para nelayan yang ada di Manado dan sekitarnya. Ikan air tawar dipasok oleh para pedagang ikan, yang membeli ikan dari para pemilik kolam ikan yang ada di Minahasa Utara dan juga Minahasa untuk di pasarkan. Di Pasar Bersehati terdapat lokasi yang khusus untuk menjual ikan di mana para pedagang pengecer menempatinya. Beraneka ragam

macam ikan yang dijajakan di pasar yang terletak di kelurahan Calaca ini mulai dari ikan laut juga terdapat ikan air tawar dengan variasi harga yang berbeda-beda pula tergantung dengan cuaca dan kondisi.

Bukan saja ikan yang beraneka ragam tetapi juga para pedagang yang ada di kawasan Pasar Bersehati Manado, mereka berasal dari latar belakang berbeda-beda sebagian mereka ada yang berasal dari Gorontalo, Sanger, Bugis serta juga Jawa. Yang tanpa disadari mereka telah membentuk suatu komunitas sosial yang besar dalam satu wilayah kerja.

Kekuatan dari jaringan sosial memudahkan mobilitas perdagangan, di mana usaha yang mereka tekuni dalam menggerakkan sumber daya ekonomi sangat dibutuhkan juga komunikasi dan informasi bagi sesama pedagang. Karena kadang terjadi kekurangan stok ikan yang diinginkan pasar itu tidak selalu sama dengan jumlah pasokan ikan yang tersedia, maka relasi sosial atau jaringan di dalam dunia perdagangan amatlah penting untuk dapat memenuhi permintaan pasar bagi para pedagang

khususnya di kawasan Pasar Bersehati.

Jaringan sosial merupakan bagian dari unsur modal sosial, setiap manusia yang sehat jiwa dan raganya pasti mengakui akan hal itu karena kita hidup saling membutuhkan antar sesama itu sudah menjadi fitrahnya. Dalam dunia perdagangan pun demikian halnya contoh di Pasar Bersehati yang mana untuk menggerakkan usahanya seorang pedagang besar (pemasok) ikan, bukan saja modal ekonomi yang dipersiapkan juga harus menggerakkan yang namanya modal sosial yakni jaringan. Baik kepada bawahannya yang bekerja sebagai pengecer serta juga orang kapal mereka ini semua menjadi mitra kerja yang saling membutuhkan.

Pengertian Pasar

Pasar berasal 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. (Damsar, 2018).

Peraturan presiden Republik Indonesia No 112 tahun 2007. Mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli barang, dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar merupakan tempat di mana terdapat segerombol orang yang ingin membelanjakan uangnya, atau dapat dikatakan bahwa pasar ialah tempat untuk kegiatan jual beli dengan alat pertukaran uang. (Stanton, 1996)

Handri, mengatakan bahwa untuk dapat dikatakan pasar setidaknya memiliki tiga pengertian yang harus dipenuhi yakni: 1) Pasar di artikan tempat menjadi lokasi bertemunya antara para penjual dan pembeli. 2) Pasar diartikan penawaran serta permintaan, yang di mana pasar dijadikan tempat untuk proses transaksi jual beli berlangsung. 3) Pasar merupakan kebiasaan sekumpulan orang untuk

mendapatkan barang atau jasa yang dia butuhkan serta juga mempunyai kemampuan untuk membeli. (Nurhadiyono, 2019)

Dalam kajian Sosiologi pula yakni pasar dibedakan antar pasar sebagai tempat pasar (*market place*) dan pasar (*market*). Pasar sebagai tempat pasar (*market place*) merupakan bentuk fisik di mana barang dan jasa di bawah untuk dijual dan pembeli bersedia untuk membeli barang dan jasa tersebut. Sedangkan pasar "*market*" dilihat oleh sosiolog sebagai suatu institusi sosial, yaitu suatu struktur sosial yang memberikan tatanan siap pakai bagi pemecahan persoalan kebutuhan dasar kemanusiaan, khususnya kebutuhan dasar ekonomi dalam distribusi barang dan jasa. Maka dari itu pasar dapat dipandang sebagai serangkaian hubungan sosial yang terorganisasi di seputar proses jual beli sesuatu yang berharga (Damsar, 2009)

Di dalam kamus Ekonomi & Bisnis "Pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang

mana menukarkan uangnya dengan barang atau jasa" (Hadi & Astuti 2011).

Modal budaya

Modal budaya pada dasarnya berupa keyakinan akan nilai-nilai (*values*) mengenai segala sesuatu yang dipandang benar dan senantiasa diikuti dengan upaya untuk mengaktualisasikannya. Modal budaya tidak dengan sendirinya teraktualisasikan dalam realita yang bermanfaat bagi orang yang meyakinkannya dan atau masyarakatnya. Menurut teori Fishbein suatu keyakinan untuk menjadi perilaku nyata melalui rangkaian keyakinan, sikap, niat dan perilaku. Itu tidak mulus linier karena banyak determinan lain yang mempengaruhi pembentukan sikap dan demikian pula yang mempengaruhi pembentukan niat serta perilaku. (Dalam Sumarno dkk, 2013)

Modal sosial

Sebagai makhluk sosial naluri untuk hidup berkelompok sangatlah dibutuhkan bagi setiap individu dalam lingkungan masyarakat. Karena rasa untuk saling membutuhkan antara satu sama lain maka

modal sosial menjadi bentuk dari penyatuan baik itu pekerjaan di antara dua orang ataupun lebih demi kepentingan bersama dengan sistem gotong royong yang telah membudaya itu semua semata-mata demi mencapai tujuannya.

Dalam penelitian kali ini peneliti sengaja menaruh perhatian pada modal sosial untuk menjadi objek pengkajian, di mana dengan unsur relasi modal sosial ataupun jaringan mampu untuk mendukung aktivitas kelancaran dalam menyalurkan barang dagangan dalam hal ini ikan di Pasar Bersehati. Baik itu sesama pemasok serta pengecer dengan komitmen yang sudah dibangun dan saling percaya antara sesama, serta siap untuk bertanggung jawab itu dilakukan atas dasar keuntungan yang diharapkan bersama.

Menarik jauh ke belakang pada awal abad 20 seorang yang dengan cerdasnya mampu untuk memperkenalkan konsep modal sosial "Lyda Judson Hanifan" dari Amerika Serikat, dalam tulisannya (Hanifan 1916) Hanif mengatakan bahwa modal sosial bukanlah modal biasa seperti harta kekayaan ataupun

uang, tetapi lebih mengandung arti kiasan namun merupakan aset atau modal nyata yang penting dalam hidup bermasyarakat. Hanifan menambahkan dalam modal sosial termasuk kemauan baik rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerja sama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial. (Hanifan, 1916: 130).

Pierre Bourdieu, dikenal sebagai orang memperkenalkan istilah modal sosial di kalangan akademisi di akhir tahun 1980an. Dalam sebuah tulisan yang berjudul "*The Forms Of Capital*" (1986) ia memperkenalkan konsep modal sosial dalam konteks perdebatan, bentuk-bentuk modalitas tersebut dengan melihat peluangnya dikonversikan. Bourdieu mengatakan bukan hanya modal ekonomi yang mudah dikonversikan ke dalam bentuk uang melainkan modal budaya yang pada situasi tertentu, dapat dikonversikan menjadi modal yang memiliki nilai ekonomi. (Fathy, 2019)

Manfaat atau Fungsi Modal Sosial dalam Perdagangan

Manfaat modal sosial sangatlah dibutuhkan untuk mendukung lancarnya usaha perdagangan dengan trik berkawan. Ini menjadi modal utama sehingga mudah untuk mendapatkan kebutuhan yang diperlukan karena komunikasi yang sudah terbangun dan itu menjamin kepercayaan antara satu sama lain.

Mengenai dengan peran modal sosial dapat dibagi ke dalam empat bagian yakni:

- 1) Modal sosial ataupun jaringan sebagai relasi-relasi sosial dapat menghadirkan informasi tentang berbagai ancaman kebutuhan lingkungan, semakin luas jejaring relasi sosial yang dikembangkan semakin banyak pula informasi yang didapat.
- 2) Modal sosial juga ikut berperan dalam mendayagunakan individu/ aktor untuk relasi-relasi sosial berkorelasi positif dengan pengaruhnya, mampu untuk memobilisasi masa menjadi kekuatan pendukung.

- 3) Modal sosial juga ikut merealisasikan tujuan melalui relasi ataupun hubungan dengan cara menanamkan dan menebarkan kepercayaan kepada orang lain sehingga mereka dapat mengembangkan hubungan dan di sisi lain saling menguntungkan.
- 4) Modal sosial menjadi wadah untuk mempertegas identitas agar masyarakat dapat mengembangkan relasi sosialnya demi menghargai antar sesamanya (Usman, 2018)

Jaringan

Kehidupan suatu kelompok masyarakat diawali dengan adanya sebuah komunitas yang saling bergantung antara satu dan lainnya mulai dari lingkungan keluarga, tetangga, dan bahkan juga masyarakat umum. Atas dasar itu semua membentuk jaringan sosial yang dapat memberikan efek positif untuk tiap-tiap individu salah satunya ialah dalam bentuk pekerjaan. Hal ini sejalan dengan apa yang berlangsung di Pasar Bersehati yakni para pedagang ikan antar pemasok dan pengecer yang mana kehidupan mereka dalam

memenuhi kebutuhan hidup itu saling bergantung.

Mereka yang aktif berjualan sebagai pedagang ikan membutuhkan kekuatan yang namanya modal sosial, itu dilakukan demi kelangsungan usahanya baik mulai dari para pemasok dan juga pengecer serta juga pihak pengelola pasar yang menjadi mitra kerja. Pengelola pasar mempunyai tanggung jawab besar di mana iya membuat aturan yang kemudian harus dipatuhi oleh para pedagang, maka dampak dari pada jaringan itu dapat memberikan keuntungan timbal balik antar satu sama lain.

Para pemasok mereka datangkan ikan dari tempat-tempat pembongkaran ikan atau dikenal dengan istilah tempat pelelangan, kemudian dibagikan ke pengecer untuk dijual dan hasil dari jualan tadi disetor kembali kepada pemasok selaku pedagang besar ataupun majikan untuk diberikan upah. Pemasok dengan modal yang begitu banyak iya mampu mendatangkan ikan tetapi juga masih membutuhkan orang lain, agar dapat dengan cepat terjual ikannya karena perlu diakui juga

bahwa ikan adalah bahan pokok yang ketika tidak cepat terjual, maka akan membusuk tentu risikonya cukup besar dan itu merupakan kerugian yang siap ditanggung.

Hubungan Pemasok Ikan dengan Para Penangkap Ikan.

Perlu diketahui bahwa pemasok ikan ialah pedagang besar yang menyuplai ikan untuk dipasarkan di pasar-pasar yang menjadi wilayah kerjanya, untuk itu diperlukan hubungan yang baik antar pemasok dengan penyuplai ikan di tempat pelelangan yakni para penangkap ikan hal ini dilakukan semuanya demi keuntungan secara bersama.

Jaringan pemasok ikan dengan para penangkap ikan yang erat, saling menjaga kepercayaan memudahkan untuk seorang pemasok yang wilayah kerjanya sebagian besar di pasar sangatlah membantu. Apa lagi ikan-ikan yang berasal dari luar wilayah Manado mulai dari Kema, Labuan Uki, Molibagu, bahkan antar provinsi yakni Gorontalo. Sebelumnya mereka melalui komunikasi via telepon untuk mendatangkan ikan, kadang pula stok di

Kota Manado sering kekurangan ikan nah di sini tugas para pemasok yang harus adakan ikan secepat mungkin, semuanya dilakukan demi memenuhi kebutuhan para pelanggan.

Hubungan Pemasok Ikan Untuk Luar Provinsi

Bukan hanya untuk Kota Manado yang disuplai pasokan ikan sebagai seorang pedagang ikan yang besar mengharuskan mempunyai jaringan yang luas bahkan harus antar provinsi. Di mana semuanya dilakukan demi kebutuhan permintaan pasar yakni provinsi.

Kota Samarinda adalah pusat ibu kota Provinsi Kalimantan Timur. Dikenal dengan hasil bumi yang melimpah mulai dari minyak dan tambang batu bara serta hasil bumi lainnya. Ini bukanlah daerah tertinggal kemajuan sudah pasti diakui pembangunannya dilihat dari hasil bumi yang iya punya, tetapi kemudian mereka masih bergantung dengan daerah lain dalam hal bahan pokok seperti ikan, salah satunya yaitu Kota Manado yang menjadi pusat ibu kota Sulawesi

Utara di mana telah dikenal dengan wisata kulinernya.

Hubungan Pemasok Ikan Dengan Pengecer

Para pengecer mempunyai peran sangat penting ketika ikan sudah berada di lokasi pasar, dengan demikian pemasok siap untuk distribusi karena tidak bisa dengan sendirinya seorang pemasok melakukan penjualan sendiri dengan jumlah ikan yang begitu banyak hingga ratusan kilo, itu dapat memakan waktu yang cukup lama dan siap mendapatkan kerugian apa bila ikan tadi membusuk. Maka dari itu peran jaringan antar pemasok dengan para pengecer dapat mempercepat proses penjualan ikan tersebut

Hasil dari penjualan para pengecer kemudian disetor kepada pemasok untuk diberikan upah kerja. Terkadang juga kebutuhan ikan yang menjanjikan harus cepat terjual agar tidak membusuk dengan sendirinya itu menjadi problem yang sering dihadapi oleh para pemasok serta pula para pengecer apalagi dalam beberapa bulan yang lalu ketika *corona virus*

disease that was discovered in 2019 (COVID-19) sementara hangat-hangatnya khususnya di Kota Manado, yang mengakibatkan pasar pun kian sunyi dari pelanggan seperti biasanya itu membuat pemasok dengan pengecer harus mencari solusi yang terbaik karena pengaruh terhadap untung dan rugi.

Sebagai seorang pemasok atau pedagang besar mereka bekerja untuk setiap hari harus mendatangkan ikan. Hal ini dilakukan agar supaya proses perputaran ekonomi bagi para pekerja pasar baik itu untuk mereka sendiri keuntungannya selaku pemasok/majikan, juga para pengecer untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Mereka yang sekarang menjadi para pemasok sebagian besar mengawali karirnya mulai dari pengecer, sudah bertahun-tahun bukan hitungan satu ataupun dua tahun tetapi ada pula yang puluhan tahun. Pengalaman itu iya terapkan kepada para pengecer yang sudah melaksanakan tugas berjualan, mereka tetap diberikan gaji berdasarkan kemampuan yang diraih.

Hubungan Pedagang Eceran dengan Pemasok /(BOS)

Keterikatan kerja yang menjadikan mereka selaku para pengecer untuk bertanggung jawab kepada pemasok (majikan) telah menjadi siklus tersendiri di dalam kehidupan lingkungan pasar, para pengecer ikan yang telah bekerja untuk menjual ikan selalu siap siaga jika dibutuhkan majikannya ketika bahan pasokan ikan tiba. Maka dari itu perlu strategi masing-masing pengecer untuk bisa menjamin para pengunjung pasar agar dapat membeli ikan yang mereka dagangkan.

Pasar Bersehati termasuk dikenal sebagai pasar yang sangat sibuk aktivitasnya di Kota Manado, ini menjadikan mereka "pengecer" tidak bisa untuk tinggal berjauhan dengan lokasi pasar, agar supaya aktivitas mereka lancar maka tempat yang mereka tinggali yaitu rumah susun (Rusun) dengan sistem kontrak pembayarannya per bulan kepada pihak berwajib yang mengelola pasar.

Dampak yang dirasakan akibat wabah (COVID-19) "*corona virus*

disease that was discovered in 2019" ini dialami oleh bapak Irfan, bersama dengan sang istri bagaimana tidak sebelumnya mereka adalah pedagang ikan yang berjualan di Pasar Pinasungkulan Kecamatan Wanea. Tetapi kemudian akibat "kluster" pasien positif "corona" sehingga terjadi normalisasi di pasar tersebut akibatnya beliau dengan istri sengaja untuk berpindah jualan di Pasar Bersehati.

Kekuatan jaringan dalam suatu kelompok sosial sangatlah berperan untuk menjamin lancarnya suatu usaha yang dijalankan. Baik itu pemasok selaku (majikan) dan juga pengecer yang berperan sebagai pedagang kecil, mereka tetap di berikan upah oleh pemasok untung dan rugi gaji harus tetap diberikan berdasarkan pencapaian hasil jualan. Mereka mendapatkan pekerjaan itu karena ada pemasok dan pemasok mendapatkan keuntungan dikarenakan ada pengecer yang berjualan seharian, dengan siap sedia untuk bisa menarik para konsumen dengan cara apapun baik itu suara ataupun mimik wajah itu dilakukan demi

jualan mereka dibeli oleh para konsumen.

Pengecer Ikan Dengan Modal Sendiri

Terdapat salah satu penjual dia bergerak sendiri, di mana berjualan dengan modal yang dia punya sendiri akibatnya keuntungan yang diraih cukup memuaskan. Awalnya dia juga tergabung sebagai pengecer yang bergantung untuk mendapatkan gaji dari para pemilik ikan/pemasok tetapi itu berjalan sekitaran beberapa tahun yang lalu, karena sekarang sudah memulai jualan sendiri walaupun tidak dengan modal yang besar.

Kepercayaan

Menyangkut dengan namanya pekerjaan tetap yang dibutuhkan utamanya yaitu kepercayaan, dari sinilah seseorang bisa dapat untuk mengukur sejauh mana usahanya dapat berjalan dengan baik, tanpa unsur kepercayaan yang kuat dan penuh keragu-raguan, itu bisa menimbulkan hasil yang tidak memuaskan. Karena seseorang yang karir kerjanya di dunia bisnis itu sudah pasti untuk berhati-hati

dalam menentukan mitra kerja yang baik seperti apa.

Dengan karakter yang baik seseorang mampu untuk menjaga amanah yang diberikan baik itu menyangkut lembaga ataupun pekerjaan. Semuanya dibutuhkan dan saling terikat hal yang sama juga berlaku di pasar, untuk pemasok dengan pengecer harus saling menjaga kepercayaan yang sudah terjalin.

Bagi seorang pemasok keuntungan adalah nomor satu dan itu berlaku bagi tiap-tiap pelaku bisnis semuanya mengharapkan hal yang sama. Namun keuntungan juga bersifat relatif tergantung dengan kondisi di lapangan banyak hal yang mempengaruhi mulai dari masalah wabah "*corona virus disease that was discovered in 2019*" (COVID-19) serta juga hujan yang mengakibatkan pasar kotor. Persoalan itu sangat berpengaruh terhadap para konsumen ataupun pengunjung, yang akan datang ke pasar akhirnya berdampak juga pada pendapatan baik mereka sebagai pengecer maupun pemasok sendiri. Persoalan itu bisa diatasi dengan sikap jujur, kemudian komunikasi yang baik

harus disampaikan kepada mereka selaku pemasok agar dapat memaklumi keadaan di lapangan.

Untuk seorang pengecer yang pastinya dilihat sejauh mana kinerjanya di lapangan, tetapi di samping itu juga menjaga amanah yang diberikan oleh pemasok adalah kewajiban. Bahkan sesama mereka antar pengecer harus bersikap jujur dan adil itu merupakan kunci utama agar semuanya dapat berjalan lancar sesuai dengan yang diharapkan.

Sebagai seorang pengecer dan pemasok yang ukurannya sama-sama manusia mampu untuk mengatakan bahwa dirinya dapat dipercaya. Namun hal itu tidak bisa kemudian dapat diyakini berdasarkan kata-kata yang iya sampaikan, hal ini dibutuhkan tindakan nyata.

Sebagai pedagang eceran mereka menjadi orang yang bertanggung jawab kepada majikannya karena menjual ikan demi mendapatkan upah dari hasil jualan. Dalam dunia pekerjaan apa saja apalagi yang sifatnya usaha misalnya pasti setiap dari mereka

akan mengalami yang namanya kerugian. Entah itu kesalahan yang diperbuat sendiri ataupun mitranya semisal anak buah, teguran pastinya itu akan berlaku bagi siapa yang melakukan kesalahan karena ini berbicara mengenai hasil. Semua itu akan menjadi bahan evaluasi bagi dirinya untuk membuat regulasi yang berbeda agar ke depan tidak mendapat kesalahan yang sama. Maka dari itu untuk menjalin kerja sama baik antar sesama pemasok dengan penangkap ikan (orang kapal) juga antar pemasok dengan pengecer, hal yang paling dijunjung ialah kepercayaan.

Norma

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang erat dengan hidup bersosial sebagai bangsa yang besar dan kaya akan ke-aneka ragaman, ribuan pulau membentang luas mulai dari timur Papua sampai barat ujung Sumatra. Indonesia kaya akan budaya dan adat yang berbeda-beda dan itu yang membuat masyarakat Indonesia sangatlah majemuk, rahmat ini tidak dimiliki oleh bangsa lain kita mampu untuk hidup

bersanding bersama-sama walaupun berbeda budaya, suku, ras dan juga agama.

Kota Manado menjadi bukti akan perbedaan itu di sini terdapat berbagai macam perbedaan yang terlihat dalam istilah sosial dikenal dengan multikultural, bagaimana tidak misalnya yang terdapat di Pasar Bersehati Manado. Dikenal sebagai pusat perbelanjaan pasar tradisional terdapat beberapa suku yang bekerja di sini mulai dari Gorontalo yang notabene mereka lebih banyak jumlahnya ada juga Bugis, Jawa, Cina, dan Minahasa. Mereka bekerja sebagai pengantar bahan pasokan sayuran sebagian lainnya menjual ikan dan juga ada yang bertugas menjual bahan pokok utama. Hal ini yang kemudian berlakunya norma-norma antar sesama pedagang, iya ada walaupun tidak tertulis semuanya itu terlaksana sesuai dengan apa yang menjadi kesepakatan di antara mereka dalam hal ini para pemasok dan para pengecer ikan.

Bekerja sebagai pengecer mereka tidak membutuhkan yang namanya ijazah serta latar belakang yang harus jelas, sebagai standar

yang ditentukan oleh majikan pemasok. Tetapi kemudian utamanya ialah sikap yang baik keterbukaan misalnya sopan santun kepada sesama dan saling menghargai.

Keseharian yang mereka lakukan di pasar sebagai pengecer disamping berjualan tadi menjaga hubungan erat antara sesama pedagang dan majikan. Terdapat pula para pengecer diberikan tanggung jawab untuk menjaga kebersihan bagi tiap-tiap lapak yang mereka punya, mereka semua sudah mengetahui jika kebersihan itu kewajiban yang harus dilaksanakan.

Selain kebersihan yang menjadi tugas bersama mereka juga mematuhi aturan yang dibuat oleh pihak pengelola pasar misalnya biaya retribusi sewa tempat, dan biaya lampu. Yakni pajak yang dibayar kepada pengelola setiap hari, dan mereka harus taat dan patuh pada aturan.

Pemasok yang sebagai majikan mereka tidak berada di lapangan sepanjang hari, datang diwaktu-waktu tertentu saja misalnya waktu

ikan masuk baik itu siang dan juga malam. Serta di waktu setoran dari para pengecer, Ini kemudian bisa dibilang bahwa majikan pemasok mereka tidak secara langsung melakukan *controlling* kepada para pengecer ketika berjualan.

Norma atau aturan itu sangat mendukung dalam suatu kelompok masyarakat untuk dijadikan batasan dalam kehidupan, dapat mengukur pribadi seseorang sejauh mana dia patuh terhadap aturan yang berlaku. Misal aturan yang telah dibuat baik rekan kerjanya sesama pedagang serta pihak pengelola pasar mereka mempunyai andil besar dalam hal aturan seperti penataan pasar dan juga pajak yang ditentukan kepada pedagang. Aturan yang dibuat oleh pengelola pasar, semata-mata untuk "*income*" yang masuk ke kas daerah artinya pasar tradisional bukan hanya Pasar Bersehati juga pasar-pasar yang lain khususnya di Kota Manado yang sebagai pusatnya tempat sembako ikut mendukung perputaran ekonomi daerah.

Kesimpulan

Terdapat keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan dan saling ketergantungan serta diperlukan kemampuan bisnis yang baik antara pemasok atau pedagang besar dan pengecer. Di samping itu juga terbangunnya hubungan yang baik di antara para pemasok dan nelayan kapal tidak bisa terelakan dan dianggap sepele karena ini menyangkut dengan kebutuhan sebagai pedagang.

Maka modal sosial yang berlaku di Pasar Bersehati baik itu jaringan, kepercayaan dan norma adalah sebagai berikut:

1. Jaringan

Dapat dilihat secara langsung bahwa baik itu pemasok, pengecer dan kelompok nelayan kapal, mereka tampak seperti satu rantai yang tak bisa dipisahkan, yang menjadi responden dalam penelitian kali ini pun keseluruhan mereka bukanlah orang yang berlatar belakang pendidikan yang baik, mulai dari pemasok hingga pengecer tidak berkesempatan untuk dapat mengenyam pendidikan di bangku SMA atau sederajat. Ilmu bisnis yang mereka miliki lahir dari pengalaman dan bukan dari teori yang didapatkan pada bangku-bangku kuliah, dan

sebagian besar dari mereka adalah suku Gorontalo yang mencari hidup di pasar ini.

2. Kepercayaan

Modal sosial yang terawat dengan baik apalagi mereka yang rata-rata bekerja sudah berpengalaman maka unsur pendukung juga ialah kepercayaan. Sikap ini sudah bukan hal baru lagi ditemui khususnya bagi pedagang ikan. Mengingat tidak semua bahan yang didatangkan dari penangkap ikan itu langsung dibayar tetapi di situ terjadi kesepakatan di antara sesama mereka pemasok dan para nelayan di kapal, bahwa untuk pembayaran ikan akan dilunasi ketika hasil penjualan selesai.

3. Norma

Di samping itu sebagai manusia yang berakal sehat, norma menjadi faktor pendukung penting untuk menjaga hubungan yang baik bagi pekerja yang kesehariannya selalu di pasar. Saling menghargai baik antara pemasok dengan pengecer serta pembeli, adapun juga aturan yang selalu mereka laksanakan tiap hari yaitu membayar biaya retribusi yang harus disetor ke pihak pengelola pasar dan ketika selesai berjualan merekapun bertanggung jawab atas kebersihan tempat jualan masing-masing,

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan R.C dan Biklen S.K. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Method*, Boston, Ma: Allyn Abd Bacon Inc.
- Cressweell J,W. 1998. *Quality inquiry And Research Design Chosing Amongfive tradition* London, Sage.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Damsar dan Indrayani. 2018. *Pengantar Sosiologi Pasar*, Prenada media.
- Fukuyama F. 2010. *Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. TRUST Jakarta: Qalam.
- Fathy,R. 2019. *Modal Sosial: Konsep, "Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat"* Jurnal Pemikiran Sosiologi UGM, Volume 6 No.1, Januari, 2019.
- Hadi, W & Astuti, D. 2011. *Kamus Ekonomi & Bisnis*, p. 364-365
- Hasbullah, J.2006. *Sosial Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Larsen, R Ellersten, K.E, and Elvevoll, E.O. 2011. *Health Benefits of Marine Foods and Ingredients Biotechnology Advaces* 29: p. 508:518.
- Lesser, E.2000. *Knowledge and Sosial Capital: Foundation and Application*, Boston-Boutterwhorth-Heinneman.
- Mawardi Mj. 2007. *Peranan Sosial Kapital dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Komunitas Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam.
- Masitoh, E. 2013. *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*. Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. Jurnal PMI Vol.X. No.2 Maret, 2013
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara p, 25.
- Nurhadiyono, (Skripsi) 2019. *Modal Sosial Dan Kelangsungan Usaha Pedagang Sayuran Dipasar Bersehati Manado*.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No :70/M-DAG/PER/12/2013
- Peter, R.I et,la. 1982. *Sociology, Inquiring Into Society*, New York St.Martin'sPress.

- Rusydi S. 2003. *Modal Sosial*, Journal Masyarakat Dan Budaya. Volume 5 No 1 tahun 2003 LIPI.
- Soekanto, S. dan Sulistyowati. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sumarno dkk. *Orientasi Modal Sosial Dan Modal Cultural di Fakultas Ilmu Pendidikan U.N.Y.*
- Stanton, W.J. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Usman S. 2005. *Esai-Esai Sosiologi Perubahan Sosial*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Usman S. 2018. *Modal sosial* Yogyakarta, Pustaka Pelajar.