

# **Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika**

## **Vol. 4, No. 2, November 2018**

ISSN 2477-3514  
e-ISSN 2614-0055

---

Judul : Jaringan Sosial dan Pemberdayaan Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Rau Kota Serang  
Penulis : Musahwi, Stevany Afrizal, Sastra Juanda  
Diterima : Agustus 2018; disetujui September 2018  
Halaman Artikel : 13-24  
Dipublikasikan oleh : Jurusan Pendidikan Sosiologi FKIP Untirta  
Laman Online : <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Hermeneutika>

Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika terbit dua kali setahun pada edisi Mei dan November memuat artikel dari sosiolog, guru sosiologi, peminat sosiologi dan mahasiswa sosiologi.



**Jurusan Pendidikan Sosiologi**  
**Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**  
**Universitas Sultan Ageng Tirtayasa**

# **Jaringan Sosial dan Pemberdayaan Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Rau Kota Serang**

Musahwi, Stevany Afrizal, Sastra Juanda  
Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa  
musahwi@untirta.ac.id

## **Abstrak**

Pasar tradisional adalah representasi kelas menengah dan masyarakat miskin Keberadaannya amat vital dalam menopang perekonomian keluarga dan masyarakat secara luas. Secara kuantitas sejak dulu, pasar tradisional lekat dengan kaum perempuan. Namun perhatian khusus terhadap keberadaan kaum perempuan dalam membangun usahanya di pasar tradisional belum mendapatkan perhatian serius. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi mereka dalam membangun usaha tentu tidak bisa diabaikan karena sektor ini menentukan keberlangsungan hidup mereka. Penelitian telah berusaha mengungkap strategi survive dan jaringan sosial kelembagaan bagi perempuan yang membuka usaha di pasar tradisional Rau dalam rangka memberdayakan mereka. Prosedur penelitian yang dipakai adalah kualitatif, yang bertujuan menjaring data yang lebih mendalam terhadap persoalan yang dihadapi objek penelitian. Berdasarkan data yang dihimpun yang telah dianalisis, terdapat beberapa temuan, di antaranya (1) strategi survive ditopang oleh moralitas ekonomi yaitu tidak putus asa. Selain itu, adalah pengetahuan, jaringan sosial kultural dan modal material. (2) tidak ada jaringan sosial struktural, paguyuban, dan sejenisnya. Karena itu mereka sering mengalami ketidak-adilan sosial dan ekonomi. Partisipasi terhadap berbagai kebijakan di pasar rendah sebab mereka tidak pernah dilibatkan. Mereka hanya datang berdagang. (3) belum ada program pemberdayaan yang khusus dibuat untuk kalangan perempuan yang membuka usaha di pasar, meskipun keberadaan mereka sangat vital dalam perekonomian.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, Pemberdayaan Ekonomi, Perempuan

## **Abstract**

*Traditional markets are representations of the middle class and the poor. Its existence is vital in sustaining the economy of the family and society at large. In quantity, traditional markets are closely related to women. However, special attention to the existence of women in building their businesses in traditional markets has not received serious attention. The problems they face in building a business cannot be ignored because this sector determines their survival. Research has sought to uncover survival strategies and institutional social networks for women who open businesses in the traditional Rau market in order to empower them. The research procedure used is qualitative, which aims to capture deeper data on the problems faced by the research object. Based on the data collected which has been analyzed, there are several findings, including (1) survival strategies supported by economic morality, namely not despairing. In addition, it is knowledge, social cultural networks and material capital. (2) there are no structural social networks, associations, and the like. Therefore they often experience social and economic injustice. Participation in various policies on the market is low because they have never been involved. They only come to trade. (3) there is no empowerment program specifically created for women who open businesses in the market, even though their existence is vital in the economy.*

*Keywords: Traditional Markets, Economic Empowerment, Women*

## A. LATAR BELAKANG MASALAH

Studi ini meneliti jaringan sosial pedagang perempuan di pasar Rau kota Serang, dengan fokus di antaranya: (1) strategi *survive* pedagang perempuan dalam usaha mengembangkan perekonomian mereka di pasar tradisional. (2) jaringan sosial kelembagaan baik yang disediakan pemerintah maupun atas prakarsa mereka sendiri yang mendukung terhadap kontinuitas usaha mereka. Pasar tradisional adalah representasi perekonomian masyarakat kelas menengah ke bawah, yang pada umumnya lebih dominan perempuan yang mencari penghidupan di pasar tradisional. Lebih dari itu, Paskarina (2007:10) menuliskan bahwa pasar secara sosiologis memiliki makna filosofi sebagai arena jual beli produk dan juga tempat pertemuan warga untuk berinteraksi atau melakukan diskusi formal atas masalah yang mereka hadapi. Dengan kata lain, di dalam membangun perekonomian usaha mikro pedagang perempuan di pasar tradisional, mereka membutuhkan jaringan yang secara sosiologis menentukan dalam peningkatan usaha mereka.

World Bank sebagaimana dilaporkan Narayan et.al (2005) telah melakukan studi tentang tantangan pemberdayaan di negara-negara Asia. Salah satu yang menghambat terhadap usaha pemberdayaan pada kaum perempuan adalah faktor sosial dan budaya. Misalnya di dalam lingkungan keluarga, *mindset* yang masih belum bisa sepenuhnya hilang adalah, pendapatan istri jangan melebihi suami. Meskipun kenyataannya sangat banyak yang demikian, namun kondisi ini juga mempengaruhi kontrol sosial suami di lingkungan keluarga. Dan seperti dapat

kita lihat juga dalam birokrasi pasar dan juga politik. Seorang perempuan yang berkeluarga jika ingin membangun usaha melakukan pinjaman di pelbagai sektor finansial, acapkali secara administratif sebagai jaminan yang diminta adalah penghasilan suami. Sehingga sudah tentu kontrol budaya yang demikian itu bukan hanya menghambat perempuan di lingkungan keluarga tetapi juga secara kelembagaan dan birokrasi.

Karenanya, secara individual maupun kelembagaan ia mesti ditopang dengan jaringan yang kuat agar mereka dapat mandiri, terutama dalam rangka pemberdayaan pedagang perempuan, yang seringkali rentan dalam relasi-relasi sosial mereka. ketidaksadaran tentang pentingnya modal jaringan sosial mengakibatkan mereka sulit mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka di pasar. Kerentanan dalam mempertahankan eksistensi mereka salah satunya karena tidak ada mekanisme atau regulasi yang transparan di pasar-pasar tradisional. Mereka yang secara eksistensial mampu mempertahankan dan tidak “tergusur” karena mereka memiliki jaringan yang kuat, baik di antara sesama pedagang maupun dengan regulator. Dengan adanya modal sosial tersebut, mereka bisa mengatasi persoalan yang dihadapi oleh pedagang itu sendiri. Sebagaimana diutarakan oleh Suwarsono (1996) bahwa kelompok masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi akan membuka kemungkinan menyelesaikan kompleksitas permasalahan kesejahteraan sosial dengan lebih mudah.

Pasar tradisional Rau yang menjadi objek studi ini merupakan pasar induk yang ada di Kota Serang Banten. Sebagai

pasar tradisional, pasar ini adalah pasar yang paling ramai dikunjungi setiap harinya oleh masyarakat kota Serang. Hal ini disebabkan karena terdapat banyak pedagang yang beragam yang didominasi oleh kalangan perempuan. Banyak para pedagang yang berjualan sayuran, buah-buahan, daging, ikan hingga barang kebutuhan rumah tangga lainnya. Dengan demikian sebagai pasar induk yang menjadi tempat perputaran perekonomian masyarakat kelas menengah ke bawah, penting kiranya diteliti lebih mendalam untuk memahami strategi dan jaringan sosial di dalamnya yang mendorong atau menghambat pemberdayaan ekonomi mikro yang mereka jalankan.

Tujuan dan manfaat studi ini adalah: (1) dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan untuk merumuskan kebijakan pengelolaan lebih lanjut dalam pengembangan maupun pemberdayaan usaha mikro kalangan perempuan di pasar tradisional. (2) studi ini secara akademik dapat memberi kontribusi terhadap kajian dan pemberdayaan perempuan dalam sektor ekonomi mikro di pasar tradisional. Berbagai permasalahan yang tidak dapat diurai dan memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung dengan studi ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam kajian selanjutnya, sehingga upaya pemberdayaan kaum perempuan di sektor ekonomi dan sosial terus ditingkatkan dalam rangka perbaikan kualitas dan kuantitas keterlibatan perempuan dalam usaha perbaikan ekonomi masyarakat.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Modal jaringan sosial dan ekonomi di level mikro bagi pedagang perempuan adalah

salah satu yang penting jika mereka ingin bertahan dan dapat mengembangkan usaha mereka. Hasil studi Widjajanti (2011) menyetujui pemberdayaan pada sektor pengembangan modal manusia, dan oleh karenanya akan lebih baik jika pemberdayaan didukung oleh pengembangan kemampuan pelaku pemberdayaan. Walaupun isu pengembangan pengetahuan pelaku ekonomi di level mikro sudah sejak lama menjadi perhatian, namun itu tidak cukup jika pengetahuan yang dimaksud hanyalah berhenti pada strategi marketing maupun strategi memproduksi barang yang berdaya saing di pasaran. Dalam pasar modern dengan kecanggihan teknologi seperti saat ini, alasan ini sangat logis. Karena pasar online menyediakan kemungkinan itu, tentu saja pelaku ekonomi mikro yang didominasi oleh kalangan muda semacam itu akan kalah bersaing jika pengetahuan mereka kurang. Namun di pasar tradisional yang dipahami bersama, mereka umumnya beragam. Dan pengetahuan di antara mereka tentang dunia pasar juga beragam. Interaksi langsung dengan pembeli juga menentukan. Selain daripada itu, modal jejaring sosial di antara para pedagang dan juga regulator, dalam hal ini pemerintah sangat diperlukan. Karena secara langsung setiap harinya di antara mereka berinteraksi. Hal ini sangat berbeda dengan pasar online, di mana segala sesuatunya ada standar yang lebih jelas dan pembeli dapat memberikan penilaian bagi pedagang yang bertindak di luar aturan. Sementara pasar tradisional walaupun terdapat aturan, kadangkala tidak sepenuhnya menjadi pedoman bagi para pedagang. Modal jaringan dan kekuatan di antara pedagang sedikit banyak menentukan. Misalnya, dari

siapa yang menjaga parkir hingga lapak-lapak tertentu yang bisa ditempati atau bisa dipindahkan, digeser, bahkan ditutup.

Tetapi prinsipnya menurut Lawang (2005), hal-hal yang penting dalam jaringan sosial, yaitu harus diukur dengan fungsi ekonomi dan fungsi kesejahteraan sosial sekaligus. Fungsi-fungsi tersebut dapat memperlancar (pelumas) kegiatan ekonomi, jaringan sosial harus memiliki sifat keterbukaan pada semua orang untuk memberikan kesempatan kepada publik menilai fungsinya yang mendukung kepentingan umum. Kombinasi dari fungsi ekonomi dan sosial sekaligus yang terdapat dalam modal sosial, jaringan sosial harus bersifat emansipatoris dan integratif. Misalnya Jaringan antar personal atau individu. Jaringan ini dibangun oleh individu dan melibatkan dua individu atau lebih. Jaringan bermula dari komunikasi awal berupa perkenalan yang kemudian berlanjut pada peningkatan komunikasi yang lebih intens. Melalui komunikasi secara terus menerus yang kemudian terbukalah kemungkinan untuk membangun jaringan. Berdasarkan jumlah individu yang membentuknya, jaringan antar personal dapat berbentuk jaringan duaan, tigaan, empatan, dan seterusnya dengan variasi berbeda pada masing-masing tingkatan. Sementara jaringan antar individu dengan institusi dapat pula terbangun antara individu dengan institusi yang sebenarnya juga diwakili oleh individu. Hanya saja saat individu yang mewakili institusi itu bertindak atau mengambil keputusan, individu tersebut melakukannya atas nama institusi atau bersifat kelembagaan. Jaringan antara individu dengan institusi bersifat resiprokal karena masing-masing mempunyai hak dan

kewajiban. Sebagai contoh keterlibatan pedagang pasar tradisional dalam paguyuban membuat dirinya mendapatkan kemudahan dalam pinjaman modal. Adapun jaringan antar institusi dapat dibangun oleh institusi-institusi yang mempunyai tujuan atau kepentingan yang sama ataupun karena fungsinya, misalnya pemerintah. Jaringan antar institusi ini memungkinkan pencapaian tujuan institusi ini memungkinkan pencapaian tujuan institusi atau individu yang tergabung di dalamnya dapat segera tercapai.

Secara garis besar menurut Narayan et.al (2005) usaha memahami dan melakukan pemberdayaan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah memerlukan kerangka konseptual yang menyeluruh yang melibatkan struktur peluang dan agensi masyarakat bersangkutan. Di dalam struktur peluang, mensyaratkan iklim institusi birokrasi yang mendukung. Institusi formal seperti peraturan hukum harus ditegakkan oleh negara, pasar, masyarakat sipil, dan lembaga lain yang terlibat. Norma yang menghambat superioritas maupun pengucilan dapat merusak aturan formal. Acapkali, terhambatnya pembangunan ekonomi mikro kalangan kelas bawah karena ada kekuasaan yang tidak setara. Ini lebih sering terjadi pada pemberdayaan di kalangan perempuan. Terdapat empat elemen yang dapat dijadikan dasar dan syarat agar konsep pembangunan ekonomi masyarakat miskin dapat berkembang. Pertama, akses informasi. Pelbagai informasi yang mendukung terhadap keberadaan mereka harus dibuka seluas-luasnya. Kedua, partisipasi. Pengalaman Indonesia, kendatipun konsep partisipasi

terbuka luas bagi negara demokrasi, namun dalam tataran praktis tidak semua dapat memiliki peluang terutama dalam membuat suatu peraturan bersama. Pedagang kecil misalnya di pasar, mereka sudah terbiasa mengikuti yang sudah dibuatkan, sehingga kadang sering mereka tidak tahu harus menyampaikan kepada siapa jika mereka menghadapi masalah. Ketiga, akuntabilitas. Karena birokrasi tidak memberi peluang yang sama terhadap informasi dan tidak melibatkan mereka dalam membuat peraturan dan sejenisnya, masyarakat mungkin hanya bisa bertanggungjawab atas usaha mereka sendiri, sehingga walaupun perilaku tertentu yang mereka lakukan kadang menyebabkan terganggunya orang atau kelompok lain. hal ini belum diperhatikan. Keempat, organisasi lokal yang dibentuk oleh mereka sendiri. Adanya wadah di antara mereka membuat mereka memiliki kekuatan untuk menyampaikan pelbagai masalah yang mereka hadapi kepada pemerintah. Selain daripada itu, struktur sosial dan politik harus memberi jaminan keterbukaan, kompetisi yang adil, serta dapat mengelola konflik yang mungkin muncul di antara masyarakat dalam mengembangkan pasar ekonomi mereka. Permasalahan seperti ini akan semakin rumit ketika struktur sosial dan politik tidak berpihak kepada mereka yang tak memiliki modal dan jaringan yang luas. Pedagang-pedagang kecil di pasar dapat saja mengalami deskriminasi dan tutup usaha mereka karena faktor ketidakberdayaan mereka di tengah persaingan.

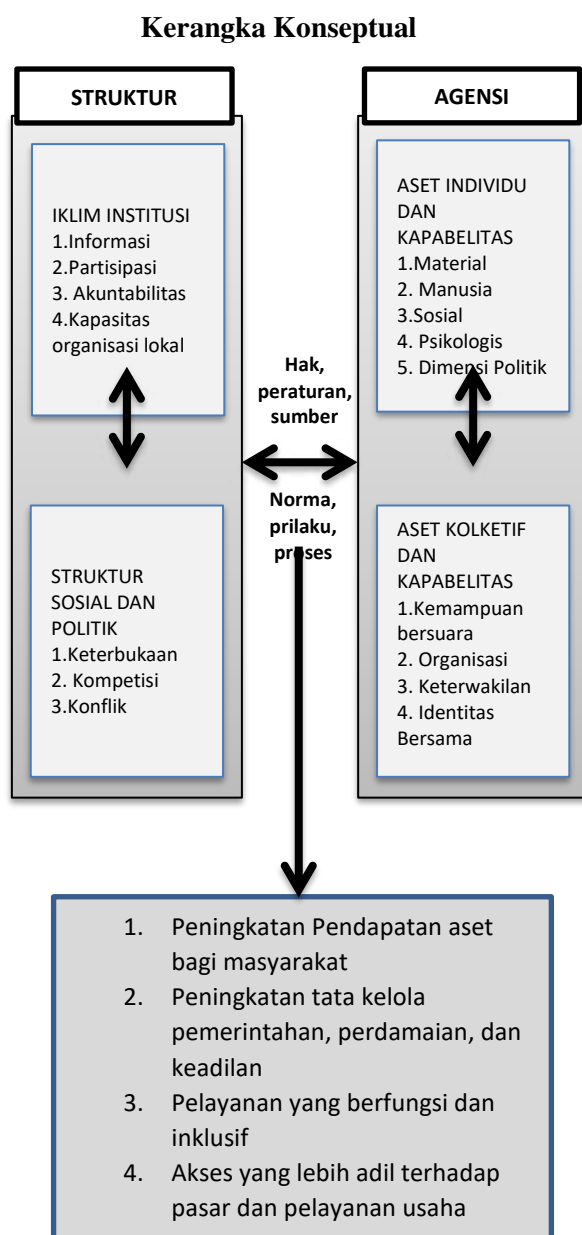
Sementara itu agensi masyarakat bersangkutan tidak kalah pentingnya. Agensi yang dimaksud adalah, bahwa

masyarakat yang menjalankan ekonomi mikro di pasar tradisional memiliki kemampuan terbatas untuk bertindak dan memajukan kepentingan mereka sendiri. Dalam upaya ini diperlukan sokongan bagi mereka apabila memiliki kemauan yang besar namun tidak memiliki modal yang cukup dalam mengembangkan usaha mereka. Seberapa besar aset individu yang mereka miliki memengaruhi keberlangsungan usaha mereka. Aset dalam hal ini dapat berupa kepemilikan materi maupun kecakapan diri, yakni secara psikologis mereka didorong untuk memiliki motivasi dan berkeinginan meningkatkan sektor ekonomi mereka. Di samping itu, juga terdapat aset kolektif. Jaringan sosial di antara mereka juga sangat menentukan jika dapat dikelola dengan baik dan tidak memihak. Dan ini salah satu aset kolektif mereka. Secara sosiologis jika mereka disatukan dalam suatu wadah bersama, mereka memiliki kekuatan yang jauh lebih berdaya ketimbang berusaha sendirian. Pasar bukan saja sebagai tempat usaha, kendatipun pada akhirnya inilah yang penting, tetapi suasana harus di bangun agar rasa senasib mampu membuat mereka lebih kuat. Terbangunnya suatu organisasi di tingkat usaha ekonomi mikro, selain mereka memiliki kekuatan untuk bersuara mereka pun memiliki keterwakilannya sendiri sebagai suatu wadah bersama. Sehingga dengan demikian, mereka juga ada identitas bersama dan persaingan di antara mereka dapat dikelola kearah yang jauh lebih produktif.

Sebagaimana diungkap Setiawan (2017), situasi Indonesia kontemporer telah banyak mengalami perubahan pasca reformasi: institusi demokrasi semakin

stabil, ruang partisipasi publik yang terbuka, sistem pemilihan umum langsung. Namun kondisi menguatnya legitimasi politisi ini pada beberapa titik hanya mencerminkan aksi aktor politik yang cenderung hanya merepresentasikan pendukungnya dan mengesampingkan aturan legal formal.

Untuk menggambarkan kerangka konseptual secara lebih mendetail dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



*Disadur dari Narayan et.al (2005:7)*

### C. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan prosedur penelitian kualitatif untuk mengurai masalah sosial yang lebih mendalam dan kompleks. Mengingat objek yang diteliti adalah strategi *survive* pedagang perempuan dan jaringan sosial individu maupun kelembagaan, maka prosedur kualitatif akan lebih relevan untuk menemukan jawaban penelitian, mengingat: (1) realitas pengalaman individu para pedagang adalah salah satu fakta mendalam yang perlu diungkap, dan (2) penelitian ini menekankan pada realitas apa adanya berdasarkan setting yang natural.

Menurut Bogdan&Taylor (1975:5) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, serta tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti. Selain mengungkap realitas pengalaman yang terakam dalam memori subjek penelitian, penelitian ini juga menekankan perilaku aktual yang tampak baik dari apa yang mereka katakan, maupun apa yang secara empiris dapat ditangkap. Mengamati secara langsung hubungan, sikap, pandangan, proses dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Rau Kota Serang Banten. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara utuh dan menekankan pentingnya pemahaman tingkah laku menurut pola berpikir dan bertindak subyek yang diteliti (Garna, 1999:32)

Sumber data penelitian ini adalah semua pihak yang berkepentingan. Namun agar studi ini lebih sistematis data dikategorikan dalam dua sumber: primer dan sekunder.

Data primer didapat dari informan kunci sedangkan data sekunder didapat dari informan tambahan dan dokumen yang relevan dengan objek studi. Adapun teknik pengumpulan datanya melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi atau pengamatan langsung terhadap subjek atau pelaku.

Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis mengikuti prosedur metode kualitatif. Miles & Huberman (1992) menyarankan di antaranya: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data (kesimpulan). Analisis data dilakukan selama proses penelitian berlangsung hingga mencapai atau kesimpulan akhir; di mana data-data yang terkumpul dianggap menjawab permasalahan penelitian.

## **D. HASIL PENELITIAN**

### **1. Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Rau**

Sebagai pasar induk, pasar tradisional Rau dapat dibilang pasar yang paling besar di kota Serang. Luas tanah yang ditempati kurang lebih 4.5 hektar. Pada mulanya pasar ini resmi dibangun oleh pemerintah Kabupaten Serang 1982 sebagai alternatif relokasi bagi para pedagang di pasar lama yang hendak dibangun pusat-pusat perbelanjaan yang lebih modern. Seperti diketahui, saat ini meskipun pasar lama masih terdapat pedagang tradisional, namun pada umumnya secara fisik lebih tampak sebagai pasar semi modern dengan infrastruktur berupa gedung dengan jenis perdagangan mirip Mall.

Pasar Rau berbenah sejak tahun 2002. Pemerintah pada saat itu mengembangkannya menjadi Pasar Induk

Rau (PIR) bekerjasama dengan PT. Pesona Banten Persada. Pengembangan ini disebut RTC (*Rau Trade Centre*) dengan membangun tiga lantai untuk para pedagang di dalamnya. Di sekitar area pasar ditempati oleh banyak pedagang-pedagang sembako, selain produk-produk kebutuhan rumah tangga lainnya hingga sepanjang jalan utama. Maka tidak heran jika setiap hari menyebabkan kemacetan.

Para pedagang yang terdata di semua area pasar kurang lebih mencapai 4.200 dari berbagai sektor perdagangan. Namun meskipun sebagian besar yang mengisi tiap-tiap blok dan area di luar bangunan adalah perempuan, belum ada dan tidak didata berapa jumlah pedagang perempuan baik yang secara mandiri mereka membuka usaha, atau mereka yang bekerja pada orang lain. Setidaknya ada dua alasan mengenai hal tersebut. Pertama, dunia usaha di pasar tradisional umumnya adalah usaha yang dijalankan oleh keluarga, sehingga tidak relevan mengidentifikasi jenis kelamin para pedagang. Kedua, belum ada perhatian dan kesadaran terhadap potensi usaha yang dikembangkan oleh kalangan perempuan di pasar tradisional, baik oleh pemerintah maupun masyarakat luas. Meskipun faktanya hampir seluruh pasar tradisional pada mulanya berkembang karena peran penting pedagang perempuan di semua sektor.

Menelusuri dari satu blok ke blok berikutnya, pada umumnya sangat sedikit peran laki-laki di pasar Rau. Kecuali penjaga parkir dan usaha-usaha yang membutuhkan tenaga laki-laki. Secara sosiologis atmosfer pasar tradisional dengan kultur tawar-menawar langsung, tidak bisa dilepaskan dari keterlibatan



perempuan yang lebih mahir daripada laki-laki dalam soal pemasaran produk mereka pada setiap pengunjung pasar. Dengan kata lain, kondisi perekonomian pasar tradisional bergantung terhadap peran perempuan dan juga yang memiliki domain yang lebih besar. Hanya saja dalam konteks peran yang strategis berkenaan dengan kebijakan pengelolaan pasar masih banyak ditemui peran yang tidak sejalan dengan fakta kuantitas mereka. Hal ini tentu berdampak pula pada persoalan daya yang seharusnya mereka miliki dalam mengontrol dunia usaha di pasar.

## **2. Strategi Survive Pedagang Perempuan Pasar Rau**

Sebagaimana galibnya, ada berbagai tingkatan perekonomian dan perdagangan level mikro di pasar tradisional Rau. Mereka yang memiliki modal material di atas rata-rata biasanya akan lebih mudah mengembangkan usaha mereka. Modal material pada pedagang perempuan bisa bersumber dari kekuatan material mereka sendiri sebelum membuka usaha, dan juga melalui proses panjang membuka usaha dari level kecil hingga memiliki kemampuan untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Ada pula yang awalnya hanya ikut bekerja atau menjadi pelayan bagi usaha orang lain, kemudian mereka membuka usaha secara mandiri hingga membeli toko di beberapa tempat dengan jenis usaha yang berbeda di lingkungan pasar. Salah satu dari mereka adalah Sardah (40) pedagang baju khusus anak-anak. Namun pada umumnya mereka telah lebih dari 15 tahun membuka usaha di pasar Rau.

Sebagai suatu strategi untuk mengembangkan usaha sebagaimana yang dialami Sardah (40) adalah, pertama gigih,

artinya tidak mudah berubah pikiran untuk beralih ke produk lain saat produk yang mereka jual dirasa kurang peminat. Seorang pedagang di pasar mestilah istiqomah dalam bahasa sehari-hari mereka, namun tentu menyesuaikan dengan kondisi pasar. Jika seorang pedagang mudah beralih produk dagangan, mereka harus memulai lagi dari awal, sesuatu yang seharusnya dipergunakan untuk mengembangkan usaha mereka sebelumnya. Kedua, pengetahuan. Pengetahuan seorang pedagang terhadap pasar dan produk menentukan keberlanjutan suatu usaha di pasar. Perempuan yang berdagang dengan rentang waktu yang lama, tentu memiliki modal pengetahuan yang lebih melalui pengalamannya, hal ini juga merupakan modal. Tetapi bagi mereka yang baru saja memiliki usaha tentu harus mempelajari berbagai hal baik secara langsung maupun melalui media lain. Karena persaingan di pasar begitu ketat dan cara menarik konsumen bukan hanya pandai berkomunikasi dan mematok harga yang ramah bagi konsumen, tetapi juga faktor sosiologis dan psikologis pasar.

Pengalaman pedagang lainnya yang dapat dikategorikan pedagang dengan rentang waktu di bawah 5 tahun, ialah Ayu (27) pedagang bumbu masakan, selain ia harus mengatasi persoalan modal material, untuk kulakan produk dan membayar sewa tempat senilai Rp 500.000.00 setiap bulan. Ia harus pandai dan tahu pula ke mana dan kepada siapa mendapatkan produk yang murah, namun harus disadari bahwa di pasar Rau ada standar harga yang secara kultural mereka pahami, sehingga jika ada salah satu pedagang yang menjual di bawah standar rata-rata, akan berdampak

terhadap relasi-relasi sosial mereka di antara sesama pedagang dengan produk yang sama. Biasanya, mendapat teguran langsung oleh mereka sendiri, atau dijauhi, bahkan bisa difitnah. Faktor sosiologis seperti ini, sedikit banyak memengaruhi kontinuitas mereka di pasar. Karena sebagaimana penuturan Ayu (27), pernah terjadi seorang pedagang yang harus rela diputus sepihak oleh pengelola dan lapaknya digantikan orang lain karena persaingan sesama pedagang. Selain itu, Aminah (41) menyadari kendala sosiologis dan psikologis di pasar. Persaingan mendapatkan lapak yang sesuai atau agar lapak mereka tidak digantikan oleh orang lain. Untuk lapak-lapak di tempat-tempat tertentu umumnya mereka membayar uang sewa 200.000.00 ke pengembang. Namun ada kalanya, ada stressing pihak lain di pasar sehingga keadaan pedagang pun terancam. Selama 1.5 tahun Aminah (41) harus membayar uang tambahan 500.000.00 perbulan agar lapaknya aman. Tentu saja faktor-faktor sosiologis ikut berpengaruh terhadap usaha pedagang perempuan dalam mengembangkan produknya agar mereka *survive* di pasar.

### **3. Jaringan Sosial dan Kelembagaan**

Tidak dapat dimungkiri dalam kehidupan sehari-hari kekuatan jaringan sosial adalah salah satu yang penting yang menopang kekuatan ekonomi masyarakat. Melalui jaringan sosial individu dapat bekerjasama, terjadi pertukaran ekonomi, sosial dan budaya dapat ditemui di masa saja dan mempermudah setiap orang dalam menjalankan kehidupan (Ritzer&Goodman, 2012: 473-476).

Dalam ruang lingkup praktis, jaringan sosial para pedagang perempuan di pasar

Rau bersifat kultural-individual ketimbang struktural. Hal ini masih menunjukkan karakter pasar tradisional yang belum berubah sejak dulu. hubungan-hubungan sosial yang masih diikat dengan nilai-nilai patronase. Misalnya, Kakaknya berjualan kain, adiknya berjualan sayur, sandal, dan seterusnya. Relasi sosial semacam ini dalam beberapa hal dapat mempermudah karena di antara sesama pedagang hubungannya mirip keluarga. Namun tentu jaringan sosial seperti itu tidak merata atas kesamaan hak dan kesempatan bagi semua. Karena ikatan-ikatannya berskala kecil dalam ruang lingkup keluarga dan karenanya lebih diikat oleh faktor psikologis. Maka tidak mengherankan jika, faktor yang paling banyak menentukan dalam usaha mereka adalah jaringan individual dan kekuatan material mereka. Bagi mereka yang tidak memiliki kedua modal tersebut, akan terasa lebih berat. Evi (55) dengan modal material yang kuat dan jaringan cukup sanggup mendapatkan lapak hingga di tiga lokasi masing untuk toko emas, perlengkapan bayi, dan kain/pakaian dewasa.

Sementara struktur kelembagaan secara formal dari pemerintah untuk pengelolaan pasar Rau, samasekali tidak melibatkan pedagang. Pemerintah kota Serang menyerahkan sepenuhnya kepada pengembang PT. Pesona Banten Persada, sejak di kelola oleh PT. ini Rau turun temurun di kelola oleh keluarga yang menjadi pimpinan PT. tersebut. Salah satu petugas Ardi (28) menyebutkan pemerintah kota Serang hanya meminta bagian 27% yang dimasukkan ke khas Pemd. Partisipasi berkaitan dengan pengambilan kebijakan tentang berbagai hal di pasar Rau hanya melibatkan struktur

kepengurusan di internal PT. Banten Persada. Masyarakat pasar di luar pengurus, harus mengikuti dan menjalankan apa yang sudah ditetapkan.

Beberapa pedagang mengeluhkan di antaranya Nur (35) pedagang buah, Makiyah (30) toko batik, dan Aas (27) warung kopi, bahwa di antara pedagang tidak mengetahui apabila ada kebijakan dari pengelola, karena pengelola biasanya hanya datang meminta salar (retribusi) untuk menagih uang tanpa diberikan informasi kecuali untuk biaya kebersihan. Mereka hanya mengetahui besaran salar (retribusi) berbeda antara lapak satu dengan yang lainnya terutama yang menempati kios dengan yang di luar area gedung. Untuk lapak selain kios umumnya mereka membayar 200.000.00. Para pedagang kurang mendapatkan akses informasi. Jikapun ada suatu kebijakan baru, pedagang kecil sangat jarang mendapatkan informasi, kecuali bagi mereka yang memiliki kedekatan personal dengan pengelola. Umumnya jaringan sosial yang sifatnya personal ini hanya dimiliki oleh pedagang yang sudah berkembang, interaksi di antara mereka lebih intens ketimbang pedagang kecil.

Dari berbagai pedagang di semua sektor di pasar tradisional Rau, meskipun setiap hari mereka berjualan dan berinteraksi terus-menerus, belum ada wadah atau semacam perkumpulan bagi mereka untuk menyuarakan masalah-masalah yang mereka hadapi. Tidak adanya wadah di antara mereka membuat eksistensi mereka di pasar tidak memiliki kekuatan, terutama berkaitan dengan pihak-pihak luar yang sewaktu-waktu bisa mengancam dunia usaha mereka. Ada dua alasan berkaitan dengan hal tersebut, pertama, para

pedagang belum memiliki kesadaran tentang pentingnya suatu wadah organisasi bagi mereka. Jaringan-jaringan sosial melalui wadah bersama tidak dipandang sebagai modal sosial dalam upaya mempertahankan eksistensi mereka di pasar. Selain modal material, modal sosial sangat menentukan. Dan terbangunnya suatu modal sosial hanya bisa dicapai bila orang-orang yang terlibat di dalamnya tergabung dalam suatu struktur sosial, semacam organisasi atau paguyuban. Dengan adanya paguyuban ini akan memfasilitasi (memudahkan) para anggotanya untuk mencapai sesuatu yang dicita-citakan bersama (Rihim Seregar, 2011: 98). Kedua, belum ada dari perwakilan pemerintah kota Serang untuk melakukan pemberdayaan bagi pedagang perempuan di pasar-pasar tradisional. Mereka hanya menyerahkannya kepada swasta dengan upaya membangun infrastruktur pasar. Sementara persoalan sosial ekonomi pedagang yang secara kuantitas ada perempuan belum diperhatikan. Faktanya mereka adalah salah satu penopang perekonomian yang sangat signifikan bagi keluarga dan masyarakat luas.

## **E. KESIMPULAN**

Sektor perekonomian yang sangat penting bagi kalangan kelas menengah ke bawah adalah pasar tradisional, di mana sebagian banyak dari mereka yang membuka usaha adalah kalangan perempuan. Di pasar Rau, meskipun diakui bahwa kontribusi kalangan perempuan di sektor perekonomian pasar tidak ada yang meragukan, namun secara sosiologis belum ada pemberdayaan yang secara khusus dirancang agar mereka dapat

mengembangkan dunia usaha mereka di pasar. Ada ketimpangan yang dialami oleh pedagang perempuan terutama bagi mereka yang tidak memiliki cukup modal material/kapital dan modal sosial jaringan untuk mengakses pelayanan pasar. Selain itu, tidak ada jaminan hukum/peraturan dan regulasi yang mengikat di antara mereka, sehingga lapak mereka sewaktu-waktu bisa terancam dan digantikan oleh orang lain. Pengelola pasar tidak melibatkan para pedagang dalam pengambilan kebijakan, sehingga wajar jika tidak ada partisipasi kecuali mereka hanya datang untuk jualan.

Sementara di antara pedagang sendiri, mereka tidak memiliki wadah, paguyuban, organisasi, dan sejenisnya untuk menunjukkan eksistensi dalam hal menyuarakan ketimpangan, ketidak-adilan, dan lain-lain. Jaringan-jaringan sosial di antara mereka sangat kultural sifatnya, sebagaimana yang banyak dialami dalam kehidupan sehari-hari, kondisi ini menyebabkan mereka yang tidak memiliki kekuatan, akan sangat sulit berkembang. Namun bagi sebagian yang memiliki modal akan lebih mudah membuat usahanya menjadi lebih besar. Misalnya, beberapa orang memiliki hingga tiga usaha atau lebih di dalam pasar. Dari usaha emas, pakaian, sembako, dan seterusnya. Mereka mudah menyewa kios dan mendapatkan pelayanan yang lebih baik karena mereka memiliki modal.

Berdasarkan kondisi tersebut, sebagai rekomendasi terhadap pemerintah dan pemangku kepentingan agar mendesain model pemberdayaan bagi kaum perempuan di pasar tradisional seperti di Rau yang dapat memberikan akses keadilan ekonomi dan sosial bagi mereka.

Setiap regulasi yang dibuat hendaknya mampu meningkatkan partisipasi para pedagang. Di antaranya yang penting adalah, (1) transparansi, tujuannya agar semua pedagang mengetahui informasi yang berkaitan dengan usaha mereka. (2) akses terhadap sarana dan prasarana yang adil, termasuk juga akses modal bagi mereka yang ingin mengembangkan usahanya. (3) pemerintah harus ikut mengawasi pengembang dalam hal implementasi aturan di pasar. (4) membuka tempat pengaduan bagi mereka yang mendapatkan permasalahan agar dapat dicarikan solusi. (5) diperlukan wadah, perkumpulan, atau organisasi di antara para pedagang sendiri, agar mereka memiliki kekuatan dan keterwakilan dalam setiap pengambilan keputusan di pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Paskarina, Caroline, Dede Mariana dan Tjipto Atmoko. 2007. *Evaluasi Kebijakan Pengelolaan Pasar di Kota Bandung*. Pusat Penelitian Kebijakan Publik dan Pengembangan Wilayah, Lembaga Penelitian Universitas Padjajaran.
- Narayan, Deepa, et.al, 2005. *Measuring Empowerment: Cross-Diciplinary Perspectives*, Washington, DC, The World Bank
- Kesi Widjajanti, Kesi, 2011. *Model Pemberdayaan Masyarakat*, Jurnal Ekonomin Pembangunan Volume 12, Nomor 1 Fak. Ekonomi Unnes Semarang.
- Lawang, Robert M.Z. 2004. *Kapital Sosial*. Jakarta: FISIP UI Press.

- Garna, Judistira K. 1999. *Metode Penelitian: Pendekatan Kualitatif*. Bandung: Primaco Akademika
- Bogdan, Robert dan J. Taylor, Steven, 1992. *Pengantar Metoda Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu-ilmu Sosial*, Surabaya: Usaha Nasional.
- Miles, Matthew B. Dan Huberman A. Michail, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UI-Press.
- Ritzer, George, & Goodman, Douglas J. 2012. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*, Yogyakarta, Kreasi Wacana.
- Setiawan, Rizki. 2017. *Menjadikan Kesejahteraan Sebagai Isu Inti Demokrasi*. Jakarta : Indonesian Journal of Sociology and Education Policy, Vol. 2, No. 1, Januari 2017.
- Padang Rihim Siregar, Padang. 2011. *Modal Sosial Para Pedagang Kaki Lima Etnis Jawa: Studi di Daerah Nagoya Kota Batam*, Jurnal Fisip UMRAH Vol. I, No. 1,