

BAB II

KERANGKA TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kerangka Teori

1. Pasar

Ensiklopedi ilmu-ilmu sosial mengartikan pasar adalah institusi yang memungkinkan terjadinya pertukaran melalui tawar-menawar atau pelelangan (Kuper, 2000: 609). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi pasar adalah penjual yang ingin menukarkan barang/jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang dan atau jasa. Menurut Damsar (1997: 101) istilah pasar dalam kajian sosiologi ekonomi diartikan sebagai salah satu lembaga paling penting dalam institusi ekonomi yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi, berfungsinya pasar tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Aspek yang tidak kalah menarik dalam pasar adalah aspek ruang dan waktu serta tawar-menawar yang terjadi di pasar. Ada beberapa aktor ekonomi yang berperan dalam pasar yaitu,

a. Pembeli

Menurut Damsar (1997: 103) ada beberapa tipe pembeli yaitu:

- 1) Pengunjung yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di lokasi pasar.

2) Pembeli yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan ke (di) mana akan membeli.

3) Pelanggan yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud membeli sesuatu barang atau jasa dan punya arah tujuan yang pasti ke (di) mana akan membeli. Seseorang yang menjadi pembeli tetap dari seorang penjual tidak terjadi secara kebetulan, tetapi melalui proses interaksi sosial. Tawar-menawar antara penjual dan pelanggan dapat dikatakan jarang terjadi, karena penjual telah menetapkan harga yang keuntungannya mendekati batas margin.

b. Pedagang

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan oleh Geertz (1963), Mai dan Buchholtz, dan lain-lain (dalam Damsar, 1997: 107) dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas :

- 1) Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- 2) Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga. Derajat tambahan tersebut berbeda pada setiap orang dan masyarakat.
- 3) Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
- 4) Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh uang, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

2. Interaksi Sosial

Interaksi sosial yaitu hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antar individu, antar kelompok, maupun antara individu dengan kelompok (Soerjono Soekanto, 2006: 62). Suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat yaitu adanya kontak sosial dan komunikasi. Dalam proses

komunikasi mungkin saja terjadi pelbagai penafsiran makna dan perilaku. Dengan demikian, bentuk-bentuk dari interaksi sosial itu terdiri dari (Soleman B. Taneko, 1984: 115):

a. Kerja sama

Kerja sama adalah suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama (Soerjono Soekanto, 2006: 66). Kerja sama timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama.

b. Akomodasi

Akomodasi merupakan suatu cara untuk menyelesaikan pertentangan tanpa menghancurkan pihak lawan sehingga lawan tidak kehilangan kepribadiannya. Tujuan akomodasi yaitu untuk mengurangi pertentangan antara individu, antar kelompok, dan antara individu dengan kelompok, untuk mencegah meledaknya pertentangan untuk sementara waktu agar terjadi kerja sama (Soerjono Soekanto, 2006: 69).

c. Persaingan

Persaingan merupakan suatu proses sosial, di mana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian publik atau dengan mempertajam prasangka yang telah ada tanpa

mempergunakan ancaman atau kekerasan (Soerjono Soekanto, 2006: 82)

d. Pertentangan (Konflik)

Pertentangan adalah suatu proses sosial di mana individu atau kelompok berusaha memenuhi tujuannya dengan jalan menantang pihak lawan dengan ancaman atau kekerasan (Soerjono Soekanto, 2006: 96).

Pasar merupakan wadah di mana terjalinnya interaksi sosial antar pelaku pasar. Bentuk-bentuk interaksi sosial yang muncul di Pasar *Tiban Sunday Morning* antara lain adanya kerja sama antara pedagang dengan pengelola pasar, pedagang dengan pedagang, dan pedagang dengan pembeli. Kerja sama dibangun untuk mencapai tujuan bersama. Selain kerja sama, ada juga persaingan yang terjadi di dalam pasar *Tiban Sunday Morning*. Para pedagang di Pasar *Tiban Sunday Morning* menganggap bahwa persaingan yang ada merupakan persaingan dalam hal positif, di mana para pedagang bersaing untuk memberikan barang dan pelayanan yang terbaik bagi pembeli.

3. Paguyuban

Kelompok-kelompok sosial tersebut merupakan himpunan atau kesatuan-kesatuan manusia yang hidup bersama (Soerjono Soekanto, 2006: 101). Hubungan tersebut antara lain menyangkut kaitan timbal balik yang saling mempengaruhi dan juga suatu kesadaran untuk saling menolong. Menurut Soerjono Soekanto (2009: 101) beberapa persyaratan setiap himpunan manusia dapat dinamakan kelompok sosial, antara lain:

- a. Adanya kesadaran pada setiap anggota kelompok bahwa dia merupakan sebagian dari kelompok yang bersangkutan.
- b. Ada hubungan timbal-balik antara anggota yang satu dengan anggota lainnya.
- c. Ada suatu faktor yang dimiliki bersama sehingga hubungan antar mereka bertambah erat, yang dapat merupakan nasib yang sama, kepentingan yang sama, tujuan yang sama, ideologi politik yang sama dan lain-lain. Tentunya faktor mempunyai musuh bersama misalnya, dapat pula menjadi faktor pengikat/pemersatu.
- d. Berstruktur, berkaidah, dan mempunyai pola perilaku.
- e. Bersistem dan berproses.

Menurut Ferdinand Tonnies (dalam Soerjono Soekanto, 2009:

116) paguyuban merupakan bentuk kehidupan bersama di mana anggota-anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah serta bersifat kekal. Dasar hubungan tersebut adalah rasa cinta dan rasa kesatuan batin yang memang telah dikodratkan. Bentuk terutama akan dapat dijumpai di dalam keluarga, kelompok kekerabatan, rukun tetangga, dan lain sebagainya. Paguyuban terdapat suatu kemauan bersama, ada suatu pengertian serta juga kaidah-kaidah yang timbul dengan sendirinya dari kelompok tersebut. Apabila terjadi pertentangan antar anggota suatu paguyuban, pertentangan tersebut tidak akan dapat diatasi dalam suatu hal saja. Tipe-tipe paguyuban menurut Ferdinand Tonnies (dalam Soerjono Soekanto, 2009: 118) adalah:

- a. Paguyuban karena ikatan darah (*gemmeinschaft by blood*) yaitu paguyuban yang merupakan ikatan yang didasarkan pada ikatan darah didasarkan pada keturunan.

- b. Paguyuban karena tempat (*gemmeinschaft by place*) yaitu suatu paguyuban yang terdiri dari orang-orang yang berdekatan tempat tinggal sehingga dapat saling tolong-menolong.
- c. Paguyuban karena jiwa-pikiran (*gemmeinschaft of mind*) yaitu suatu paguyuban yang terdiri dari orang-orang yang walaupun tak mempunyai hubungan darah ataupun tempat tinggalnya tidak berdekatan, tetapi mereka mempunyai jiwa dan pikiran yang sama, ideologi yang sama.

Paguyuban yang ada di Pasar *Tiban Sunday Morning* merupakan kelompok dari beberapa pedagang di pasar. Ada empat paguyuban yang terbentuk di Pasar *Tiban Sunday Morning*. Keempat paguyuban yaitu Paguyuban Fajar Wiradigama, Paguyuban Notonegoro, Paguyuban Sinar Pagi, dan Paguyuban Pedagang Taman Kupu-Kupu. Paguyuban-paguyuban di Pasar *Tiban Sunday Morning* terdapat suatu kemauan bersama, ada suatu pengertian yang sama dari paguyuban-paguyuban tersebut.

4. Modal Sosial

Istilah “modal” dalam pemikiran ekonomi sebenarnya berarti sejumlah uang yang terkumpul, yang dapat diinvestasikan dengan harapan mendapat keuntungan di masa mendatang (Field, 2011: 10). Para ilmuwan baru-baru ini telah mulai merujuk pada stok masyarakat tentang nilai-nilai yang dimiliki bersama sebagai modal sosial. Seperti *physical capital* dan *human capital*, modal sosial menghasilkan kesejahteraan dan bagian dari

nilai ekonomi bagi ekonomi nasional. Modal sosial juga merupakan prasyarat bagi seluruh bentuk upaya kelompok yang terjadi dalam masyarakat modern. (Fukuyama, 2002: 19)

Menurut Robert D. Putnam, definisi modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama (dalam Field, 2011: 51). Bourdieu mendefinisikan modal sosial adalah jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan (dalam Field, 2011: 23). James Coleman mendefinisikan *social capital* yaitu kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama-sama demi mencapai tujuan-tujuan bersama di dalam berbagai kelompok dan organisasi (dalam Fukuyama, 2007: 12).

Robert M.Z. Lawang (dalam Damsar, 2011: 210) mendefinisikan kapital sosial sebagai semua kekuatan sosial komunitas yang dikonstruksikan oleh individu atau kelompok dengan mengacu pada struktur sosial yang menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individual dan atau kelompok secara efisien dan efektif dengan kapital lainnya. Francis Fukuyama (2002: 22) mendefinisikan modal sosial secara sederhana sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama di antara para anggota-anggota suatu kelompok

memungkinkan terjalinnya kerja sama di antara mereka. Jika para anggota kelompok itu mengharapkan bahwa anggota-anggota yang lain akan berperilaku jujur dan terpercaya, maka mereka akan saling mempercayai. Jika orang-orang yang bekerja sama dalam sebuah perusahaan saling mempercayai dan bekerja menurut serangkaian norma etis bersama, maka berbisnis hanya memerlukan sedikit biaya (Fukuyama, 2007: 38).

Hasbullah (dalam Agus Supriono, Dance J. Flassy, dan Sasli Rais, 2009) menjelaskan, modal sosial sebagai segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kerja sama dalam masyarakat atau bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, ditopang oleh nilai-nilai, dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti *trust* (rasa saling mempercayai), ketimbang-balikan, aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat, atau bangsa dan sejenisnya.

Michael Wollcock (dalam Field, 2011: 68) membuat pemisahan yang berguna antara lain:

- a. Modal sosial yang mengikat, yang berarti ikatan antar orang dalam situasi yang sama, seperti keluarga dekat, teman akrab, dan rukun tetangga;
- b. Modal sosial yang menjembatani, yang mencakup ikatan yang lebih longgar dari beberapa orang, seperti teman jauh dan rekan sekerja; dan
- c. Modal sosial yang menghubungkan, yang menjangkau orang-orang yang berada pada situasi yang berbeda, seperti mereka yang sepenuhnya ada di luar komunitas, sehingga mendorong anggotanya memanfaatkan banyak sumber daya daripada yang tersedia di dalam komunitas.

Menurut Hasbullah (dalam Agus Supriono, Dance J. Flassy, dan Sasli Rais, 2009), dimensi inti telaah dari modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat untuk bekerja sama membangun suatu

jaringan guna mencapai tujuan bersama. Kerja sama tersebut diwarnai oleh suatu pola interelasi yang timbal balik dan saling menguntungkan. Kerja sama dibangun di atas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat. Kekuatan tersebut akan maksimal jika didukung dengan jalinan hubungan di atas prinsip-prinsip sikap yang partisipatif, sikap yang saling memperhatikan, saling memberi, dan menerima, saling percaya serta diperkuat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang mendukungnya.

Modal sosial adalah salah satu faktor penting yang menentukan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Modal sosial yang ada di Pasar *Tiban Sunday Morning* mempengaruhi kelancaran kegiatan dan keberlangsungan pasar. Modal sosial yang terdapat di Pasar *Tiban Sunday Morning* terdiri dari jaringan, norma sosial, dan kepercayaan. Dengan adanya modal sosial memungkinkan terjalannya kerja sama dan membentuk kerukunan di Pasar *Tiban Sunday Morning*

Ekonomi suatu masyarakat akan sulit berkembang jika tidak diimbangi dengan adanya kerukunan dan kerja sama yang sinergik. Modal sosial adalah sumber-sumber daya yang berkembang pada seseorang individu atau sekelompok individu seperti kepercayaan, norma-norma sosial, dan jaringan sosial yang memungkinkan terjalannya kerja sama di antara mereka. Adapun tiga unsur modal sosial tersebut, yaitu:

a. Kepercayaan

Kemampuan berasosiasi menjadi modal yang sangat penting bagi kehidupan ekonomi dan aspek eksistensi sosial yang lain. Akan tetapi, kemampuan ini sangat tergantung pada sesuatu kondisi di mana komunitas itu mau saling berbagi untuk mencari titik temu norma-norma dan nilai-nilai bersama. Jika titik temu etis-normatif ini ditemukan, maka pada gilirannya kepentingan-kepentingan individual akan tunduk pada kepentingan-kepentingan komunitas kelompok. Nilai-nilai bersama ini akan bangkit apa yang disebut kepercayaan. (Fukuyama, 2007: 13)

Fukuyama (2002: 24) mendefinisikan kepercayaan yaitu norma-norma kooperatif seperti kejujuran dan kesediaan untuk menolong yang bisa dibagi-bagi antara kelompok-kelompok terbatas masyarakat dan bukan dengan yang lainnya dari masyarakat atau dengan lainnya dalam masyarakat yang sama. Jika para anggota kelompok itu mengharapkan bahwa anggota-anggotanya yang lain akan berperilaku jujur dan terpercaya, maka mereka akan saling mempercayai. Fukuyama (2002: 72) mengatakan bahwa kepercayaan adalah efek samping yang sangat penting dari norma-norma sosial yang kooperatif yang memunculkan *social capital*. Jika masyarakat bisa diandalkan untuk tetap menjaga komitmen, norma-norma saling menolong yang terhormat, dan menghindari perilaku oportunistik, maka berbagai kelompok akan terbentuk secara lebih cepat, dan

kelompok yang terbentuk itu akan mampu mencapai tujuan-tujuan bersama secara lebih efisien.

Menurut Fukuyama (2002: 75) kepercayaan seharusnya diingat dalam dirinya sendiri bukan merupakan kebajikan moral, tetapi lebih merupakan efek samping dari kebajikan. Kepercayaan muncul ketika masyarakat saling berbagi norma-norma kejujuran dan ketersediaan untuk saling menolong dan oleh karenanya mampu bekerja sama satu dengan yang lain. Kepercayaan dihancurkan oleh sikap mementingkan diri sendiri yang eksekif atau oportunisme. Maka dari itu, kepercayaan dapat membuat orang-orang bisa bekerja sama secara lebih efektif karena bersedia menempatkan kepentingan kelompok di atas kepentingan individu.

Mollering merumuskan bahwa kepercayaan membawa konotasi aspek negosiasi harapan dan kenyataan yang dibawakan oleh tindakan sosial individu-individu atau kelompok dalam kehidupan kemasyarakatan (dalam Arya Hadi Dharmawan, 2002: 4). Dari rumusan Mollering itu *trust* membawa konotasi aspek negosiasi harapan dan kenyataan yang dibawakan oleh tindakan sosial individu-individu atau kelompok dalam kehidupan kemasyarakatan. Ketepatan antara harapan dan realisasi tindakan yang ditunjukkan oleh individu atau kelompok dalam menyelesaikan amanah yang diembannya, dipahami sebagai tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan akan tinggi, bila penyimpangan antara harapan dan realisasi tindakan,

sangat kecil. Sebaliknya, tingkat kepercayaan menjadi sangat rendah apabila harapan yang diinginkan tak dapat dipenuhi oleh realisasi tindakan sosial.

Rumusan dari Mollering tersebut menjelaskan, paling tidak, enam fungsi penting kepercayaan (*trust*) dalam hubungan-hubungan sosial-kemasyarakatan (dalam Arya Hadi Dharmawan, 2002: 4).

Keenam fungsi tersebut adalah:

1. Kepercayaan dalam arti *confidence*, yang bekerja pada ranah psikologis individual. Sikap ini akan mendorong orang berkeyakinan dalam mengambil satu keputusan setelah memperhitungkan resiko-resiko yang ada. Dalam waktu yang sama, orang lain juga akan berkeyakinan sama atas tindakan sosial tersebut, sehingga tindakan itu mendapatkan legitimasi kolektif.
2. Kerja sama, yang berarti pula sebagai proses sosial asosiatif dimana *trust* menjadi dasar terjalinnya hubungan-hubungan antar individu tanpa dilatarbelakangi rasa saling curiga. Selanjutnya, semangat kerja sama akan mendorong integrasi sosial yang tinggi.
3. Penyederhanaan pekerjaan, di mana *trust* membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja kelembagaan-kelembagaan sosial. Pekerjaan yang menjadi sederhana itu dapat mengurangi biaya-biaya transaksi yang bisa jadi akan sangat

mahal sekiranya pola hubungan sosial dibentuk atas dasar moralitas ketidakpercayaan.

4. Ketertiban. *Trust* berfungsi sebagai *inducing behavior* setiap individu, yang ikut menciptakan suasana kedamaian dan meredam kemungkinan timbulnya kekacauan sosial. Dengan demikian, *trust* membantu menciptakan tatanan sosial yang teratur, tertib dan beradab.
5. Pemelihara kohesivitas sosial. *Trust* membantu merekatkan setiap komponen sosial yang hidup dalam sebuah komunitas menjadi kesatuan yang tidak tercerai-berai.
6. Modal sosial. *Trust* adalah aset penting dalam kehidupan kemasyarakatan yang menjamin struktur-struktur sosial berdiri secara utuh dan berfungsi secara operasional serta efisien.

Pendekatan sosiologi ekonomi baru atau sering juga disebut pendekatan “keterlekatan” mengajukan pandangan yang lebih dinamis, yaitu bahwa kepercayaan tidak muncul dengan seketika tetapi terbit dari proses hubungan antar pribadi dari aktor-aktor yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Kepercayaan bukanlah merupakan barang baku (tidak berubah), tetapi sebaliknya, ia terus-menerus ditafsirkan dan dinilai oleh para aktor yang terlibat dalam hubungan perilaku ekonomi. (Damsar, 1997: 42)

Menurut Gambetta (dalam Damsar, 2011: 201) diskusi sosiologis tentang kepercayaan umumnya dikaitkan dengan keterbatasan perkiraan dan ketidakpastian yang berkenaan dengan perilaku orang lain dan motif mereka. Setiap orang memiliki keterbatasan dalam memperkirakan sesuatu untuk mengatasi ketidakpastian tersebut, maka dia harus menjalin hubungan kepercayaan dengan orang lain.

Sejumlah penulis menyatakan bahwa orang bekerja sama untuk mencapai tujuan-tujuan mereka, tidak hanya harus mengenal satu sama lain sebelumnya (Field, 2010: 101). Mereka juga perlu saling percaya dan berharap tidak akan dieksploitasi atau ditipu ketika bekerja sama. Transaksi ekonomi tidak dapat terjadi hanya karena kontrak dan kesepakatan yang dibuat bersama. Kesepakatan itu tidak mungkin dapat dipertahankan, jika masing-masing pihak tidak saling percaya. Jadi, mereka akan melaksanakan apa yang telah menjadi kesepakatan yang telah diputuskan.

Lawang (dalam Damsar, 2011: 186) menyimpulkan inti konsep kepercayaan sebagai berikut: (i) hubungan sosial antara dua orang atau lebih. Termasuk dalam hubungan ini adalah institusi, yang dalam pengertian ini diwakili orang. (ii) harapan yang akan terkandung dalam hubungan itu, yang kalau direalisasikan tidak akan merugikan salah satu atau kedua belah pihak. (iii) interaksi yang memungkinkan hubungan dan harapan itu berwujud.

Terwujudnya harapan dan realisasi juga dapat memunculkan kepercayaan dari pengelola Pasar *Tiban Sunday Morning*, dengan kedisiplinan para pedagang terhadap norma-norma yang ada. Sikap jujur dan kedisiplinan terhadap norma-norma sosial juga merupakan pengharapan dari pedagang, paguyuban, dan pengelola Pasar *Tiban Sunday Morning*. Hubungan pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi yang sama-sama mengharapkan adanya kejujuran. Kepercayaan tidak dapat muncul dengan seketika, melainkan membutuhkan proses dari hubungan antara pelaku-pelaku yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Kepercayaan sangat penting dalam menjalin kerja sama dengan agen dan pelanggan. Keberadaan pelanggan sangat berpengaruh terhadap hidup matinya suatu usaha dagang yang dimiliki penjual.

b. Jaringan Sosial

Salah satu pengertian jaringan dikemukakan oleh Robert M. Z. Lawang, jaringan merupakan terjemahan dari *network* yang berasal dari dua suku kata yaitu *net* dan *work*. *Net* berarti jaring, yaitu tenunan seperti jala, terdiri dari banyak ikatan antar simpul yang saling terhubung antara satu sama lain. *Work* berarti kerja. Jadi *network* yang penekanannya terletak pada kerja bukan pada jaring, dimengerti sebagai kerja dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring. Berdasarkan cara pikir tersebut, maka jaringan

(*network*) menurut Robert M. Z. Lawang (dalam Damsar, 2011: 157-158) dimengerti sebagai:

1. Ada ikatan antar simpul (orang/kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial ini diikatkan dengan kepercayaan. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak.
2. Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerja sama bukan kerja bersama-sama.
3. Seperti halnya sebuah jaring (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul itu pasti kuat menahan beban bersama dan malah dapat “menangkap ikan” lebih banyak.
4. Dalam kerja jaring itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Jika satu simpul saja putus maka keseluruhan jaring itu tidak bisa berfungsi lagi, sampai simpul itu diperbaiki. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat. Dalam hal ini analogi tidak seluruhnya tepat terutama kalau orang yang membentuk jaring itu hanya dua saja.
5. Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
6. Ikatan atau pengikat (simpul) adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan mediana itu dipelihara dan dipertahankan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan studi jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subyektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul atau ikatan. Simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar para aktor tersebut.

Jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, di mana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan adalah hubungan sosial (Ruddy Agusyanto, 2007: 13). Sedangkan, Fukuyama (2002: 324) mendefinisikan jaringan sebagai sekelompok agen-agen individual yang berbagi norma-norma atau nilai-nilai informal melampaui nilai-nilai atau norma-norma yang penting untuk transaksi-transaksi pasar biasa. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja sama satu sama lain dan tidak sekedar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik (Field, 2010: 18). Jaringan dalam konsep modal sosial memberikan akses pada sumber daya. Hal tersebut sejalan dengan yang dikatakan oleh Nan Lin (dalam Castiglione, D., Deth Jan, W.V., & Wolleb, G., 2008: 73)

“Social capital is defined as resources embedded in one’s social networks. Resources, that can be accessed or mobilized through ties in the networks”(Modal sosial didefinisikan sebagai sumber daya yang tertanam dalam jaringan-jaringan sosial seseorang, sumber daya dapat diakses atau dimobilisasi melalui hubungan dalam jaringan-jaringan).

Granovetter (dalam Damsar, 1997: 43-44) menjelaskan adanya keterlekatan perilaku ekonomi dalam hubungan sosial di mana melalui jaringan sosial yang terjadi dalam kehidupan ekonomi. Pada tingkatan antar individu, jaringan sosial dapat didefinisikan sebagai rangkaian hubungan yang khas di antara sejumlah orang dengan sifat tambahan, yang ciri-ciri dari hubungan ini sebagai keseluruhan, yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dari individu-individu yang terlibat.

Granovetter (dalam Ritzer, 2010: 470-471) membedakan antara “ikatan kuat dan lemah”. Ikatan kuat misalnya hubungan antara seseorang dan teman karibnya, dan ikatan lemah misalnya hubungan antara seseorang dan kenalannya. Ikatan lemah dapat menjadi sangat penting, seorang individu tanpa ikatan lemah akan merasa dirinya terisolasi dalam sebuah kelompok yang ikatannya sangat kuat dan akan kekurangan informasi tentang apa yang terjadi di kelompok lain ataupun masyarakat luas. Granovetter juga menegaskan bahwa ikatan yang kuat pun mempunyai nilai, misalnya orang mempunyai ikatan memiliki motivasi lebih besar untuk saling membantu dan lebih cepat untuk saling memberikan bantuan.

Analisis jaringan sosial memperkenalkan dua konsep baru dalam mengkaji struktur sosial yang memusatkan perhatian pada hubungan sosial (Ruddy Agusyanto, 2007: 59). Pertama, analisis jaringan sosial memperkenalkan suatu konsep untuk mengkaji

perilaku atau tindakan manusia, yang mana manusia selalu dilihat dalam suatu proses interaksi sosial; manusia yang satu memanipulasi manusia-manusia lainnya. Dalam hal ini, analisis jaringan sosial seolah-olah mengindikasikan bahwa seseorang (*person*) tergantung kepada orang lain dan tidak kepada sesuatu yang abstrak. Kedua, analisis jaringan sosial berusaha memfokuskan perhatian kepada proses internal dan dinamika yang inheren di dalam hubungan-hubungan sosial atau saling ketergantungan umat manusia.

Fukuyama (2002: 332) menjelaskan bahwa melalui hubungan persahabatan atau pertemanan pun, dapat diciptakan jaringan yang memberikan saluran-saluran alternatif bagi aliran informasi dan ke dalam sebuah organisasi. Jaringan dengan kepercayaan tinggi akan berfungsi lebih baik dan lebih mudah daripada dalam jaringan dengan kepercayaan rendah (Field, 2010: 103). Individu yang mengalami pengkhianatan dari mitra dekat akan mengetahui betapa sulit menjalin kerja sama tanpa dilandasi kepercayaan.

Jaringan dibangun atas simpul yang ada di Pasar *Tiban Sunday Morning* yaitu individu pedagang atau pelaku lainnya dan kelompok maupun institusi. Para pedagang sengaja memperluas jaringan untuk memperluas hubungan dengan rekan dagang lain. Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi,

memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerja sama.

c. Norma Sosial

Norma merupakan kesepakatan bersama yang berperan untuk mengontrol dan menjaga hubungan antara individu dengan individu lainnya dalam kehidupan bermasyarakat. Norma-norma masyarakat merupakan patokan untuk bersikap dan berperilaku secara pantas yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar, yang mengatur pergaulan hidup dengan tujuan untuk mencapai suatu tata tertib (Soerjono Soekanto, 2002: 198).

Norma sosial yang ada di masyarakat dapat dibedakan menjadi beberapa aspek. Jenis norma bisa dibedakan antara norma sosial formal dan informal.

“Formal norms are written down and involve specific punishments for violators. Laws are the most common type of formal norms, they have been codified and may be enforced by sanctions...norms considered to be less important are referred to as informal norms—unwritten standards of behavior understood by people who share a common identity. Informal sanctions are not clearly defined and can be applied by any member of a group”(Norma formal ditulis dan menggunakan hukuman tertentu bagi pelanggarnya. Hukum adalah bentuk norma formal yang paling umum, hukum dirumuskan dalam tulisan dan bisa ditegakkan dengan sanksi... Norma yang dianggap kurang penting disebut sebagai norma informal—standar perilaku yang tak tertulis, dipahami oleh orang yang memiliki kesamaan identitas. Sanksi informal tidak didefinisikan dengan jelas dan bisa diaplikasikan oleh semua anggota kelompok.) (Kendall, 2011: 73)

Norma biasanya dibangun, tumbuh, dan dipertahankan untuk memperkuat masyarakat itu sendiri. Norma-norma sosial diciptakan secara sengaja. Dalam pengertian bahwa orang-orang yang memprakarsai/ikut mempertahankan suatu norma merasa diuntungkan oleh kepatuhannya pada norma dan merugi karena melanggar norma (Coleman, 2009: 333)

Douglass North (dalam Fukuyama, 2002: 243) menjelaskan bahwa norma-norma sangat penting untuk mengurangi biaya-biaya transaksi. Jika kita tidak memiliki norma, maka kita mungkin harus merundingkan aturan-aturan kepemilikan atas dasar kasus per kasus, sebuah situasi yang tidak kondusif bagi pertukaran pasar, investasi, maupun pertumbuhan ekonomi. Dalam cabang ekonomi terdapat teori permainan yang menjelaskan munculnya norma-norma sosial. Secara sederhana teori permainan dapat digambarkan sebagai berikut:

“...bahwa kita semua dilahirkan ke dunia bukan sebagai *oversocialized communitarian*-nya Dennis Wrong dengan banyaknya ikatan-ikatan dan kewajiban-kewajiban sosial terhadap yang lain, tetapi lebih sebagai individu yang terisolasi dengan segulung hasrat atau preferensi mementingkan diri sendiri. Dalam banyak hal, kita bisa memuaskan preferensi-preferensi itu secara lebih efektif jika kita bekerja sama dengan orang lain, dan oleh karenanya ahrus mengembangkan norma-norma negosiasi kooperatif yang mengatur berbagai interaksi sosial” (Fukuyama, 2002: 244).

Matematika dibalik teori permainan berusaha untuk memahami dengan cara formal berbagai strategi yang bisa digunakan orang untuk bergerak dari kepentingan-kepentingan diri menuju hasil-hasil kooperatif (Fukuyama, 2002: 245). Norma yang tumbuh di pasar dapat tercipta secara informal yang kemudian dilembagakan melalui lembaga yang sudah dibentuk. Pasar *Tiban Sunday Morning* memiliki suatu organisasi sosial yang membawahi empat buah paguyuban dengan norma-norma tersendiri dalam mengatur perilaku dalam pasar.

Dalam hal ini norma-norma menjaga hubungan sosial antara pedagang, pembeli, pengurus paguyuban, dan pengelola Pasar *Tiban Sunday Morning*. Kepatuhan pelaku pasar terhadap norma-norma sosial yang telah disepakati dapat meningkatkan solidaritas dan mengembangkan kerja sama dengan mengacu pada norma-norma sosial yang menjadi patokan mereka.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya mengenai peran modal sosial sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tyas Ambar Sari pada tahun 2009, skripsi mahasiswa Pendidikan Sosiologi, FIS, UNY. Skripsi ini berjudul “Peran Modal Sosial dalam Perdagangan Sapi di Pasar Pedan Kabupaten Klaten”, membahas tentang peran modal sosial dalam perdagangan sapi di Pasar

Pedan, Klaten. Unsur-unsur modal sosial yang ada dalam pasar adalah jaringan sosial, kepercayaan, dan norma. Ketiga unsur modal sosial tersebut memiliki peran penting dalam perdagangan sapi.

Peran kepercayaan dalam perdagangan sapi antara lain menjadi dasar terjadinya hubungan antar aktor satu dengan lainnya dalam perdagangan sapi dan membantu menyederhanakan pekerjaan dengan mengurangi biaya transaksi. Jaringan sosial berperan dalam membantu mengakses informasi, membantu mendapatkan rekan bisnis, dan membantu mengakses sumber daya. Norma berperan dalam kelangsungan perdagangan sapi dengan mengatur tingkah laku pelaku di pasar sapi.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada tempat dan obyek penelitian yang dilakukan. Penelitian Tyas Ambar Sari, pasar yang menjadi obyek penelitian adalah pasar sapi dimana barang dagangan yang dijual di sana tentang sapi dan benda-benda yang berkaitan dengan sapi. Akan tetapi, pada penelitian ini pasar yang dikaji adalah Pasar *Tiban Sunday Morning* yang memiliki beragam jenis penjual dengan berbagai macam barang dagangan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Widhiastuti , pada tahun 2011, skripsi mahasiswa Pendidikan Sosiologi, FIS, UNY. Skripsi ini berjudul “Modal Sosial dalam Strategi MLM (*Multy Level Marketing*) Tianshi di Yogyakarta”, membahas tentang modal sosial yang terdapat dalam MLM Tianshi dan mengetahui modal sosial dalam strategi MLM Tianshi di

Yogyakarta. Hasilnya yaitu modal sosial dalam strategi MLM Tianshi adalah kepercayaan yang dilakukan dengan cara melakukan presentasi dan memakai produk. Jaringan yang dilakukan dengan melakukan *prospecting* dan norma yang harus dipatuhi distributor meliputi norma tidak tertulis dan tertulis.

Perbedaan antara penelitian Sri Widhiastuti dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah obyek penelitian. Penelitian ini membahas tentang MLM Tianshi di Yogyakarta, sedangkan peneliti akan membahas tentang Pasar *Tiban Sunday Morning* di Lembah UGM, Yogyakarta. Persamaan kedua penelitian ini adalah membahas tentang modal sosial untuk mempertahankan keberadaan suatu lembaga ekonomi di masyarakat.

C. Kerangka Pikir

Salah satu bentuk pasar tradisional yang masih eksis di Yogyakarta adalah *Pasar Tiban Sunday Morning* di Lembah UGM. *Pasar Tiban Sunday Morning* memiliki keunikan karena hanya buka pada hari Minggu saja, tetapi banyak yang berkunjung di pasar ini. *Pasar Tiban Sunday Morning* ini terdapat beberapa pelaku pasar seperti adanya penjual, pembeli, paguyuban yang beranggotakan beberapa pedagang, dan pengelola pasar.

Pasar tidak hanya membutuhkan modal finansial dan modal manusia dalam mempertahankan keberadaannya, tetapi juga modal sosial. Seperti *Pasar Tiban Sunday Morning* yang juga terdapat modal sosial yang tumbuh di

dalamnya. Modal sosial tumbuh dalam berbagai hubungan di Pasar *Tiban Sunday Morning*. Jalinan antara pedagang dan pembeli terdapat modal sosial, karena mereka saling berinteraksi dalam melakukan transaksi perdagangan. Hubungan sesama pedagang juga terdapat modal sosial untuk menjaga kelangsungan Pasar *Tiban Sunday Morning*. Hubungan antar pedagang ini dapat terlihat dalam paguyuban-paguyuban yang terbentuk dan interaksi di Pasar *Tiban Sunday Morning*. Ada empat paguyuban di *Pasar Tiban Sunday Morning* dengan beranggotakan pedagang-pedagang yang ada di pasar tersebut.

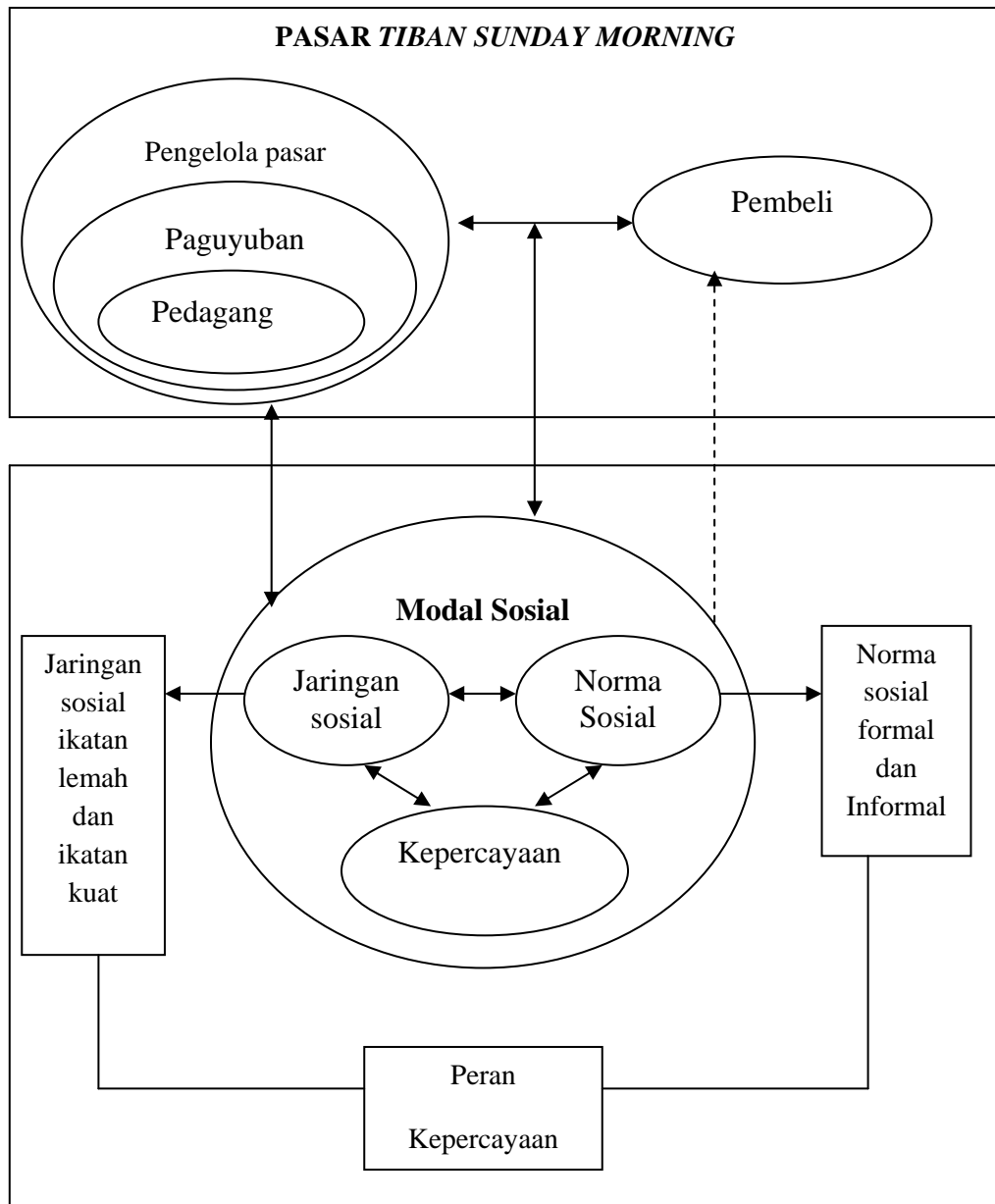
Jaringan sosial terbentuk karena adanya interaksi dalam hal ini bisa interaksi antara pedagang dan pembeli, pedagang dengan pedagang yang akhirnya membentuk paguyuban, serta jaringan paguyuban dengan pengelola Pasar *Tiban Sunday Morning*. Jaringan sosial berfungsi sebagai sumber informasi penting dalam mengidentifikasi dan menggali peluang bisnis sehingga membentuk relasi bisnis. Bentuk jaringan yang muncul dilihat dari interaksi sosial antara pelaku di Pasar *Tiban Sunday Morning* yaitu jaringan ikatan kuat dan jaringan ikatan lemah.

Relasi tersebut tidak akan berlangsung dengan baik jika tidak didasari dengan rasa kepercayaan. Kepercayaan merupakan modal sosial dimana seseorang akan mampu membuat akses lebih jauh dalam usaha. Kepercayaan memiliki peran penting dalam mempertahankan hubungan dan kelangsungan aktivitas perdagangan di Pasar *Tiban Sunday Morning*. Kepercayaan muncul dari adanya kejujuran dan bertindak sesuai norma-

norma atau kesepakatan bersama. Kepercayaan yang muncul dari pelaku Pasar *Tiban Sunday Morning* memiliki beberapa fungsi yang dapat dianalisis dengan menggunakan rumusan Mollering.

Interaksi yang terjalin antar individu juga memerlukan norma sosial. Norma sosial memiliki peran penting dalam kelangsungan aktivitas perdagangan di Pasar *Tiban Sunday Morning*. Norma sosial yang tercipta di Pasar *Tiban Sunday Morning* terdapat dua sifat yaitu norma sosial formal dan informal. Norma dalam modal sosial berperan untuk mengatur dan menjaga bagaimana ikatan serta hubungan sosial itu dipelihara dan dipertahankan.

Ketiga unsur modal sosial yang ada di Pasar *Tiban Sunday Morning* saling berkesinambungan sehingga membentuk suatu sumber daya pelaku dagang atau pasar. Sehingga pelaku pasar mampu membangun jaringan untuk mencapai tujuan bersama, saling menguntungkan, dibangun di atas kepercayaan yang diikat dengan norma-norma bersama.



Bagan 1. Kerangka Pikir