

Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Untuk Berjualan di Pasar Besar Malang

Nanang Setiawan¹, Sonny Leksono², Endang Sungkawati³

Program Studi Manajemen, FEB, Universitas Wisnuwardhana Malang

Email: galeriprinting007@gmail.com

Abstract: *The Big Market of Malang is one of the markets that has an important role in contributing to regional and community income, especially street vendors. The sustainability of the street vendor business is certainly very much influenced by the values that are built through social capital trust and social networks in running their business. This research aims to understand how social capital is built by street vendors so that they can utilize public space to sell in the Big Market of Malang. The research method used is a qualitative research method. The results of this research are that the social capital of trust is well established between fellow street vendors, land owners, and with the Market Service that produces reciprocity among fellow stakeholders, so that the public space of the road corridors and parking lots in PBM is multi-functional. The proper road and parking functions overlap with the economic functions of the street vendors which have an impact on the emergence of social interaction as compensation for flexible use of space, according to the agreement.*

Keywords: *Social Capital, Public Space*

Abstrak: Pasar Besar Malang merupakan salah satu pasar yang memiliki peran yang cukup penting dalam memberikan kontribusi pada pemasukan pendapatan daerah dan masyarakat terutama pedagang kaki lima. Keberlangsungan usaha pedagang kaki lima tentu sangat di pengaruhi dengan tata nilai yang di bangun melalui modal sosial kepercayaan dan jaringan sosial dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana modal sosial yang dibangun para pedagang kaki lima sehingga dapat memanfaatkan ruang publik untuk berjualan di Pasar Besar Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini adalah bahwa modal sosial kepercayaan (*trust*) terjalin dengan baik antar sesama pedagang kaki lima, pemilik lahan, maupun dengan Dinas Pasar yang menghasilkan resiprositas antar sesama pemegang kepentingan, sehingga ruang publik koridor jalan dan lahan parkir di PBM bersifat multi fungsi. Fungsi jalan dan parkir tumpang tindih dengan fungsi ekonomi PKL yang berdampak pada munculnya interaksi sosial sebagai kompensasi pemanfaatan ruang yang bersifat fleksibel, sesuai kesepakatan.

Kata Kunci : Modal Sosial, Ruang Publik

PENDAHULUAN

Pasar Besar Malang adalah pasar terbesar di Kota Malang dan memiliki jumlah pedagang yang cukup banyak. Pada umumnya pedagang kaki lima tidak semuanya memiliki keterampilan dan hanya berpendidikan rendah. Dengan keterbatasan kemampuan akademik yang dimiliki akhirnya mereka yang tidak memperoleh kesempatan kerja di sektor formal berinisiatif memilih alternatif untuk bekerja di sektor informal, seperti menjadi Pedagang Kaki Lima (PKL). Dalam kaitannya dengan keberlangsungan usaha pedagang kaki lima tentu sangat di pengaruhi dengan tata nilai yang di bangun melalui kepercayaan dalam menjalankan usahanya (Wahyu, 2012). Karena mereka memahami betul bahwa modal tidak hanya modal uang, akan tetapi juga berupa *Social capital*, hal ini jugalah yang akan di jumpai di dalam modal sosial yang di dalamnya mengandalkan kepercayaan, dari kepercayaan itu pula yang akan menciptakan jejaring sosial (Rofiq, 2007).

Modal sosial didefinisikan sebagai “ Sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh seseorang berasal dari jaringan sosial yang terlembagakan serta berlangsung terus menerus dalam bentuk pengakuan dan pengenalan timbal balik (atau dengan kata lain: keanggotaan dalam

kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk dukungan kolektif “ (Pierre Bourdieu dalam George Ritzer, 2007).

Dalam pengertian ini modal sosial menekankan pentingnya transformasi dari hubungan sosial yang sesaat dan rapuh, seperti pertetangga, pertemanan, atau kekeluargaan, menjadi masalah yang bersifat jangka panjang yang diwarnai oleh perasaan kewajiban terhadap orang lain (Bagja, 2007). Secara umum modal sosial adalah merupakan hubungan-hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat dalam spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial (*social glue*) yang menjaga kesatuan anggota masyarakat secara bersama-sama. Unsur utama dan terpenting dari modal sosial adalah kepercayaan (*trust*). Atau dapat dikatakan bahwa *trust* dapat dipandang sebagai syarat keharusan (*necessary condition*) dari terbentuk dan terbangunnya modal sosial yang kuat (atau lemah) dari suatu masyarakat. Pada masyarakat memiliki kapabilitas *trust* yang tinggi (*high trust*), atau memiliki *spectrum of trust* yang lebar (panjang), maka akan memiliki potensi modal sosial yang kuat. Sebaliknya pada masyarakat yang memiliki kapabilitas *trust* yang rendah (*low trust*), atau memiliki *spectrum of trust* yang sempit (pendek), akan memiliki potensi modal sosial yang lemah.

Berdasarkan teori yang dikemukakan tersebut, modal sosial merupakan kemampuan seseorang untuk bekerja sama dalam kelompoknya. Kemampuan tersebut terlaksana karena adanya kepercayaan yang kuat untuk membangun kerja sama melalui jaringan interaksi dan komunikasi yang harmonis dan kondusif. Intensitas komunikasi yang tinggi dan dalam waktu yang lama memungkinkan hubungan tersebut diikat dengan norma aturan yang berlaku. Dalam konteks kegiatan kelompok pedagang kaki lima, beberapa konsep modal sosial yang telah di kemukakan di atas dijadikan sebagai acuan analisis.

Modal sosial menunjuk pada jaringan, norma dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Modal sosial tidak akan habis jika dipergunakan, melainkan semakin meningkat. Rusaknya modal sosial lebih sering disebabkan bukan karena tidak dipakai, melainkan karena ia tidak dipergunakan. Berbeda dengan modal manusia, modal sosial juga menunjuk pada kemampuan orang untuk berasosiasi dengan orang lain (Lawang, 2005). Fukuyama (2007) berpendapat bahwa kepercayaan adalah pengharapan yang muncul dalam sebuah komunitas yang berperilaku normal, jujur, dan kooperatif berdasarkan norma-norma yang dimiliki bersama, demi kepentingan. Dengan kepercayaan, orang tidak akan mudah curiga yang sering menjadi penghambat dari kesuksesan suatu tujuan. Di samping itu, jaringan (*networks*) memiliki dampak yang sangat positif dalam usaha peningkatan kesejahteraan ekonomi dan mewujudkan tujuan bersama.

Pasar Besar Malang (PBM) layaknya pasar-pasar lain di Kota Malang tidak terlepas dari masalah yang berhubungan dengan penggunaan ruang publik oleh Pedagang kaki lima. Ruang publik yang dimaksud dalam hal ini adalah ruas jalan yang ada didepan toko-toko permanen, lahan parkir, trotoar di pinggir jalan di sekitar Pasar Besar Malang. Ruang publik ini sebetulnya adalah ruang yang disediakan untuk kepentingan bersama oleh pengunjung pasar dan pedagang sebagai fasilitas publik. Dikarenakan banyak pedagang kaki lima yang tidak memiliki los/kios untuk tempat berjualan, yang terjadi kemudian adalah ruang-ruang yang semestinya digunakan untuk ruang publik, sebagian dimanfaatkan menjadi tempat berjualan oleh pedagang sektor ini (Langgut, 2011; Uzhma, 2015)

Pemilihan lokasi tersebut bukan tanpa alasan, dan alasan yang paling mendasar menurut mereka adalah karena akses yang mudah dalam melakukan aktivitas jual beli. Para PKL di PBM tidak serta merta bisa mendapatkan tempat untuk berjualan, karena untuk memulai kegiatan usaha mereka harus mendapat informasi dari kerabat, teman, tetangga atau keluarga yang telah berjualan sebelumnya. Mereka saling membantu dalam permodalan, tempat tinggal dan informasi. Oleh karena modal sosial, hubungan kepercayaan dan kekerabatan serta jiwa berwirausaha yang tinggi itulah maka dimanfaatkan pedagang informal yang sudah memiliki lapak dipasar tersebut untuk mengajak saudara dan teman-temannya berjualan di PBM. Mereka seakan menutup mata atas pelanggaran yang mereka lakukan. Disisi lain kondisi tersebut seakan juga didukung oleh sikap dan respon aparat yang terkesan membiarkan sehingga semakin mendukung sikap PKL dalam menggunakan ruang publik tersebut untuk kegiatan usaha. Bagi mereka para pedagang, apapun

akan ditempuh walau ada peraturan yang dilanggar karena berjualan merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka.

Fenomena PKL dalam memanfaatkan ruang publik di PBM untuk berjualan dengan modal sosial yang mereka miliki sehingga bisa berada di tempat itu yang sudah jelas dalam kenyataan bertentangan dengan peraturan yang ada merupakan fenomena menarik untuk diteliti. Dari sini timbul pemikiran bahwa diperlukan suatu penelitian atau kajian mengenai Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Pemanfaatan Ruang Publik Untuk Berjualan Di Pasar Besar Kota Malang. Dilatari oleh segala fakta, data dan informasi sebagaimana terurai di atas, maka fokus penelitian ini adalah berupaya menjawab atas pertanyaan “ Bagaimana bentuk modal sosial yang dibangun oleh pedagang kaki lima sehingga mereka bisa memanfaatkan ruang publik untuk berjualan di PBM ”

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ini mengedepankan makna dan perspektif *emic* yang lebih mementingkan kedalaman informasi karena dengan begitu realitas modal sosial yang seharusnya ada di pasar dalam kaitannya dengan pemanfaatan lahan publik oleh pedagang dapat dipahami dengan baik karena mereka adalah sebagai pelaku itu sendiri, sehingga informasi yang didapat adalah *real* berdasarkan keadaan yang sebenarnya dan bukan yang seharusnya (Leksono, 2013).

Informan sekaligus *Key Informan* sebagai sumber informasi yang berperan secara aktif berjualan telur di koridor jalan sebelah Barat PBM salah satu pedagang kaki lima yang sudah 20 tahun berjualan di tempat tersebut, didukung oleh *Co Informan* lain yang merupakan rekan-rekan sesama pedagang di PBM. Untuk mempermudah serta memperoleh data yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan, pengumpulan data melalui : Wawancara, Observasi dan Dokumentasi (Sugiyono, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sajian tentang Modal sosial kepercayaan pedagang kaki lima dalam memanfaatkan ruang publik untuk berjualan perubahan ditunjukkan melalui gambar dibawah ini :



Gambar 1. Hasil Penelitian

Modal Sosial pada Pedagang Kaki Lima di PBM masih terjaga dengan baik yang ditunjukkan oleh pedagang yang sudah berdagang dalam jangka waktu yang lama dan juga oleh pedagang yang baru berjualan. Khususnya modal sosial kepercayaan yang nampak dalam aktivitas

sial pedagang di PBM. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana Kepercayaan yang masih kuat antar semua yang berkepentingan di dalam masyarakat pasar. Hubungan baik tersebut terjalin antar Pedagang dengan Dinas Pasar dimana dari hubungan baik tersebut akan menumbuhkan rasa sungkan dan menimbulkan keraguan seseorang dalam mengambil keputusan dengan tegas. Tak hanya itu saja mereka juga memberikan informasi kepada pedagang tentang waktu-waktu kapan saja akan dilakukan penertiban sehingga mereka bisa menyiapkan diri untuk menghadapi masalah tersebut.

Begitupun dengan hubungan antar sesama pedagang. Dalam kehidupan bermasyarakat di dalam PBM tentu diperlukan hubungan yang baik dengan begitu karena dengan begitu kesenjangan antar pedagang formal tidak terjadi dan informasi tentang lokasi berjualan bisa didapatkan. Kegiatan saling membantu antar pedagang juga terlihat di PBM. Hal tersebut ditunjukkan dengan kegiatan saling membantu menjagakan lapak antar pedagang ketika ditinggal pergi untuk keperluan individu masing-masing. Kegiatan tersebut dilakukan secara suka rela tanpa ada paksaan. Hubungan baik antar pedagang yang kuat sangat dimungkinkan mengapa mereka melakukan kegiatan tersebut. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Maziyah (2016), yang menyatakan bahwa modal sosial yang terbentuk pada Pasar Besar Malang telah ada dan menjadi pendorong bagi pasar itu sendiri untuk bertahan, hal ini tercermin pada hubungan antar pedagang yang telah ada dan terpelihara dengan baik, meskipun pasti ada konflik antar pedagang, akan tetapi hal ini tidak mengganggu jalannya aktivitas ekonomi. Kuatnya hubungan antar pedagang ini tercermin dari sikap peduli antar sesama pedagang.

Lain halnya dengan keterbukaan antara pedagang. Keterbukaan tersebut diwujudkan dalam bentuk saling bercerita tentang masalah yang mereka alami, baik itu masalah perdagangan ataupun masalah pribadi yang pada akhirnya memunculkan jaringan kerjasama yang terbentuk secara alamiah termasuk didalamnya informasi lokasi dengan pengelola parkir. Jaminan keamanan dan biaya sewa merupakan salah satu aturan selanjutnya apabila kerjasama tersebut berlanjut. Modal sosial kepercayaan lain antar pedagang yang ditunjukkan dalam penelitian ini adalah sikap jujur, ramah dan saling menghormati antar masyarakat pedagang. Hal tersebut juga berimbas pada kerjasama antar pedagang dan pengelola parkir seperti kegiatan tersebut diatas. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rofiq (2007) dan Utomo (2015) yang menyatakan bahwa aspek-aspek utama dalam modal sosial yang mengacu pada (*trust*) kepercayaan, norma menunjukkan adanya nilai modal sosial yang terbentuk dan terjalin diantara pedagang dari aturan-aturan informal yang berlaku di kelompok pedagang mampu mereka patuhi bersama, meskipun tidak ada perjanjian tertulis, sehingga aturan-aturan informal tersebut menjadi norma-norma tersendiri yang berkembang serta dilaksanakan secara bersama-sama, merefleksikan semangat saling memberi (*reciprocity*), saling percaya (*trust*), dan adanya jaringan-jaringan sosial (*social networking*). Budaya gotong-royong, tolong menolong, penempatan lapak usaha, aturan membayar retribusi parkir, sampai ketertiban tempat usaha dan waktu berjualan adalah norma-norma yang dibangun ditaati bersama dan menjadi tumbuh dengan baik. Ini mencerminkan norma informal berlanjut kepada timbulnya *trust* (kepercayaan) diantara pedagang PKL.

Untuk pedagang yang sudah lama mereka hanya perlu menggunakan modal sosial yang mereka miliki sebelumnya dengan pendekatan kepercayaan antar PKL, dengan pedagang yang memiliki toko permanen, maupun dengan dinas pasar yang sudah lama mereka jalin sehingga mereka bisa memanfaatkan ruang publik untuk berjualan. Khusus untuk pedagang yang baru memulai usaha mereka tidak dapat serta merta mendapatkan tempat yang diinginkan. Mereka harus menunjukkan sikap-sikap positif yang dapat digunakan sebagai salah satu bentuk awal untuk mendapat pengakuan bahwa mereka layak untuk mendapatkan kepercayaan. Jaringan kerjasama harus terbentuk terlebih dahulu karena temuan di lapangan bahwa lokasi untuk berjualan tidak mudah untuk didapatkan. Salah satu bentuk pemanfaatan modal sosial jaringan kerjasama adalah dengan mengandalkan orang yang memiliki jaringan dengan pemangku kepentingan salah satunya pengelola parkir. Dengan kerjasama tersebut para PKL bisa mendapatkan tempat untuk berjualan dengan kompensasi berupa uang sewa lahan.

Prasdika (2017), menyatakan bahwa Modal sosial yang ada pada para pedagang memiliki peran yang cukup besar dalam mempertahankan keberlangsungan hidup ekonomi mereka. Dengan modal sosial yang mereka miliki keberadaan mereka sebagai pedagang di pasar tradisional dapat

tetap berlangsung. Sikap saling percaya di antara sesama pedagang, menciptakan jaringan untuk keperluan dagang mereka, serta adanya norma yang mengatur mereka dalam melakukan interaksi baik sesama pedagang maupun pembeli dapat menciptakan suasana yang kondusif, damai, serta melanggengkan usaha mereka sebagai pedagang di pasar tradisional. Ketika semua hal yang dibutuhkan terpenuhi kaitannya dengan modal sosial, maka kemungkinan bisa memanfaatkan lahan publik untuk berjualan akan tercapai. Selaras dengan hal tersebut ada kompensasi yang harus dikeluarkan sebagai jaminan keamanan dan keberlangsungan usaha sehingga aktivitas berjualan dapat dijalankan oleh pedagang dengan maksimal.

SIMPULAN

Modal Sosial kepercayaan antar sesama Pedagang Kaki Lima di PBM dalam hal menitipkan barang dagangan maupun pedagang kaki lima dengan Dinas Pasar masih terjaga dengan baik. Adanya *ewuh pakewuh* dan jaringan yang berfungsi dengan sangat baik terbukti dari adanya pembiaran dan informasi penertiban dalam berdagang oleh dinas pasar terhadap Pedagang Kaki Lima di PBM.

Modal sosial memberi manfaat dalam membentuk sikap saling mempercayai serta komitmen yang menghasilkan *simbiosis mutualisme* oleh pedagang dan pengelola lahan parkir yang ditunjukkan dengan jaringan terdapatnya informasi letak lokasi berdagang, adanya rasa aman dalam menjalankan usaha dan tidak adanya kekhawatiran akan adanya pengusuran oleh petugas.

Ruang publik koridor jalan dan lahan parkir di PBM bersifat multi fungsi. Ruang publik tersebut tidak saja sebagai akses jalan dan parkir namun juga berfungsi sebagai tempat jual beli. Fungsi jalan dan parkir yang semestinya, tumpang tindih dengan fungsi ekonomi PKL yang berdampak pada munculnya interaksi sosial sebagai kompensasi pemanfaatan ruang yang sifatnya fleksibel, sesuai kesepakatan. Peralihan pemanfaatan dari satu pelaku ke pelaku lainnya dilakukan melalui lembaga informal, namun ada juga yang sifatnya tersembunyi disertai atau tidak dengan tanda bukti pertukaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagja, Waluya. 2007. *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung : PT Setia Purna Inves
- Fukuyama, Francis. 2007. *Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta : Qalam
- Gilang, Permadi. 2007. *Pedagang Kaki Lima Riwayatmu Dulu, Nasibmu Kini*, Jakarta: Yudhistira
- Hasbullah, J., 2006. *Sosial Kapital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Langgut-Terre, Eddie S. Riyadi. 2011. *Manusia Politis menurut Hannah Arendt Pertautan antara Tindakan dan Ruang Publik, Kebebasan dan Pluralitas dan Upaya Memanusiakan Kekuasaan*. Makalah disajikan dalam Kuliah Umum Filsafat Komunitas SALIHARA pada tanggal 6 April 2011 di Jakarta
- Lawang, Robert M. Z. 2005. *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologik*. Jakarta: FISIP UI Press
- Leksono, Sonny. 2013. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi ke Metode*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Maziyah. R.R. 2016. Peran Modal Sosial Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Besar Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol 2, No 2
- Moleong, L.J., 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Prasdika, Nurvina. 2017. Potret Fenomena Pedagang Kaki Lima Di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung. *Skripsi*. Bandar Lampung : Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
- Rais, Rahmat. 2009. *Modal Sosial Sebagai Strategi Pengembangan Madrasah*. Jakarta : Litbang dan Diklat Departemen Agama RI

- Rofiq, Ainur. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce* (Studi Pada Pelanggan *E-Commerce* Di Indonesia). *Tesis*. Malang : Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Rtzer, George. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media Group
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Utomo, Bimo Haryo,. 2015. Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Padang di Sandratex Rempoa Ciputat. *Skripsi*. Jakarta : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Uzhma, Saladin Agus dan Puspitasari Popi. 2015. Pemanfaatan Ruang Terbuka Publik Oleh Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Alun Kapuas Kota Pontianak. *Jurnal Arsitektur. Volume XV; 1*) diakses 4 januari 2018
- Wahyu, ND. 2012. Nilai Ekonomis Modal Sosial Pada Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kabupaten Ngawi. *Tesis*. Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Widjajanti, Retno. 2009. “ Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima pada Kawasan Komersial di Pusat Kota ”. *Jurnal Teknik. Volume 30; 3*) diakses 4 januari 2018