

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebudayaan merupakan elemen yang melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat yang salah satunya berwujud mata pencaharian hidup. Dalam kebudayaan, mata pencaharian hidup diaktualisasikan ke dalam sektor ekonomi formal dan informal. Sektor ekonomi formal merupakan bidang usaha yang memiliki izin dari lembaga sosial dalam tatanan sosial atau pemerintah dan diakui secara negara, wujudnya yaitu: BUMN, BUMD, BUMS, dan koperasi (Hariyono, 2007 dalam Susmita, 2018: 634). Sementara sektor ekonomi informal merupakan bidang usaha yang terdiri atas unit usaha berskala kecil dengan kegiatan produksi dan pendistribusian barang serta jasa, sehingga terciptanya lapangan pekerjaan dan dapat menghasilkan pendapatan (*income*) (Faried, 2021: 67). Salah satu wujud dari sektor ekonomi informal ini adalah pasar tradisional yang di dalamnya terdapat Pasar Seken.

Secara antropologis, pasar tradisional diasumsikan sebagai suatu pranata yang integral dari sistem sosial budaya masyarakat di mana pasar berada dan berlangsung (Effendi, 2016: 106). Selain itu, pasar tradisional telah berkembang menjadi tempat terjadinya hubungan interpersonal dan kelompok yang intim selain berfungsi sebagai tempat bertemunya pedagang dan pembeli. Dengan kata lain, pasar tradisional tidak hanya memberikan ruang ekonomi bagi para pemangku kepentingan, tetapi juga ruang sosial (Sadilah *et.al*, 2011; Seligmann, 2018 dalam Supangkat *et.al*, 2021: 160).

Gambar 1. Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi 2019

Provinsi	Sebaran Pasar dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi			
	Pasar Tradisional	Pusat Perbelanjaan	Toko Swalayan	Jumlah
	2019	2019	2019	2019
ACEH	478	7	12	497
SUMATERA UTARA	858	23	18	899
SUMATERA BARAT	491	12	30	533
RIAU	690	17	36	743
JAMBI	378	8	21	407
SUMATERA SELATAN	833	13	17	863
BENGKULU	225	3	14	242
LAMPUNG	639	11	37	687
KEP. BANGKA BELITUNG	78	4	30	112
KEP. RIAU	70	15	55	140
DKI JAKARTA	213	88	17	318
JAWA BARAT	817	121	173	1111
JAWA TENGAH	1910	56	193	2159
DI YOGYAKARTA	357	14	87	458
JAWA TIMUR	2249	79	119	2447
BANTEN	213	37	30	280
BAU	415	21	24	460
NUSA TENGGARA BARAT	228	5	27	260
NUSA TENGGARA TIMUR	528	4	37	569
KALIMANTAN BARAT	219	8	35	262
KALIMANTAN TENGAH	494	4	19	517
KALIMANTAN SELATAN	468	5	9	482
KALIMANTAN TIMUR	246	20	80	346
KALIMANTAN UTARA	69	5	6	80
SULAWESI UTARA	150	13	24	187
SULAWESI TENGAH	429	6	13	448
SULAWESI SELATAN	768	20	23	811
SULAWESI TENGGARA	421	5	20	446
GORONTALO	129	5	11	145
SULAWESI BARAT	184	1	11	196
MALUKU	90	5	26	121
MALUKU UTARA	106	3	9	118
PAPUA BARAT	73	3	2	78
PAPUA	141	9	14	164
INDONESIA	15657	650	1279	17586

Sumber: Data BPS cetakan tahun 2019

Dilihat dari gambar 1, data BPS pada tahun 2019 terkait sebaran pasar, Indonesia memiliki 15.657 pasar tradisional yang tersebar di 34 provinsi. Dominasi sebaran pasar tradisional dipegang oleh Jawa Timur dengan jumlah 2.249 pasar, sedangkan Kalimantan Utara menjadi provinsi dengan jumlah pasar tradisional paling minim yaitu 69 pasar. Setelannya disusul oleh Kepulauan Riau menjadi provinsi kedua dengan kepemilikan pasar tradisional paling minim yaitu dengan selisih satu pasar atau berjumlah 70 pasar tradisional.

Telah disebutkan sebelumnya bahwa salah satu wujud dari pasar tradisional adalah pasar seken. Pasar ini telah menjadi perhatian para peneliti

sosiologi dan antropologi. Menurut kajian sosiologis, pasar seken tidak hanya sebagai tempat bisnis dan ekonomi *an sich*, tetapi juga di dalamnya terdapat berbagai kegiatan lainnya seperti sosial dan budaya. Kegiatan sosial yang dimaksud seperti pertukaran, persaingan, kerjasama, dan konflik. Lalu untuk kegiatan budaya di dalam pasar seken seperti penggunaan waktu luang, proses tawar menawar, dan lain-lain (Damsar, 2017: 49). Dalam kajian antropologis, topik ini berfokus pada subjek konsumsi oleh masyarakat kontemporer dalam berbagai konteks budaya, serta berbagai konteks lainnya, sistem, dan ritual terkait dengan praktik pertukaran (Marzella, 2015: 105).

Di Indonesia, keberadaan pasar seken bisa ditemukan di hampir seluruh kota besar. Diantaranya yang ramai dan legendaris seperti yang dikutip dari Sindonews terbitan tahun 2019 yaitu: Pasar Triwindu di Solo, Pasar Taman Puring di Jakarta Selatan, Pasar Gedebage di Bandung, dan Pasar Cihapit di Bandung.¹ Di samping itu, dewasa ini penjualan barang bekas ada yang telah bertransformasi menggunakan konsep kekinian. Model pasar kekinian ini menjual dagangannya di sebuah toko atau secara *online* seperti melalui *instagram*, *facebook*, *tiktok*, *shopee*, *tokopedia*, serta aplikasi online lainnya. Model pasar ini dikenal dengan sebutan *Thrift Shop*. Berbeda dengan konsep tradisional yang menjajakan barang secara sederhana, barang dagangan pada konsep kekinian kebanyakan telah dicuci bersih dan tertata rapi. Pada kebanyakan *thrift shop*, menjual barang bekas berupa pakaian dan sepatu yang mana barang-barang tersebut biasanya didapatkan melalui penyortiran oleh

¹ Wahyono, "Deretan Pasar Loak Paling Ramai dan Legendaris di Indonesia", <https://www.rctiplus.com/trending/detail/49553/deretan-pasar-loak-paling-ramai-dan-legendaris-di-indonesia>, diakses pada 4 Juli 2022

pedagang, imbasnya barang-barang yang diperjualkan memiliki kualitas lebih baik dan *trendy*. Sehingga tidak heran peminatnya kebanyakan berasal dari kalangan muda.

Walaupun konsep kekinian menawarkan kenyamanan dan kualitas yang lebih baik terus menjamur, realitas memperlihatkan bahwa model pasar konsep tradisional masih terus bertahan dengan berdagang di lapak yang dibangun seadanya, metode berdagang yang sederhana, adanya penawaran, dan ketersediaan barang bekas yang variatif. Pasar ini masih tetap eksis dan digandrungi ramai masyarakat yang berasal dari berbagai kalangan. Salah satu dari pasar seken berkonsep tradisional tersebut adalah Pasar Seken Jodoh yang berlokasi di Kota Batam, Kepulauan Riau.

Pasar Seken Jodoh merupakan salah satu pasar seken tertua yang ada di Kota Batam setelah Pasar Seken Aviari.² Lokasinya berada di jalanan depan *department store* Ramayana Lubuk Baja, Kota Batam. Selain pasar Seken Jodoh, ada pula pasar-pasar seken lainnya di Kota Batam yang dinamai berdasarkan nama daerah dari lokasi pasar, diantaranya: Pasar Seken Aviari, Pasar Tanjung Sengkuang, Pasar Taras, Pasar Seken Legenda Malaka, dan Pasar Seken Tanjung Piayu. Dari seluruh pasar seken yang ada di Kota Batam, pasar seken jodoh merupakan satu-satunya pasar seken yang pelaksanaannya menerapkan *shift*, yaitu pagi dan sore. Unikny pasar ini dibanding dengan pasar-pasar seken lainnya di Kota Batam adalah karena pada *shift* waktu pagi bersamaan dengan berlangsungnya pasar basah.

² Fanra, "Surga Barang Murah Pasar Seken Branded di Batam", <https://gonggong.id/pasar-seken-branded-di-batam/>, diakses pada 20 Januari 2022

Berdasarkan observasi peneliti, jumlah pedagang di Pasar Seken Jodoh mencapai lebih dari 500 pedagang. Sampai saat ini belum ada data administratif yang dikeluarkan oleh pemerintah yang memuat informasi pasar ini, karena memang pengelolaan pasar belum berada di bawah naungan pemerintah. Namun pemerintah telah memulai langkahnya untuk mengelola Pasar Seken Jodoh dan Pasar Pagi Toss 3000 yang merupakan pasar basah yang bersebelahan dengan Pasar Seken Jodoh, dengan merevitalisasi gedung lama Pasar Induk yang lokasinya berdekatan dengan Pasar Seken Jodoh saat ini. Lalu nantinya dilakukan relokasi terhadap pedagang-pedagang tersebut.

Kota Batam dikenal dengan banyaknya pasar seken yang dimiliki dikarenakan lokasi kota ini yang selemparan batu dengan negara tetangga Singapura yang banyak menghasilkan barang bekas. Dengan begitu, barang-barang bekas dari Singapura dapat dengan mudah dan cepat masuk ke Batam. Alasan peneliti menetapkan pasar barang bekas di Kota Batam sebagai lokasi penelitian dikarenakan masih eksisnya di kota yang serba industrialisasi dan di era modernisasi. Peneliti telusuri lebih lanjut, Pasar Seken Jodoh memiliki popularitas yang lebih tinggi dibandingkan pasar seken lainnya di Kota Batam, dirujuk dari *rating* mesin pencari *Google*. Hal ini juga peneliti temui pada saat observasi ke berbagai pasar seken di Kota Batam, Pasar Seken Jodoh merupakan pasar seken yang paling ramai dikunjungi oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan kevariasian barang yang diperdagangkan sebab ramainya pedagang di pasar ini dan jam berlangsungnya pasar yang lebih lama dibandingkan pasar-pasar seken lainnya di Kota Batam.

Berdasarkan observasi oleh peneliti, juga terdapat pedagang di pasar seken jodoh menjual barang-barang baru, seperti: tas, dompet, topi, kacamata, dan kaos kaki. Namun mayoritas dari pedagang merupakan yang menjual barang bekas. Barang-barang bekas yang diperjualkan pasar-pasar seken di Kota Batam relatif sama, diantaranya yang terdapat di pasar seken jodoh yaitu: pakaian, sepatu, tas, peralatan rumah tangga, jam tangan, *handphone*, *furniture*, barang antik dan banyak lagi. Pada umumnya, barang-barang tersebut didatangkan dari negara tetangga Singapura melalui agen. Hal ini dari temuan peneliti yang dari keseluruhan informan pedagang dan agen yang diwawancarai mengatakan dagangannya merupakan barang dari Singapura. Penjualan didominasi oleh barang bekas berupa pakaian dan diikuti oleh sepatu. Barang-barang tersebut dijajakan dengan cara ditumpuk tidak beraturan di atas terpal untuk pakaian dan sepatu, ada yang digantung secara rapi dengan *hanger*, dan ada pula yang disusun dengan rapi di atas terpal yang mana barang-barang tersebut dapat diperoleh dengan harga terjangkau dan kualitas yang masih layak pakai. Selain itu, juga dapat ditemukan barang dengan merek *branded* di pasar ini yang jika beruntung dapat diperoleh dengan harga murah dan kondisi yang masih sangat bagus bahkan seperti barang baru.

Kota Batam sebagai lokasi Pasar Seken Jodoh merupakan salah satu kota di Indonesia yang banyak dihuni oleh orang-orang pendatang atau perantau yang ingin mengadu nasib, antara lain bersuku Melayu, Jawa, Batak,

Minangkabau, dan Tionghoa³. Para perantau tersebut meyakini dengan kedatangan mereka ke Kota Batam akan merubah nasib menjadi lebih baik dikarenakan mendapatkan peluang kerja di kota industri, sehingga tidak heran banyak perantau yang berlomba-lomba mencari pekerjaan di kota tersebut. Namun tidak hanya tertuju pada pekerjaan di bidang industri, para perantau juga ada yang menggeluti pekerjaan pada bidang perdagangan di Pasar Seken Jodoh.

Oleh karena ramainya perantau dari berbagai daerah yang bermigrasi untuk mencari pekerjaan, mengakibatkan penduduk Kota Batam merupakan masyarakat heterogen yang berasal dari berbagai suku bangsa. Ragamnya suku bangsa turut serta mengisi ruang sosial budaya di dalam Pasar Seken Jodoh. Hal ini dikarenakan latar belakang pelaku pasar yang juga sebagian berasal dari berbagai suku bangsa tersebut.

Batam sebagai kota yang modern, yang terdiri dari masyarakat yang berasal dari berbagai suku bangsa di Indonesia, maka akan mempengaruhi perilaku sosial masyarakat di kota ini. Hal inilah yang akan menjadi bagian tentang adanya heterogenisasi di dalam budaya para pelaku pasar. Budaya tersebut menjadi bagian yang terakumulasi di dalam budaya pasar.

Dalam pengertian pendek, budaya pasar adalah istilah yang mengacu pada pasar dengan kebudayaan masyarakat di dalamnya (Hefner, 1998 dalam Effendi, 2016: 106). Kebudayaan di pasar tradisional bukan hanya tentang bertemunya penjual dan pembeli untuk menyelesaikan transaksi, tetapi juga

³ Wikipedia, "Kota Batam",
https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Batam#:~:text=Penduduk%20Tahun%202000-,Suku%20bangsa,Batak%2C%20Minangkabau%2C%20dan%20Tionghoa, diakses pada 24 Maret 2022

harus memupuk interaksi pribadi dan kelompok yang dekat. Secara sederhana, pasar tradisional tidak hanya memberikan ruang ekonomi bagi pemangku kepentingannya, tetapi juga ruang sosial (Sadilah et.al, 2011: dalam Supangkat et.al, 2021: 160). Ruang ekonomi dan ruang sosial turut mewadahi terjalinnya hubungan antara pelaku pasar dalam hal ini adalah pedagang dan agen, yang berlangsung lama dan dilakukan terus-menerus sehingga melahirkan jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh.

Individu memiliki keterbatasan dalam hal berhubungan dengan individu lainnya. Dengan adanya keterbatasan demikian, menyebabkan individu belajar dari pengalamannya untuk memilih dan menjalin hubungan-hubungan sosial yang ada di dalam masyarakat. Hubungan sosial yang ada disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada pada seorang individu (Setiawati, 2017 dalam Putri, 2019: 130). Hubungan sosial inilah yang menunjukkan bagaimana seorang individu berinteraksi dengan orang lain dalam suatu jaringan sosial. Setiap individu pasti terlibat di dalam suatu jaringan sosial, baik jaringan sosial kecil bersama dengan orang-orang yang saling kenal, dekat dan berinteraksi satu sama lain, maupun dalam jaringan yang lebih luas dengan kenalan yang lebih sedikit (Putri, 2019: 130).

Dalam aktivitasnya di pasar, pelaku pasar di Pasar Seken Jodoh butuh untuk menjalin hubungan sosial dengan pihak-pihak yang juga berada di pasar yang dapat memudahkan aktivitasnya di pasar. Salah satu cara untuk meraih hal demikian adalah dengan memiliki jaringan sosial. Sebelum membahas terkait jaringan sosial, dipaparkan terlebih dahulu terkait pelaku pasar yang

diperbincangkan disini, yaitu pedagang dan agen. Agen oleh para pelaku Pasar Seken Jodoh biasa dikenal dengan sebutan *Bos* atau *Tauke*. Namun pada penelitian ini, istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan Bos atau Tauke adalah dengan sebutan Agen. Lalu *supplier* dan distributor merupakan pihak yang tidak dapat ditemukan keberadaannya di pasar karena *supplier* merupakan pihak yang menjual barang secara kontinyu untuk kegiatan produksi, dan distributor merupakan rantai pertama setelah produsen.

Jaringan sosial merupakan penghubung antara orang atau kelompok yang dikaitkan dengan ikatan sosial yang didasarkan pada rasa saling percaya (Muzdalifah, 2021:37). Rasa saling percaya merupakan kunci suksesnya keberlanjutan jaringan sosial dikarenakan norma-norma yang berkembang pada setiap pedagang, seperti kejujuran, keramahan dan kesediaan untuk bekerjasama yang merupakan bagian dari kepercayaan. Hal ini menjadi komponen paling mendasar dalam kehidupan sehari-hari setiap manusia, terkhusus yang sedang dibicarakan adalah pedagang dan agen di Pasar Seken Jodoh untuk melakukan interaksi sosial hingga terbangunnya hubungan sosial. Lalu jaringan sosial akan menjadi pondasi dari hubungan sosial yang terbangun, sehingga hubungan sosial tersebut akan mengarahkan ke terbentuknya eksistensi sosial lainnya.

Hubungan sosial yang telah berlangsung sejak lama dan intens pada akhirnya akan menyatu menjadi sebuah jaringan sosial. Dengan kata lain, jaringan sosial ini didorong oleh adanya minat, tujuan, dan persamaan perasaan yang terkait dengan melakukan aktivitas perdagangan. Penting untuk membangun jaringan sosial terkhusus di pasar karena manusia merupakan

makhluk sosial yang membutuhkan bantuan orang lain. Manusia juga secara naluriah memiliki keinginan untuk menyatu dengan lingkungan sekitarnya. Terlebih, memang bisa dikatakan bahwa tidak ada manusia yang tidak menjadi bagian dalam jaringan-jaringan atau hubungan sosial dengan manusia lainnya di dalam masyarakat (Agusyanto, 2014 dalam Muzdalifah, 2021:37).

Jaringan sosial yang dideskripsikan pada penelitian ini merupakan jaringan sosial yang melibatkan pedagang – pedagang, pedagang – agen dan agen – agen. Para aktor tersebut merupakan orang-orang yang aktif berdagang dan membangun hubungan-hubungan sosial di Pasar Seken Jodoh. Aktivitas tersebut dapat menggambarkan bagaimana jaringan sosial di pasar ini terbentuk.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan menganalisis jaringan sosial di dalam Pasar Seken Jodoh.

B. Rumusan Masalah

Pasar Seken Jodoh merupakan pasar bertipikal tradisional dengan muatan aspek *cultural* di dalamnya yang masih menunjukkan eksistensinya di perkotaan yang serba industrialisasi. Padahal pasar tradisional seperti yang diketahui bersama, identik dengan suasana ekonomi pedesaan. Walaupun pasar ini melekat pada industrialisasi, jika di dalamnya masih memuat karakter sosial lokal, maka juga disebutkan sebagai budaya pasar tradisional (Effendi, 2016:106).

Terdapat banyak masyarakat yang aktif berkegiatan di dalam pasar yang dalam hal ini disebut dengan pelaku pasar. Diantaranya yaitu: pedagang, pembeli, pekerja dari pemilik usaha, agen, tukang parkir, pengemis, dan petugas kebersihan termasuk diantara pelaku pasar yang umumnya aktif berkegiatan di dalam Pasar

Seken Jodoh. Dalam penelitian ini, pelaku pasar yang menjadi subjek dari penelitian adalah pedagang dan agen.

Pedagang dan agen barang bekas melakukan perdagangan di Pasar Seken Jodoh tentunya berhajat untuk kepentingan memenuhi kebutuhan hidup dengan mencari rezeki di pasar. Hal ini pun dilakukan tidak selama sehari-dua hari, melainkan dalam waktu yang lama. Dalam praktiknya juga, pelaku pasar terkhusus di Kota Batam dengan heterogenitas budaya yang dimiliki, menjalin hubungan dengan sesama mereka dalam waktu yang lama dan intens sehingga terbentuk jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh. Secara garis besar, jaringan sosial membantu mobilitas para pelaku pasar sehingga memudahkan aktivitas di dalam pasar, seperti: informasi terkait penyalur barang bekas, harga dari barang bekas, pembahasan terkait operasional pasar, dan lain-lain. Selain mempermudah urusan ekonomi, adanya jaringan sosial dapat menghasilkan hubungan sosial berbasis kekompakan, kekeluargaan dan keakraban sehingga membantu memudahkan permasalahan berbasis demikian.

Jaringan sosial yang tumbuh di tengah pelaku pasar yang merupakan masyarakat homogen dan masyarakat heterogen tentu memiliki perbedaan. Pada masyarakat heterogen, dalam hal ini adalah para pedagang dan agen barang bekas di Pasar Seken Jodoh menganut beragam etnis yang berbeda-beda. Kita sama-sama tahu bahwa setiap etnis memiliki karakter dan kebiasaan berbeda yang merupakan bawaan dari budaya yang dianut. Dengan begitu, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam terkait bagaimana keberagaman tersebut dapat menyatu di dalam sebuah jaringan sosial, bagaimana perbedaan tersebut dapat

membuahkan rasa saling percaya sehingga mereka tergabung dalam jaringan sosial, dan jaringan sosial seperti apa yang berlangsung di dalam Pasar Seken Jodoh. Adapun masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti sebagai acuan dalam pengumpulan data penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk-bentuk jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh?
2. Bagaimana aktivitas pedagang dan agen dengan adanya jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan terkait rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

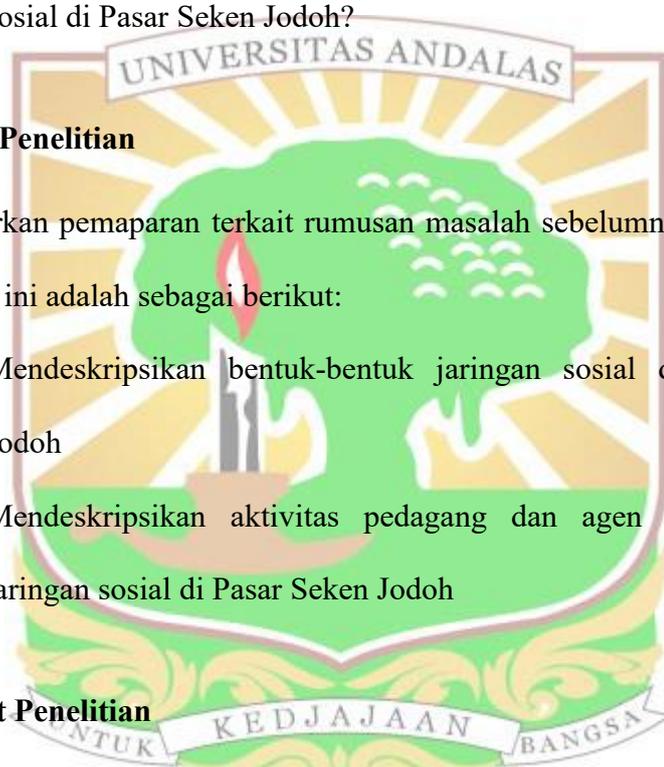
1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh
2. Mendeskripsikan aktivitas pedagang dan agen dengan adanya jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh

D. Manfaat Penelitian

Adapun dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Akademis

1. Dapat memberikan serta menambah sumbangan pengetahuan terkait jaringan sosial yang terdapat di dalam Pasar Seken Jodoh di Kota Batam melalui kajian Antropologi Ekonomi.



2. Dapat dijadikan sebagai bahan bacaan atau referensi untuk penelitian yang akan mendatang bagi pembaca.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pihak Pemerintah

Dapat memberikan pertimbangan kepada pihak pemerintah terkait pengelolaan dan pengembangan pasar pada masa mendatang yang secara budaya menghormati nilai-nilai kemanusiaan.

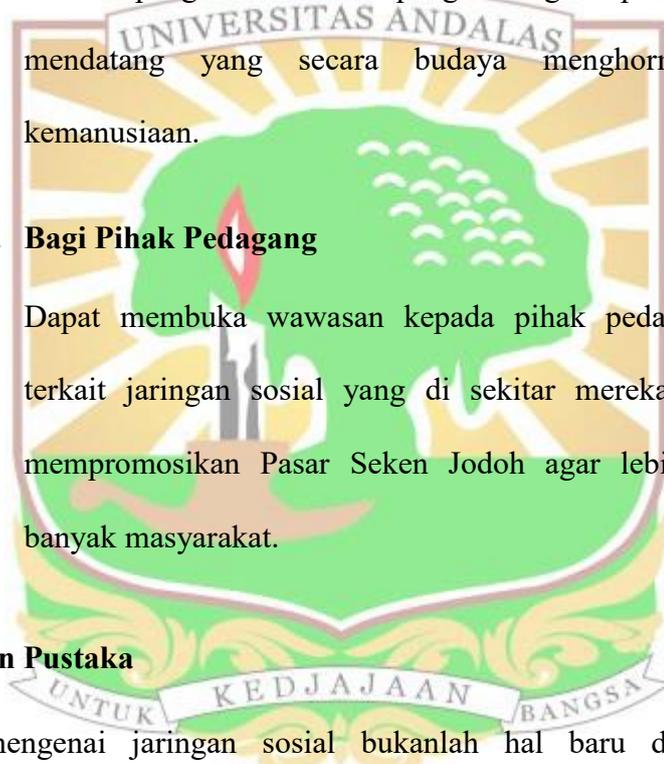
b. Bagi Pihak Pedagang

Dapat membuka wawasan kepada pihak pedagang dan agen terkait jaringan sosial yang di sekitar mereka dan sekaligus mempromosikan Pasar Seken Jodoh agar lebih dikenal oleh banyak masyarakat.

E. Tinjauan Pustaka

Studi mengenai jaringan sosial bukanlah hal baru dalam khasanah antropologi ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah literatur yang membahas terkait hal tersebut. Diantara yang menjadi referensi dari penulisan proposal penelitian ini yaitu tulisan oleh Haryono (2007), Islami (2016), Putri (2019), Damsar (2017), dan Nurhayati & Agustina (2020)

Tulisan pertama karya Haryono (2007) dengan kajian analisis jaringan sosial berjudul *Jaringan sosial migran sirkuler: Analisis tentang bentuk dan*



fungsi. Tulisannya membahas terkait bentuk-bentuk dan fungsi-fungsi jaringan sosial migran sirkuler asal desa Kepatihan, kecamatan Selogiri, kabupaten Wonogiri, propinsi Jawa Tengah yang melakukan migrasi sirkuler ke Jakarta. Migrasi sirkuler adalah migran yang walaupun bekerja di tempat rantauan, tetapi umumnya keluarga masih tetap tinggal di desa. Jaringan sosial yang dimaksud adalah jaringan yang bersifat informal yang dilakukan para migran sirkuler dalam rangka memperoleh sumber daya sosial ekonomi dan mengatasi berbagai kesulitan yang dihadapi di daerah perkotaan. Dalam konteks jaringan sosial tersebut akan terlihat bagaimana para migran sirkuler mengembangkan dan memelihara hubungan-hubungan sosial dengan sesama migran sedesa asal yang berbasis kekerabatan, ketetanggaan, pertemanan, atau campuran di antara unsur-unsur tersebut sebagai sarana untuk memperoleh sumber-sumber daya sosial dan ekonomi di kota tujuan, khususnya Jakarta.

Analisis Jaringan Sosial Pasar Sunday Morning (Sunmor) di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta oleh Islami (2016). Artikel ini menganalisis terkait bagaimana jaringan sosial yang terbentuk di dalam pasar Sunmor dan dengan adanya jaringan sosial itu, norma seperti apa yang dihasilkan. Dari hasil penelitian didapati bahwa bentuk jaringan antar pedagang adalah horizontal, yaitu berdasarkan kekerabatan atau persahabatan. Bentuk jaringan antara pedagang dan pemasok adalah semacam jaringan sosial vertikal, dimana status sosial ekonomi tidak layak, serta pertukaran kewajiban dan sumber daya. Hubungan antara mereka adalah hubungan patron-klien. Lalu jaringan sosial antara penjual dan pembeli didasarkan pada jaringan minat, yaitu jaringan sosial antara penjual dan

pembeli didasarkan pada jaringan minat satu sama lain. Terkait norma, terdapat norma tertulis dan tidak tertulis. Norma tertulis berhubungan dengan pihak UGM yang menyediakan kavling sebagai tempat berjualan, dan yang tidak tertulis dapat dilihat dari hubungan pedagang dan pemasok dengan membangun kepercayaan.

Jaringan Sosial Pedagang Cakar di Wilayah Pasar Panakkukang Kota Makassar tulisan oleh Putri (2019) menjadi referensi berikutnya. Penelitian ini berupaya untuk menelaah upaya pedagang cakar dalam membangun jaringan sosial di wilayah pasar panakkukang di Kota Makassar dan upaya pedagang cakar dalam mempertahankan jaringan sosial di wilayah pasar panakkukang di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya dalam membangun dan mempertahankan jaringan sosial pedagang cakar yaitu saling membantu, membangun dan menjaga kepercayaan, serta adanya norma terhadap konsumen agar terhindar dari kerugian.

Tulisan selanjutnya oleh Damsar berjudul *Pasar Loak* (2017). Pasar loak dicirikan sebagai tempat berkumpulnya kegiatan berbasis sosial dan budaya di samping operasi bisnis atau ekonomi secara harfiah. Fokus dari kajian ini adalah pada perubahan dan kesinambungan budaya Minangkabau di pasar loak, yang merupakan proses yang seiring terjadi dengan pasar loak. Redefinisi pasar loak yang semula diartikan sebagai “pasar miskin” menjadi butik, rekonstruksi makna barang bekas yang semula dipandang barang bekas menjadi barang butik, dan praktik penggunaan waktu luang hanyalah beberapa contoh perubahan budaya. Sementara itu, budaya tawar menawar dan konsep "rancak di labuah" merupakan bagian dari kesinambungan budaya.

Jaringan Sosial dalam organisasi oleh Ruddy Agusyanto (2007) adalah studi terakhir. Buku ini mengungkapkan bahwa manusia selalu membina hubungan sosial dengan manusia lain di mana pun ia tinggal dan hidup, tetapi manusia tidak sanggup membina hubungan atau berhubungan dengan semua manusia yang ada di sekitarnya. Hubungan sosial tersebut terbatas pada sejumlah orang tertentu hingga akhirnya hal ini akan melahirkan sesuatu yang dikenal dengan jaringan sosial. Tulisan oleh Ruddy Agusyanto ini juga mengungkapkan bahwa analisa jaringan sosial memberikan sebuah pandangan alternatif, di mana atribut-atribut individual menjadi kurang penting dibandingkan jaringan hubungan dan ikatan yang mereka miliki dengan aktor-aktor lain di dalam jaringan.

Kelima studi tersebut, memiliki perbedaan dengan penelitian ini yang mana akan satu demi satu dikaji perbedaannya. Pertama oleh Haryono (2007) dengan kajian analisis jaringan sosial berjudul *Jaringan sosial migran sirkuler: Analisis tentang bentuk dan fungsi*. Penelitiannya dilakukan kepada migran sirkuler, yaitu mereka yang sudah merantau ke daerah lain namun keluarga seperti anak dan istrinya berada di desa. Serta subjek penelitian merupakan migran yang sedesa asal. Berbeda dengan penelitian ini, subjek penelitian kebanyakan bukanlah migran sirkuler karena keluarganya turut serta dibawa merantau ke Kota Batam. Lalu, subjek juga tidak didasari oleh kesamaan asal daerahnya.

Kemudian pada artikel Islami (2016) berjudul *Analisis Jaringan Sosial Pasar Sunday Morning (Sunmor) di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta* yang turut serta mengkaji jaringan sosial yang terjalin antara pedagang dan pembeli, sementara pada penelitian ini tidak demikian. Selain itu, perbedaannya terletak

pada komoditas yang diperjualkan. Pada *Sunmor*, yang diperjualkan yaitu komoditas makanan yang menjadi tempat wisata kuliner serta belanja, sementara Pasar Seken Jodoh adalah barang bekas.

Lalu *Jaringan Sosial Pedagang Cakar di Wilayah Pasar Panakkukang Kota Makassar* tulisan oleh Putri (2019). Artikel ini merupakan analisis jaringan sosial secara sosiologis, sementara pada penelitian ini jaringan sosial ditinjau secara antropologis. Jaringan sosial sebagai salah satu pendekatan dalam studi antropologi berupaya untuk memahami bentuk dan fungsi hubungan sosial dalam masyarakat yang kompleks, terutama masyarakat perkotaan. Selanjutnya pada penelitian ini turut serta membahas terkait heterogenitas budaya yang dihasilkan dari masyarakat Kota Batam yang heterogen

Selanjutnya, *Pasar Loak* oleh Damsar (2017) yang mengkaji tentang perubahan dan kesinambungan budaya Minangkabau di pasar loak. Pembahasannya berfokus hanya pada budaya Minangkabau yang turut mengisi ruang sosial dan budaya dari pasar loak. Sementara penelitian ini, dilakukan pada pasar seken Jodoh yang mana di dalamnya diisi oleh beragam budaya dari beragam suku bangsa dikarenakan masyarakatnya yang heterogen.

Setelahnya artikel berjudul *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan* oleh Istijabatul Aliyah (2017) mengkaji pasar tradisional di kota yang terdapat di Jawa. Pembahasannya terkait pasar tradisional dan pasar modern, sedangkan penelitian ini terfokus untuk mengeksplorasi pasar tradisional seken. Selain itu, pasar pada artikel ini yang dimaksudkan adalah pasar-pasar yang

terdapat di ruang kota-kota di Jawa sehingga budaya pasar tercipta beriringan dengan nilai-nilai budaya Jawa.

Kemudian yang terakhir *Jaringan Sosial dalam Organisasi* oleh Ruddy Agusyanto (2007), yang membahas jaringan sosial di dalam organisasi Pembahasannya diawali dengan pengenalan jaringan sosial secara mendalam. Lalu dilanjutkan dengan pembahasan dengan contoh kasus jaringan sosial yang bersifat formal. Sementara penelitian ini unit analisisnya merupakan pasar tradisional, yang mana jaringan sosial yang dimiliki bersifat informal.

F. Kerangka Pemikiran

1. Kebudayaan

Menurut Koentjaraningrat (1990:180), kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia melalui proses belajar. Gagasan, tindakan dan hasil karya tersebut diwariskan dari generasi ke generasi. Lalu orang-orang menginterpretasikan pengalaman dan perilaku sosial mereka menggunakan pengetahuan atau kebudayaan yang mereka peroleh (Spradley, 2007: 6). Sejalan dengan itu, Suparlan (1982:3) berpendapat bahwa kebudayaan adalah keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial yang digunakan untuk menafsirkan dan memahami lingkungan yang dihadapi, serta untuk menciptakan dan menghasilkan perilaku.

Oleh Koentjaraningrat, kebudayaan dibagi ke dalam tujuh unsur-unsur kebudayaan universal. Dikatakan olehnya universal, karena unsur-unsur kebudayaan dimiliki oleh semua orang dan dapat ditemukan dalam kebudayaan dari seluruh dunia. Unsur-unsur tersebut adalah Bahasa, Sistem Pengetahuan, Organisasi Sosial, Sistem Peralatan Hidup & Teknologi, Sistem Mata Pencaharian Hidup, Sistem Religi, dan Kesenian. Salah satu unsur terpenting yang akan menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah tentang sistem mata pencaharian hidup.

Menurut Koentjaraningrat (1990: 181), sistem mata pencaharian hidup atau dikenal juga dengan sistem ekonomi dalam unsur kebudayaan berkaitan dengan upaya pemenuhan kebutuhan hidup oleh manusia dengan melakukan pekerjaan. Mata pencaharian hidup adalah kegiatan yang dilakukan untuk menunjang kehidupan masyarakat dengan mendayagunakan sumber daya yang terdapat pada lingkungan fisik, sosial dan budaya yang diwujudkan dalam kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Wujud dari sistem mata pencaharian hidup pada penelitian adalah pasar tradisional.

2. Pasar Tradisional

Pasar (*marketplace*) oleh Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 adalah suatu arena di mana terdapat lebih dari satu penjual yang melakukan jual beli barang yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, toko, mall, plaza, pusat perdagangan atau nama lain. Pasar menurut ilmu ekonomi adalah tempat atau transaksi

dimana permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) suatu barang/jasa tertentu bertemu untuk menentukan harga keseimbangan (harga pasar) dan harga yang diperdagangkan. Namun lebih jauh, penelitian antropologi dilakukan dengan mengulik lebih dalam terkait suatu fenomena yang tidak terbatas pada apa yang tampak di permukaan.

Pasar pada penelitian ini merupakan pasar tradisional. Geertz (1963) mengatakan pasar tradisional adalah tempat terjadinya kegiatan yang bersifat *indigenous market trade*, yang telah dipraktikkan sejak lama atau menjadi tradisi dan di dalamnya terlibat lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi (dalam Oktaviana, 2011:28). Tetapi dalam penelitian ini kaitannya tidak seperti itu, karena pasar tradisional tidak hanya dimiliki oleh masyarakat homogen, tetapi juga dapat tumbuh di dalam heterogenitas budaya. Pasar tradisional menurut antropologi adalah suatu pranata yang integral dari sistem sosial budaya masyarakat di mana pasar berada dan berlangsung (Effendi, 2016:106). Sementara dengan pengertian umum, pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional yang mengukung kebudayaannya dimana dengan hal tersebut penjual dan pembeli dapat melakukan tawar-menawar saat melakukan transaksi secara langsung (Asmarajati, 2020:19). Untuk bentuk fisik dari pasar tradisional ditandai dengan bangunan los dan tanah terbuka. Terdapat los di area utama yang menyerupai bangunan darurat semi permanen dan permanen, serta area yang disebut "oprokan" yang dimanfaatkan oleh pedagang dan memiliki luas yang lebih kecil dari los (Kusmawati, 1996 dalam Aliyah, 2017: 8).

Pasar tradisional sebagai representasi dari hidup berbhineka tunggal ika dan merupakan arena sosial untuk masyarakat sekitar berinteraksi satu sama lain. Ada perbedaan interaksi yang sangat spesifik antara sesama pedagang dan antara pedagang dengan pembeli. Hubungan komersial sepenuhnya berbeda dari ikatan sosial seperti persahabatan, ketetanggaan dan bahkan kekerabatan. Pasar tradisional juga dikatakan memiliki nilai sosial yang tinggi oleh Frans Seda (1981), karena turut berfungsi sebagai pusat informasi, arena asimilasi dan sarana pembaharuan (dalam Aliyah, 2015:57).

Pasar seken merupakan salah satu representasi dari pasar tradisional. Pasar seken atau pasar loak adalah semacam pasar tempat orang mendirikan kios untuk menjual berbagai barang bekas. Pasar loak digambarkan sebagai tempat berkumpulnya kegiatan sosial dan budaya di samping operasi bisnis atau ekonomi yang sebenarnya dalam penelitian sosiologis (Damsar, 2017:49). Sementara di dalam kajian antropologi, berfokus pada subjek konsumsi oleh masyarakat kontemporer dalam berbagai konteks budaya serta berbagai konteks lainnya, sistem, dan ritual terkait dengan praktik pertukaran (Marzella, 2015: 105).

Bentuk khas dari pasar seken adalah budaya pasar. Menurut Hefner (1998) budaya pasar adalah istilah yang mengacu pada pasar dengan kebudayaan masyarakat di dalamnya. Argumen ini membentuk kaitan antara budaya pasar dan kondisi sosial, serta struktur moral yang melingkupinya (dalam Effendi, 2016: 106). Oleh Supangkat *et.al* (2021:

159), budaya pasar didefinisikan dengan keseluruhan norma dan nilai yang melingkupi operasional para pemangku pasar tradisional dalam menjalankan aktivitasnya di pasar.

Budaya pasar tradisional adalah cerminan produk budaya lokal dan ekonomi kerakyatan yang dapat menjadi wahana budaya yang efektif untuk melestarikan kebudayaan. Meskipun identik dengan suasana ekonomi pedesaan, budaya pasar tradisional juga dapat ditemukan di perkotaan bersama masyarakat industri. Pasar yang berkembang di suatu kota tetapi tetap mempertahankan karakter sosial lokalnya juga disebut sebagai budaya pasar tradisional (Effendi, 2016: 106).

Dalam praktiknya, budaya pasar tradisional bukan hanya tentang bertemunya penjual dan pembeli untuk menyelesaikan transaksi, tetapi juga harus memupuk interaksi pribadi dan kelompok yang dekat. Secara sederhana, pasar tradisional tidak hanya memberikan ruang ekonomi bagi pemangku kepentingannya, tetapi juga ruang sosial (Sadilah et.al, 2011: dalam Supangkat et.al, 2021: 160). Ruang ekonomi dan ruang sosial turut mewadahi terjalinnya hubungan antara pelaku pasar dalam hal ini adalah pedagang dan agen, yang berlangsung lama dan dilakukan terus-menerus sehingga melahirkan jaringan sosial di Pasar Seken Jodoh.

Pedagang adalah seseorang yang memperjualbelikan barang kepada konsumen baik itu secara langsung ataupun tidak langsung dengan tujuan untuk memperoleh dan mencari keuntungan. Menurut Sugiharsono (dalam Hanum, 2017:77), pedagang adalah perantara yang kegiatannya membeli

barang dan menjualnya kembali tanpa merubah bentuk atas inisiatif dan tanggung jawab sendiri dengan konsumen untuk membeli dan menjualnya dalam partai kecil atau persatuan. Dalam penelitian ini, pedagang yang dimaksudkan adalah pedagang barang bekas di Pasar Seken Jodoh, yaitu orang-orang yang berada di dalam pasar Seken Jodoh, yang memperjualkan barang dagangannya berupa barang bekas guna memperoleh suatu keuntungan.

Menurut KBBI, agen adalah seseorang atau perusahaan perantara yang mengusahakan penjualan bagi suatu perusahaan lainnya atas nama pengusaha, sehingga akan sering juga disebut sebagai perwakilan atau kaki tangan. Pada pasar Seken Jodoh, agen berperan sebagai perantara antara pedagang barang bekas dengan distributor yang berada di Singapura. Barang-barang didatangkan kepada agen dengan karung-karung besar atau dikenal dengan istilah *bal*.

3. Jaringan Sosial

Jaringan sosial adalah gambaran dari hubungan yang dimiliki oleh individu-individu yang menjadi kajian. Sebelum membicarakan konsep jaringan sosial lebih jauh, akan lebih dahulu dibahas unsur-unsur dari jaringan sosial yang merupakan cikal bakal dari terbangunnya sebuah jaringan sosial. Unsur-unsur tersebut meliputi interaksi sosial dan hubungan sosial.

Menurut Shaw (Ali, 2004 dalam Derung, 2020: 51), interaksi sosial adalah suatu pertukaran antarpribadi yang ditandai dengan masing-masing

orang menunjukkan perilakunya satu sama lain dalam kehadiran mereka dan masing-masing perilaku mempengaruhi satu sama lain. Tindakan yang dilakukan oleh antarpribadi untuk melakukan interaksi sosial bertindak sebagai stimulus bagi orang lain untuk terhubung (Derung, 2020: 51). Gagasan serupa juga terlihat dalam klaim Thibaut dan Kelley (dalam Derung, 2020: 52) bahwa interaksi sosial adalah peristiwa yang terjadi ketika dua orang atau lebih hadir karena mereka bekerja sama untuk menghasilkan suatu hasil atau berkomunikasi satu sama lain. Dengan demikian, setiap orang bertindak dengan maksud mempengaruhi orang lain ketika melakukan interaksi sosial.

Soekanto (2010: 55) mendefinisikan interaksi sosial sebagai hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Oleh Koentjaraningrat (2015: 33), interaksi sosial adalah adanya hubungan antara dua orang atau lebih, dua kelompok atau lebih berdasarkan dari aksi dan reaksi interaksi dalam prosesnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa interaksi sosial adalah aksi dan reaksi dari sikap satu sama lain yang dilakukan antar individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi.

Pada hakikatnya, semua makhluk hidup membutuhkan makhluk hidup lainnya. Sebagai makhluk hidup, manusia juga tidak dapat hidup sendirian dan membutuhkan kehadiran orang lain karena adanya rasa saling ketergantungan satu sama lain. Dengan kebutuhan semacam itulah sehingga

interaksi sosial tidak mungkin luput dalam keseharian masyarakat karena merupakan media dalam bersosialisasi. Interaksi sosial dengan individu dan kelompok yang sama dapat berlangsung dengan intensitas yang sering, yang mana hal ini dikenal dengan istilah hubungan sosial. Ketika hubungan sosial telah terbentuk dan diikat dengan kepercayaan, maka akan terbentuk sebuah jaringan sosial.

Unsur lainnya dari jaringan sosial adalah hubungan sosial. Menurut Michener dan Delameter, hubungan sosial adalah hasil dari interaksi (rangkaian tingkah laku) yang sistematis antara dua orang atau lebih (Hidayati, 2014 dalam Derung, 2020: 69). Lalu menurut Spradley dan McCurdy (Astuti, 2012 dalam Derung, 2020:70) ketika hubungan sosial yang terjadi antara individu berlangsung dalam waktu yang relatif lama akan melahirkan suatu pola. Hal senada juga dikemukakan oleh Soekanto (2005) bahwa hubungan sosial adalah apabila terjadi interaksi sosial yang berlangsung dan berulang-ulang dengan cara yang sama dalam jangka waktu yang lama (dalam Derung, 2020: 65). Hubungan dalam hubungan sosial merupakan hubungan antara orang-orang yang bersifat timbal balik dan berdampak satu sama lain. Beberapa tahapan terjadinya hubungan sosial yaitu (Derung, 2020: 69-70):

- a) *Zero contact* yaitu kondisi di mana tidak terjadi hubungan antara dua orang.
- b) *Awareness* yaitu seseorang sudah mulai menyadari kehadiran orang lain.

- c) *Surface contact* yaitu orang pertama menyadari adanya aktifitas yang sama oleh seseorang di sekitarnya.
- d) *Mutuality* yaitu sudah mulai terjalin hubungan sosial antara 2 (dua) orang yang tadinya saling asing.

Hubungan sosial dapat dianggap sebagai sesuatu yang menyerupai jalur atau saluran yang menghubungkan satu orang (titik) ke orang lain melalui jalur atau saluran yang memungkinkan untuk mengalirkan hal-hal seperti barang, jasa dan informasi (Agusyanto, 2007: 14). Harapan peran dari masing-masing individu yang berinteraksi tercermin dalam hubungan sosial antara dua orang. Meskipun pelaku mungkin tidak selalu menyadarinya, tingkah laku berbasis interaksi sosial bersifat sistematis. Ketika suatu tingkah laku diulangi sebagai respon terhadap hal-hal dan dalam situasi yang sama, itu menunjukkan bahwa ada keteraturan dan ada 'sesuatu' yang menyebabkan tingkah laku tersebut tampak 'biasa' (Agusyanto, 2007: 15).

Hubungan sosial yang dilakukan individu-individu dalam masyarakat merupakan upaya mereka untuk tetap eksis. Meskipun ada kemungkinan bagi individu untuk terlibat dengan hubungan sosial secara luas dalam kehidupan masyarakat, tetapi setiap individu memiliki bakat yang berbeda-beda dalam hal kuantitas, kualitas, atau intensitas hubungan sosial yang dapat dilakukannya. Sehingga hal ini melahirkan kelompok atau jaringan sosial di dalam masyarakat.

Agusyanto (2007:13) menegaskan bahwa jaringan sosial adalah suatu jaringan tipe khusus, di mana “ikatan” yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan dengan hubungan sosial. Jaringan sosial disebut sebagai sistem sosial yang memiliki ikatan konkret dalam hubungan yang abstrak oleh Van Dijk (2006) (dalam Laily, 2020: 161). Keanggotaan jaringan sosial yang diwakili oleh titik itu tidak hanya mewakili individu seorang, namun dapat pula mewakili organisasi, instansi, pemerintah atau Negara. Dengan kata lain, jaringan sosial sebagai sekumpulan hubungan yang terbentuk antar banyak individu dalam suatu kelompok atau antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya.

Jaringan sosial yang digambarkan oleh Mitchell (1969) adalah seperangkat hubungan-hubungan khusus atau spesifik yang terbentuk di antara sekelompok orang, di mana karakteristik hubungan-hubungan tersebut dapat digunakan untuk menguraikan motif-motif perilaku sosial dari orang-orang yang terlibat di dalamnya (dalam Haryono, 2007: 4). Selain karena adanya motif-motif tertentu, jaringan sosial juga didasarkan pada rasa saling percaya (Muzdalifah, 2021:37). Jaringan sosial oleh Suparlan (1982: 1-2) adalah proses pengelompokan yang terdiri atas individu-individu (sedikitnya tiga orang) yang dihubungkan oleh hubungan sosial yang sudah ada sebelumnya dan yang secara individu memiliki identitasnya sendiri.

Dari definisi-definisi tersebut, untuk mengoperasionalkan pendekatan jaringan sosial terhadap penelitian ini disimpulkan bahwa

jaringan sosial adalah kumpulan dari hubungan sosial yang berlangsung secara khusus atau spesifik, yang terbentuk oleh antar banyak individu dalam suatu kelompok atau antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya (sedikitnya tiga orang), dan pengelompokan ini didasari atas motif-motif tertentu dari mereka yang terlibat serta memberikan identitas tertentu.

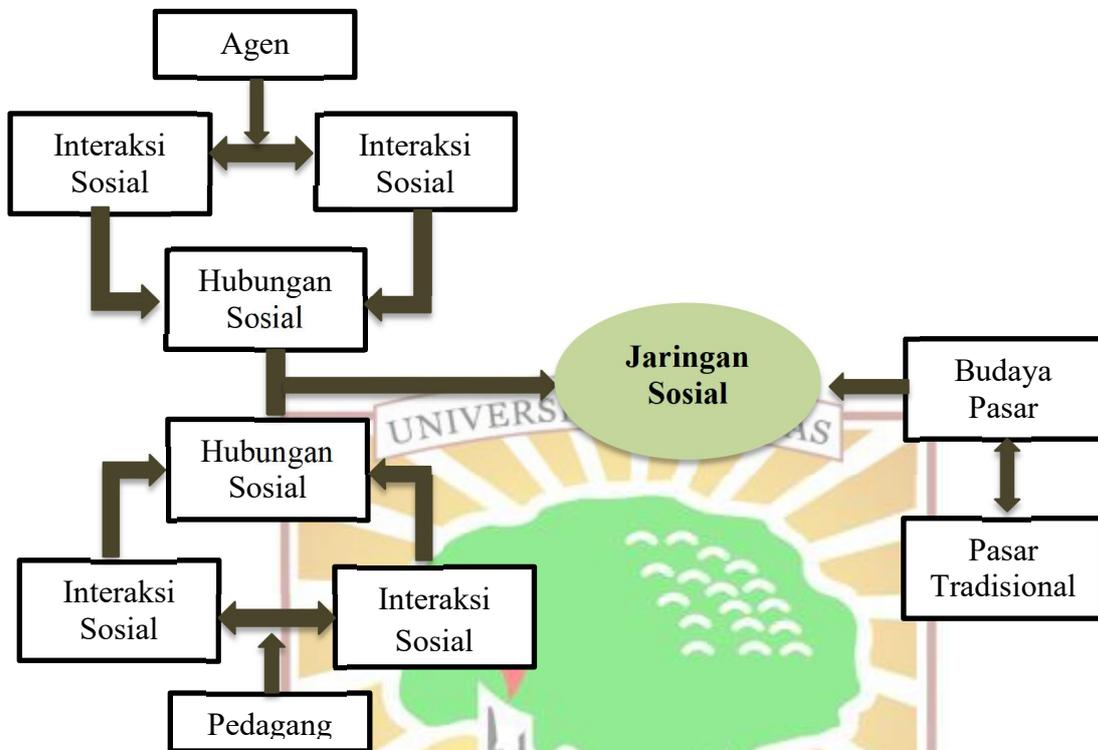
Istilah “jaringan sosial” mengacu pada struktur dan jenis interaksi di antara aktor dalam suatu kelompok (Bogatti et.al, 2009 dalam Partelow, 2020: 2). Dengan demikian, analisis jaringan sosial adalah alat yang berguna untuk mengkaji bagaimana dan mengapa para aktor bekerja sama melalui hubungan mereka satu sama lain, dan dengan memeriksa pola organisasi dari hubungan tersebut dalam suatu kelompok (Partelow, 2020: 2). Selain itu, ikatan (Prizeyanto, 2015: 7). Simpul bermakna aktor-aktor yang ada di dalam jaringan, sedangkan ikatan bermakna hubungan diantara para aktor. Antar simpul dapat memiliki banyak ikatan, sehingga jaringan sosial dapat memiliki banyak bentuk. analisis jaringan sosial dikatakan merefleksikan hubungan sosial sebagai simpul dan

Teori jaringan sosial bertentangan dengan jenis teori sosiologis yang memandang masyarakat dibangun dari individu-individu. Sebaliknya, masyarakat dimulai dengan hubungan antara individu-individu dan menggambarkan masyarakat sebagai yang dibentuk dari jaringan dengan serangkaian hubungan atau ikatan antara simpul (Williams, 2008: 2). Diseluruh studi jaringan sosial, para aktor atau simpul telah didefinisikan secara beragam sebagai individu, kelompok, perusahaan, atau bahkan negara.

Hubungan atau ikatan tersebut merupakan aliran sumber daya yang dapat bersifat material maupun non material (Wasserman & Faust 1999, dalam Williams, 2008: 3). Sumber daya tersebut dapat mencakup dukungan sosial, dukungan emosional, persahabatan, waktu, informasi, keahlian, uang, transaksi bisnis, aktivitas bersama, dan sebagainya (Williams, 2008: 3).

Jaringan sosial merupakan refleksi dari terjadinya pengelompokan sosial di dalam keseharian masyarakat (Kusnadi, 1998: 11-12). Tidak ada manusia di dunia ini yang tidak menjadi bagian dari suatu jaringan sosial (Agusyanto, 2007: 29). Manusia di dunia ini selalu membina hubungan sosial dengan manusia lain di lingkungan sekitarnya sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya. Lalu manusia juga tergabung dengan jaringan-jaringan sosial tertentu dan memiliki hubungan sosial dengan orang-orang tertentu karena pada dasarnya manusia tidak dapat berhubungan dengan semua manusia yang ada atau hubungan selalu terbatas pada sejumlah orang tertentu (Agusyanto, 2007: 30). Manusia memilih jaringan-jaringan sosial dan individu-individu tertentu berdasarkan pengalamannya, yang disesuaikan dengan kebutuhan dirinya. Kendati demikian, hubungan sosial tersebut tidak secara konstan dimanfaatkan untuk mencapai tujuan-tujuannya, tetapi disesuaikan dengan ruang dan waktu atau konteks sosialnya.

Bagan 1. Kerangka Pemikiran



Sumber: data primer, 2022

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan (Fauziana, 2017:60). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang menurut Bogdan dan Taylor (1975) didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati serta diarahkan pada latar dan individu tersebut secara

holistik (dalam Moleong, 2005:3). Dikarenakan terdapat isu atau topik yang memerlukan eksplorasi, maka dilakukan sebuah penelitian kualitatif. Selain itu, metode penelitian kualitatif digunakan karena diperlukan pemahaman masalah yang komprehensif (Creswell, 2015: 63-64).

Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah studi etnografi. Etnografi adalah istilah yang mengacu pada berbagai studi atau penyelidikan yang mendalam terhadap sekelompok orang dengan menggambarkan pola dan perilaku sosial budaya mereka. Isi etnografi, menurut Koentjaraningrat (1990:12) merupakan gambaran menyeluruh tentang budaya etnis suatu bangsa (holistik). Esensinya mencakup koleksi data deskriptif sebagai dasar interpretasi, karena data merupakan perwujudan dari gambaran atau potret kehidupan suatu masyarakat yang dinamis.⁴

Praktik penggunaan metode ini dimulai dengan mengumpulkan data langsung dari informan tentang bagaimana sekelompok individu mengatur atau mengontrol diri mereka sendiri melalui kebiasaan sosial, ritual, dan sistem kepercayaan mereka. Informan penelitian etnografi bukanlah subjek seperti halnya dalam studi kualitatif lainnya, melainkan seorang ahli yang pengetahuannya ingin dipelajari lebih lanjut oleh peneliti etnografi. Pengetahuan tersebut terkait dunia batin subjek mengenai persepsi, penilaian, pandangan dan sikap mereka terhadap sebuah peristiwa. Karena itu, studi etnografi meletakkan fokus yang lebih besar pada data emik,

⁴ Mudjia Rahardjo, "Mengenal studi etnografi: Sebuah pengantar", makalah disajikan pada materi Kuliah Metodologi Penelitian Sekolah Pascasarjana, Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2017, hlm. 2. <http://repository.uin-malang.ac.id/1570/1/1570.pdf>, diakses pada 10 Juni 2022

daripada data etik serta lebih menekankan makna (*meaning*) dari suatu peristiwa daripada kebenaran (*truth*) bagi subjek.⁵

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan area yang menjadi tempat berlangsungnya penelitian. Penentuan lokasi penelitian merupakan langkah yang vital dalam penelitian kualitatif karena membantu menentukan fokus terhadap objek dan tujuan penelitian yang artinya akan mempermudah jalannya penelitian. Penelitian ini dilakukan di Pasar Seken Jodoh yang berlokasi di Kelurahan Lubuk Baja Kota, Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau, dengan lapak yang digelar di jalanan depan *department store* Ramayana.

Pasar seken jodoh merupakan satu-satunya pasar seken di Kota Batam yang pelaksanaannya menerapkan *shift* dan pada *shift* waktu pagi berbarengan dengan pasar basah. *Shift* pertama yang berbarengan dengan pasar basah berlangsung sejak pukul 05.00 s/d 12.00. Pada *shift* kedua, hanya dihuni oleh pedagang barang bekas yang dimulai sejak pukul 13.00 s/d 22.00. Jika waktu *shift* para pedagang tersebut telah habis, mereka akan langsung menutup dan membereskan lapak dagangan, atau dengan kata lain para pedagang sangat mematuhi aturan tersebut.

⁵ *Ibid.*

Gambar 2. Lokasi Penelitian



Sumber: data primer, 2022

3. Informan Penelitian

Koentjaraningrat (1990: 164) menuturkan informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang berarti sampel ditetapkan berdasarkan pertimbangan tertentu oleh peneliti (Sugiyono, 2016: 85). Pertimbangan tersebut berdasarkan penilaian dari peneliti sendiri, untuk itu telah ditetapkan kriteria informan yang dapat memberikan keterangan terkait pengetahuan yang dibutuhkan pada penelitian ini, yaitu:

- a. Informan merupakan pelaku pasar yang umumnya aktif berkegiatan di dalam Pasar Seken Jodoh.
- b. Sekurangnya telah menjadi pedagang atau agen selama 3 – 13 tahun dan tergabung ke dalam jaringan sosial di pasar

- c. Memiliki pengetahuan terkait aspek sosial budaya di dalam pasar
- d. Pedagang berasal dari suku Minangkabau, Batak, Bugis, dan Palembang
- e. Agen berasal dari suku Melayu dan Batak

Pada penelitian ini yang menjadi informan adalah para pelaku pasar yang umumnya aktif berkegiatan di dalam Pasar Seken Jodoh, Informan-informan tersebut dikelompokkan ke dalam dua jenis, yaitu informan kunci dan informan biasa. Perbedaan dari kedua tipe informan ini adalah bahwa informan kunci adalah mereka yang memiliki pemahaman yang mendalam terkait permasalahan yang diteliti, sedangkan informan biasa adalah mereka yang dipilih berdasarkan pengetahuannya, dapat pula dikarenakan seringnya berinteraksi dengan informan kunci. Berikut dilampirkan tabel 1 yang memuat identitas dari informan-informan penelitian dari penelitian ini:

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Pendidikan	Status/Pekerjaan	Suku	Lama Bekerja	Jenis Informan
1	MR	58 tahun	SMP	Pedagang sepatu bekas	Minangkabau	11 tahun	Kunci
2	AD	32 tahun	SMK	Pedagang sepatu bekas	Bugis	3 tahun	Kunci
3	LR	27 tahun	SMK	Pedagang spreng bekas	Minangkabau	5 tahun	Kunci
4	TN	34 tahun	SMK	Pedagang pakaian bekas	Batak	6 tahun	Kunci
5	NR	35 tahun	SMK	Pedagang mainan dan sepatu bekas	Minangkabau	13 tahun	Kunci
6	AL	35 tahun	SMK	Pedagang pakaian bekas	Palembang	4 tahun	Kunci

7	HD	49 tahun	SMK	Agen sepatu bekas	Melayu	4 tahun	Kunci
8	RS	57 tahun	Tidak Lulus SD	Agen pakaian bekas	Batak	6 tahun	Kunci
9	RK	45 tahun	SD	Pedagang pakaian bekas	Minangkabau	3 bulan	Biasa
10	MN	45 tahun	SMP	Pedagang spreid dan gordend bekas	Batak	1 tahun	Biasa
11	AE	63 tahun	SLTA	Pedagang pakaian bekas	Palembang	2 tahun	Biasa
12	RI	40 tahun	SMK	Pedagang pakaian bekas	Palembang	2 tahun	Biasa
13	FR	35 tahun	SMK	Pedagang baju bekas	Minangkabau	2 tahun	Biasa
14	SY	38 tahun	SMA	Pedagang aksesoris	Melayu	1 tahun	Biasa
15	BM	35 tahun	SMP	Pedagang <i>handphone</i> bekas	Sunda	6 bulan	Biasa
16	HM	33 tahun	SMK	Tukang parkir	Batak	12 tahun	Biasa
17	Pihak Kelurahan Lubuk Baja Kota			Pegawai kelurahan			Biasa
18	Jefri			RT 01 RW III Kel. Lubuk Baja Kota			Biasa

Sumber: data primer, 2022

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori berdasarkan interaksi dengan informan, yaitu: pengamatan terlibat (observasi partisipasi)

dan pengamatan saja (tanpa melibatkan interaksi). Ada tidaknya interaksi antar informan inilah yang membedakan kedua kategori tersebut. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu objek dengan fenomena yang diselidiki, tanpa mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Fenomena dicatat, direkam dan dipotret oleh peneliti dengan maksud berusaha mengamati dan mendengarkan yang tujuannya untuk memahami, mencari jawaban dan bukti terhadap fenomena sosial.

Observasi partisipasi telah digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian antropologi terkhusus studi etnografi. Observasi partisipati adalah teknik yang memungkinkan peneliti untuk mengamati dan berpartisipasi dalam kegiatan individu yang dipelajari dalam konteks alami. Hal ini berguna sebagai latar belakang untuk pengambilan sampel dan standar wawancara (DeWALT & DeWALT, 2002 dalam Kawulich, 2005: 2). Observasi ini berarti pengamatan dengan cara peneliti berperan serta terhadap kegiatan sehari-hari subjek penelitian. Pada penelitian ini, observasi dilakukan dengan tujuan untuk mengamati realitas yang terjadi secara langsung yang dalam hal ini merupakan aktivitas yang berlangsung di Pasar Seken Jodoh.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah teknik pengumpulan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seorang informan dengan cara

bercakap-cakap secara tatap muka. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan informasi secara rinci, terbuka, dan tidak terbatas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian (Moleong, 2005: 186). Wawancara ini dilakukan dengan cara melibatkan diri secara pribadi dalam aktivitas informan serta bertanya dan menjawab pertanyaan secara bebas tanpa menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, sehingga menghasilkan suasana yang dinamis (Kawasati, 2019: 6). Akibatnya, pertanyaan tanpa pedoman tersebut biasanya merupakan spontanitas dari peneliti. Suasana yang tercipta di dalamnya seperti kehidupan sehari-hari yang santai serta pembicaraan yang informal.

c. Studi Kepustakaan

Selain memanfaatkan penggunaan data primer, penelitian juga membutuhkan data sekunder yang wujudnya disini berupa studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku, laporan penelitian terdahulu, jurnal, artikel, dan dokumen lainnya yang mengandung relevansi dengan permasalahan penelitian jaringan sosial dan bidang kajian ilmu Antropologi. Studi kepustakaan tujuannya berusaha memberikan dukungan terhadap fakta-fakta yang diperlukan sehingga penelitian dapat dipahami sepenuhnya. Teknik ini telah

digunakan sejak awal proses perancangan proposal dan dilanjutkan hingga selesainya penulisan skripsi ini.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari arsip, dokumen, gambar, serta keterangan-keterangan yang dapat memberikan informasi terkait penelitian. Dengan metode ini, peneliti mengumpulkan data dari dokumen yang memuat sejarah hingga data penduduk Kota Batam yang sudah ada seperti; BPS Kota Batam pada tahun terakhir, laporan sensus penduduk Kota Batam tahun terakhir dan keterangan-keterangan dari web BP Batam. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan kamera untuk memotret suasana pasar hingga alat perekam suara untuk merekam keseluruhan dari wawancara.

5. Analisis Data

Analisis data sangat penting untuk riset ilmiah, karena memungkinkan data menjadi relevan dan berguna dalam pemecahan masalah penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses pelacakan serta pengaturan secara sistematis catatan lapangan yang telah diperoleh dari wawancara, observasi serta bahan lain agar peneliti dapat melaporkan hasil penelitian (Firman, 2018: 2). Data tersebut juga disajikan secara deskriptif dan dianalisa secara kualitatif.

Pelaksanaan analisis data dilakukan selama prosedur pengumpulan dan setelah data dikumpulkan secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah empat alur kegiatan yang membentuk analisis data. Selanjutnya pada proses verifikasi data, digunakan metode triangulasi.

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pedagang dan agen barang bekas Pasar Seken Jodoh di Kota Batam. Penelitian yang dilakukan memiliki beberapa tahapan, yang dimulai dari tahapan pembuatan proposal, sidang seminar proposal, penelitian, analisis data, dan yang terakhir proses penulisan skripsi. Proses pembuatan proposal dimulai pada saat peneliti selesai melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata), pada akhir Agustus 2021. Sejalan dengan itu peneliti melakukan observasi ke Pasar Seken Jodoh untuk melihat secara langsung pasar dan aktivitas yang berlangsung di dalamnya. Singkat cerita, peneliti melakukan konsultasi dengan kedua dosen pembimbing hingga akhirnya mendapatkan persetujuan dan mendaftarkan diri untuk mengikuti seminar proposal pada 18 Juli 2022. Setelah menunggu selama 2 bulan lebih, tepatnya pada tanggal 27 September 2022 proposal diseminarkan dan dinyatakan lulus oleh dosen penguji.

Sebelum memulai penelitian, peneliti melakukan revisi terhadap proposal dengan saran-saran yang diberikan dosen penguji dan dosen

pembimbing. Lalu ditambah dengan pembuatan pedoman wawancara, outline, dan mengajukan surat izin penelitian kepada pihak fakultas yang akan membantu mengarahkan dan memudahkan proses penelitian di lapangan. Setelahnya dilanjutkan ke tahapan penelitian yang memakan waktu selama sebulan.

Penelitian dimulai dengan mendatangi keluarahan Lubuk Baja Kota yang merupakan keluarahan dari Pasar Seken Jodoh untuk mengonfirmasi kestatusan dari pasar yang bukan pengelolaan pemerintah. Setelahnya penelitian dilanjutkan ke lokasi penelitian, yaitu Pasar Seken Jodoh. Peneliti mulai melakukan perkenalan dan mewawancarai pedagang dan agen yang merupakan informan kunci dari penelitian. Dilanjutkan dengan mewawancarai informan biasa. Tidak lupa juga peneliti mengamati fenomena-fenomena yang terjadi di pasar tersebut. Dalam proses penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kendala ketika beberapa informan tidak bersedia menjadi informan penelitian dalam penelitian ini. Namun hal ini dapat diatasi dengan mencari informan lain yang bersedia untuk dimintai keterangannya. Ada pula ketika di tengah wawancara, informan kedatangan pelanggannya sehingga ia harus melayani pelanggannya dahulu. Hal ini menyebabkan wawancara harus dihentikan sementara sampai si informan luang kembali.

Peneliti mendapatkan beberapa cerita dan fakta-fakta menarik mengenai kehidupan informan yang telah diuraikan pada poin profil informan. Tidak lupa dengan data utama yang akan menjawab masalah

penelitian. Setelah mendapatkan data yang cukup dari informan kunci dan informan biasa, tahapan dilanjutkan dengan proses analisis data lalu dilanjutkan dengan tahapan penulisan hingga ke bab akhir.

