

**KETAHANAN USAHA MELALUI MODAL SOSIAL
(Studi pada Pedagang Muslim Pasar Soponyono Surabaya)**

DISERTASI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Doktor dalam Program Studi Ekonomi Syari'ah
pada Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya**



Oleh:

Lia Istifhama

NIM. F15431364

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Lia Istifhama

NIM : F1.54.31364

Program : Doktoral (S-3)

Institusi : Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa DISERTASI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 26 Pebruari 2020

Saya yang menyatakan,



Lia Istifhama

PERSETUJUAN

Disertasi Lia Istifhama ini telah disetujui

Pada tanggal 2020

Oleh

PROMOTOR



Prof. Dr. H. Burhan Djamaluddin, MA

PROMOTOR



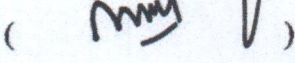


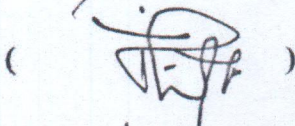



Dr. Sirajul Arifin, SS, MEI

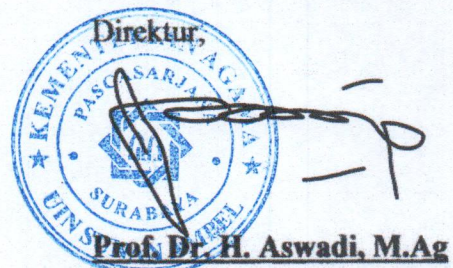
PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Disertasi Lia Istifhama ini telah diujikan dalam tahap pertama pada tanggal 4 Juni 2020

Tim penguji:

- | | | |
|----|-------------------------------------|---|
| 1. | Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag | () |
| 2. | Dr. H.M. Lathoif Ghozali, MA | () |
| 3. | Prof. Dr. H. Burhan Djamaluddin, MA | () |
| 4. | Dr. Sirajul Arifin, MEI | () |
| 5. | Prof. Dr. H. Babun Suharto, MM | () |
| 6. | Dr. H. Iskandar Ritonga, M.Ag | () |
| 7. | Dr. Mugiyati, MEI | () |

Surabaya, 4 Juni 2020


Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Lia Istifhama**
.....
NIM : **F15431364**
.....
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah
.....
E-mail address : **liaistifhama@gmail.com**
.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

KETAHANAN USAHA MELALUI MODAL SOSIAL

(Studi pada Pedagang Muslim Pasar Sopenyono Surabaya)

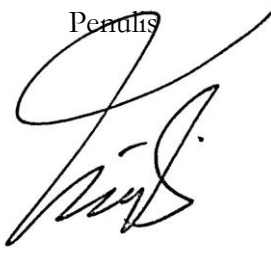
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Oktober 2022

Penulis

()

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Judul Disertasi : Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial (Studi pada Pedagang Muslim Pasar Soponyono Surabaya).
Nama Mahasiswa : Lia Istifhama
Promotor : Prof. Dr. H. Burhan Djameluddin, MA dan Dr. Sirajul Arifin, SS, MEI.
Kata Kunci : ketahanan usaha, modal sosial, *'amanah, ukhuwah Islamiyyah, at-ta'awun*

Penelitian ini terkait dengan ketahanan usaha melalui modal sosial (studi pada pedagang muslim Pasar Soponyono Surabaya). Penelitian ini dilatarbelakangi potret pasar tradisional sebagai bentuk usaha rakyat yang mengalami persaingan kompetitif dengan pasar modern. Namun, fakta yang menunjukkan bahwa pedagang pasar tradisional tetap mampu bertahan, menjadi hal menarik untuk diteliti. Untuk mengetahui mengapa pedagang pasar masih bertahan, maka penelitian ini berusaha mengkaitkan dengan modal sosial yang terbangun di dalam pasar tradisional. Ada tiga masalah dalam penelitian ini, yaitu: strategi ketahanan usaha, unsur yang membentuk modal sosial, dan ketahanan usaha melalui modal sosial pedagang. Setting penelitian adalah pasar Soponyono, dengan pertimbangan sebagai pasar swasta yang dikelola oleh yayasan sosial, yaitu Yayasan Masjid Tholabuddin.

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian adalah pendekatan fenomenologi. Data yang dibutuhkan dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) para informan, yaitu pedagang muslim pasar Soponyono. Pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball*, yaitu memanfaatkan informan kunci untuk mengantarkan peneliti pada informan lainnya. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis interaktif dengan validitas triangulasi data.

Hasil penelitian mengungkapkan alasan ketahanan usaha pedagang adalah mencari rezeki halal tanpa memiliki kekhawatiran terhadap pasar modern. Dalam berdagang, pedagang menjalankan strategi aktif, pasif, dan jaringan. Dari ketiganya, strategi jaringan dianggap berperan penting dalam ketahanan usaha. Strategi jaringan terbentuk dalam tiga unsur modal sosial, yaitu: sikap saling percaya, jaringan sosial, dan aksi timbal balik. Ketiganya berjalan baik di dalam pasar Soponyono sehingga mendukung ketahanan usaha pedagang. Teori untuk mengkaji relevansi modal sosial dengan ketahanan usaha, adalah teori keterlekatan sosial-ekonomi Mark Granovetter. Secara implikasi teoritik, penelitian ini menunjukkan pengembangan teori modal sosial yang belum dilakukan oleh penelitian manapun sebelumnya. Pengembangan teori diambil dari Fukuyama yang menjelaskan unsur kepercayaan, jaringan sosial, dan aksi timbal balik, kemudian dilekatkan dalam pemikiran Islam, yaitu *'amanah, ukhuwwah Islamiyyah*, dan *at-ta'awun*. Saran yang diberikan, antara lain agar pengelola pasar memperbaiki profil data pedagang, memperhatikan kebersihan lokasi, dan membangun kerjasama dengan pihak lain untuk membantu pemasaran pedagang.

ABSTRACT

Title : *Business Resilience through Social Capital Business Muslim Traders in Soponyono Market Surabaya*
Student : Lia Istifhama
Supervisor : Prof. Dr. H. Burhan Djameluddin, MA dan Dr. Sirajul Arifin, SS, MEI.
Keywords : *social capital, business resilience, ama>nah, ukhuwah isla>miyyah, ta'awun*

This research is related to business resilience through social capital (studies on Muslim traders in Pasar Soponyono Surabaya). This research is motivated by the portrait of traditional markets as a form of business people who experience competitive competition with modern markets. However, the facts show that traditional market traders are still able to survive, becoming interesting things to study. To find out why market traders still survive, this research tries to link with social capital that is built up in traditional markets. There are three problems in this study, namely: business resilience strategies, elements that make up social capital, and business resilience through traders' social capital, the research setting is the Soponyono market, with consideration as a private market managed by a social foundation, the Masjid Tholabuddin Foundation.

The approach used in research is the phenomenology approach. The required data was collected through in-depth interviews of informants, namely Muslim traders Soponyono market. Sampling uses snowball technique, which uses key informants to deliver researchers to other informants. Analysis of the data used in this study is an interactive analysis with the validity of data triangulation.

The results of the study reveal the reason for the resilience of the merchant's business is to seek halal fortune without having concerns about the modern market. In trading, traders carry out active, passive, and network strategies. Of the three, network strategy is considered to play an important role in business resilience. Network strategies are formed in three elements of social capital, namely: mutual trust, social networks, and reciprocity. All three are going well in the Soponyono market so that it supports the resilience of traders' businesses. The theory for examining the relevance of social capital to business resilience is Mark Granovetter's socio-economic attachment theory. In theoretical implications, this study shows the development of social capital theory that has not been carried out by any previous research. The theory development was taken from Fukuyama which explained the elements of trust, social networks, and reciprocal actions, then was embedded in Islamic thought, namely 'ama>nah, at-ta'a>wun, and ukhuwwah Isla>miyyah. Suggestions were given, among others, for market managers to improve the profile of traders' data, pay attention to the cleanliness of the location, and build cooperation with other parties to help merchants marketing.

الملخص

موضوع : مرونة الأعمال من خلال رأس المال الاجتماعي (دراسة عن سوق
التجار المسلمين سوبونيونو ، سورابايا).

الباحث : ليا استفهنا الماجستير

رقم التسجيل : ف1.54.31364

متعهد : الأستاذ. دكتور بورهان جمال الدين الماجستير و دكتور سراج العارفين الماجستير

الكلمات الرئيسية : مرونة الأعمال, رأس المال الاجتماعي, أمانة, اخوة اسلامية, تعاون

يَتَعَلَّقُ هَذَا الْبَحْثُ بِمُرُونَةِ الْأَعْمَالِ مِنْ خِلَالِ رَأْسِ الْمَالِ الْإِجْتِمَاعِيِّ (دِرَاسَاتٌ عَنِ التِّجَارِ الْمُسْلِمِينَ فِي السُّوقِ سُوْبُونِيُونُو سُورَابَايَا). هَذَا الْبَحْثُ مَدْفُوعٌ بِصُورَةِ الْأَسْوَاقِ التَّقْلِيدِيَّةِ كَشَكْلِ مِنْ أَشْكَالِ رِجَالِ الْأَعْمَالِ الَّذِينَ يُوَاجِهُونَ مُنَافَسَةً تَنَافُسِيَّةً مَعَ الْأَسْوَاقِ الْحَدِيثَةِ. وَمَعَ ذَلِكَ ، تُظْهِرُ الْحَقَائِقُ أَنَّ تِجَارَةَ السُّوقِ التَّقْلِيدِيَّةِ لَا يَزَالُونَ قَادِرِينَ عَلَى الْبَقَاءِ ، أَشْيَاءٌ مَثِيرَةٌ لِلْإِهْتِمَامِ لِلدِّرَاسَةِ ، لِمَعْرِفَةِ سَبَبِ اسْتِمْرَارِ تِجَارَةِ السُّوقِ فِي الْبَقَاءِ ، يُجَاوِلُ هَذَا الْبَحْثُ الْإِرْتِبَاطَ بِرَأْسِ الْمَالِ الْإِجْتِمَاعِيِّ الْمُتْرَاكِمِ فِي الْأَسْوَاقِ التَّقْلِيدِيَّةِ ، وَهُنَاكَ ثَلَاثُ مَشَاكِلَ فِي هَذِهِ الدِّرَاسَةِ ، وَهِيَ: اسْتِرَاتِيَجِيَّاتُ مُرُونَةِ الْأَعْمَالِ وَالْعُنَاصِرِ الَّتِي تُشَكِّلُ رَأْسَ الْمَالِ الْإِجْتِمَاعِيِّ وَمُرُونَةَ الْأَعْمَالِ مِنْ خِلَالِ رَأْسِ الْمَالِ الْإِجْتِمَاعِيِّ لِلْمُتَدَاوِلِينَ ، يَكُونُ الْبَحْثُ هُوَ سُوقِ سُوْبُونِيُونُو ، مَعَ اعْتِبَارِهِ سُوقًا خَاصًّا تُدِيرُهُ مَوْسَسَةٌ اجْتِمَاعِيَّةٌ ، مَوْسَسَةٌ مَسْجِدُ طَلَّابِ الدِّينِ .

النَّهْجُ الْمُسْتَحْدَمُ فِي الْبَحْثِ هُوَ نَهْجُ الظَّوَاهِرِ . تَمَّ جَمْعُ الْبَيِّنَاتِ الْمَطْلُوبَةِ مِنْ خِلَالِ مُقَابَلَاتٍ مُعَمَّقَةٍ مَعَ الْمُخْبِرِينَ ، وَبِالتَّحْدِيدِ التِّجَارِ الْمُسْلِمِينَ سُوقِ سُوْبُونِيُونُو . يَسْتَحْدِمُ أَحَدَ الْعَيِّنَاتِ تَقْنِيَّةَ كُرَّةِ التَّلْجِ ، وَالَّتِي تَسْتَحْدِمُ الْمُخْبِرِينَ الرَّئِيسِيِّينَ لِتَوْصِيلِ الْبَاحِثِينَ إِلَى الْمُخْبِرِينَ الْآخَرِينَ . تَحْلِيلُ الْبَيِّنَاتِ الْمُسْتَحْدَمَةِ فِي هَذِهِ الدِّرَاسَةِ هُوَ تَحْلِيلٌ تَفَاعُلِيٌّ مَعَ صِلَاحِيَّةِ تَحْلِيلِ الْبَيِّنَاتِ .

تَكشِفُ نَتَائِجَ الدِّرَاسَةِ أَنَّ سَبَبَ مُرُوْنَةِ أَعْمَالِ التَّاجِرِ هُوَ السَّعْيُ وَرَاءَ الثَّرْوَةِ الحَالِلِ دُونَ القَلْقِ بِشَأْنِ السُّوقِ الحَدِيثَةِ. فِي التَّدَاوُلِ ، يَفْعَلُ المُنْتَدَاوِلُونَ بِتَنْفِيذِ اسْتِرَاتِيْجِيَّةِ نَشْطَةٍ ، سَلْبِيَّةٍ ، وَشَبْكَةٍ. مِنْ بَيْنِ الثَّلَاثَةِ ، نَعْتَبِرُ اسْتِرَاتِيْجِيَّةَ الشَّبْكَةِ تَلْعَبُ دَوْرًا مَهْمًا فِي مُرُوْنَةِ الأَعْمَالِ. تَتَشَكَّلُ اسْتِرَاتِيْجِيَّةُ الشَّبْكَةِ فِي ثَلَاثَةِ عَنَاصِرٍ لِرَأْسِ المَالِ الإِجْتِمَاعِيِّ ، وَهِيَ: التَّقَّةُ المُتَبَادِلَةُ ، وَالشَّبَكَاتُ الإِجْتِمَاعِيَّةُ ، وَالمُعَامَلَةُ بِالمِثْلِ. كُلُّ الثَّلَاثَةِ عَلَى مَا يُرَامُ فِي سُوْقِ سُوبُونِيُونُو بِحَيْثُ يَدْعَمُ مُرُوْنَةَ أَعْمَالِ التُّجَارِ. إِنَّ نَظْرِيَّةَ فَحَصِّ مَدَى صِلَّةِ رَأْسِ المَالِ الإِجْتِمَاعِيِّ بِمُرُوْنَةِ الأَعْمَالِ هِيَ نَظْرِيَّةُ التَّعَلُّقِ الإِجْتِمَاعِيِّ وَالإِقْتِصَادِيِّ لِماْرِكِ جَرَانُوفِيْتَر. فِي الأَثَارِ النَّظْرِيَّةِ ، تَظْهَرُ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ تَطَوُّرَ نَظْرِيَّةِ رَأْسِ المَالِ الإِجْتِمَاعِيِّ الَّتِي لَمْ يَتِمَّ إِجْرَاؤُهَا مِنْ قَبْلِ أَيِّ بَحْثٍ سَابِقٍ. أَحَدَ تَطَوُّرَ نَظْرِيَّةِ مِنْ فُكُوْرِيَامَا الَّذِي شَرَحَ عَنَاصِرَ التَّقَّةِ ، وَالشَّبَكَاتِ الإِجْتِمَاعِيَّةِ ، وَالإِجْرَاءَاتِ المُتَبَادِلَةِ ، ثُمَّ تَمَّ تَضْمِيْنُهُ فِي الفِكْرِ الإِسْلَامِيِّ ، أَيِّ الأَمَانَةِ ، وَالأُحُوَّةِ الإِسْلَامِيَّةِ ، وَالتَّعَاوُنِ. تَمَّ تَقْدِيْمُ افْتِرَاحَاتٍ ، مِنْ بَيْنِ أُمُورٍ أُخْرَى ، لِمُدِيْرِي السُّوقِ لِتَحْسِيْنِ صُورَةِ بَيَانَاتِ المُتَدَاوِلِيْنَ ، وَالإِهْتِمَامِ بِنَظَافَةِ المَوْقِعِ ، وَبِنَاءِ التَّعَاوُنِ مَعَ الأَطْرَافِ الأُخْرَى لِمَسَاعَدَةِ التُّجَارِ عَلَى التَّسْوِيْقِ.

UIN SUNAN AMUL
S U R A B A Y A

KATA PENGANTAR

Puji syukur *Alhamdulillah*, peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan Disertasi ini. Shalawat dan salam selalu peneliti haturkan kepada Rasulullah SAW, yang dinanti-nantikan syafa'atnya.

Peneliti juga mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Disertasi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., M.A., Ph. D selaku Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Prof. Dr. H. Aswadi, M,Ag, selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel dan Dr. H. Ahmad Nur Fuad, M.A, selaku wakil Direktur PPS UIN Sunan Ampel.
3. Prof. Dr. H. Burhan Djamaluddin, MA., dan Dr. Sirajul Arifin, S.Ag, SS, MEI, selaku promotor, atas kesabaran dan intelektualitas dalam segala arahan, bimbingan, serta nasehat-motivasi dalam penelitian Disertasi ini.
4. Segenap Guru Besar dan Dosen Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, khususnya Prof. Dr. H. M. Ridlwan Nasir, MA., Prof. Dr. H. Zainul Arifin, MA., Dr. Hj. Fatmah, ST., MM., Prof. Dr. H. Husein Aziz, M.Ag, alm. Prof. Dr. H. Ismail Nawawi, MPA., MSi., Dr. H. Djoko Subagyo, MM, Dr. H. A. Imam Mawardi, M.A, Prof. Sahid, Prof. Dr. H. Yazid, Prof. Dr. H.A. Faishal Haq, M.Ag, Prof. Dr. H. M. Amin Abdullah, MA, Dr. Khuzaini, MM., Dr. H. Ali Arifin, MM., Dr. Mugiyati, MEI., Prof. Dr. H. Idri, M.Ag, Dr. H. Suis, M.Fil.i, Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag, Dr. Fahrul Ulum, S.Pd, MEI, M.Ag, Prof. Dr. H. Ahmad Pathoni, M,Ag., Dr. H.M. Lathoif Ghozali, MA, Dr. H.M. Arif, MA, dan para pejuang ilmu di UINSA yang telah mempertajam intelektualitas peneliti, diantaranya Drs. Sumarkhan, M.Ag, dan Siti Rumilah, S.Pd, M.Pd.,
5. Segenap pihak akademik PPS UIN Sunan Ampel, khususnya Mbak Firda, Mbak Hanik, Pak Imam, Pak Pendik, Pak Ma'ruf.

6. Kedua orang tua peneliti, (alm) KH. F. Masjkur Hasjim, MM., MBA., dan Hj. Aisyah, S.Ag., mertua peneliti, Bpk. Ali Mustofa dan Ibu Nur 'Aini. Demikian juga kepada saudara kandung peneliti beserta keluarga besar peneliti, alm. H. Fery Azhar, S.Ag, Hj. Fentin Istifa'iyah, M.Si, Dr. Hj. Riesdyah Fitriyah, M.S.i, Uzlifatul Fuaidah, SHI, H. Fahmi Hudaya, S.Sos, Erica Nurtofani, S.Pd.I, Fariz. Fais, Aira, dan segenap saudara dari garis orang tua maupun mertua: H. Imam Bashori, Hj. Khofifah I.P, Hj. Maf'ulah, H. Fatchurrozi, Hj. Fatkhilul Liana, Mbak Wahyu, Mas Silin, Cak Fauzi, Mbak Unah, Mbak Fidah, Ning Zila, Ning Ilil, Mbak Luluk, Dhe Im, Dhe Sid, Mas Anam.
7. Terimakasih pada segenap pengelola pasar Sopyonyo, Himpunan Pedagang Pasar Sopyonyo, dan para informan, terkhusus Pak Marji'in Syam.
8. Segenap Civitas Akademika STAI Taruna Surabaya dan Yayasan UNITA.
9. Para guru sepanjang pendidikan yang peneliti tempuh di TK Muslimat SD Taquma, SMPN 13, SMUN 16, IAIN Sunan Ampel, Unair, dan STID Taruna.
10. Para kawan dan sahabat sepanjang pendidikan yang peneliti tempuh di TK Muslimat SD Taquma, SMPN 13, SMUN 16, IAIN Sunan Ampel, Universitas Airlangga, STID Taruna, dan Pascasarjana UINSA.
11. Seluruh rekan mahasiswa S-3 Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel: Afif, Sakinah Sahal, Busriyanti, Mahmudah, Syaifuddin, Romzi, Hakim, Masnukha,
12. Seluruh sahabat berbagai komunitas/ organisasi serta sahabat sepanjang karir kerja peneliti di Yayasan HM Chenghoo, SKT Apache, dan PT. SOS.

Peneliti pun menyadari bahwa disertasi ini belum bisa dikatakan karya ilmiah yang sempurna, sehingga peneliti akan selalu menerima kritikan dan saran demi perbaikan. Akhirnya semoga Disertasi ini bermanfaat bagi banyak orang.

Surabaya , 26 Pebruari 2020

Lia Istifhama
F1.54.31364

DAFTAR ISI

COVER DEPAN	i
COVER DALAM	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERSETUJUAN PROMOTOR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	v
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	vi
PENGESAHAN TIM PENGUJI	vii
PERNYATAAN KESEDIAAN PERBAIKAN DISERTASI	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
MULAKHKHAS	xiv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	11

C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian	14
F. Penelitian Terdahulu	15
G. Metode Penelitian.....	20
1. Pendekatan Penelitian	21
2. Lokasi Penelitian.....	22
3. Sumber Data.....	23
4. Metode Pengumpulan Data	26
5. Teknik Analisis Data.....	29
H. Sistematika Pembahasan	34
BAB II : KETAHANAN USAHA DAN MODAL SOSIAL	35
A. Ketahanan Usaha.....	35
B. Modal Sosial	45
1. Jaringan Sosial (<i>Social Networks</i>)	54
2. Norma Timbal Balik (<i>The Norms of Reciprocity</i>).....	70
3. Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>).....	77
C. Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial	85
BAB III : KETAHANAN USAHA DAN MODAL SOSIAL PEDAGANG MUSLIM PASAR TRADISIONAL SOPONYONO	90
A. Profil Pasar Tradisional Soponyono Sebagai Setting Penelitian	90
1. Lokasi Pasar Tradisional Soponyono.....	90
2. Sejarah Pasar Soponyono Surabaya.....	92

3. Profil Pasar Soponyono Surabaya.....	95
4. Tantangan dan Hambatan Pasar Soponyono Surabaya.....	103
B. Ketahanan Usaha Pedagang Muslim Pasar Soponyono.....	109
C. Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Soponyono.....	130
BAB IV : RELEVANSI KETAHANAN USAHA DENGAN MODAL SOSIAL PEDAGANG MUSLIM PASAR SOPONYONO	140
A. Strategi Ketahanan Usaha Pedagang Muslim Pasar Soponyono.....	140
B. Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Soponyono	171
1. <i>'Amanah (Trust)</i> Dalam Transaksi Perdagangan	183
2. <i>Ukhuwwah Islamiyyah (Networks)</i> Dalam Transaksi Perdagangan..	209
3. <i>At-Ta'awun (Reciprocal)</i> Dalam Transaksi Perdagangan.....	217
C. Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Soponyono Surabaya.....	227
BAB V : PENUTUP	241
A. Kesimpulan	241
B. Implikasi Teoretik	243
C. Rekomendasi.....	246
DAFTAR PUSTAKA	247
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. Matriks Penelitian	88
Tabel 3. Jumlah Personel Pengurus Pasar Tradisional	98
Tabel 4. Data Stand Pasar Tradisional Soponyono	100
Tabel 5. Profil Subyek Penelitian	110
Tabel 6. Omset Usaha Subyek Penelitian (Per Hari)	113
Tabel 7. Respon Pedagang Terhadap Keberadaan Ritel Modern	123
Tabel 8. Strategi Bertahan Pedagang Pasar Soponyono	142
Tabel 9. Alasan Pedagang Muslim Bertahan di Pasar Soponyono	155
Tabel 10. Praktek ' <i>Amanah</i> Subyek Penelitian Dalam Berdagang.....	171
Tabel 11. Hubungan Kekerabatan Subyek Penelitian.....	186
Tabel 12. Bentuk <i>Ukhuwwah Islamiyyah (Network)</i> Subyek Penelitian	197
Tabel 13. Bentuk Aksi Timbal Balik (<i>At-Ta'awun</i>) Subyek Penelitian	210
Tabel 14. Ketahanan Usaha Melalui Praktek Modal Sosial Pedagang	228

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Relasi Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial	28
Gambar 2. Analisa Data Menurut Miles dan Huberman.....	31
Gambar 3. Foto Pasar Soponyono Tampak Depan	92
Gambar 4. Struktur Organisasi Pasar Tradisional Surabaya.....	98
Gambar 5. Suasana Aktivitas Perdagangan di Pasar Soponyono	102
Gambar 6. Stand Pedagang Sepatu dan Sandal.....	102
Gambar 7. Stand Pedagang Konveksi.....	102
Gambar 8. H. Marjiin Syam, Kepala Pasar Soponyono.....	105
Gambar 9. Parto, Pedagang Sepatu dan Sandal	116
Gambar 10. Stand Hj. Dewi, Pedagang Sembako.....	117
Gambar 11. Saikhuni, Pedagang Konveksi.....	126
Gambar 12. Maryam, Pedagang Pisang	128
Gambar 13. Fatma, Pedagang Konveksi	131
Gambar 14. Dokumentasi Acara Maulid Nabi Muhammad	133
Gambar 15. Kunjungan Mahasiswa Mancanegara di Pasar Soponyono	135
Gambar 16. Penyuluhan Hukum oleh STAI Taruna Surabaya	136
Gambar 17. Pembelajaran Belanja di Pasar Tradisional oleh TK Al-Islah.....	136
Gambar 18. Suparti, Pedagang Kue Tradisional	167
Gambar 19. Margono, Pedagang Kaki Lima (Binaan)	168
Gambar 20. Relasi Ketahanan Usaha melalui Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Soponyono	238

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar dapat dianggap sebagai sarana proses sosial dan manajerial antara individu dengan kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka melalui pertukaran sesuatu yang bernilai satu sama lain. Pertukaran dengan tujuan saling membutuhkan dapat terjadi pada pasar, sebab pasar adalah sarana distribusi pendapatan dalam masyarakat dengan tingkat yang sangat rendah sekalipun. Distribusi dalam pasar harus membuat masyarakat nyaman dalam memenuhi kebutuhan utamanya.²

Pasar yang mempertemukan langsung antara penjual dan pembeli, dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, dibedakan menjadi tradisional dan modern. Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN, dan BUMD yang bekerjasama dengan swasta, dalam tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki dan dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, ataupun koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Sedangkan pasar modern adalah pasar dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk

² M. Nejatullah Siddiqi, *Muslim Economic Thinking* (Jeddah: King Abdul Aziz University, 1981), 18.

minimarket, department store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.³

Dari kedua jenis pasar tersebut, yang lebih mencerminkan usaha rakyat adalah pasar tradisional sehingga dianggap penting untuk dipertahankan keberadaanya. Ada beberapa alasan yang mendasari hal itu, selain aspek sosial yang dijelaskan di atas. Diantaranya, pasar tradisional merupakan cermin semangat nasionalisme. Hal ini terlihat dalam varian yang diperdagangkan pedagang pasar tradisional, yaitu mayoritas barang lokal dan kurang ditemui barang impor sehingga memudahkan masyarakat lokal memasarkan produknya.

Alasan berikutnya adalah upaya menekan pengangguran dengan mendorong kegiatan ekonomi aktif dan kreatif bagi rakyat untuk menjadi seorang pengusaha. Selain itu, pasar tradisional bukan potret ekonomi kapitalis, melainkan usaha rakyat yang terpotret dalam kuantitas barang yang diperdagangkan sesuai keterbatasan modal pedagangnya, yaitu lebih sedikit daripada persediaan barang di ritel modern. Sesuai dengan pengkategorian usaha perdagangan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, pedagang tradisional tergolong kategori pelaku ekonomi usaha mikro maupun usaha kecil. Usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria, antara lain: a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b) memiliki hasil penjualan tahunan paling

³ Presiden Republik Indonesia, *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, pasal 1.

banyak Rp. 300.000.000. Sedangkan usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang memiliki kriteria antara lain: a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000.⁴

Mempertimbangkan nilai kekayaan dan omset, maka usaha kecil dan mikro (pasar tradisional) cenderung sulit bertahan ketika dihadapkan pada pasar modern. Fakta menunjukkan bahwa pasar tradisional memiliki banyak kelemahan. Sedangkan berbagai aspek yang menunjukkan pasar modern memiliki banyak keunggulan, seperti kebersihan, kelengkapan fasilitas, kenyamanan lokasi, bahkan harga yang kompetitif. Padahal seharusnya, pasar modern mematok harga di atas pasar tradisional mengingat *operational cost*-nya lebih tinggi, antara lain beban pajak, listrik, perawatan fasilitas, upah karyawan, dan sebagainya. Namun kenyataannya harga barang dalam pasar modern mampu bersaing dengan pasar tradisional, bahkan terkadang memiliki harga lebih rendah sehingga pasar modern bisa menjadi pusat perkulakan (memotong jalur pemasaran).

Jalur pemasaran menurut Philip Kotler dimulai dari jalur produsen ke agen tunggal kemudian ke grosir dan diteruskan ke pengecer yang selanjutnya secara langsung menjual pada konsumen.⁵ Bukan hanya aspek di atas yang menunjukkan

⁴ Republik Indonesia, *Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Bab IV, pasal 6.

⁵ Philip Kotler, *Marketing Management* (New Jersey: Prentice Hall, 2012), 420.

rendahnya kualitas fisik pasar tradisional jika dibandingkan ritel modern, namun juga minimnya fasilitas yang mendukung kegiatan perdagangan di dalam pasar tradisional.

Badan Pusat Statistik menjelaskan, bahwa secara nasional, ternyata tidak seluruh pasar tradisional memiliki kantor pengelola, yaitu hanya sebesar 37,58 persen memiliki kantor pengelola dan sisanya 62,42 persen belum memiliki kantor pengelola.⁶ Padahal, keberadaan kantor pengelola penting bagi kelancaran operasional suatu pasar.

Hal sama terkait fasilitas yang seharusnya dimiliki pusat perdagangan di era digitalisasi, yaitu fasilitas ATM, listrik, dan wifi. Data BPS menunjukkan, bahwa secara nasional, keberadaan mesin ATM (anjungan tunai mandiri) pasar tradisional, hanya 4,73 persen memiliki ATM, sisanya sebesar 95,27 persen belum memiliki ATM. Mengenai ketersediaan listrik, secara nasional sebesar 66,20 persen memiliki jaringan listrik dan 33,80 persen belum memiliki jaringan listrik. Sedangkan terkait keberadaan jaringan internet, hanya sebesar 9,06 persen pasar tradisional yang memiliki jaringan internet, dan hampir seluruh pasar, yaitu 90,94 persen, belum memiliki jaringan internet.⁷

Fakta menarik yang harus dianalisa adalah bertahannya pasar tradisional di tengah pertumbuhan ritel modern, bahkan pasar *online*, meskipun secara fisik pasar tradisional memiliki banyak kelemahan. Keberadaan pasar tradisional pun masih mewarnai situasi ekonomi di perkotaan.

⁶ Badan Pusat Statistik, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2018), 14.

⁷ Ibid.

Wasisto Raharjo Jati dalam penelitian berjudul “Dilema Ekonomi: *Pasar Tradisional* versus Liberalisasi Bisnis Ritel di Indonesia”, menjelaskan bahwa salah satu faktor bertahannya pasar tradisional adalah modal sosial yang membentuk kerjasama dan kepercayaan antar pedagang ataupun antar pedagang dan pembeli.⁸ Faktor modal sosial dalam pasar tradisional juga dijelaskan oleh Sofjan Assauri. Modal sosial menurut Sofjan telah menguatkan peran pasar tradisional yang tidak sebatas sebagai sarana jual beli. Pasar tradisional bahkan sebagai arena pertukaran potensial, baik dalam bentuk fisik sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, maupun dalam bentuk non fisik, yaitu pertukaran nilai-nilai sosial, norma, dan partisipasi rasa saling percaya (*trust*) diantara mereka.⁹ Hal ini berpotensi membangun hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Ahimsa Putra juga menjelaskan bahwa dasar-dasar sosial dalam aktivitas pasar tradisional tidak menjadikan sifat persaingan antara sesama pedagang, namun di antara mereka terdapat kebersamaan dan kerjasama untuk saling membantu eksistensi usaha mereka masing-masing.¹⁰ Realita tersebut menunjukkan potensi kuat modal sosial antar pedagang pasar tradisional.

Penelitian tentang modal sosial dianggap penting karena Indonesia merupakan bangsa yang memiliki potensi modal sosial kuat. Sebuah penelitian telah menjelaskan

⁸ W. R. Jati, “Dilema Ekonomi: Pasar Tradisional versus Liberalisasi Bisnis Ritel di Indonesia”, dalam *Jurnal Ekonomi Studi Pembangunan*, Vol. 4, No. 2 (2012).

⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1987), 58.

¹⁰ Ahimsa Putra dan Heddy Shri. “Prologue: Dari Ekonomi Moral, Rasional, ke Politik Usaha”, dalam *Ekonomi Moral, Rasional, dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa* (Yogyakarta: Kepel Press, 2003), 154.

hal tersebut, yaitu dilakukan oleh Christiaan Grootaert melalui judul penelitian: *Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia*. Modal sosial dijelaskan berdasarkan situasi masyarakat Indonesia yang hidup di pertanian. Ciri khas masyarakat adalah sikap saling tolong menolong jika terjadi kesulitan satu sama lain.¹¹ Sikap tolong menolong menunjukkan bahwa modal sosial dinilai sebagai pengikat hubungan manusia, baik secara kekeluargaan maupun pertemanan. Michael Woolcock menjelaskan, “*social capital is that one’s family, friends, and associates constitute an important asset, one that can be called upon in a crisis, enjoyed for its own sake, and or leveraged for material gain.*”¹² Dari pernyataan tersebut, dipahami bahwa modal sosial diartikan sebagai ikatan yang terbentuk berdasarkan kekeluargaan, pertemanan, dan suatu asosiasi yang kemudian menjadi aset penting dan saling membantu ketika salah satu individu dalam situasi krisis.

Dalam Islam, ikatan ini merupakan anjuran meningkatkan *ukhuwwah Islamiyyah*, yang bisa dimaknai sebagai rasa persaudaraan antar sesama, seperti yang dijelaskan dalam Surat Al Hujurat ayat 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ¹³

Sesungguhnya orang-orang mukmin adalah bersaudara karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu dan bertakwalah kepada Allah supaya kamu mendapat rahmat.¹⁴

¹¹ Christiaan Grootaert, *Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia* (Washington: The World Bank, April 1999), 4.

¹² Michael Woolcock, *The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes*, dalam www.oecd.org/innovation/1824913.pdf, 2001 (diakses 18 Maret 2018), 3.

¹³ Al-Qur’an, 49:10.

¹⁴ Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, 846.

Modal sosial mendorong hubungan timbal balik yang baik antar individu sehingga memunculkan keuntungan satu sama lain. Hal ini dianggap menjadi penguat kegiatan ekonomi produktif, termasuk diantaranya adalah berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap ketahanan usaha pedagang pasar tradisional. Melakukan penelitian tentang relasi keduanya merupakan hal menarik, terutama jika mengambil setting penelitian adalah pada sebuah pasar tradisional yang berada dalam naungan yayasan milik swasta atau yang disebut pasar tradisional swasta.

Pasar tradisional swasta diindikasikan memiliki potensi modal sosial yang lebih besar dibandingkan yang dikelola pemerintah karena ketahanan usaha pedagangnya tidak melibatkan bantuan secara langsung dari pemerintah. Hal ini yang menjadi alasan pemilihan setting penelitian. Kota yang menjadi lokasi penelitian adalah kota metropolitan, yaitu Surabaya dengan tujuan mendapatkan potret ketahanan pasar tradisional di tengah hegemoni, yakni bentuk penguasaan terhadap kelompok tertentu dengan menggunakan kepemimpinan intelektual dan moral secara konsensus (keepakatan)¹⁵ pada pasar modern di perkotaan besar. Dokumentasi Bagian Perekonomian Pemerintah Kota Surabaya tahun 2017 menyebutkan terdapat 101 pasar tradisional yang bertahan Surabaya, antara lain pasar Soponyono, pasar Pahing, pasar Yamuri, pasar Krempeyung, dan sebagainya. Diantara 101 pasar tersebut, 79 merupakan pasar binaan Pemkot Surabaya dan sisanya adalah milik swasta masyarakat. Diantara pasar swasta tersebut, observasi lapangan menunjukkan bahwa keberadaan pasar

¹⁵Wikipedia, "Hegemoni Media Massa", dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Hegemoni_media_massa (5 Desember 2017).

Soponyono paling menonjol atau ramai pengunjung dibandingkan dengan pasar swasta lainnya. Selain itu, Soponyono termasuk pasar yang memiliki pondasi ikatan agama karena di bawah naungan Yayasan Tholabuddin, Rungkut, Surabaya.

Pasar yang didirikan pada tahun 1982 ini juga memenuhi aspek keinginan peneliti dalam menggali faktor ketahanan usaha suatu pasar tradisional, karena Soponyono dikelilingi oleh beberapa ritel modern. Pada sisi utara pasar, terdapat Alfamart dan Indomaret, sedangkan pada sisi selatan berdiri Hypermarket Transmart. Berdirinya Transmart sebagai salah satu pusat perbelanjaan di Surabaya, diindikasikan menjadi ancaman usaha bagi 464 pedagang pasar Soponyono yang kesemuanya ialah pedagang berskala mikro.

Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan peneliti sebelum dilakukan penelitian, dapat diketahui bahwa memang sempat terjadi penurunan omset pedagang pada awal-awal berdirinya Transmart Pebruari 2017. Namun tiga bulan kemudian omset pedagang pasar berangsur-angsur kembali normal. Hasil wawancara dengan salah satu pedagang konveksi, yaitu Mas'ad, diketahui bahwa omset penjualan mengalami kemerosotan di awal berdirinya Transmart, tepatnya pada bulan Ramadhan tahun 2017 M. Namun kemudian omset mulai berangsur normal dengan kembalinya para pelanggan yang merupakan warga sekitar pasar.

Hal ini sama dengan yang disampaikan oleh Saluki, salah satu pedagang buah-buahan, yang menjelaskan bahwa penjualannya sempat menurun pada awal berdirinya Transmart. Penjualan akhirnya berangsur-angsur kembali normal meski kuantitas tidak

seperti sebelumnya. Menurut Saluki, ini disebabkan harga jualnya yang murah dan hubungan baik dengan pelanggan.

“Memang awal-awal dibuka Transmart, pasar Soponyono sepi sekali. Biasanya setiap hari sebelum ada Transmart, yang mampir ke toko saya sampai puluhan, tapi saat Transmart buka, paling banyak 10 orang yang. Itu hanya sekitar dua bulan, lama-lama pelanggan yang kembali lagi. Rata-rata pelanggan ya warga sini (Rungkut), banyak juga yang tetangga saya”, cerita Saluki saat diwawancarai.¹⁶

Pelanggan Saluki, seperti halnya pelanggan Mas’ad pedagang pakaian, mayoritas ialah warga sekitar lokasi (Rungkut), bahkan sebagian diakuinya merupakan teman dan kerabat. Berikut wawancara dengan Mas’ad:

“Kalau pelanggan saya kebanyakan tetangga saya di Rungkut Lor sini, ada juga saudara saya. Pedagang lain juga rata-rata pelanggannya adalah tetangga, teman, saudara. Jadi kalau beli baju sekalian bisa ngobrol-ngobrol”.¹⁷

Sedangkan Munawaroh, penjual konveksi, menceritakan pengalamannya menolong tetangga standnya, yaitu Lilik, yang menjadi korban pencurian.

"Saat itu, Lilik nangis-nangis ketika menyadari sepuluh bajunya tiba-tiba hilang. Kan pasar lagi ramai, ada banyak yang beli, tempatku juga ramai saat siang itu. Tahu-tahu ada beberapa ibu-ibu yang kelihatan pegang-pegang baju kayak milih-milih baju. Lilik tidak tahu gelagat mereka, tapi pas mereka pergi, ia baru tahu bajunya tidak ada. Saya sebagai temannya ikut bantu nyari pembeli yang maling itu tapi tidak berhasil ditangkap. Dan saya nemenin urusan pelaporan ke kantor".¹⁸

Sikap tolong menolong juga terlihat ketika pasar Soponyono mengalami kebakaran pada tahun 1990. Hal ini disampaikan oleh kepala pasar, Marjiin Syam:

“Saat itu, banyak pedagang sempat stress. Tapi warga dan pengelola pasar cepat mendirikan stand darurat agar pedagang tetap bisa berjualan meski banyak

¹⁶ Saluki, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 8 Maret 2018.

¹⁷ Mas’ad, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 8 Maret 2018.

¹⁸ Munawaroh, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 8 Maret 2018.

barangnya memang hangus terbakar. Retribusi saat itu sebatas untuk kebersihan dan listrik saja, tidak bermaksud nambah beban pedagang. Memang ada yang stress, tapi setidaknya mereka tidak lama stress dan cepat pulih karena bisa langsung berjualan. Warga juga turut bahu membahu membantu, selain ikut partisipasi bangun stand darurat, juga aktif membantu penjualan pedagang.”¹⁹

Kedua wawancara tersebut menunjukkan adanya sikap empati dan tolong-menolong sesama pedagang, atau yang dalam Islam, disebut *ta’awun*. Sikap *ta’awun*. dijelaskan dalam Al-Qur’aan, Surat Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ²⁰

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.²¹

Firman Allah SWT tersebut menekankan *h{ablum minanna}*s agar sesama manusia meningkatkan perilaku positif, saling tolong menolong, memudahkan sesama dan memberikan kebaikan satu sama lain. Selain *h{ablum minanna}*s, Islam juga menganjurkan tumbuhnya karakter saling menjaga kepercayaan atau amanah. Dijelaskan dalam Surat Al Anfaal ayat 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخَوْنُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ²²

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanah-amanah yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.²³

Dari pengamatan yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa bentuk *h{ablum minanna}*s telah berjalan baik di dalam lingkungan pasar Sopenyono, terutama

¹⁹ Marjiin Syam, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 8 Maret 2018.

²⁰ Al-Qur’aan, 5: 2.

²¹ Departemen Agama, *Al-Qur’aan dan Terjemahnya*, 157.

²² Al-Qur’aan, 8: 27.

²³ Departemen Agama, *Al-Qur’aan dan Terjemahnya*, 264.

pedagang muslim yang melihat sesama muslim sebagai saudara. Pasar Sopyonyo untuk saat ini juga tidak memiliki pengalaman kejadian yang menunjukkan ketidakharmonisan, seperti perselisihan fisik dan sebagainya. Melainkan, pasar tersebut terlihat lekat dengan suasana kekeluargaan, baik sesama pedagang, pengelola, bahkan pengunjung. Hal ini diindikasikan karena memang banyak dari pedagang merupakan warga sekitar pasar, sedangkan untuk pengelola pasar, seluruhnya adalah warga sekitar yang sebelumnya telah saling mengenal. Ikatan seperti itu diduga menjadi relasi antara modal sosial dengan ketahanan usaha karena hingga saat penelitian berlangsung, pedagang pasar tetap bertahan meskipun di sekitarnya telah berdiri beberapa ritel modern yang memiliki resiko meningkatkan kompetisi usaha dan menjadi ancaman usaha mereka.

Arief Fauzi, salah satu pengelola pasar Sopyonyo, menjelaskan pendapatnya:

“Yah hubungannya satu. Mereka ini, pedagang yang menempati pasar lebih 10 tahun, itu sudah kayak keluarga. Nyaman dan mereka bahkan tinggal di pasar. Anak-anak mereka juga sudah seperti main-main di rumah sendiri. Ini saya kira menjadi hal kenapa mereka bertahan, karena sudah kerasan tadi. Langgan mereka juga tetap. Selain itu, usaha di pasar ini sifatnya kayak turun temurun, dari bapaknya, nanti diwariskan ke anaknya.”²⁴

Gambaran yang disampaikan salah satu pengelola pasar, mengindikasikan bangunan ikatan sosial di antara pedagang muslim pasar Sopyonyo. Pedagang muslim Sopyonyo terklasifikasi dalam beberapa kategori, yaitu konveksi, sembako, gerabah, sayur, buah, daging-ikan, palen, warung tradisional, sepatu-sandal, kue tradisional, gilingan, dan pedagang kaki lima.

²⁴ Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo, 10 Pebruari 2020.

Semua uraian fakta yang sudah dijelaskan di atas kemudian menjadi alasan penting dilaksanakan penelitian tentang pedagang pasar Soponyono, yang kemudian dikemas dengan: Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial (Studi Pada Pedagang Muslim Pasar Soponyono Surabaya).

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, sebagai berikut:

- D. Omset sebagian besar pedagang muslim pada pasar tradisional Surabaya tidak mengalami penurunan yang signifikan padahal dikelilingi pasar modern, namun belum dapat diketahui faktor penyebab keberterahan usaha pedagang tersebut.
- E. Strategi aktif dalam berbisnis cenderung konvensional sehingga tidak signifikan menjaga ketahanan usaha pedagang, hal ini menimbulkan indikasi bahwa strategi jaringan sosial (modal sosial) yang berkemungkinan sebagai strategi utama dalam ketahanan usaha pedagang muslim.
- F. Salah satu keberterahan usaha adalah melalui modal sosial, termasuk ketahanan usaha pedagang muslim di pasar Soponyono. Akan tetapi belum diketahui bentuk modal sosial yang menjadi faktor keberterahan usaha pedagang muslim pada pasar tersebut.
- G. Ada anggapan bahwa Islam tidak memiliki konsep strategi modal sosial, khususnya yang bisa digunakan sebagai strategi ketahanan usaha oleh pedagang. Padahal dalam ekonomi Islam, terdapat pemikiran tentang modal sosial yang ada hubungannya dengan pertumbuhan ekonomi.

H. Sebagian pedagang muslim dalam lingkungan pasar tradisional belum memahami modal sosial. Padahal, konsep modal sosial tersebut dapat digunakan oleh pedagang untuk bertahan. Akibatnya, hanya sebagian kecil yang sudah menggunakan modal sosial sebagai strategi bertahan.

I. Modal sosial mempunyai peranan penting dalam keberlanjutan usaha pedagang pasar, akan tetapi modal sosial belum diperhatikan dalam pengembangan usaha pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya.

Dari beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagaimana disebut di atas, maka batasan masalah yang diteliti ialah sebagai berikut:

1. Strategi ketahanan usaha pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya.
2. Modal sosial yang terbentuk di kalangan pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya.
3. Ketahanan usaha melalui modal sosial pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah dan pembatasan masalah di atas maka diperoleh rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi ketahanan usaha pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya?
2. Bagaimana unsur yang membentuk modal sosial pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya?

3. Bagaimana ketahanan usaha melalui modal sosial pedagang muslim pasar tradisional Sopenyono Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi ketahanan usaha pedagang muslim pasar tradisional Sopenyono Surabaya.
2. Untuk menganalisis unsur yang membentuk modal sosial pedagang muslim pasar tradisional Sopenyono Surabaya.
3. Untuk menemukan ketahanan usaha melalui modal sosial pedagang muslim pasar tradisional Sopenyono Surabaya.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi kontribusi baik secara teoretis maupun secara praktis, di antaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis

- D. Untuk menambah khasanah pengetahuan dan keilmuan dalam kajian dan pengembangan studi ilmu Ekonomi Islam. Dalam hal ini bagaimana ekonomi Islam menjadi solusi penting dalam permasalahan sosial ekonomi, terutama dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat.

- E. Untuk menafsirkan pemikiran ekonomi Islam mengenai modal sosial. Dengan menemukan urgensi modal sosial, maka diharapkan semakin menumbuhkan solidaritas sosial dan meningkatkan karakter kerja sama antar sesama pelaku ekonomi.

- F. Untuk menunjukkan bahwa kajian modal sosial merupakan salah satu solusi dalam mengatasi problematika ekonomi dalam masyarakat.
- G. Untuk meningkatkan keilmuan ekonomi Islam dalam kaitannya dengan modal sosial (*social capital*) yang masih kurang didiskusikan dalam penelitian ekonomi Islam. Modal sosial penting dikaji dalam keilmuan ekonomi karena permasalahan ekonomi bukan hanya membutuhkan solusi secara ekonomis, melainkan juga aspek sosialnya.
2. Kegunaan secara Praktis
- a. Untuk membangun pemikiran ekonomi Islam yang relevan dengan masalah kontemporer, serta sekaligus memberi rekomendasi kepada peneliti yang berminat melanjutkan penelitian yang berkaitan kajian modal sosial dalam konteks ekonomi Islam.
- b. Untuk menambah khazanah keilmuan ekonomi Islam yang aplikatif dalam kehidupan nyata (terutama dalam lembaga atau institusi pendidikan), terutama dalam kajian sektor ekonomi rakyat. Dengan menumbuhkan kepedulian pada ekonomi rakyat, diharapkan ada sinergitas untuk upaya-upaya menjaga eksistensi ekonomi rakyat yang merupakan pelaku ekonomi aktif (pebisnis), bukan pasif. Luasnya ruang bagi pelaku ekonomi aktif secara tidak langsung akan menjadi upaya penekan pengangguran yang sangat efektif.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dianggap relevan dan bisa menjadi pembeda dengan penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, tahun	Judul	Isi
1.	Niken Handayani, 2007	Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta)	Kesamaan dengan penelitian adalah pendekatan penelitian, yaitu fenomenologi dan unsur modal sosial. Namun, kajian unsur modal sosial juga memiliki perbedaan karena Niken sama sekali tidak mengaitkan dengan perspektif Islam, sedangkan penelitian ini mengangkat unsur modal sosial dalam ' <i>ama>nah, ukhuwwah Isla>miyyah, dan at-ta'a>wun</i> '. Perbedaan berikutnya adalah teknik pengambilan sampel, Niken menggunakan <i>purposive sampling</i> sedangkan penelitian ini <i>snowball sampling</i> .
2.	Apriyanto Dwi Anggoro, 2009	Pengaruh Modal Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, dan Bantuan Sosial Terhadap Ketahanan Usaha (Studi Eksplanatif Kuantitatif Tentang Pengaruh Modal Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, dan Bantuan Sosial Terhadap Ketahanan Usaha Sentra Industri Makanan Ringan Desa Gondangan, Klaten)	Penelitian eksplanatif tersebut untuk menguji hipotesis pengaruh modal sosial, pemberdayaan masyarakat, dan bantuan sosial terhadap ketahanan usaha. Dari semua variable X tersebut, persentase terbesar yang mempengaruhi variable dependen ialah modal sosial. Meskipun lokasi berbeda dengan penelitian ini, namun penelitian Apriyanto memiliki kesamaan, yaitu mengkaji modal sosial sebagai faktor yang mempengaruhi atau mendukung terwujudnya ketahanan usaha. Namun pengkajian ini tidak terlalu detail karena hanya melihat ada tidaknya pengaruh. Perbedaan juga nampak dalam pemilihan teori, yaitu menggunakan teori fungsionalisme struktural dan tidak ada keterkaitan dengan ekonomi Islam.

3.	Sirajul Arifin, 2013	Sustainability Bisnis Pedagang Muslim Arab Ampel Surabaya	Penelitian ini menunjukkan bahwa etos kerja dan etika bisnis merupakan <i>interrelated factors</i> yang menjadi akar kekuatan modal sosial. Modal sosial sebagai modal ekonomi yang membangun sustainability bisnis pedagang Muslim Arab Ampel. Bisnis pedagang dicerminkan dengan perilaku kebaikan, kerjasama, dan kepercayaan (<i>trust</i>). Penelitian ini memang memiliki kesamaan dalam hal modal sosial, namun juga memiliki perbedaan, yaitu dalam hal obyek penelitian dan teori yang digunakan.
4.	Yudhistira Hari Sandi, 2013	Relasi Modal Sosial dan Daya Tahan Usaha Industri Kecil di Kabupaten Situbondo	Penelitian memiliki kesamaan dalam tema permasalahan, yaitu menjelaskan dukungan modal sosial pada ketahanan usaha produsen sentra usaha kecil, yaitu berupa resiprositas (hubungan timbal balik), kepercayaan (<i>trust</i>), modal sosial jaringan pada usaha industri, dan norma (<i>norm</i>). Namun titik perbedaan penelitian ialah tidak ada kajian ekonomi Islam dalam menganalisa relasi tersebut karena hanya terfokus pada Analisa SWOT.
5.	Fatwa Nurul Hakim, 2017	Nilai Budaya Pedagang Pasar Triwindu dalam Peningkatan Kesejahteraan Sosial	Penelitian Fatwa menjelaskan norma lokal pedagang, yaitu “jeneng dulu baru jeneng” (menjadi sukses dalam berdagang harus mencari nama baik dulu di mata pembeli dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan jaminan mutu komoditas, baru akan diperoleh pelanggan yang mendatangkan banyak rejeki). Budaya sopan santun tersebut membawa dampak pengunjung pasar merasa nyaman karena pasar tidak hanya sebagai tempat jual beli barang, tetapi juga sebagai ruang bersosialisasi. Ini merupakan kesamaan dengan penelitian, yaitu terkait kuatnya modal sosial. Kesamaan berikutnya adalah pentingnya asosiasi dalam memperkuat <i>trust</i> . Sedangkan perbedaan adalah teknik

			pengambilan sampel dimana Fatwa menggunakan <i>purposive sampling</i> .
6.	Ries Dyah Fitriyah, 2017	Revitalisasi Harmoni Sosial Melalui Modal Sosial Pemimpin Lokal	Penelitian ini terkait proses revitalisasi harmoni sosial yang dilakukan oleh para pemimpin lokal masyarakat nelayan di Desa Kalirejo Pasuruan. Penelitian tersebut menganalisa modal sosial dengan perspektif teori modal sosial Bourdieu dan teori strukturasi Giddens secara diskriptif kualitatif. Hal ini yang menjadi pembeda, yaitu tidak ada perspektif Islam dalam penelitiannya. Sedangkan kesamaan adalah dengan menjadikan kepercayaan sebagai bentuk modal sosial yang dominan sehingga membentuk rasa saling memiliki dan meminimalisir konflik terjadi di lingkungan subyek penelitian. Kesamaan berikutnya adalah terbentuknya lembaga yang menjadi identitas hubungan damai telah terbentuk di lokasi penelitian.
7.	Dwisara Ajeng Rahmawati, 2017	Modal Sosial dan Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta)	Mentipologikan modal sosial yang terjalin antara sesama pedagang maupun dengan pembeli di lokasi penelitian berdasarkan nilai-nilai sosial yang terjadi, yaitu modal sosial <i>bonding</i> (kekerabatan) dan modal sosial <i>bridging</i> (persahabatan atau pertemanan). Kesamaan penelitian terlihat dalam kajian modal sosial dan lokasi penelitian yang memilih pasar tradisional. Namun perbedaan ialah tidak adanya kajian perspektif ekonomi Islam, dan Dwisara kurang menjelaskan trust dalam modal sosial, melainkan hanya menjelaskan <i>networks</i> dan <i>reciprocal</i> .
8.	Muflihatul Fauza, 2017	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional dalam Menghadapi Ritel Modern di	Penelitian ini sama-sama mengkaji strategi ketahanan pedagang tradisional sebagai bentuk eksistensi usaha. Namun perbedaan ialah bentuk strategi yang dikaji, dimana Fauza mengaitkan bauran pemasaran, unsur sosial dijelaskan sedikit ketika mengkaji faktor preferensi konsumen. Fauza menjelaskan faktor sosial, seperti

		Kecamatan Medan Amplas	keluarga, memiliki pengaruh bagi konsumen.
9.	Meilanny Budiarti S, 2018	Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil di Desa Sukamaju Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung	Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Meilanny dalam unsur modal sosial yang dikaji. Meilanny hanya mengkaji tentang kepercayaan dan jaringan. Sedangkan penelitian ini, selain keduanya, juga dikaji tentang aksi timbal balik (<i>at-ta'a>wun</i>). Selain itu, karakter setting penelitian juga berbeda, yaitu setting penelitian Meilanny tidak memiliki asosiasi jaringan sosial, sedangkan dalam penelitian ini, pasar Soponyono memiliki asosiasi, yaitu HPP Soponyono. Sedangkan kesamaan adalah dalam hal pendekatan penelitian, yaitu fenomenologi dan unsur <i>trust</i> dalam modal sosial.
10.	Khusnul Khotimah, Dadang Hartanto, Nuruh Alipah, 2018	Menguak Kesenjangan Antara Pasar Modern dan Pasar Tradisional	Kesamaan dengan penelitian Khusnul adalah pendekatan fenomenologi yang digunakan. Perbedaan diharapkan dalam ditemukan melalui penelitian, yaitu fakta lapangan yang menjadi hasil penelitian. Hal ini disebabkan hasil penelitian Khusnul menjelaskan bahwa masyarakat desa yang awalnya memiliki ciri-ciri ikatan solidaritas yang kuat, kemudian mengalami perubahan sosial dan mulai mengalami pergeseran konsumsi, yaitu dari preferensi belanja di pasar tradisional, beralih ke pasar modern.

Dari penelitian terdahulu di atas, dapat diketahui bahwa studi tentang modal sosial dalam kaitannya dengan ketahanan usaha, bukan topik baru dan beberapa penelitian pernah mengkaji hal tersebut.

Meilanny Budiarti sebagai contohnya. Meilanny menjelaskan bahwa jaringan sosial dianggap penting dalam ketahanan usaha. Jaringan sosial yang muncul dalam

penelitiannya, meliputi: hubungan yang baik sesama pengusaha, pengoptimalan penggunaan media komunikasi, terbentuknya sikap jujur, keterbukaan menerima kritik, kerjasama sesama pengusaha, dan pengutamakan musyawarah ketika terdapat permasalahan. Namun, dukungan semua indikator jaringan sosial tersebut memiliki faktor penghambat di dalam lokasi penelitian Meilanny, yaitu belum adanya asosiasi pengusaha sehingga menjadi kendala dalam proses pemasaran subyek penelitiannya.

Pentingnya keberadaan asosiasi, menjadi poin pembeda dalam penelitian ini, karena setting penelitian (pasar Sopyonyo) memiliki Himpunan Pedagang Pasar (HPP) Sopyonyo sebagai bentuk asosiasi. Fakta ini menjadi menarik untuk diuji sejauh manakah peran HPP Sopyonyo dalam menjalin modal sosial antar pedagang.

Sedangkan jika dikomparasikan dengan penelitian Niken Handayani, maka penelitian ini memiliki kesamaan dalam topik penelitian dan perbedaan dalam pemilihan teori yang disebabkan Niken sama sekali tidak mengaitkan dengan pemikiran Islam. Niken memang menjelaskan bentuk modal sosial dalam tukar menukar kebaikan (*resiprocity*), norma sosial, dan *trust* antar pedagang, yang kemudian mewarnai tindakan ekonomi pedagang, namun tidak terlihat kaitan dengan ekonomi Islam sama sekali. Inilah yang menjadi urgensi penelitian ini, yaitu memperdalam kajian modal sosial dengan mengkaitkan pemikiran ekonomi Islam sehingga diharapkan teori modal sosial lebih detail dan komprehensif.

Penelitian ini menjadi semakin penting untuk dilakukan guna mengkaji hasil penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Khotimah, bahwa masyarakat desa yang memiliki ciri-ciri ikatan solidaritas yang kuat ternyata bisa mengalami perubahan gaya

hidup, yaitu yang sebelumnya hanya berbelanja di pasar tradisional, kemudian beralih pada pasar modern. Mereka mengalami perubahan preferensi gaya berbelanja dan mulai sedikit mengabaikan teman atau kerabat mereka yang berdagang di pasar tradisional. Penelitian di Soponyono diharapkan dapat menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern di sekitar lokasi, tidak terlalu berpengaruh signifikan untuk mengubah kebiasaan warga sekitar dalam hal pemilihan lokasi belanja, yaitu meneliti apakah masyarakat tetap terbiasa berbelanja di pasar Soponyono. Dengan mengkaji penelitian terdahulu, diharapkan output yang lebih detail mengenai bentuk modal sosial pedagang pasar tradisional sehingga menjadi temuan baru yang belum dijelaskan sebelumnya.

G. Metode Penelitian

Metode diartikan sebagai suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian. Sedangkan penelitian diartikan sebagai upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.²⁵

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Neuman menjelaskan kualitatif sebagai *interpretive approach*, yaitu pendekatan penelitian yang berusaha untuk menganalisis

²⁵ Mardalis, *Metode Penelitian* (Jakarta, Bumi Aksara, 1995), 24.

secara sistematis mengenai gejala sosial alami yang muncul pada lingkungan yang diteliti.²⁶

Pendekatan kualitatif yang dipilih adalah pendekatan fenomenologi. Menurut Sudarwan Danim, pendekatan fenomenologi berorientasi untuk memahami, menggali, dan menafsirkan setiap makna dari peristiwa atau fenomena dan hubungannya dengan orang sekitar dalam situasi tertentu. Penelitian ini disebut penelitian kualitatif yang melihat fenomena-fenomena atau gejala-gejala sosial yang alamiah, digunakan sebagai sumber data.²⁷

Menurut Ghozy, pendekatan fenomenologi dilakukan berdasarkan kenyataan yang terjadi di lapangan (*empiris*), tanpa merubahnya sedikitpun, sehingga didapatkan fakta-fakta yang bersifat objektif, yaitu berkaitan dengan ide, tindakan perasaan dan sebagainya yang dapat terwujud dalam bentuk perkataan maupun perbuatan. Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami individu. Fokus model pendekatan ini adalah pengalaman yang dialami oleh individu.²⁸ Fenomenologi merupakan salah satu cabang filsafat yang dikembangkan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi ialah metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi (*human phenomena*).²⁹ Metodologi kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi merupakan riset tentang

²⁶ W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (New York: Pearson Education, 2003), 76.

²⁷ *Ibid.*, 204.

²⁸ Ghony Djunaidi dan Almanshur Fauzan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: Ar Ruzz Media, 2012), 34.

²⁹ Engkus Kuswarno, *Metodologi Penelitian Komunikasi, Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya* (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), 34.

kehidupan orang-orang, yaitu pengalaman subjektif subyek penelitian di dalam kesehariannya.

Dalam penelitian, ini, pendekatan fenomenologi dilakukan dengan alasan fokus penelitian adalah keseharian proses jual beli yang dilakukan subyek penelitian, yaitu bentuk-bentuk modal sosial pedagang muslim yang dianggap menjadi penguat ketahanan usaha mereka selama berdagang dalam pasar Sopyonyo. Pendekatan ini diharapkan dapat menggambarkan makna dari modal sosial yang terbentuk dalam keseharian aktivitas penjualan yang dilakukan pedagang. Selain itu, melalui fenomenologi, diharapkan mampu memahami dan menerangkan fenomena sosial di dalam pasar Sopyonyo tanpa menghakimi aspek baik dan buruk dari fenomena yang terjadi selama penelitian.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data penelitian yang akurat. Dalam penentuan lokasi penelitian, Moleong menentukan cara terbaik untuk ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan menjajaki lapangan dan mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada di lapangan³⁰. Sementara itu keterbatasan geografi dan praktis seperti waktu, biaya, tenaga perlu juga dijadikan pertimbangan dalam penentuan lokasi penelitian. Lokasi penelitian ini ditentukan dengan sengaja

³⁰ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Karya, 2007), 132.

(*purposive*), yaitu Pasar Soponyono yang berlokasi di Jalan Rungkut Asri Surabaya.

Pertimbangan dan alasan pemilihan, antara lain:

1. Mayoritas pedagang di dalam Pasar Soponyono adalah pemeluk agama Islam, yaitu 404 pedagang.
2. Pasar Soponyono merupakan aset desa yang beroperasi dalam naungan Yayasan Masjid Tholabuddin. Pasar ini merupakan pasar swasta yang bertahan secara swadaya oleh dukungan masyarakat, bukan atas campur tangan pemerintah setempat.
3. Pasar Soponyono masih bertahan di tengah pertumbuhan ritel modern Kota Surabaya. Pasar ini termasuk pasar yang stabil aktivitas perdagangannya, bahkan cukup kompetitif jika disandingkan dengan pasar tradisional binaan Pemkot Surabaya.

Dengan mengambil setting penelitian pada pasar swasta tersebut, diharapkan dapat melakukan penjajakan lapangan sesuai dengan substansi teori, yaitu menemukan bentuk relasi modal sosial dengan ketahanan pasar yang hampir sepenuhnya dikendalikan swadaya masyarakat dan tidak bergantung pada dukungan pemerintah setempat.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan suatu objek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam suatu penelitian didapatkan secara tertulis maupun tindakan.³¹ Menurut

³¹ Moloeng, *Metodologi Penelitian*, 113.

Lofland yang dikutip Lexy J. Moleong, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang didapat dari informan melalui wawancara, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³² Dalam penelitian ini, sumber data ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang berasal dari lapangan dan data yang diperoleh masih bersifat mentah dan masih memerlukan analisis lebih lanjut.³³ Sumber data primer merupakan sumber-sumber utama yang berkaitan dengan objek yang dikaji. Dalam penelitian ini yang termasuk sumber data primer adalah subyek penelitian, yaitu 30 pedagang muslim pasar Sopyonyo.

b. Sumber Data Sekunder dan Pendukung

Data sekunder adalah data atau informasi yang tidak didapat secara langsung dari sumber pertama (informan), baik yang didapat melalui wawancara ataupun dengan menggunakan kuesioner secara tertulis.³⁴ Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku-buku kepustakaan, laporan-laporan penelitian terdahulu, arsip-arsip tertulis yang didokumentasikan pengelola pasar Sopyonyo, serta buku Laporan Kependudukan Kelurahan Kalirungku.

Dalam penelitian kualitatif, Sugiyono menjelaskan bahwa pengambilan data tidak menggunakan istilah populasi, melainkan *social situation* atau situasi social yang

³² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1989), 165.

³³ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 87.

³⁴ *Ibid.*, 228.

terdiri atas tiga elemen, yaitu, tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*). Situasi sosial itu dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi di dalamnya³⁵.

Pengambilan data diperoleh dari wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan para informan. Prosedur yang dilakukan dalam penentuan subjek penelitian adalah menggunakan teknik sampling non-probabilitas. Teknik ini dipilih untuk menjawab permasalahan khusus yang sulit diungkapkan dan tidak mudah dianalisis secara statistik, yaitu bentuk modal sosial, ketahanan usaha pedagang, dan relasi keduanya. Jenis non probabilitas yang digunakan adalah *snowball*, yaitu mengambil sejumlah kasus melalui hubungan keterkaitan dari satu orang dengan orang yang lain atau satu kasus dengan kasus lain, kemudian mencari hubungan selanjutnya melalui proses yang sama, demikian seterusnya. Teknik ini dipilih dengan harapan mampu mengidentifikasi dan mewawancarai seseorang yang memiliki karakteristik data yang diperlukan.

Dijelaskan oleh Burgess, bahwa *snowball* memanfaatkan informan-informan kunci untuk mengantarkan peneliti pada informan berikutnya. Informan kunci yang dipilih adalah pedagang yang dianggap lebih mengetahui tentang bentuk modal sosial di dalam pasar Soponyono, yaitu Nur Aini. Indikator mengetahui bentuk modal sosial, adalah terindikasi dari telah lama informan tersebut berdagang dan cukup dikenal oleh pedagang lainnya. Alasan lainnya adalah bertujuan mendapatkan data yang lebih

³⁵ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 208.

lengkap dan mendalam. Hal ini dijelaskan oleh Pamela Maycut, bahwa teknik *snowball* digunakan untuk mencari informasi secara terus menerus dari informan satu ke informan lainnya, sehingga data yang diperoleh semakin banyak, lengkap dan mendalam. Dalam pelaksanaannya, informan yang telah diwawancarai diminta menunjukkan calon informan lainnya yang bisa diwawancarai, demikian seterusnya sampai informasi yang didapatkan memiliki kredibilitas yang tinggi dan data menunjukkan kejenuhan, yaitu informasi dari para informan menunjukkan titik kesamaan.³⁶

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses pengadaan data penelitian atau prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.³⁷ Secara operasional metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Pengamatan (*observation*). Observasi merupakan teknik pengamatan data dengan cara pencatatan dan pengamatan objek penelitian. Guba dan Lincoln³⁸ menyatakan bahwa teknik ini didasarkan pada pengamatan langsung yang melibatkan peneliti untuk mengamati, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebenarnya yang terjadi. Dalam penelitian ini, observasi telah dilakukan tiga kali sebelum penelitian dimulai.

³⁶ Pamela Maycut & Richard House, *Beginning (Qualitative Research: A Philosophy and Practical Guide)* (Washington D.C.: The Falmer Press Teachers Library, 1994).

³⁷ Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), 211.

³⁸ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 125-126.

- b. Wawancara (*interview*). Wawancara merupakan cara pengumpulan data atau informasi dengan cara komunikasi langsung dengan informan agar mendapatkan data yang dibutuhkan dengan lengkap. Ada tiga cara pembagian jenis wawancara, yaitu: (a) wawancara melalui pembicaraan informal, (b) wawancara menggunakan petunjuk umum wawancara, dan (c) wawancara baku terbuka.³⁹ Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan berkali-kali secara intensif dengan para informan.
- c. Dokumentasi. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.⁴⁰ Metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dengan metode observasi dan interview, yaitu berupa arsip-arsip tentang gambaran umum kegiatan yang berhubungan dengan tema penelitian.
- d. Pencatatan hasil pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif, dikenal dua jenis catatan, yaitu catatan deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif lebih Panjang dan detail rinci daripada reflektif. Sedangkan reflektif berisi tentang spekulasi, pendapat, ide, dan rencana untuk kegiatan berikutnya.

Dari pendekatan kualitatif, diharapkan penelitian ini menjadi salah satu referensi yang berkontribusi dalam kajian sosial ekonomi, terutama mengenai proses

³⁹ Ibid., 187.

⁴⁰ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 206.

ketahanan usaha. Informan yang digunakan dalam studi kasus ini ialah pedagang pasar tradisional Sopenyono Surabaya. Untuk mendapatkan informasi yang detail, dilakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) melalui pertanyaan terbuka pada informan untuk kemudian dapat diinterpretasikan secara deskriptif. Dalam rangka memahami realitas pedagang pasar tradisional yang diteliti, peneliti mengeksplorasi data kajian masalah mengenai:

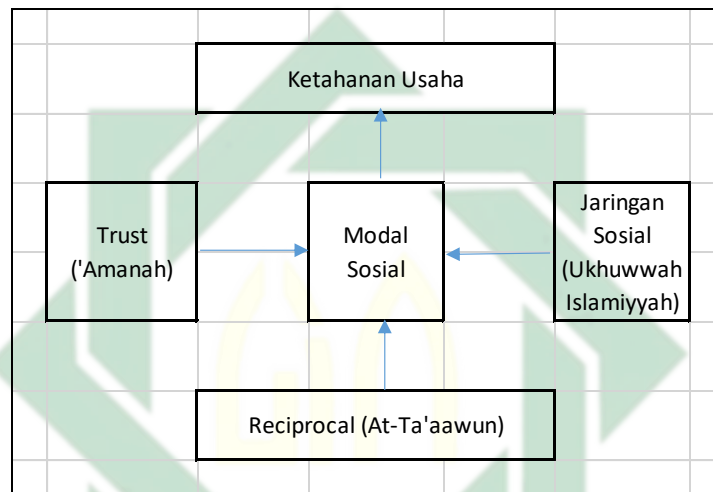
- a. Ketahanan usaha, bisa diartikan sebagai kualitas penting dalam setiap orang untuk memulai bisnis baru dan yang ingin meraih tujuan besar. Ketahanan adalah kekuatan berkompetisi, kemampuan untuk bertahan dalam waktu lama. Ketahanan disini merupakan strategi keberlangsungan pasar tradisional ditengah ancaman pertumbuhan pasar modern.⁴¹
- b. Konsep modal sosial. Modal sosial adalah serangkaian nilai dan norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok masyarakat yang memungkinkan terjadinya kerjasama diantara mereka.⁴²
- c. Unsur modal sosial. Terdapat tiga unsur modal sosial, yaitu kepercayaan, aksi timbal balik, dan jaringan sosial. Dalam Islam, ketiga hal tersebut dapat diistilahkan sebagai *ukhuwwah Isla>miyyah*, *ama>nah*, dan *at-ta'awu>n*. *Ukhuwwah Isla>miyyah* merupakan bentuk jaringan sosial (persaudaraan),

⁴¹ Kelly Robins, "How to Build the Endurance You Need to Achieve Your Business Goals", *The Business Journals*, 13 Mei 2016, dalam <https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/growth-strategies/2016/05/how-to-build-the-endurance-you-need-to-achieve.html> (21 Mei 2018).

⁴² Francis Fukuyama, *Social Capital and Civil Society* (Washington: International Monetary Fund, 2000), xii.

ama>nah sebagai bentuk sikap saling percaya sesama pedagang, dan *at-ta'awu>n* sebagai bentuk saling menolong sesama pedagang.

Relasi ketahanan usaha, modal sosial, dan unsur-unsurnya, dapat dipahami melalui bagan berikut:



Gambar 1. Relasi Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial

Relasi yang menjadi kajian masalah dalam penelitian ini, menggunakan logika induktif, yaitu: peneliti mengambil teori dari literatur atau penelitian terdahulu, peneliti membuat pola atau pengkategorian sesuai tema, peneliti menganalisa kategori tersebut, peneliti melakukan pertanyaan terbuka pada informan lapangan, dan akhirnya peneliti menemukan informasi melalui wawancara dan observasi.⁴³ Logika induktif sesuai prinsip penelitian fenomenologi, yaitu penalaran induktif hasil observasi dan wawancara mendalam untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik dan meminimalkan distorsi dari fenomena yang diteliti.

⁴³ Creswel, *Research*, 63.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan catatan lapangan. Setelah data berhasil dikumpulkan dan sudah melewati tahap pengujian, yang dilakukan kemudian adalah menganalisis. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara induktif-kualitatif dan bersifat deskriptif. Teknik deskriptif penelitian, meliputi penyelidikan, analisa dan klarifikasi data yang diperoleh. Dalam pelaksanaannya, metode ini tidak hanya sampai pada pengumpulan dan penyusunan data, melainkan juga analisa dan interpretasi data yang diperoleh.⁴⁴

Secara praktis, proses analisis data dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut: Pertama, data yang diperoleh dikategorisasi melalui pencatatan data oleh peneliti dengan tujuan mempermudah kategori data berdasarkan pada fokus penelitian. Setelah kategorisasi data dilakukan, dilanjutkan dengan membuat narasi dan menguraikannya secara deskriptif tentang modal sosial dan ketahanan usaha pedagang. Kedua, setelah deskripsi data dilakukan, peneliti menganalisa pada interpretasi dan pembacaan secara kritis terhadap data yang sebelumnya telah dideskripsikan. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan temuan-temuan penelitian berdasarkan fokus yang telah ditetapkan sebelumnya.⁴⁵

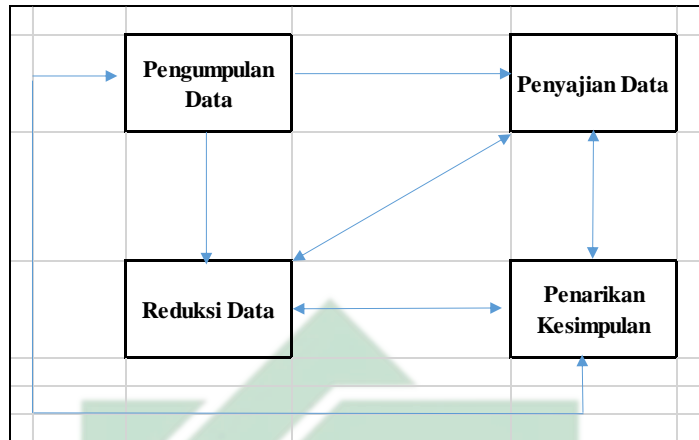
⁴⁴ Winarno Surakhmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik* (Bandung: Transito, 1990), 139.

⁴⁵ Muhammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Angkasa, 2003), 75.

Langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis data penelitian menggunakan model analisis interaktif, yaitu:

- a. Reduksi data (*data reduction*), merupakan proses memilih, menyederhanakan, memfokuskan, mengabstraksi dan mengolah data ke dalam catatan lapangan,
- b. Penyajian data (*data display*), merupakan suatu cara merangkai data dalam suatu organisasi yang memudahkan untuk pembuatan kesimpulan dan atau tindakan yang diusulkan,
- c. Pengumpulan data dengan verifikasi (*verification*), merupakan data penjelas tentang makna data dalam suatu konfigurasi yang terjelaskan, menunjukkan alur kausalnya, sehingga dapat diajukan proposisi yang terkait dengannya. Verifikasi diharapkan agar data dapat dimengerti dan penemuan yang dihasilkan dapat dikomunikasikan dengan yang lain.
- d. Kesimpulan (*conclusion*), yaitu peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang *tentative* (sementara). Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara mendalam dengan informan.⁴⁶

⁴⁶ Miles & Huberman, *Qualitative Data Analysis* (London: SAGE Publications, 1984), 20.



Gambar 2. Analisa Data Menurut Miles dan Huberman

Analisis data tersebut berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data. Strategi analisis bertolak dari data dan bermuara pada simpulan-simpulan umum. Berdasarkan strategi analisis data yang digunakan, maka analisis data dilakukan secara induktif.⁴⁷

Reduksi dalam fenomenologi dijelaskan oleh Edmund Husserl, yaitu penyaringan atau pengecilan, dimana untuk mengetahui sesuatu, seorang fenomenolog bersikap netral dengan tidak menggunakan teori-teori atau pengertian-pengertian yang telah ada sehingga obyek diberi kesempatan untuk berbicara tentang dirinya sendiri.⁴⁸

Penyajian data ditulis dalam teks deskriptif untuk menggambarkan relasi ketahanan usaha dengan modal sosial yang terbentuk di dalam transaksi jual beli pasar Sopyonyono. Merumuskannya didasarkan pada hasil wawancara mendalam pada subyek penelitian (pedagang muslim), observasi dan segala informasi lain yang didapat

⁴⁷ Burhan Bungin, (ed.), *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 209.

⁴⁸ K. Bartens, *Filsafat Barat Abad XX: Inggris-Jerman* (Jakarta: Gramedia, 1981), 90.

dari penelitian di pasar Soponyono. Dalam melakukan proses wawancara, peneliti berusaha mencurahkan waktu dengan subyek penelitian yang diteliti untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana pandangan mereka tentang modal sosial di dalam kehidupan nyata keseharian pasar Soponyono. Hal ini sesuai prinsip fenomenologi bahwa peneliti tidak boleh menyertakan asumsi teoritis dalam studinya, akan tetapi mendeskripsikan ide-ide yang berasal dari subyek penelitian.

Penelitian ini juga memperhatikan derajat kepercayaan (*credibility*). Penerapan derajat kepercayaan pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal pada penelitian nonkualitatif. Fungsi derajat kepercayaan yaitu: penemuannya dapat dicapai dan mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan yang sedang diteliti. Kriteria derajat kepercayaan diperiksa dengan beberapa teknik pemeriksaan:

- a. Triangulasi, untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain, termasuk dengan penelitian terdahulu. Triangulasi dilakukan dengan: mengajukan berbagai variasi pertanyaan kepada pedagang muslim pasar Soponyono, membandingkan data hasil pengamatan (aktivitas perdagangan) dengan wawancara dan mengeceknya dengan berbagai sumber data (pengurus pasar dan pembeli).
- b. Kecukupan referensial, yaitu mengumpulkan berbagai bahan-bahan, catatan-catatan, atau rekaman-rekaman yang dapat digunakan sebagai referensi dan patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data.

- c. Keteralihan (*transferability*) sebagai persoalan empiris bergantung pada pengamatan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut, seorang peneliti perlu mencari dan mengumpulkan data kejadian dalam konteks yang sama.
- d. Kebergantungan (*dependability*). Dalam penelitian kualitatif, uji kebergantungan dilakukan dengan melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian. Untuk mengetahui dan memastikan apakah hasil penelitian ini benar atau salah, peneliti mendiskusikan dengan promotor secara bertahap mengenai data lapangan, mulai dari proses penelitian hingga taraf kebenaran data yang didapat.
- e. Kepastian (*confirmability*). Dalam penelitian kualitatif, uji kepastian mirip dengan uji kebergantungan, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji kepastian berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada tetapi hasilnya ada.

Dalam penelitian ini, peneliti mencari dan mengumpulkan data kejadian empiris dalam konteks yang sama mengenai identifikasi relasi modal sosial dan ketahanan usaha pedagang pasar Soponyono. Untuk menjamin kepastian bahwa penelitian objektif, peneliti melakukan pemeriksaan secara cermat mengenai asal-usul data, logika penarikan kesimpulan dari data, serta telaah terhadap kegiatan peneliti tentang keabsahan data.

H. Sistematika Pembahasan

Penyusunan hasil penelitian terdiri dari bab-bab, yaitu:

Bab pertama adalah pendahuluan yang membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan metode penelitian, yaitu pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data. Bahasan terakhir adalah sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah kajian teoretik mengenai ketahanan usaha dan modal sosial, termasuk di dalamnya adalah unsur, bentuk, dan jenis modal sosial.

Bab ketiga adalah modal sosial dalam pasar tradisional Soponyono, yaitu pasar tradisional Soponyono sebagai setting penelitian, ketahanan usaha dan modal sosial pedagang muslim pada pasar tersebut.

Bab keempat adalah analisa tentang ketahanan usaha pedagang, unsur modal sosial yang terbentuk, dan relevansi modal sosial dengan ketahanan usaha pedagang muslim pasar Soponyono.

Bab kelima adalah penutup yang berisi kesimpulan, implikasi teoretik, dan rekomendasi untuk penelitian berikutnya.

BAB II

KETAHANAN USAHA DAN MODAL SOSIAL

13. Ketahanan Usaha

Ketahanan usaha berkaitan dengan sebuah strategi yang dijalankan oleh seorang pelaku bisnis. Strategi berasal dari *strategos* (bahasa Yunani), yaitu *stratos* yang berarti tentara, dan *ego* yang artinya adalah pemimpin. Secara istilah, oleh Stephanie Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin untuk mencapai tujuan jangka panjang suatu organisasi (wadah pengikutnya), disertai penyusunan cara mencapainya.⁴⁹

Dengan begitu, strategi berkaitan dengan upaya mencapai tujuan jangka panjang. Dijelaskan oleh Harry Yarger, strategi merupakan proses kontrol atas kondisi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu mewujudkan ketahanan (keberlangsungan) dengan menganalisa isu, peluang, dan ancaman terhadap sesuatu hal tersebut. Strategi dibangun oleh pemikiran-pemikiran yang strategis. (*A theory of strategy educates the strategist's mind*). Selain itu, strategi juga belajar dari sejarah

⁴⁹ Stephanie K. Marrus, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2002), 31.

(pengalaman).⁵⁰ Dari pemikiran Yarger tersebut, dapat diketahui bahwa strategi merupakan analisa memahami pengalaman yang pernah terjadi.

Pengalaman merupakan sesuatu hal yang dapat dipelajari, termasuk tentang bagaimana cara mengatasi suatu persoalan. Strategi juga dapat dibentuk dengan cara mengkritik atau mengevaluasi kelemahan sesuatu hal tersebut. Evaluasi bukan hanya melihat kelemahan, namun juga peluang, ancaman, dan tantangan yang dihadapi. Hal ini secara utuh ketika dianalisa, dapat menjadi rangkaian sebuah strategi penguatan, termasuk untuk perencanaan masa depan.

Strategi penting dimiliki untuk memperkuat suatu usaha produktif (perdagangan) sebagai bentuk upaya mempertahankan usaha ekonominya ditengah kuatnya situasi persaingan usaha. Strategi bahkan diharapkan meningkatkan produksi atau tingkat penjualan dalam suatu bisnis dalam kondisi apapun, termasuk bagaimana dapat bertahan di tengah kompetisi usaha.

Perdagangan dalam Islam dikenal dengan istilah *at-tija>rah*. Menurut ar-Ra>ghib al-As{faha>ni> dalam *al-Mufrada>t fi> Ghari>b al-Qur'a>n*, *at-tija>rah* yaitu pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan⁵¹. Usaha mencari keuntungan

⁵⁰ Harry Yarger, *Strategic Theory For The 21st Century: The Little Book On Big Strategy* (Carlisle: U.S. Army War College, 2006), 1.

⁵¹ التَّصَرُّفُ فِي رَأْسِ الْمَالِ طَلَبًا لِلرَّيْحِ
(Abi al Qosim Al-Husain bin Muhammad (Ar-Ra>ghib Al-As{faha>ni>), *Al-Mufra>dat fi> Gha>ri>b al-Qur'a>n* (Mesir: Maktabah wa Matba'ah Must{afa al-ba>bi al-H{alabi wa 'auladi>hi, 1961), 73.)

dapat ditempuh melalui perdagangan ataupun perniagaan. Islam menjelaskan kegiatan perniagaan sebagai fitrah manusia yang memang ada dalam kehidupan nyata manusia. Bahkan Islam menganjurkan tindakan perniagaan terjalin di antara sesama muslim. Hal ini tertulis di dalam Q.S An-Nisa>' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا⁵²

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.⁵³

Dari ayat tersebut, diambil hikmah bahwa kegiatan perniagaan merupakan fitrah manusia untuk mencari rezeki yang memiliki ketentuan dalam Islam, diantaranya meninggalkan cara-cara *bathil* (menimbulkan kerusakan) dan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain. Pembeli membutuhkan barang dan penjual membutuhkan pemasukan (uang). Kedua pihak harus mendapatkan manfaat dan tidak ada yang dirugikan.

Islam juga mengajarkan etika dalam berdagang, salah satunya yang dijelaskan dalam hadits Rasulullah SAW tentang perilaku jual beli dalam H.R. Imam Bukhori bab kemudahan dan toleransi dalam jual-beli.

⁵² Al-Qur'a>n, 4: 29.

⁵³ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 103.

رَحِمَ اللَّهُ امْرَأً سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى⁵⁴

Allah akan menyayangi seseorang yang toleran dalam menjual dan membeli⁵⁵.

Islam menjelaskan etika jual-beli dalam mekanisme pasar disebabkan aktivitas tersebut adalah solusi pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Dijelaskan oleh M.N. S{iddiqi, beberapa fungsi mekanisme pasar, yaitu: menyelesaikan masalah konsumsi, produksi, dan distribusi; Islam membuat perilaku konsumen menjadi lebih baik, dan intervensi pemerintah dapat terjadi selama bertujuan mencapai kesuksesan mekanisme pasar⁵⁶.

Dalam perdagangan yang terjadi pada pasar, tentu menimbulkan persaingan usaha sehingga dibutuhkan strategi-strategi bertahan atau ketahanan bisnis. Ketahanan bisnis (*business endurance*) menurut Kelly Robins ialah kualitas penting dalam setiap orang untuk memulai bisnis baru dan yang ingin meraih tujuan besar. Ketahanan adalah kekuatan berkompetisi dan kemampuan untuk bertahan dalam waktu lama⁵⁷ Sedangkan menurut Kasmir, strategi merupakan langkah-langkah atau cara umum yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.⁵⁸ Tujuan yang dimaksud adalah bagaimana perusahaan dapat bertahan di tengah peluang dan ancaman yang

⁵⁴ Al-Bukha>ri>, *S{ah{ih al-Bukha>ri>*, h{adi>th no. 2076.

⁵⁵ Al-Bukha>ri>, *Kitab S{ah{ih al-Bukha>ri>* Juz 3, Terj. Achmad Sunarto (Semarang: Asy-Syifa, 1993).

⁵⁶ S{iddiqi, *Consumer Behaviour*, dalam Sayyid Tahir (ed.), dkk., *Readings in Microeconomics: an Islamic Perspective* (Malaysia: Longman Malaysia, 1992), 53.

⁵⁷ Kelly Robins, "How to Build the Endurance You Need to Achieve Your Business Goals", *The Business Journals*, 13 Mei 2016, dalam <https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/growth-strategies/2016/05/how-to-build-the-endurance-you-need-to-achieve.html> (21 Mei 2018).

⁵⁸ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 171.

dihadapi. Ketahanan usaha diukur dari berapa lama keberlangsungan keberlanjutan usaha.

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, keberlangsungan menerangkan suatu keadaan atau kondisi yang sedang berlangsung terus-menerus dan berlanjut, merupakan suatu proses yang terjadi dan nantinya bermuara pada suatu eksistensi atau ketahanan suatu keadaan.⁵⁹ Keberlangsungan disebut juga dengan istilah *suistanabilitas*, "*Sustainability is: using, developing and protecting resources in a manner that enables people to meet current needs and provides that future generations can also meet future needs, from the joint perspective of environmental, economic and community objectives.*"⁶⁰ Dari pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa keberlangsungan adalah sesuatu cara yang dipergunakan untuk mengembangkan dan melindungi sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan akan datang. Dikaitkan usaha, maka keberlangsungan usaha merupakan cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada di dalam suatu usaha (bisnis). Cara-cara yang dipergunakan ini dapat bersumber dari pengalaman sendiri, orang lain, ataupun kondisi ekonomi yang sedang terjadi.

⁵⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1988).

⁶⁰ University of Wisconsin Extension, "*Sustainability...the Key to Understanding the Issues*", dalam <http://connectingthecoast.uwex.edu/Investigate/sustainability.html>. (21 Agustus 2018).

Ketahanan usaha menjadi hal penting bagi semua pelaku ekonomi, terutama pelaku usaha mikro dan kecil karena merupakan representatif ekonomi rakyat (bukan pemilik modal atau yang disebut kapitalis). Terdapat beberapa penelitian yang mengkaji ketahanan bisnis industri kecil atau mikro, salah satunya oleh Nyoman Ariana. Dalam penelitian tentang bentuk usaha masyarakat di sekitar tempat pariwisata Bali, dijelaskan bahwa salah satu faktor yang berperan dalam keberlangsungan atau bertahannya industri kecil, khususnya di pedesaan, adalah kemampuan pelaku industri memanfaatkan modal (jaringan) sosial di sekitar mereka.⁶¹ Dengan begitu, terdapat korelasi antara ketahanan industri kecil atau mikro dengan modal sosial. Hal ini menjadi pertimbangan dalam penelitian yang dilakukan saat ini, yaitu menemukan relasi antara ketahanan usaha dengan modal sosial pedagang muslim pasar Sopyonyo.

Pasar dijelaskan oleh al Ghazâlî sebagai bagian dari “keteraturan alami” kebutuhan manusia, yaitu berawal dari pemenuhan kebutuhan yang dilakukan dengan sistem barter (*al-muqayyad{ah}*), namun pelaksanaannya memiliki banyak kelemahan, sehingga muncul ide terbentuknya pasar.⁶²

⁶¹ Nyoman Ariana dan I Nyoman Sudiarta, “Implementasi Marketing Mix pada Masing-masing Tahap Life Cycle Pariwisata Bali”, dalam *Jurnal Manajemen Pariwisata*, Vol 6, No. 2 (Desember 2006).

⁶² Al Ghazâlî seperti dikutip Nasution: “Dapat saja petani hidup dimana alat-alat pertanian tidak tersedia, sebaliknya pandai besi dan tukang kayu hidup dimana lahan pertanian tidak ada. Namun secara alami, mereka akan saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat pula terjadi tukang kayu membutuhkan makan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat tersebut atau sebaliknya. Keadaan ini menimbulkan masalah. Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak dan tempat penyimpanan hasil sesuai dengan kebutuhan masing-masing sehingga terbentuklah pasar. Petani, tukang kayu dan *pande* besi yang tidak dapat langsung melakukan barter juga terdorong pergi ke pasar ini. Bila di pasar juga tidak ditemukan orang yang melakukan barter, ia akan menjual pada pedagang dengan harga yang relatif murah untuk

Dalam sejarah Islam, keberadaan pasar telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dengan memulai profesi sebagai pedagang ketika berusia 12 tahun. Ketika Rasulullah SAW sampai ke Medinah, beliau membangun sebuah pasar untuk kaum muslimin dengan tujuan melepaskan mereka dari monopoli kaum Yahudi dan penguasaan mereka terhadap ekonomi kota Medinah. Rasulullah SAW mengatur perdagangan sesuai peraturan-peraturan baru, seperti: kebebasan dagang, keadilan, pelarangan segala bentuk tipu daya, monopoli dan penipuan, dan melarang segala keburukan sistem perdagangan kaum Yahudi yang serupa dengan sistem kapitalis.⁶³

Sedangkan pasar menurut Kotler merupakan suatu proses sosial dan manajerial antara individu dengan kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka melalui pertukaran sesuatu yang bernilai satu sama lain.⁶⁴ Pasar merupakan solusi dalam permasalahan alokasi sumber daya (barang dan jasa). Melalui pasar, hasil kerja atau upah akan dihargai meski terkadang tidak dapat menyediakan semua kebutuhan dan keinginan masyarakat. Distribusi dalam pasar harus membuat masyarakat nyaman dengan keadilan yang berlaku dan memenuhi kebutuhan utama masyarakat.⁶⁵

kemudian disimpan sebagai persediaan. Pedagang kemudian menjualnya dengan suatu tingkat keuntungan. Hal ini berlaku untuk setiap jenis barang.” (Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 152).

⁶³ Abd al-Sami' al-Mishriy, *al-Masrif al-Islamiyyah 'Ilmiyyah wa 'Amaliyyah* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1988), 7.

⁶⁴ Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2000, buku I), 11.

⁶⁵ M. Nejatullah Siddiqi, *Muslim Economic Thinking* (Jeddah: King Abdul Aziz University, 1981), 18.

Dalam Islam, menjalankan aktivitas usaha mencari rezeki halal memang suatu anjuran, sesuai yang dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَقَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ
فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ
الضَّالِّينَ⁶⁶

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Mash'aril haram. Dan berzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.⁶⁷

Anjuran agar manusia memiliki semangat mencari rezeki juga dijelaskan dalam Q.S Al Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ⁶⁸

Apabila telah ditunaikan sembahyang, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.⁶⁹

⁶⁶ Al-Qur'a>n, 2: 198.

⁶⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 48.

⁶⁸ Al-Qur'a>n, 62: 10.

⁶⁹ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 933.

Meskipun bisnis merupakan salah satu cara untuk mendapatkan rezeki halal yang harus dipertahankan melalui strategi bertahan, Islam juga mengatur etika bisnis bagi pedagang. Hal ini terlihat dalam hadits, bahwa dari Mu'adz bin Jabal r.a, berkata: Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ مُعَاذِ بْنِ جَبَلٍ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: " إِنَّ أَطْيَبَ الْكَسْبِ كَسْبُ التَّجَارِ الَّذِينَ إِذَا حَدَّثُوا لَمْ يَكْذِبُوا ، وَإِذَا انْتَمَنُوا لَمْ يَخُونُوا ، وَإِذَا وَعَدُوا لَمْ يُخْلِفُوا ، وَإِذَا اشْتَرَوْا لَمْ يَذْمُوا ، وَإِذَا بَاعُوا لَمْ يُطْرُوا ، وَإِذَا كَانَ عَلَيْهِمْ لَمْ يَمْطُلُوا ، وَإِذَا كَانَ لَهُمْ لَمْ يُعْسِرُوا⁷⁰

Sesungguhnya sebaik-baik penghasilan ialah penghasilan para pedagang yang mana apabila berbicara tidak bohong, apabila diberi amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila membeli tidak mencela, apabila menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila berhutang tidak menunda-nunda pelunasan dan apabila menagih hutang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan.

Hadits tersebut bukan hanya menjelaskan keutamaan ikhtiar mencari rezeki, namun juga karakter pedagang yang sesuai nilai-nilai Islam. Karakter pedagang juga dijelaskan oleh M. Nejatullah Siddiqi, bahwa pedagang atau pengusaha tidak boleh melakukan penipuan, kecurangan, memaksa konsumen, unsur perjudian, bunga laba yang terlalu tinggi, menimbun, monopoli, spekulasi ataupun kolusi di antara pedagang yang hanya akan merugikan konsumen. Dengan begitu, *entrepreneur* (pedagang) harus

⁷⁰ Al-Baihaqi, *Shu'abul Iman, Bab Hifzhu al-Lisan* IV/221.

jujur dan menyampaikan kebenaran dalam semua kesepakatan dengan konsumen dan harus mengutamakan kepentingan sosial disamping keuntungan belaka.⁷¹

Jusmaliani merangkum beberapa prinsip perdagangan yang dicontohkan Rasulullah SAW, yaitu prinsip keadilan dan kejujuran. Kedua prinsip tersebut dijelaskan oleh Jusmaliani sebagai bentuk teladan dalam prinsip manajemen bisnis modern, yaitu kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), pelayanan yang unggul (*service excellence*), kemampuan, efisiensi, transparansi (kejujuran), dan persaingan yang sehat serta kompetitif. Rasulullah SAW adalah pelopor bisnis yang menggunakan prinsip kejujuran serta transaksi bisnis yang adil dan sehat.⁷² Prinsip kejujuran Rasulullah SAW membuatnya mendapatkan gelar *al-ami>n* (dapat dipercaya), sesuai yang dikemukakan pemuka kaum Quraisy:

رَضِينَا بِالْأَمِينِ⁷³

Karakter-karakter pelaku bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah, akan mempermudah kesuksesan bisnis. Namun, tetap saja diperlukan strategi bertahan untuk keberlangsungan usaha bisnisnya. Menurut Edi Suharto, strategi bertahan dalam perekonomian dilakukan dengan berbagai cara yaitu:

- 1) Strategi aktif; merupakan strategi yang mengoptimalkan segala potensi secara

⁷¹ M. Nejatullah S{iddiqi, *Muslim Economic Thinking* (Jeddah: King Abdul Aziz University, 1981), 17.

⁷² Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 54.

⁷³ "ومضة تربوية « التربيوي » الرئيسية " , yang berarti (Kami Meridhoi dengan Keputusan *al Ami>n*), dalam <http://www.almoslim.net/node/165244> (12 Agustus 2019).

internal, seperti: memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber daya yang ada, dan menata kios agar terlihat lebih rapi dan menarik.

- 2) Strategi pasif; merupakan strategi yang mengurangi pengeluaran guna memenuhi kebutuhan, misalnya: mengurangi pengeluaran sandang, pangan dan sebagainya.
- 3) Strategi jaringan; merupakan strategi yang mencakup dalam usaha menjalin relasi, baik secara formal maupun informal dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan, seperti dengan membangun relasi dengan lingkungan sosial meliputi relasi antara penjual dan pembeli.⁷⁴ Strategi jaringan ini merupakan wujud relasi sosial yang menjadi indikator menguatkan ketahanan usaha. Strategi inilah yang kemudian dipahami sebagai modal sosial.

14. Modal Sosial

Konsep modal sosial dijelaskan oleh banyak ahli, diantaranya Pierre Bourdieu (1930-2002), Robert Putnam (1941), Abraham Semic, Francis Fukuyama (1952), dan James S. Coleman (1926 – 1995). Istilah modal sosial pertama kali disampaikan oleh Pierre Bourdieu pada tahun 1972. Definisi mendasar modal sosial dijelaskan Bourdieu sebagai tindakan untuk meraih tujuan yang menguntungkan. *“Social capital is the sum of resources, actual or virtual, that accrue to an individual or a group by virtue of possessing a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual*

⁷⁴ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2002), 124.

acquaintance and recognition"⁷⁵, yaitu sebagai sekumpulan sumberdaya aktual maupun potensial dan kekuasaan yang terkait dengan pemilikan suatu jaringan yang tahan lama dari hubungan-hubungan yang sudah terlembagakan dan bisa dipergunakan dengan tujuan saling menguntungkan.

Dengan begitu, modal bukan hanya sebagai sesuatu yang berbentuk materi, melainkan keseluruhan sumberdaya serta keuntungan yang bisa dimiliki seseorang berkat adanya jaringan sosial. Kunci utama fungsi modal sosial menurut Bourdieu adalah memberi keuntungan bagi para aktornya. Keuntungan melalui modal sosial oleh Bourdieu didapatkan seseorang di dalam masyarakat melalui keanggotaannya dalam entitas sosial tertentu. Wujud keanggotaan kelompok yang relatif terikat seperti keluarga, suku, sekolah, komunitas, dan lainnya. Dalam institusi tersebut, individu bisa saling berinteraksi untuk membangun suatu jaringan yang akan mengakibatkan hubungan resiprositas (saling timbal balik) antar anggota atas dasar kepercayaan maupun norma yang disepakati bersama. Ikatan hubungan sosial yang terbentuk, disebut Bourdieu akan memunculkan *institution as a relative*, yaitu relasi kelembagaan. Relasi ini menunjukkan bahwa di antara individu mengenal simbol hubungan sebagai *sister, brother*, meski tidak sedarah.⁷⁶

⁷⁵ Pierre Bourdieu, *An Invitation to Reflexive Sociology* (Chicago: University of Chicago Press, 1992), 119.

⁷⁶ Pierre Bourdieu, "The Forms of Capital", dalam *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, J. Richardson (Westport Connecticut: Greenwood, 1986), 22.

Pemikiran modal sosial oleh Bourdieu tersebut menunjukkan dua komponen di dalam modal sosial, yaitu anggota (individu) suatu group dan jaringan sosial, yang satu sama lainnya terhubung dalam modal sosial. Kualitas modal sosial tergantung dari hubungan sosial antar individu. Membangun jaringan sosial tergantung antara dua hal, rasa subyektif individu (rasa ingin mendapat pengakuan, penghormatan, dan kebersamaan satu sama lain), dan jaminan yang diberikan oleh suatu kelembagaan pada setiap individu di dalamnya.⁷⁷

Kedua hal di atas, yaitu rasa subyektif dan jaminan kelembagaan, merupakan hal yang sangat mendukung terciptanya *sense of belonging* terhadap suatu kelembagaan, yang dalam hal ini adalah seorang individu sebagai bagian suatu masyarakat. Jika individu menyadari dirinya telah diterima dan diakui sebagai bagian dari suatu kelembagaan (masyarakat), maka ia akan merasakan kenyamanan dalam interaksi sosial dengan individu lainnya. Begitupun ketika terdapat jaminan dari masyarakat. Jaminan ini bisa berupa perasaan aman dan *tepo seliro* (tenggang rasa). Individu merasa berada dalam suatu keluarga besar yang secara tidak langsung menjaganya bahkan siap membantu atau minimal mencoba memberikan dukungan jika individu tersebut mendapat suatu kesulitan. Sikap-sikap sosial yang terbangun inilah yang kemudian menjadi penjamin keberlangsungan modal sosial dalam suatu lingkungan sosial.

⁷⁷Tristan Claridge, "Coleman on Social Capital Rational Choice Approach" dalam <https://socialcapitalresearch.com/coleman-on-social-capital-rational-choice-approach/> (1 Mei 2019), 1.

Sama dengan Bourdieu yang menjelaskan modal sosial sebagai sesuatu yang memberikan keuntungan bersama, Francis Fukuyama juga menjelaskan pemikiran yang sama. Keuntungan bersama dijelaskan oleh Fukuyama disebabkan modal sosial adalah norma informal yang mengikat dan mendorong kerjasama di antara orang-orang yang terhimpun di dalamnya untuk melakukan sesuatu kegiatan produktif. Ikatan di antara mereka disebabkan adanya rasa saling percaya dan jaringan sosial.⁷⁸

Bentuk kerjasama di dalam modal sosial, merupakan hal yang dianggap penting bagi anggota di dalamnya. Menurut James S. Coleman, bentuk kerjasama terjalin berdasarkan rasionalitas para aktornya. Rasionalitas menunjukkan bahwa kerjasama antar individu sangat penting, baik untuk kebutuhan sosial ekonominya sendiri, maupun orang lain. Urgensi kerjasama menjadikan modal sosial sebagai *public goods*, yaitu kepentingan umum. Coleman memberikan contoh, hak kepemilikan kekayaan dan hak atas kekayaan. Hak kepemilikan adalah milik individu, sedangkan hak atas kekayaan adalah kemanfaatan yang bisa dirasakan oleh banyak orang. Kemanfaatan bisa dirasakan banyak orang jika pemiliknya menjalankan hubungan sosialnya.⁷⁹

Sejauh mana kemanfaatan modal sosial, tentu bergantung pada tingkat kerjasama antar individu di dalam suatu asosiasi. Coleman menjelaskan bentuk ilustrasinya: “Jika A melakukan sesuatu untuk B dan percaya bahwa B akan melakukan memberi manfaat timbal balik pada masa mendatang, maka ini menjadi harapan bagi

⁷⁸ Francis Fukuyama, *Social Capital and Civil Society* (Washington: International Monetary Fund, 2000), 116.

⁷⁹ James S. Coleman, "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology* (Vol. 94, Chicago: The University of Chicago Press, 1988), 116.

A dan kewajiban bagi B.” Struktur ini disebut Coleman dengan kalimat: *"people are always doing things for each other"*, bahwa orang akan saling melakukan perbuatan (kebaikan) satu sama lainnya.⁸⁰ Kebaikan tersebut dilakukan secara ikhlas tanpa jaminan harus ada reward (penghargaan) atas kebaikan yang dilakukan, seperti yang diutarakannya: *"why someone might be helpful to someone else without any obvious reward"*.⁸¹ Kebaikan ini dijelaskannya sebagai bentuk altruism yang saling timbal balik. Istilah yang digunakannya adalah *credit slip*: *"When A does something for B and trusts B to reciprocate in the future, this establishes an expectation in A and an obligation in B"*, yaitu kewajiban berbuat baik, jika si A melakukan kebaikan, maka ia percaya bahwa si B akan membalas kebaikan tersebut di masa mendatang.⁸²

Kebaikan yang terjadi di antara individu di dalam sebuah jaringan (modal sosial), disebabkan bahwa tindakan yang dilakukan mereka, merupakan investasi untuk mereka sendiri. Hal ini disebabkan sumber-sumber yang melekat dalam struktur sosial merupakan akses yang menggerakkan aksi-aksi bertujuan sebagai investasi relasi sosial antar individu. Aksi-aksi ini menguatkan strategi bagaimana cara mereka meraih harapan yang diinginkan dari relasi sosial di antara mereka.⁸³

⁸⁰ Ibid., 112.

⁸¹ Ibid., 118.

⁸² Coleman, *Foundations of Social Theory* (Cambridge: Harvard University Press 1990), 309.

⁸³ "...resources embedded in a social structure which are accessed and/or mobilized in purposive actions...investment in social relations by individuals through which they gain access to embedded resources to enhance expected returns of instrumental and expressive actions" (Lin, N. "Building a Network Theory of Social Capital," in *Social Capital: Theory and Research* (USA: Sage Publications, 2001), 17-29.)

Kuat tidaknya modal sosial yang terbentuk terlihat dalam kehidupan asosional yang terjadi. Menurut Robert D. Putnam dalam *Bowling Alone* (1995), fakta tersebut tergambar dalam potret nyata di Amerika Serikat yang ditelitinya. Pada 1830an, kehidupan asosiasional warga cukup kuat, dibuktikan dengan banyaknya tempat kumpul warga yang berfungsi sebagai tempat diskusi, bicara dan mendengarkan informasi terbaru. Pola ini terjadi secara timbal balik untuk selanjutnya memunculkan aksi bersama. Namun pada 1960-an, masyarakat Amerika Serikat mengalami merosotnya nilai-nilai asosiasi yang terpotret dalam berkurangnya aktivitas berkumpulnya masyarakat dalam ikatan interaksi sosial. Putnam menunjukkan beberapa sebab utama terjadinya kemerosotan tersebut.

Pertama, disebabkan banyaknya kesibukan dan besarnya tekanan yang diasosiasikan dengan keluarga yang memiliki dua karir telah mengurangi jumlah waktu dan sumber-sumber lain yang khususnya dapat digunakan perempuan untuk terlibat dalam komunitasnya. *Kedua*, terjadinya fragmentasi ikatan pada warga metropolitan, kawasan elit dan kawasan pinggiran. *Ketiga*, adanya pergeseran pola hiburan yang berbasis rumah melalui televisi serta perubahan generasi. Data Putnam menunjukkan bahwa penonton berat televisi hampir semuanya memutuskan hubungan kehidupan warga dan tidak banyak menghabiskan waktu dengan teman atau keluarga untuk waktu yang cukup lama.⁸⁴

⁸⁴Robert D. Putnam, "*Bowling Alone: America's Declining Social Capital*", dalam <https://www.directory-online.dom> (1 Desember 2018), 4

Bentuk asosiasi yang menjadi potret modal sosial, dapat terwujud karena kesamaan beberapa orang, sebagai contoh kesamaan latar belakang suku, sekolah, hobi, profesi, dan sebagainya. Bentuk asosiasi tersebut, oleh Francis Fukuyama disebut *gesselschaft*. Lebih lanjut, Fukuyama menjelaskan bahwa modernitas membuat perubahan dalam ikatan sosial, yaitu pergeseran dari *gemeinschaft*, menjadi *gesselschaft*. *Gemeinschaft* adalah ikatan yang terbangun karena darah (kekerabatan), tempat, dan ideologi (pemikiran). Sedangkan *gesselschaft* adalah ikatan yang terbangun karena kesamaan kepentingan di dalam kelompok sosial tersebut.⁸⁵ *Gemeinschaft* atau asosional ini, dapat diartikan pula sebagai bentuk jejaring sosial yang mengikat beberapa individu atas kesamaan di antara mereka.

Selain jejaring sosial atau asosional, kuat tidaknya modal sosial juga dapat dianalisa dalam hal legitimasi pimpinan. Hal ini dijelaskan oleh Andy Bluden, bahwa modal sosial memberikan dampak pada kualitas legitimasi pemimpin dalam suatu wilayah. Pada masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi, maka legitimasi pemimpin tergolong kuat, karena konsensus warga atas dasar kepercayaan. Dalam rangka mewujudkan kemanfaatan bersama, kebijakan pemimpin lebih mengarah pada pola-pola praktek pelayanan yang terbuka dan berkeadilan dalam masyarakat. Berbagai persoalan yang dianggap kurang memenuhi harapan masyarakat, kemudian dapat diperbaiki sesuai dengan kesepakatan yang terbentuk. Sebaliknya dalam masyarakat dimana modal sosial rendah atau menurun, dikarenakan penurunan kepercayaan dan

⁸⁵Francis Fukuyama, *The Great Disruption* (Boston: The Atlantic Monthly, Mei 1999), 1.

legitimasi pada suatu institusi termasuk kepemimpinan, maka akan membawa masyarakat pada tatanan kehidupan sosial yang *chaotic*. Lemah atau kuatnya modal sosial, tergantung pada radius kepercayaan.⁸⁶ Dengan begitu, legitimasi pada pimpinan adalah terletak pada unsur *trust* (kepercayaan).

Minimnya kepercayaan menyebabkan satu sama lain tidak memiliki kepedulian. Hal ini juga merupakan bentuk kemerosotan modal sosial. Dijelaskan oleh James S. Coleman dalam *Social Capital in the Creation of Human Capital*:

*"if you live on a street where you can rely on your neighbours to look out for your children, then you have access to a form of social capital which other people, in less trusting or well-bonded streets, do not. Furthermore, this is nor a resource which I could give or sell to my friend on the other side of town. To get access to it, she would have to move into my streets (or one like it) and establish some relationship with her neighbours - all of which would take time and effort - because social capital is a resource based on trust and shared values, and develops from the weaving-together of people in communities."*⁸⁷

Dari contoh tersebut, dipahami bahwa Coleman menjelaskan contoh jika seseorang tinggal di jalanan kemudian ingin mengandalkan tetangganya untuk membantu mencari anaknya. Sedangkan selama ini modal sosial di antara mereka terbentuk kurang baik, yaitu kurang saling percaya dan sudah terikat dengan kebiasaan sosial orang jalanan (individual dan merasa asing satu sama lain), maka tidak mungkin tetangga akan menolongnya. Namun untuk mendapatkan akses modal sosial yang baik, seseorang dari jalanan harus pindah ke area pemukiman penduduk dan membangun hubungan sosial yang baik dengan tetangganya. Semua ini tentu membutuhkan waktu

⁸⁶Andy Bluden, *Social Solidarity versus Social Capital*, rthicalpolitics.org), 58

⁸⁷ Coleman, *Social Capital*, 104.

dan usaha, karena modal sosial bersumber dari rasa percaya sesama individu dan membangun kebersamaan dalam suatu komunitas atau lingkungan yang dimaksud. Oleh sebab itu, kehidupan jalanan bagi Coleman merupakan contoh yang buruk karena perkumpulan orang nomaden. Mereka biasanya berasal dari latar belakang sosial yang tidak baik dan masa lalu yang kelam. Hal tersebut menjadikan mereka memiliki modal sosial yang rendah.

Coleman kemudian melekatkan modal sosial pada hubungan keluarga dan organisasi sosial (komunitas). Coleman memandang kedua lingkungan tersebut berguna bagi perkembangan kognitif (pengetahuan) dan kepekaan sosial generasi muda. Perkembangan modal sosial seseorang ataupun lingkungan sosial bergantung pada sumber daya tersebut (kognitif dan kepekaan sosial) yang berbeda antara satu dengan lainnya. Representasi sumber daya tersebut melibatkan tiga bentuk modal sosial yang dijelaskan di atas, yaitu harapan, kewajiban dan kepercayaan yang ketiganya menjadi ukuran resiprositas (aksi sosial) sesama individu. Semakin tinggi rasa percaya sesama individu, maka semakin tinggi pula nilai-nilai untuk membangun kebersamaan di antara mereka.

Coleman juga mencontohkan bahwa setiap orang di lingkungan mendapat manfaat ketika dalam lingkungan tersebut, setiap individu saling percaya dan bekerjasama menurunkan tingkat kejahatan lokal. Kontribusi langsung oleh para aktor akan bermanfaat bagi keseluruhan, bukan hanya individu. Keluarga atau komunitas akan semakin jika ikatan sosial antar anggotanya juga kuat. Bahkan Coleman menjelaskan bahwa keluarga merupakan tempat tumbuh dan berkembangnya modal

sosial. Coleman menyampaikan: "*If the human capital possessed by parents is not complemented by social capital embodied in family relations, it is irrelevant to the child's educational growth that the parent has a great deal, or small amount, of human capital*".⁸⁸

Ibrahim Semih Akcomak, seorang Ekonom muslim, menjelaskan sumber terbentuknya modal sosial, yaitu:

- a. Hubungan sosial individu yang dapat menjadikan individu meraih suatu status ataupun pemeliharaan kesehatan
- b. Rasa saling memiliki satu sama lain akibat hubungan yang terbangun, sebagai contoh ikatan organisasi sukarela;
- c. Solidaritas yang menjadikan individu rela memberikan sesuatu untuk kepentingan bersama daripada kepentingan pribadi;
- d. Adanya rasa saling percaya sesama individu.⁸⁹

Terbentuknya modal sosial seperti yang dijelaskan tersebut, tak lepas dari unsur-unsur di dalam modal sosial itu sendiri. Robert Putnam menjelaskan unsur yang membentuk modal sosial, yaitu kepercayaan, norma, dan jaringan: "*social capital refers to connections among individuals social networks and the norms of reciprocity*

⁸⁸ Ibid., 109.

⁸⁹ Ibrahim Semih Akcomak, *The Impact of Social Capital on Economic and Social Outcomes* (Netherlands: Universitaire Pers Maastricht, 2008), 20.

and trustworthiness that arise from them."⁹⁰ Jaringan sosial, norma sosial, dan kepercayaan, kemudian menjadi bagian penting dalam penelitian ini.

1. Jaringan Sosial (*Social Networks*)

Christiaan Grootaert, seorang sosiolog Belgia, menjelaskan 6 dimensi jaringan sosial, yaitu: kepadatan asosiasi (proses interaksi yang membentuk lembaga sosial), heterogenitas internal (pekerjaan, agama, tingkat ekonomi, pendidikan), frekuensi pertemuan, efektifitas partisipasi anggota komunitas untuk terlibat dalam pengambilan keputusan, mematuhi pembayaran iuran, dan orientasi komunitas.⁹¹ Sedangkan mengenai jenisnya, menurut Robert Putnam, ada dua jenis jaringan sosial, yaitu *bonding* dan *bridging social capital*.

a. *Bonding Social Capital*

Bonding social capital, merupakan ikatan kelompok sosial yang sama. Dijelaskan oleh Woolcock, "*bonding social capital which denotes ties between like people in similar situations, such as immediate family, close friends and neighbours,*"⁹² yang berarti bahwa *bonding* adalah ikatan perasaan di antara orang-orang yang ada dalam situasi yang sama, seperti ikatan keluarga, teman dekat, dan tetangga. Dikaitkan dengan pemikiran Islam, ikatan keluarga (*social bonding*) dapat dipahami dengan

⁹⁰ Robert Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, 19.

⁹¹ Christiaan Grootaert, *Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia* (Washington: The World Bank, April 1999), 4.

⁹² Woolcock, *The Place of Social Capital*, 13.

istilah '*as}a>biyyah* yang dijelaskan oleh Ibnu Khaldun (1332-1406 M) di dalam *Muqaddimah*.

'*As}a>biyyah* dijelaskan secara *Arab lexicographers*, kamus bahasa arab, yaitu berasal dari kata *as}abah* atau *agnates* (patrilineal, keturunan dari garis bapak). Menurut kamus *al-Ma>niy*, secara literal '*as}abiyyah* berasal dari '*as}abah* (الْعَصْبَةُ), yaitu bentuk jamak dari '*a>s}ib* (غَاصِبٌ).

الْعَصْبَةُ فِي اللُّغَةِ: قَرَابَةُ الرَّجُلِ لِأَبِيهِ، وَأَصْلُ الْكَلِمَةِ مَأْخُودٌ مِنْ قَوْلِهِمْ:
عَصَبَ الْقَوْمِ بِالرَّجُلِ إِذَا اجْتَمَعُوا وَأَحَاطُوا بِهِ مِنْ أَجْلِ الْحِمَايَةِ وَالِدَّفَاعِ

'*As}abah* menurut bahasa artinya semua kerabat seorang laki-laki yang berasal dari ayah. Asal kata '*as}abah* diambil dari mereka (kaum Arab) yang artinya: '*as}abah* suatu kaum (dari kekerabatan laki-laki) ialah apabila mereka mereka bertemu dan saling mengelilingi untuk memelihara dan mempertahankan (satu sama lain).⁹³

Oleh Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa '*as}abiyyah* merupakan ikatan yang terbentuk berdasarkan keturunan. Individu di dalam ikatan tersebut (kekerabatan), hidup berdampingan dan saling berbagi. '*As}abiyyah* kemudian berkembang bukan

“تعريف و معنى عصابة في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي⁹³ dalam <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B9%D8%B5%D8%A8%D8%A9/> (20 Mei 2018).

hanya ikatan darah, melainkan juga ikatan negara sebagai sesama penduduk suatu negara.⁹⁴

Ibnu Khaldun menjelaskan tentang *the natural 'asabiyyah that is inseparable (from human beings)*, yaitu *'asabiyyah* adalah hal yang terpisahkan dari sifat alamiah manusia. Ibnu Khaldun juga menyebut *'asabiyyah* dengan pengertian: "*giving helpful group support to anyone who needed and claimed it.*" *'Asabiyyah* merupakan bentuk support yang mendukung siapapun (dalam suatu kelompok) dan membantu ketika individu tersebut membutuhkan support tersebut. Ia juga menjelaskan bahwa ikatan darah (kekerabatan) akan membuat kelompok yang terikat di dalamnya menjadikan mereka kelompok yang bisa menguatkan satu sama lainnya.⁹⁵

Salah satu penjelasan yang disampaikan Ibnu Khaldun adalah: "*He (leader) must certainly have realized that he could not succeed in introducing reforms in a foreign country without "group feeling" ('asabiyyah) to sustain him in his efforts.*"⁹⁶

Dalam pernyataannya, ia menjelaskan bahwa seorang pemimpin tidak akan berhasil membuat suatu reformasi di suatu negara (baru) tanpa menyatukan dirinya dengan ikatan kelompok *'asabiyyah* (di wilayah tersebut) karena ikatan itulah yang menjadi penopang keberhasilan usahanya.

⁹⁴ Khaldun, *Muqaddimah*, Terj. Ahmadi Thoha (Jakarta: Penerbit Pustaka Firdaus 2001), 851.

⁹⁵ Ibid., 851.

⁹⁶ Ibid., 842.

'*As}a>biyyah* juga dijelaskannya dalam teori berbasis komunitas. Komunitas diartikan secara luas, baik komunitas tradisional maupun komunitas modern. Ibnu Khaldun menjelaskan ekonomi berbasis komunitas ialah berbasis *bada>wah* dan berbasis *had{a<rah*. Dijelaskan dalam pernyataannya: "*The two fundamentally different environments in which all human cooperation takes place and the forms of social organization develop, were distinguished as "desert, desert life" (badawah, cf. Bedouins) and "town, sedentary environment."*"⁹⁷ Maksud dari pernyataannya, bahwa terdapat dua masyarakat yang terbangun sesuai lingkungan sosial suatu wilayah (yang berbeda satu sama lain) dan pola kerjasama di dalam wilayah tersebut. Seperti yang dijelaskan di atas, bahwa terdapat *bada>wah* dan *had{a<rah*. *Bada>wah* adalah komunitas atau kelompok pengembara di gurun (*desert life*), atau yang disebut suku Badui, Badawi, atau Bedouin. Suku pengembara ini berada di jazirah Arab dan merupakan suku asli di Arab. Mereka tinggal berpindah-pinndah dari satu tempat ke tempat lain (nomaden) dan penghidupannya adalah dari menggembala kambing.

Kelompok kedua adalah *had{a<rah* yang disebut dengan masyarakat "*settled area, sedentary urban people*", yaitu masyarakat pemukim atau yang menetap di suatu wilayah. Dijelaskan oleh Ibnu Khaldun, *had{a<rah* muncul fenomena sosial. Salah satu faktor yang melatarbelakangi fenomena ini adalah adanya *group feeling* atau ikatan sosial yang terbentuk di antara anggota masyarakat.

⁹⁷ Ibid., 850.

Dari penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa secara fungsional *as}abah* atau *'as}abiyyah* menunjuk pada ikatan sosial kekerabatan, persaudaraan (*brotherhood*) yang saling menguatkan manusia. Dengan begitu, *'as}abiyyah* merupakan modal solidaritas sosial yang menimbulkan kerjasama satu sama lain sehingga saling menguatkan kesatuan ikatan kelompok tersebut. Itu sebabnya *'as}a>biyyah* juga disebut sebagai *group feeling*, bahwa satu sama lain memiliki solidaritas kuat. Di Indonesia, *group feeling* merupakan karakter asli masyarakat Indonesia sekaligus cermin eksistensi kearifan lokal.

Penjelasan *'as}a>biyyah* ini memiliki kesamaan dengan istilah *ethnic communities* oleh Ibrahim Semih Akcomak, yaitu komunitas etnis, kelompok yang terkumpul karena suatu ikatan kesamaan, semisal, garis keturunan atau kekerabatan yang sama. *Ethnic communities* memiliki solidaritas dan rasa saling percaya satu sama lain, yang kuat.⁹⁸

Dalam Islam, sebuah ikatan sosial atas kesamaan garis keturunan atau kekerabatan, memiliki aspek-aspek kebaikan satu sama lain. Di antaranya yang diterangkan dalam Q.S An Nah{1 ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ⁹⁹

⁹⁸ Ibrahim Semih Akcomak, *The Impact of Social Capital on Economic and Social Outcomes* (Netherlands: Universitaire Pers Maastricht, 2008), 20.

⁹⁹ Al-Qur'a>n, 16: 90.

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan.¹⁰⁰

Perintah berbuat kebajikan dengan tegas dijelaskan dalam ayat tersebut, terutama kepada keluarga atau yang memiliki garis kekerabatan. Perintah tersebut sama dengan yang tertuang dalam Q.S An Nisa>' ayat 36 tentang kewajiban untuk memberi bantuan kepada kerabatnya:

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ
بِالْجُنُبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا

فَخُورًا¹⁰¹

Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu pun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapak, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.¹⁰²

¹⁰⁰ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 415.

¹⁰¹ *Al-Qur'a>n*, 4:36.

¹⁰² Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 123.

Kedua ayat tersebut menjadi pengingat pentingnya hubungan sosial dalam kekerabatan. *Asja>biyyah* atau ikatan kekerabatan yang terjalin dengan baik menjadi penguat satu sama lain, begitupun dalam aktivitas perdagangan, yaitu penguatan jaringan usaha antar pedagang pasar tradisional. Terlebih jika fakta lapangan menunjukkan bahwa memang banyak pedagang yang memiliki hubungan kekerabatan dengan pedagang lainnya ataupun dengan pembeli.

b. *Bridging social capital*

Bridging social capital, as bonds of connectedness that are formed across diverse social groups, yaitu ikatan yang terbentuk berdasarkan kelompok sosial yang berbeda. Sedangkan menurut Mark Granovetter, menjelaskan bahwa *bridging social capital, which encompasses more distant ties of like persons, such as loose friendships and workmates* (*Bridging* adalah ikatan modal sosial yang lebih luas dan lebih longgar, seperti pertemanan dan rekan kerja).¹⁰³

Dalam Islam, ikatan sosial seperti itu disebut dengan istilah *ukhuwwah Isla>miyyah*, yaitu persaudaran menurut aturan Islam (*Islamic worldview*) sesuai Al-Qur'a>n maupun al-h{adi>th. Sebuah h{adi>th menjelaskan pentingnya hubungan persaudaraan sebagai berikut:

¹⁰³ Mark Granovetter, *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness* (Illinois: The University of Chicago Press Journals, 1985), 494-498.

عَنْ أَنَسِ النَّبِيِّ قَالَ : لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

(رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ)¹⁰⁴

Dari Anas r.a, dari Nabi SAW, beliau bersabda: “Tidak sempurna iman seseorang di antara kalian hingga ia mencintai untuk saudaranya segala apa yang ia cintai untuk dirinya sendiri”. (HR. al-Bukhâri).

H{adi>th tersebut menjelaskan mencintai sesama saudara sebagai bagian dari kesempurnaan iman seorang muslim. Syaikh al-Alba>ni r.a membuat penjelasan atas *h{adi>th* tersebut:

“Ketahuilah bahwa tambahan ini مِنْ الْخَيْرِ (berupa kebaikan), adalah tambahan yang sangat penting yang dapat menentukan makna yang dimaksud dalam *h{adi>th* ini. Kata “kebaikan” adalah satu kata yang mencakup berbagai amal ketaatan dan perbuatan mubah, baik dalam masalah dunia maupun akhirat. Salah satu kesempurnaan akhlak seorang muslim ialah ia mencintai kebaikan untuk saudaranya sesama muslim, seperti yang ia cintai untuk dirinya sendiri. Demikian pula ia membenci kejelekan untuk saudaranya, seperti kebenciannya untuk dirinya sendiri. Meskipun hal ini tidak disebutkan dalam *h{adi>th*, namun ini termasuk dalam kandungannya karena mencintai sesuatu mengharuskan membenci sesuatu yang menjadi lawannya.”¹⁰⁵

Ukhuwwah Isla>miyyah dari penjelasan di atas dipahami sebagai kadar kecintaan sesama saudaranya, dan *ukhuwwah Isla>miyyah* merupakan hal utama

¹⁰⁴ Al-Bukha>ri>, *Kitab S{ah{ih al-Bukha>ri*, 20.

¹⁰⁵ *Ibid.*

dalam hakikat keimanan dan kesempurnaan akhlak. Anjuran untuk membangun *ukhuwwah Isla>miyyah* yang kuat pada sesama (kaum muslim) juga dijelaskan dalam Q.S. Ali ‘Imra>n ayat 103:

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ
أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ
مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ¹⁰⁶

Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliah) bermusuh musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu daripadanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk.¹⁰⁷

Juga dalam Q.S Al H{ujura>t ayat 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ
تُزَحَّمُونَ¹⁰⁸

¹⁰⁶ Al-Qur’a>n, 3: 103.

¹⁰⁷ Departemen Agama, *Al-Qur’a>n dan Terjemahnya*, 93.

¹⁰⁸ Al-Qur’a>n, 49: 10.

Sesungguhnya orang-orang mukmin adalah bersaudara karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu dan bertakwalah kepada Allah supaya kamu mendapat rahmat.¹⁰⁹

Persaudaraan dijelaskan dalam beberapa contoh perbuatan, seperti saling menerima kesalahan dan saling membantu jika terdapat kesulitan. Hal ini seperti yang dijelaskan dalam sebuah hadits:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَخْبَرَهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبَاتٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ¹¹⁰

Dari Ibnu `Umar melaporkan: Rasulullah SAW bersabda: "Seorang muslim adalah saudara (lain) Muslim, ia tidak kesalahan dia juga tidak menyerahkannya kepada orang yang tidak dia salah. Jika ada memenuhi kebutuhan saudaranya, Allah akan memenuhi kebutuhannya, jika satu mengurangi seorang muslim dari kesulitan, Allah akan meringankan kesulitannya pada hari kiamat, dan jika ada yang menutupi seorang Muslim (dosa-dosanya), Allah akan menutupi dia (dosa-dosa) di Hari Kebangkitan." (HR. Muslim)¹¹¹

¹⁰⁹ Departemen Agama, *Al-Qur`an dan Terjemahnya*, 846.

¹¹⁰ Muslim, *Sahih Muslim*, H{adi>th no. 2564.

¹¹¹ Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Shahih Al-Lu`lu Wal Marjan*, Terj. Lengkap Kumpulan Hadits Bukhari Muslim (Jakarta: [Akbar Media](http://www.akbarmedia.com), 2011), H{adi>th nomer 2564.

Dalil-dalil naqli¹¹² di atas, baik h{adi>th ataupun yang tertuang dalam Al-Qur'a>n, dijelaskan keutamaan perilaku-perilaku positif sebagai bentuk penguatan *ukhuwwah Isla>miyyah* (persaudaraan). Dalam menjalin *ukhuwwah Isla>miyyah*, seorang muslim harus menyadari adanya kesalahan yang bisa terjadi dan harus saling menerima kondisi sesama saudara, sehingga bisa saling menopang dan meringankan kesulitan satu sama lain.

Banyak nilai-nilai kebaikan yang muncul di dalam bangunan *ukhuwwah Isla>miyyah* sebagai bagian dari ibadah *al-mu'a>malah* (المُعَامَلَةُ), diantaranya menyambung silaturahmi, menyelesaikan masalah dengan musyawarah, dan bersikap sopan dengan sesama.

Al-Qur'a>n cukup banyak menjelaskan tentang silaturahmi, di antaranya terdapat dalam Q.S An-Nisa>' ayat 1:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا¹¹³

Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan isterinya; dan dari pada keduanya Allah membuat keturunan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan s{ilaturreh{mi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.¹¹⁴

¹¹² Dalil naqli adalah dalil yang bersumber dari al-Qur'a>n, as S{unnah dan Ijma' para ulama, dan intisari dalil naqli hanya diambil dari intisari al-Qur'a>n dan as-S{unnah.

¹¹³ Al-Qur'a>n, 4: 1.

¹¹⁴ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 114.

Sikap memelihara silaturahmi dijelaskan dalam firman Allah SWT tersebut sebagai bentuk kewajiban karena Allah SWT selalu mengawasi dan menjaga segala perilaku manusia.

Dari Abdullah bin Salam *r.a*, bahwa Rasulullah SAW. bersabda sebagai anjuran menyambung silaturahmi:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ سَلَامٍ قَالَ: لَمَّا قَدِمَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ ، انْجَفَلَ النَّاسُ إِلَيْهِ ، وَقِيلَ : قَدِمَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ، فَجِئْتُ فِي النَّاسِ لِأَنْظُرَ إِلَيْهِ ، فَلَمَّا اسْتَبْنَيْتُ وَجْهَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَرَفْتُ أَنَّ وَجْهَهُ لَيْسَ بِوَجْهِ كَذَّابٍ ، فَكَانَ أَوَّلَ شَيْءٍ تَكَلَّمْتُ بِهِ أَنْ قَالَ: يَا أَيُّهَا النَّاسُ ، أَفْشُوا السَّلَامَ ، وَأَطْعِمُوا الطَّعَامَ ، وَصَلُّوا الْأَرْحَامَ ، وَصَلُّوا بِاللَّيْلِ وَالنَّاسُ نِيَامًا ، تَدْخُلُوا الْجَنَّةَ بِسَلَامٍ¹¹⁵

Dari ‘Abdullah bin Salam, ia berkata: “Ketika Rasulullah SAW datang ke Madinah, orang-orang segera pergi menuju beliau Rasulullah SAW (karena ingin melihatnya). Ada yang mengatakan: Rasulullah SAW telah datang, lalu aku mendatanginya ditengah kerumunan banyak orang untuk melihatnya. Ketika aku melihat wajah Rasulullah SAW, aku mengetahui bahwa wajahnya bukanlah wajah pembohong. Dan yang pertama kali beliau ucapkan adalah, ‘Wahai sekalian manusia, sebarkanlah salam, berikan makan, sambunglah silaturahmi, shalatlah di waktu malam ketika orang-orang tertidur, niscaya

¹¹⁵ *H{adi>th* ini diriwayatkan oleh at-Tirmidzi> (no. 2485); ad-Dârimi> (I/340); Ibnu Mâjah (no. 1334 dan 3251); al-H{âki>m (III/13), Ah{mad (V/451); Ibn ‘Abi> Shaibah dalam *al-Mus{annaaf* (VIII/388, no. 25777 dan 26133) dan (XIII/30, no. 36858); ad-Dhiyâ’ dalam *al-Mukhtârah* (IX/431, no. 400); ‘Abd bin H{umaid dalam *al-Muntakhab* (no. 495), dan lain-lain.

kalian akan masuk Surga dengan selamat.” (HR. Tirmidzi, Ibnu Majah dan Darimi).

Sikap rahmah (penyayang) seperti yang dicontohkan dalam hadits tersebut merupakan contoh perilaku yang dilakukan pada orang lain agar memperkuat silaturahmi. Dalam hadits lainnya, yaitu hadits riwayat Imam Bukhari, dijelaskan manfaat silaturahmi:

مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ ، وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ ، فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ¹¹⁶

Siapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya hendaklah dia menyambung silaturahmi.¹¹⁷

Dari yang diulas di atas, dijelaskan manfaat atau hikmah silaturahmi. Hal ini pun bisa menjadi motivasi bagi para pedagang agar memperkuat silaturahmi dengan sesama pedagang ataupun pembeli. Bahwa dengan silaturahmi melalui transaksi jual beli, diharapkan akan mendatangkan kelapangan rezeki dan akan saling mengenang kebaikan keakraban satu sama lain sehingga dapat meningkatkan hubungan sosial penjual pembeli, termasuk dalam kehidupan nyata atau bukan terkait perdagangan.

¹¹⁶ Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, hadits no. 5676.

¹¹⁷ Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari* Juz 8 >, Terjemah Achmad Sunarto (Semarang: Asy-Syifa, 1993), 14.

Hubungan sosial dalam Islam dapat terwujud dari perilaku santun dan saling menjaga rasa malu dan memiliki sikap santun. Hal ini sebagaimana tertuang dalam hadits Ibnu Majah Nomor 4178 berikut.

حَدَّثَنَا أَبُو إِسْحَقَ الْهَرَوِيُّ حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْفَضْلِ الْأَنْصَارِيُّ حَدَّثَنَا قُرَّةُ بْنُ خَالِدٍ حَدَّثَنَا أَبُو جَمْرَةَ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لِلْأَشْجِ الْعَصْرِيِّ إِنَّ فِيكَ خَصْلَتَيْنِ يُدْبُهُمَا اللَّهُ الْجِدْمَ وَالْحَيَاءَ¹¹⁸

Telah menceritakan kepada kami (Abu Ishaq Al Harawi) telah menceritakan kepada kami (Al 'Abbas bin Al Fadl Al Anshari) telah menceritakan kepada kami (Qurrah bin Khalid) telah menceritakan kepada kami (Abu Jamrah) dari (Ibnu Abbas), bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda kepada Al Asyaj Al 'Ashri: "Sesungguhnya dalam dirimu terdapat dua sikap yang dicintai oleh Allah; sifat santun dan malu."

Al-Qur'an juga menjelaskan mengenai perintah Allah SWT kepada manusia agar bertutur kata yang baik kepada sesama manusia, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al Baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا
الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ¹¹⁹

¹¹⁸ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, H{adi>th nomer 4178.

¹¹⁹ Al-Qur'an, 4: 1.

Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israel (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat baiklah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah salat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.¹²⁰

Melalui ayat tersebut Allah SWT memerintahkan kepada manusia untuk bertutur kata yang baik kepada sesama, baik kepada orang tua, kerabat, guru, dan teman. Berkata dan berperilaku santun kepada orang lain akan membuat harga diri manusia meningkat. Perilaku santun termasuk di dalamnya ialah perilaku menahan amarah dan adab berpakaian yang sopan.

Perilaku sopan santun juga terbentuk dalam adab berpakaian yang baik. Adab pakaian tersebut, di antaranya dengan mengenakan pakaian sopan dan sederhana sesuai kebutuhan, dan membangun kehormatan bagi pemakainya.

Dijelaskan dalam Q.S An Nu>r ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ

¹²⁰ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 23.

أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى
 عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا
 إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ¹²¹

Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak daripadanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya, kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putra-putra mereka, atau putra-putra suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara laki-laki mereka, atau putra-putra saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertobatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung."¹²²

Ayat Al-Qur'an tersebut bukan hanya menjelaskan kewajiban menjaga aurat demi kehormatan manusia, melainkan juga menjaga dari perilaku sombong (pamer) yang hanya membuat orang lain tidak nyaman dan kecemburuan sosial. Perilaku sopan santun seperti yang dijelaskan dalam Islam tentunya menimbulkan pandangan positif dari orang lain dan menumbuhkan perilaku timbal balik yang positif pula. Sopan santun dalam jangka panjang menumbuhkan rasa saling menghargai (bahasa Jawa: *tepa selira*) dan mengantisipasi persoalan atau perselisihan yang bisa muncul dalam relasi sosial manusia.

¹²¹ Al-Qur'an, 24: 31.

¹²² Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 548.

Mengatasi persoalan dapat dilakukan melalui musyawarah.¹²³ Musyawarah dapat dicontohkan, mengambil pendapat melalui tindakan berunding atau mengajukan sesuatu sebagai upaya bersama memecahkan persoalan. Dalam Q.S. Ash Shu>ra ayat 38, dijelaskan tentang musyawarah sebagai bentuk 'ubu>diyah:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ¹²⁴

Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan salat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.¹²⁵

Sedangkan Ali 'Imra>n ayat 159 menjelaskan musyawarah dalam hal 'amaliyah atau persoalan yang bisa muncul dari hubungan h{abl min anna>s:

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹²³ Musyawarah berasal dari kata رةمشاو (musha>warah). Kata ini merupakan bentuk masdar (kata dasar) dari kata kerja sha>wara - yusha>wiru, yang berakar kata shin, waw, dan ra' dengan pola fa'ala. Struktur akar kata tersebut bermakna pokok "menampakkan dan menawarkan sesuatu". Dari makna terakhir ini muncul ungkapan sha>wartu>fu>la>nan fi> al- \amri> (aku mengambil pendapat si Fulan mengenai urusanku).

¹²⁴ Al-Qur'a>n, 42: 38.

¹²⁵ Departemen Agama, Al-Qur'a>n dan Terjemahnya, 789.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ
حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ¹²⁶

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.¹²⁷

Dari kedua ayat tersebut, dapat dipahami bahwa bermusyawarah atau penyelesaian yang melibatkan masukan dari orang lain, akan membulatkan suatu keputusan yang baik bagi kepentingan bersama, bukan keputusan yang bertujuan kepentingan individu saja.

Dalam praktek perdagangan, musyawarah bisa menjadi tindakan solutif menyelesaikan permasalahan yang muncul di antara sesama pedagang maupun pembeli. Begitupun di dalam pasar tradisional, perbedaan pendapat maupun perselisihan berkemungkinan terjadi, baik terkait transaksi jual beli maupun lainnya. Ketika musyawarah dilakukan sebagai jalan tengah menyelesaikan masalah, tentu

¹²⁶ Al-Qur'a>n, 3: 159.

¹²⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 103.

diharapkan menjadi penyelesaian yang bisa diterima dengan baik oleh pihak-pihak yang berselisih. Oleh sebab itu, musyawarah dapat dimasukkan dalam indikator modal sosial menurut Islam, karena merupakan solusi atas masalah yang muncul selama terjalannya hubungan sosial.

Sedangkan oleh Michael Woolcock, selain kedua jenis jaringan modal sosial di atas (*bonding dan bridging*), juga terdapat satu jenis jaringan lagi, yaitu *linking social capital*. "*Linking social capital, which reaches out to unlike people in dissimilar situations, such as those who are entirely outside the community, thus enabling members to leverage a far wider range of resources than are available within the community*".¹²⁸ (*Linking social capital* adalah ikatan modal sosial yang anggotanya dari beragam latar belakang, seperti satu komunitas dengan pihak luar, dan ikatan yang demikian akan memungkinkan kita bisa mengakses beragam sumber untuk kepentingan komunitas).

2. Norma Timbal Balik (*The Norms of Reciprocity*)

Norma timbal balik yaitu saling memberi, saling menerima dan saling membantu yang dapat muncul dari interaksi sosial.¹²⁹ Hubungan timbal balik ini bisa dicontohkan dengan adanya kesepakatan tidak langsung antar individu agar saling tolong menolong, sekalipun tanpa ada permintaan khusus.

¹²⁸ Michael Woolcock, *Social Capital and Economic Development: Toward Theoretical Synthesis and Policy Framework* (California: Journal Theory and Society, 1998), 242.

¹²⁹ Soetomo, *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 2006.

Resiprositas juga disebut dengan interaksi sosial, yaitu hubungan antar individu yang saling mempengaruhi dalam hal pengetahuan, sikap, dan perilaku. Interaksi yang semakin meluas akan menjadi jaringan sosial yang mendorong semakin meluasnya lingkup kepercayaan dan hubungan timbal balik (resiprositas) yang sudah ada. Interaksi sosial memungkinkan hubungan individu yang berjalan baik, rasa saling percaya menjadikan hubungan timbal balik.

Tayyaba Sohail sosiolog asal Pakistan menjelaskan bahwa modal sosial merupakan keterkaitan antara kebersamaan, jaringan, kepercayaan, kerjasama, hubungan, dan tindakan yang saling menguntungkan satu sama lain. Kuat tidaknya hubungan dan tindakan saling menguntungkan yang merupakan sikap resiprositas, merefleksikan kualitas modal sosial yang sudah terbangun.¹³⁰

Sedangkan menurut John Field, resiprositas merupakan sebuah konsekuensi dari interaksi sosial, modal bukan hanya dimaknai modal sebagai sesuatu yang berbentuk materi, melainkan modal merupakan sebuah hasil kerja yang terakumulasi yang pada gilirannya akan memberikan makna baik bersifat kebendaan maupun nilai yang akan menjiwai dalam diri seseorang.¹³¹ Dengan begitu, kebaikan diakui akan mendapat balasan kebaikan pada gilirannya.

¹³⁰ Toyyaba Sohail, "Significance of Social Capital in Developing Religiosity Among University Students", *Journal of Islamic Thought and Civilization* (Vol. 6, 2016), 62.

¹³¹ John Field, *Modal Sosial*, Terj. Nurhadi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011), 26

Putnam menjelaskan kaitannya dengan istilah altruisme. “*Altruism (doing good for other people) is not part of the definition of social capital in my view, but it turns out empirically, at least in the United States and probably elsewhere, that a very strong predictor of altruism is social connectedness*”,¹³² bahwa altruisme (melakukan kebaikan untuk orang lain) merupakan wujud adanya hubungan sosial. Hubungan atau modal sosial secara tidak langsung menciptakan kebaikan-kebaikan antar sesama manusia.

Pemikir Muslim, menjelaskan altruism dalam *Islahi social capital*. *Islahi* merupakan bentuk motivasi yang membimbing manusia agar mengedepankan prinsip-prinsip tauhid, bahwa manusia melakukan beragam aksi dan tindakan tak lain merupakan perannya sebagai khalifah di dunia. Peran ini menjadikan manusia sebagai '*benevolent society*', yaitu masyarakat kebajikan, melakukan tindakan yang baik (*al-khair*) menuju *falah* (kemenangan), untuk diri sendiri dan orang lain. Sebaliknya, *islahi social capital* menurutnya adalah menghindari segala tindak kerusakan yang merugikan manusia sebagai individu maupun sebagai bagian dari masyarakat umum. Makna bagian dari masyarakat adalah bentuk motivasi *ukhuwwah Islamiyyah*, yang oleh Mazlee disebut *universal solidarity*.¹³³

Dalam Islam, membangun kebaikan sesama manusia memang menjadi anjuran utama, salah satunya melalui menumbuhkan sikap *at-tawqun*. *Tawqun*

¹³² Ibid.

¹³³ Maszlee Malik, *Islahi Social Capital: A Conceptual Approach Towards Faith-Based Development and Poverty Alleviation* (Tokyo: Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies, 7 Maret 2014), 38-41.

adalah saling membantu dalam kebaikan dan juga meninggalkan kemungkaran. Dalam bisnis, tolong menolong yang dimaksud ialah didasari oleh prinsip saling menjamin, saling kerjasama dan tidak hanya memikirkan keuntungan bisnis atau keuntungan materi saja. Dalam pandangan konvensional, sikap ini dapat disebut sebagai bentuk *reciprocal*, atau hubungan timbal balik.

Menurut Deepa Narayan, sosiolog India, kerjasama merupakan bagian yang melekat dalam modal sosial, "*Social capital is embedded in social structure and has public good characteristics...social capital is defined as the norms and social relations embedded in the social structures of society that enable people to co-ordinate action and to achieve desired goals.*"¹³⁴ (Menganggap modal sosial sebagai sukumpulan norma dan hubungan sosial yang melekat dalam struktur sosial dalam masyarakat. Norma ini menjadikan masyarakat mampu mengkoordinasikan aksi kerjasama demi mencapai tujuan bersama). Tindakan kolektif yang didasari modal sosial akan mendatangkan keuntungan timbal balik, merujuk pada hubungan antar komunitas ataupun bagi komunitas itu sendiri.¹³⁵

Ibnu Khaldun juga menjelaskan pentingnya saling tolong menolong. Ini merupakan sifat dasar manusia bahwa manusia tidak akan mampu untuk hidup sendiri dan membutuhkan orang lain. Manusia tidak dapat berbuat banyak tanpa

¹³⁴ Deepa Narayan, *Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty* (Washington: The World Bank, 1999), 6.

¹³⁵ Riesdyah Fitriyah, "Revitalisasi Harmoni Sosial Melalui Modal Sosial Pemimpin Lokal" dalam Disertasi, Universitas Airlangga (2017), 15.

bergabung dengan beberapa tenaga lain jika hendak memperoleh makanan. Dengan kebersamaan dan saling kerjasama, kebutuhan manusia dapat saling terpenuhi, seperti yang dijelaskannya:

The individual human being cannot accomplish all the things that are necessary for his livelihood, unless he has co-operation from someone else. He needs food, clothing, shelter, and weapons, not only for himself, but also for his wives, his children, his servants, and his dependent relatives. All the things mentioned are technical matters. In order to learn them, a man by himself would require a longer time than the time he could keep alive without these things. Assuming that he could (somehow manage) to live (on his own), it would be (only) with great difficulty and trouble. He would not be able to obtain the various kinds of intellectual perfection (that are the goal of humanity). Thus, of necessity there must exist a group the members of which cooperate to acquire many different crafts and (technical) skills. In this way, each individual accomplishes something from which his fellow men can profit. Full cooperation will (in this way) materialize, and the life of the human species and of other animal species will reach perfection.¹³⁶

Dari pernyataan tersebut, dapat dipahami penjelasan bahwa manusia tidak dapat berbuat banyak tanpa bergabung dengan tenaga lain, jika ia hendak memperoleh makanan bagi diri dan sesamanya. Dengan bekerja sama, maka kebutuhan manusia (yang setiap waktu selalu lebih luas dibandingkan jumlah pertumbuhan manusia), dapat terpuaskan atau dipenuhi). Dapat disimpulkan bahwa manusia menurutnya adalah makhluk sosial, yang tidak akan mampu untuk hidup sendiri dan pasti membutuhkan

¹³⁶ ‘Abd ar Rah{ma>n ibn Muh}ammed ibn Khaldu>n, *The Muqaddimah*. Terj. Franz Rosenthal (New Jersey: [Princeton University Press](http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/), 1967), 87. Lihat Khaldu>n, *The Muqaddimah*, 849.

orang lain. Manusia tidak dapat berbuat banyak tanpa bergabung dengan beberapa tenaga lain jika ia hendak memperoleh makanan bagi diri dan sesamanya. Dengan kebersamaan sebagai makhluk sosial, kebutuhan manusia dapat saling terpenuhi. Adanya ketergantungan antara satu komunitas dengan lainnya sehingga harus saling bekerjasama dalam pemenuhan kebutuhan hidup, dalam Islam, konsep ini disebut dengan sikap saling tolong menolong (*ta'a>wun*)¹³⁷. Dijelaskan dalam Q.S Al Maidah ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ¹³⁸

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.¹³⁹

Ayat tersebut memuat perintah (*'amr*) tolong-menolong antara sesama manusia (*h{abl min annas*). Tolong menolong atau *at-ta'a>wun* merupakan kebutuhan hidup manusia yang tidak dapat dipungkiri. Kenyataan telah membuktikan, bahwa suatu pekerjaan atau apa saja yang membutuhkan pihak lain, pasti tidak akan dapat dilakukan secara sendirian meskipun dia seorang yang memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang hal itu. Ini menunjukkan, bahwa tolong-menolong dan saling membantu merupakan sebuah keharusan dalam hidup manusia. *At-Ta'a>wun* (saling tolong menolong), adalah merupakan salah satu cara *ukhuwwah Isla>miyyah* (persaudaraan

¹³⁷ *Ta'a>wun* adalah suatu kegiatan tolong menolong dalam kebaikan antar sesama umat muslim.

¹³⁸ Al-Qur'a>n, 5: 2.

¹³⁹ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 157.

dalam Islam). Tidak ada arti dan nilainya jika kita menganggap saudara tetapi kita tidak membantu mereka jika memerlukan bantuan, dan menolongnya ketika dia ditimpa cobaan, serta belas kasihan ketika ia dalam keadaan lemah. Salah satu bentuk tolong menolong adalah membantu melapangkan kesusahan orang lain. Dalam sebuah h{adi>th dijelaskan:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَخْبَرَهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبَاتٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه البخاري)¹⁴⁰

Bahwasannya Abdullah bin Umar r.a. mengabarkan, bahwa Rasulullah SAW. bersabda: Seorang muslim itu adalah saudara muslim lainnya, dia tidak boleh menzaliminya dan menghinakannya. Barang siapa yang membantu keperluan saudaranya, maka Allah akan memenuhi keperluannya. Barang siapa yang melapangkan satu kesusahan seorang muslim, maka Allah akan melapangkan satu kesusahan di antara kesusahan-kesusahan hari kiamat nanti. Dan barang siapa yang menutupi aib seorang muslim, maka Allah akan menutupi aibnya pada hari kiamat.¹⁴¹

H{adi>th tersebut menjelaskan pentingnya sikap saling tolong menolong sesama muslim. Allah SWT memberikan apresiasi kepada orang yang menjaga sikap

¹⁴⁰ Al-Bukha>ri>, *S{ah{ih al-Bukha>ri>*, h{adi>th no. 2262

¹⁴¹ Al-Bukha>ri>, *Kitab S{ah{ih al-Bukha>ri>* Juz 3.

tolong menolong dalam hubungan sesama manusia (*h{abl min anna>s*). Sikap hidup saling melapangkan kesusahan sesama, meringankan beban penderitaan, menjaga atau menutupi aib saudaranya agar tidak diketahui oleh orang banyak, dan kesediaan menolong sesama. Hal tersebut akan menjadi sikap-sikap kebaikan yang pasti terbalas dengan kebaikan.

Sikap kebaikan juga terlihat dalam etika utang piutang, salah satunya anjuran untuk memberi kemudahan bagi orang yang mengalami kesulitan. Anjuran untuk memberi kemudahan bagi orang yang mengalami kesulitan, juga dijelaskan dalam firman Allah SWT Q.S. Al Baqarah ayat 280:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ
تَعْلَمُونَ¹⁴²

Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.¹⁴³

H{adith tersebut menjelaskan pentingnya sikap tolong menolong dan menjaga kebersamaan sesama manusia. Selain sikap *ta'a>wun*, dalil-dalil naqli di atas juga menunjukkan anjuran agar umat Islam memiliki komitmen membangun karakter *taka>ful* (saling menanggung) dan *tad{a>mun* (memiliki solidaritas). Anjuran-anjuran

¹⁴² Al-Qur'a>n, 2: 280.

¹⁴³ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 70.

dalam Islam ini merupakan bagian modal sosial yang seharusnya dibangun oleh manusia sebagai wujud fitrahnya sebagai makhluk sosial.

3. Kepercayaan (*Trustworthiness*)

Kepercayaan atau *trustworthiness* diakui banyak pemikir sebagai unsur penting dalam sebuah ikatan. Salah satunya Michael Woolcock yang menganalisa modal sosial sebagai “*is*” bukan “*does*”, karena modal merupakan wujud suatu ikatan hubungan, bukan tindakan (perbuatan) yang dilakukan di dalam suatu hubungan. Ikatan tersebut beridentitas “*trust*” atau kepercayaan.¹⁴⁴

Sedangkan Larry Diamond, menjelaskan bahwa modal utama pemberdayaan masyarakat adalah kepercayaan dan kejujuran karena dianggap mampu menjadi perekat sekaligus pengendali sosial masyarakat.¹⁴⁵

Menurut Fukuyama, *trust* merupakan perilaku jujur, teratur, dan kerja sama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Kepercayaan merupakan dasar paling dalam dari tatanan sosial, kepercayaan timbal balik dan tidak akan muncul secara spontan tanpanya.¹⁴⁶ Dengan *trust* (saling percaya), lanjut Fukuyama, orang-orang bisa bekerjasama dengan baik. Karena ada kesediaan di antara mereka untuk menempatkan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi. *Trust* bagaikan energi yang dapat membuat kelompok masyarakat atau organisasi dapat bertahan. *High trust*

¹⁴⁴ Michael Woolcock, *Social Capital and Economic Development: toward a theoretical synthesis and policy framework* (London: Roudledge, 2008), 10.

¹⁴⁵ Larry Diamond, “Toward Democratic Consolidation” dalam *Journal of Democracy* 5 (USA: Johns Hopkins University Press, 1994), 4-17.

¹⁴⁶ Fukuyama, *Great Disruption*, xiii.

(kepercayaan yang tinggi) akan melahirkan solidaritas kuat yang mampu membuat masing-masing individu bersedia mengikuti aturan sehingga memperkuat kebersamaan. Sedangkan *trust* yang rendah (*low trust*) mengakibatkan banyak energi terbuang karena dipergunakan untuk mengatasi konflik yang berkepanjangan. Kondisi ini menjadikan pentingnya campur tangan negara untuk membimbing masyarakat agar memiliki rasa saling percaya satu sama lain.¹⁴⁷

Dampak negatif *low trust* sebelumnya juga telah dijelaskan oleh Ibnu Khaldun¹⁴⁸ melalui teori siklus. Teori siklus ini menjelaskan keterkaitan pertumbuhan ekonomi dengan perkembangan situasi sosial atau kondisi kebersamaan di dalam masyarakat.

Dalam kitab *Muqaddimah*¹⁴⁹, Ibnu Khaldun menulis tentang sub bahasan berjudul “*When the natural (tendencies) of the royal authority to claim all*

¹⁴⁷ Ibid., xiii.

¹⁴⁸ Ibnu Khaldun, tokoh muslim bernama lengkap 'Abd al-Rahman ibn Muhammad ibn Khaldun al-Hadrami (عبد الرحمن بن محمد بن خلدون الحضرمي). Ilmuwan muslim dari [Tunisia](#) yang hidup pada masa Dinasti al-Muwahhidun dan sering disebut sebagai bapak pendiri ilmu [historiografi](#), [sosiologi](#) dan [ekonomi](#). Beliau lahir di Tunisia pada 1 Ramadan 732 H. /27 Mei 1332 M dan meninggal 19 Maret 1406. Beliau dikenal sebagai bapak Ekonomi Islam, karena pemikiran-pemikirannya tentang teori ekonomi yang logis dan realistis jauh telah dikemukakannya sebelum Adam Smith (1723-1790) dan David Ricardo (1772-1823) mengemukakan teori-teori ekonominya. Karya-karya Ibnu Khaldun yang bernilai sangat tinggi diantaranya, *at-Ta'rif bi Ibn Khaldun* (sebuah kitab autobiografi, catatan dari kitab sejarahnya); *Muqaddimah* (pendahuluan atas kitab al-'ibar yang bercorak sosiologis-historis, dan filosofis); *Lubab al-Muhassal fi Usul ad-Din* (sebuah kitab tentang permasalahan dan pendapat-pendapat teologi). [Mohammad Abdullah Enan](#), *Ibnu Khaldun: His Life and Works*. New York: The Other Press, 2007.

¹⁴⁹ *Al-Muqaddimah (Introduction to History) contains brilliant insights and deep social analyses and description on the science of civilization. Al-Muqaddimah has produced a theory about the cycle in the lifespan of human civilization, beginning with the construction, the advancement and the decline of civilization.* Suhaila Abdullah, “Ibn Khaldun’s Discourse on the Importance of Knowledge”, *Journal of Human Development and Communication*, Vol. 3, (2014), 62.

glory for itself and to obtain luxury and tranquility have been firmly established, the dynasty approaches senility". Dalam sub bahasan tersebut, dijelaskan beberapa tahap situasi sosial masyarakat yang terjadi dalam dinasti Arab dan Turki. Situasi ini merupakan dampak kemakmuran dan kemewahan terhadap perubahan situasi sosial masyarakat, yaitu bagaimana sikap sosial mereka pada pemerintahan.

Situasi sosial yang pertama dijelaskan oleh Ibnu Khaldun yaitu masyarakat dengan segala kesederhanaan dan solidaritas yang tulus tunduk di bawah otoritas kekuasaan yang didukungnya. Kedua, masyarakat yang diuntungkan secara ekonomi dan politik dalam sistem kekuasaan, menjadi tidak peka lagi terhadap kepentingan bangsa dan negara. Ketiga, masyarakat yang tidak lagi memiliki hubungan emosional dengan negara sehingga melakukan apa saja yang mereka sukai tanpa memperdulikan nasib negara.¹⁵⁰ Siklus ketiga ini menandakan *low trust*, baik pada negara maupun sesama rakyat sehingga menjadikan kehancuran bagi suatu negara.

Tingginya rasa saling percaya sesama individu, menjadi faktor penting yang mendorong seseorang untuk bekerjasama dengan orang lain dalam tindakan bersama yang bersifat produktif. Rasa saling percaya menciptakan hubungan sesama individu di dalam sebuah komunitas dapat berjalan dengan baik, baik secara kerjasama maupun interaksi lainnya. Hal ini disebabkan rasa saling percaya membuat sesama individu di

¹⁵⁰ ‘Abd ar Rah{ma>n ibn Muh}ammed ibn Khaldun, *The Muqaddimah*, terj. Franz Rosenthal (New Jersey: [Princeton University Press](http://www.princeton.edu/), 1967), 133.

dalamnya memiliki kenyamanan dan rasa aman (tidak memiliki kecurigaan satu sama lain) ketika saling berinteraksi.

Lebih lanjut, dijelaskan bahwa untuk menghindari kerusakan negara, Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi bukan hanya secara fisik, tapi juga non fisik, yaitu pembangunan sumber daya manusia. Tanpa kebersamaan dan tolong menolong antar masyarakat, upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara tidak akan berhasil.¹⁵¹ Kebersamaan dan sikap saling menolong merupakan identitas masyarakat madani (*civil society*), yaitu masyarakat yang menciptakan peradaban atas dasar nilai kebijakan bersama.

Masyarakat madani juga dijelaskan oleh Fukuyama terkait modal sosial, bahwa keuntungan modal sosial bukan hanya pada kesejahteraan masyarakat secara ekonomi, tetapi juga dalam menciptakan *civil society* (masyarakat beradab, masyarakat madani). Fukuyama menyampaikan bahwa modal sosial memungkinkan kelompok-kelompok yang berbeda dalam sebuah masyarakat yang kompleks, kemudian terikat nilai bersama demi membela kepentingan mereka yang mungkin diabaikan oleh negara.¹⁵² Fukuyama juga menambahkan, bahwa ketiadaan masyarakat sipil dalam suatu negara, juga menyebabkan negara memiliki tugas berat, yaitu mengatur individu-individu yang mereka tidak bisa mengatur diri mereka sendiri.¹⁵³ Dengan begitu,

¹⁵¹ Ibnu Khaldun, *Muqaddimah*, 284.

¹⁵² Francis Fukuyama, *The Great Disruption* (Boston: The Atlantic Monthly, Mei 1999), 25.

¹⁵³ Francis Fukuyama, *Social Capital and Civil Society* (Washington: International Monetary Fund, 2000), 8.

terbentuknya masyarakat sipil melalui modal sosial dan kolektivisme, menjadi kekuatan bagi suatu negara.

Dalam Islam, *trustworthiness* (kepercayaan) disebut dengan istilah *ama>nah*. *Ama>nah* artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel, juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. *Ama>nah* juga bisa disebut dengan istilah *thiqat*, berasal dari kata kerja *wathiqa yathiqu* yang berarti “mengikat, meneguhkan dan mempercayai (orang lain dalam memegang amanat).”¹⁵⁴ Secara istilah (terminologis), istilah ini dapat pula digunakan untuk menunjukkan penilaian baik terhadap orang yang memiliki reputasi kesalehan pribadi yang dapat dipercaya.¹⁵⁵

Ama>nah merupakan bentuk dari *the spirit of trust*, yaitu semangat atau anjuran untuk menjaga kepercayaan serta memberikan amanah dan menjaga amanah. Perintah maupun anjuran untuk menjaga *ama>nah*, di antaranya tertuang dalam Al-Qur’a>n Q.S An-Nisa>’ ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ¹⁵⁶

¹⁵⁴ Amru Abdul Muncim Salim, "*Tays>ir Dira>sa>t al-Asanid lil Muftadi'i>n* (Da>r al-Diya’, Tanta, 2000", dalam <http://moslemz.multiply.com/journal/item/5>, 31 Agustus 2019).

¹⁵⁵ Danang Syria, "Konsep Tsiqat Dalam Ilmu H{adi>th" dalam <https://danangsyria.wordpress.com/2012/05/22/konsep-tsiqat-dalam-ilmu-h{adi>th/>, (23 Agustus 2018).

¹⁵⁶ Al-Qur’a>n, 4: 58.

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.¹⁵⁷

Keutamaan menjaga kepercayaan amanah dan as-sidiq (kejujuran) juga dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari Nabi Muhammad SAW, khususnya dalam berdagang sehingga beliau dikenal dengan sebutan *al-ami>n* (orang yang terpercaya), sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW berikut ini :

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ: حَتَّى يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ أَتَمَّا وَأَدَبَا مُحِقَتْ بَرَاءَةُ بَيْعِهِمَا. (رواه البخارى)¹⁵⁸

Dari Hakim bin Hizam r.a. berkata: Rasulullah saw bersabda: Penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama belum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka. Dan jika mereka bohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuskan keberkahan jual beli mereka.¹⁵⁹

Terkait berdagang, Islam memang sangat menganjurkan pentingnya kejujuran diterapkan oleh pedagang. Dijelaskan juga dalam hadits yang diriwayatkan oleh Abu Sa'id Al-Khudri r.a, bahwa Nabi SAW bersabda tentang jaminan yang bisa didapat oleh pedagang yang jujur:

¹⁵⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 128.

¹⁵⁸ Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, hadits no. 1968.

¹⁵⁹ Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Juz 3, Terj. Achmad Sunarto (Semarang: Asy-Syifa, 1993).

التَّاجِرُ الصُّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ¹⁶⁰

Pedagang yang senantiasa jujur lagi aman akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang-orang yang mati syahid.

Dalam hadits tersebut, dijelaskan anjuran sikap jujur dan menjaga kepercayaan, termasuk dalam berdagang. Jika seorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, tentunya menciptakan hubungan yang positif dengan mitra bisnisnya. Dengan begitu, hal ini akan menjadi faktor penting kesuksesan bisnis para pelaku bisnis.

Dari semua kajian modal sosial yang dijelaskan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa modal sosial merupakan wujud anjuran Islam, yaitu tentang membangun komitmen menjalin hubungan baik antar manusia melalui *habl min an-nas*. Hubungan baik adalah fitrah manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki hubungan interpersonal satu sama lain, termasuk di dalamnya adalah saling memiliki ketergantungan. Hubungan ini akan terbangun baik jika di dalamnya terjalin perilaku-perilaku positif, sebagai contoh jika dalam perdagangan, seorang pedagang muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi dan kecurangan yang bertujuan mendapatkan keuntungan materi saja.

¹⁶⁰ Al Tirmidzi, Kitab Al-Buyu', Bab Ma Ja'a Fi at-Tijarat, no. 1130.

Islam telah mengatur agar persaingan antar pedagang dipasar dilakukan dengan cara yang adil dan jujur. Segala bentuk transaksi yang menimbulkan ketidakadilan ataupun merugikan, baik di sisi penjual maupun pembeli, sangat dilarang oleh Islam. Bisnis berdasarkan syariah sangat mengedepankan sikap dan perilaku yang simpatik serta selalu bersikap bersahabat dengan orang lain, termasuk sesama pedagang.

Pada akhirnya, beragam sikap yang tercermin dalam modal sosial, seperti *ukhuwwah Islamiyah*, *at-ta'awun*, dan *'amanah*, diharapkan mampu membantu terbentuknya ketahanan usaha pedagang tradisional. Hal ini disebabkan anggapan bahwa modal sosial memang telah terbangun di dalam situasi pasar tradisional, diantaranya melalui gotong royong, saling membantu dan saling menyapa, yang kesemuanya diharapkan faktor pendukung ketahanan usaha.

15. Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial

Penelitian ini bertujuan mengetahui ketahanan usaha pedagang muslim pasar Sopyonyono yang terbentuk melalui modal sosial. Teori yang digunakan untuk mengkaji ini adalah teori keterlekatan sosial dengan ekonomi (*embeddeness*) yang dijelaskan oleh Mark Granovetter.

Granovetter menegaskan bahwa keterlekatan perilaku ekonomi dalam hubungan sosial, dijelaskan melalui jaringan sosial yang terjadi selama aktivitas ekonomi berlangsung. Ia memberikan sebuah contoh, bahwa kuatnya sebuah ikatan jaringan memudahkan seseorang untuk mengetahui ketersediaan suatu pekerjaan.

Jaringan sosial juga memainkan peranan penting dalam kewusahaan kaum imigran, yaitu adanya ikatan saling tolong menolong dan bantuan di antara mereka yang memudahkan mobilisasi sumber daya. Granovetter juga menjelaskan keterlekatan sosial dengan tindakan ekonomi sebagai bentuk akibat hubungan sosial yang terjadi antar individu. Hubungan tersebut mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan.¹⁶¹

Modal sosial yang tercipta memiliki banyak keuntungan, bukan hanya sebagai penguat hubungan kekeluargaan dan persaudaraan, namun juga memiliki potensi positif dalam bisnis seseorang. Mark Granovetter menjelaskan keterkaitan bisnis (perdagangan) dengan modal sosial melalui pernyataannya: "*Friendship and longstanding personal connections affect business connections everywhere.*"¹⁶² Dengan begitu dapat ditarik makna bahwa menurutnya, ikatan teman atau hubungan sosial, memberikan efek, yaitu peluang bisnis.

Granovetter juga menjelaskan manfaat dari hubungan sosial dalam aktivitas perdagangan, yaitu mempermudah informasi. Sebagai contoh, jika ada pedagang yang membutuhkan sebuah informasi tentang perdagangan tertentu, maka yang lain dapat memberikan petunjuk untuk mendapatkan kebutuhan yang dibutuhkan tersebut.¹⁶³ Informasi yang didapat dari interaksi sosial, dianggap merupakan keuntungan, karena

¹⁶¹ Mark Granovetter, *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. (Illinois: The University of Chicago Press Journals, 1985), 486.

¹⁶² *Ibid.*, 497.

¹⁶³ *Ibid.*, 484.

dianggap “murah”. Murah dalam konteks ini adalah bahwa seseorang dapat memperoleh informasi (terkait perdagangan) dengan cara mudah, tanpa mengeluarkan banyak biaya, karena informasi cepat didapat dari relasi sosial, dan tidak memiliki resiko tinggi karena dapat dipercaya.¹⁶⁴

Keterlekatan seperti yang dijelaskan oleh Granovetter di atas, kemudian diteliti dalam penelitian ini, yaitu mengenai ketahanan usaha pedagang muslim pasar Sopyonyono yang dapat terbangun karena adanya modal sosial akibat berlangsungnya aktivitas jual beli di dalam pasar tersebut.

Mengenai relasi keduanya, pernah dikaji oleh Damsar, seorang peneliti yang pernah melakukan penelitian tentang modal sosial pasar tradisional. Hasil penelitian yang telah dilakukannya, menunjukkan adanya jaringan mikro yang memberikan keuntungan sosial antar pedagang. Jaringan mikro adalah jaringan yang terlahir akibat hubungan sosial antar pedagang maupun dengan pembeli. Dicontohkan olehnya, dalam hidupnya manusia (individu) selalu ingin melakukan interaksi sosial dengan individu lainnya. Interaksi antar individu tersebut menjalin suatu hubungan sosial. Hubungan sosial selalu berjalan terus menerus antar individu menghasilkan suatu jaringan sosial di antara mereka. Jaringan sosial antar individu atau antar pribadi itulah yang dikenal sebagai jaringan (sosial) mikro. Jaringan mikro menurutnya merupakan potret yang terlihat kuat terjadi di dalam aktivitas pasar tradisional, yaitu melalui jalinan hubungan

¹⁶⁴ Ibid., 490.

sosial antar pedagang. Jaringan mikro ini kemudian memberikan manfaat informasi kepada pedagang serta pembeli, karena komunikasi akan membentuk pertukaran informasi yang dibutuhkan kedua belah pihak.¹⁶⁵

Jaringan mikro seperti yang dijelaskan oleh Damsar tersebut, bisa dimaknai sebagai perwujudan teori keterlekatan yang dijelaskan oleh Granovetter. Bahwa hubungan sosial yang terjalin secara alami sesama individu, mendatangkan manfaat bagi mereka, minimal kemudahan akses pertukaran informasi. Dalam penelitian yang dilakukan di pasar Sopyonyono, diharapkan menemukan relasi yang cukup kuat membangun ketahanan usaha pedagang dari unsur modal sosial yang muncul di lapangan. Unsur *trust* ('ama>nah), aksi timbal balik saling tolong menolong (*atta'awu>n*), dan jaringan sosial atau hubungan persaudaraan (*ukhuwwah Isla>miyyah*), akan dianalisa apakah secara nyata memang menjadi faktor penguat ketahanan usaha pedagang muslim sehingga mempengaruhi kondisi mereka yang tetap bertahan di pasar Sopyonyono.

Dari semua kajian teori di atas, analisa penelitian terangkum dalam matrik peneltiaan sesuai *grand theory* yang menjadi alat analisis, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Matrik Penelitian

Konsep	Latar belakang	Permasalahan	Teori	Indikator
		an		

¹⁶⁵ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 73.

Ketahanan usaha pedagang	Pedagang muslim pasar tradisional adalah representasi usaha rakyat yang harus bertahan di tengah kompetisi usaha	Bagaimana strategi ketahanan usaha pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya?	Edi Suharto, strategi bertahan: 1. Strategi aktif, 2. Strategi pasif, 3. Strategi jaringan	1. Strategi aktif (internal): memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber daya yang ada, menata kios agar terlihat lebih rapi dan menarik, promosi 2. Strategi pasif: mengurangi pengeluaran sandang, pangan, biaya lainnya. 3. Strategi jaringan: membangun relasi dengan lingkungan sosial, relasi antara penjual dan pembeli, dengan distributor, pengelola pasar.
Modal sosial	Pasar tradisional identik dengan hubungan sosial di dalam keseharian proses jual beli	Bagaimana unsur yang membentuk modal sosial pedagang muslim pasar tradisional Soponyono Surabaya?	Pierre Bourdieu: sekumpulan sumberdaya terkait dengan pemilikan jaringan yang tahan dan bisa dipergunakan dengan tujuan saling menguntungkan. Robert Putnam: Jaringan sosial, norma sosial, dan kepercayaan.	Dalam Islam: 1. <i>'ama>nah</i> (Fukuyama: <i>trust -> kerjasama, menepis rasa curiga</i>) 2. <i>ukhuwwah Isla>miyyah</i> -> <i>ikatan persaudaraan, as{a>biyyah</i> , asosiasi HPP Soponyono, Pierre Bourdieu: relasi kelembagaan. 3. <i>at-ta'a>wun</i> (hadis: <i>meringankan beban, coleman: secara ikhlas</i>) Ketiganya memberikan keuntungan (manfaat) satu sama lain. Unsur modal sosial yang paling dominan: <i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i>

Ketahanan usaha melalui modal sosial pedagang muslim	Ingin mengetahui sejauh mana modal sosial memiliki peran dalam ketahanan usaha pedagang	Bagaimana ketahanan usaha melalui modal sosial pedagang muslim pasar tradisional Sopyono Surabaya?	Mark granovetter: teori keterlekatan sosial dengan ekonomi: ikatan teman atau hubungan sosial, memberikan efek, yaitu peluang bisnis.	Ketahanan usaha melalui modal sosial: <ol style="list-style-type: none"> 1. mempermudah akses informasi 2. meminimalisir resiko yang merugikan karena adanya kepercayaan 3. saling memberikan saran/peluang/ide yang membangun 4. saling menolong jika kesulitan modal Mark Granovetter: modal sosial memberikan keuntungan => peluang bisnis, efisiensi biaya.
--	---	--	---	--

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

KETAHANAN USAHA DAN MODAL SOSIAL PEDAGANG MUSLIM PASAR TRADISIONAL SOPONYONO

A. Profil Pasar Tradisional Soponyono Sebagai Setting Penelitian

D. Lokasi Pasar Tradisional Soponyono

Pasar tradisional Soponyono berada di Jl. Rungkut Asri Utara nomer 02 kecamatan Rungkut, kelurahan Kalirungkut, Kotamadya Surabaya, dengan nomer telpon 031 8704602. Kecamatan Rungkut merupakan salah satu [kecamatan](#) di [Surabaya](#) yang dikenal sebagai salah satu kawasan industri terbesar di Jawa Timur, yaitu Surabaya Industrial Estate Rungkut. Kecamatan Rungkut memiliki luas 2104,182 hektar, yang terbagi menjadi 6 kelurahan:

- A. Kelurahan Kedungbaruk.
- B. Kelurahan Wonorejo.
- C. Kelurahan Medokanayu.
- D. Kelurahan Rungkut Kidul.
- E. Kelurahan Kalirungkut.
- F. Kelurahan Penjaringansari.

Pasar tradisional Soponyono terletak di Kelurahan Kalirungkut, sebuah kelurahan dengan luas 187,15 hektare. Wilayah kelurahan ini terbagi dengan rincian 176,224 hektare untuk pemukiman, 7,876 hektare untuk pemakaman, dan 3,05 hektare

untuk prasarana umum, seperti Kantor Kelurahan, Puskesmas, sekolah, masjid, dan sebagainya.

Secara geografis, Kelurahan Kalirungkut yang mempunyai 15 RW ini, memiliki iklim sama dengan daerah tropis lainnya, yaitu curah hujan 1500/2500 dan memiliki suhu rata-rata 37 derajat celsius. Kelurahan ini termasuk wilayah dataran rendah karena tinggi di atas permukaan laut adalah 5 mdpl (meter di atas permukaan laut). Batas Kelurahan Kalirungkut adalah:

- a. Sebelah utara: Kelurahan Kedung Baruk,
- b. Sebelah timur: Kelurahan Penjaringansari,
- c. Sebelah selatan: Kelurahan Rungkut Kidul,
- d. Sebelah barat: Kelurahan Tenggilis Mejoyo, Kelurahan Panjang Jiwo, Kelurahan Kendangsari.

Orbitasi Kelurahan Kalirungkut (jarak dari pusat pemerintahan, adalah sebagai berikut:

- a. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kecamatan : 0 km,
- b. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kota Surabaya: 5 km,
- c. Jarak dari Pusat Pemerintahan Propinsi : 6 km.

Tepat di depan sebelah barat kantor Kelurahan Kalirungkut, pasar Sopyonyo beroperasi. Pasar dua lantai ini memiliki luas tanah 5000 meter persegi dan luas bangunan 3500 meter persegi. Sesuai Permendag No. 37/MDAG/PER/5/2017, karakteristik pasar Sopyonyo menunjukkan bahwa pasar swasta ini merupakan tipe

A, yaitu pasar dengan operasional pasar harian, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 400 orang, dan/atau luas lahan paling sedikit 5.000 m².¹⁶⁶

Letak geografis pasar tradisional Soponyono, ialah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara gudang farmasi kota Surabaya,
- b. Sebelah barat kantor Kelurahan Kalirungkut dan Kecamatan Rungkut,
- c. Sebelah selatan Perumahan YKP Rungkut,
- d. Sebelah timur PD Pasar Surya Pasar Rungkut Baru.¹⁶⁷

Pasar Soponyono Rungkut merupakan pasar swasta yang berada di bawah naungan Yayasan Tholabuddin. Di sebelah timur (kanan), berdiri pasar Rungkut Baru yang merupakan binaan Pemerintah Kota Surabaya. Berikut foto pasar Soponyono tampak depan yang memperlihatkan bahwa pasar ini ramai dikunjungi oleh para konsumen, dan kebanyakan menggunakan kendaraan beroda dua.



Gambar 3. Foto Pasar Soponyono Tampak Depan¹⁶⁸

E. Sejarah Pasar Tradisional Soponyono

¹⁶⁶ Badan Pusat Statistik, *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2018), 4.

¹⁶⁷ Tim Kelurahan Kalirungkut, *Laporan Kependudukan Kelurahan Kalirungkut Kecamatan Rungkut Kota Surabaya* (Surabaya: Pustaka Rungkut, 2018), 1.

¹⁶⁸ Dokumentasi pribadi.

Pasar tradisional Soponyono merupakan pasar yang didirikan pada tahun 1982 sebagai unit usaha Yayasan Tholabuddin Surabaya.¹⁶⁹ Dijelaskan oleh Kiai Abdurrahman, ketua Yayasan Tholabuddin dan sekaligus tokoh masyarakat Kalirungkut, bahwa penamaan "Tholabuddin" merujuk pada nama Mbah Sayyid Tholabuddin, ulama yang datang ke wilayah Rungkut sekitar tahun 1299 H (1877 M). Mbah Sayyid menyebarkan agama Islam dan tradisi-tradisi Islam yang membawa kedamaian sehingga menjadi panutan penduduk Rungkut. Mbah Sayyid kemudian memiliki keturunan yang secara turun temurun menjadi penduduk Rungkut.¹⁷⁰

Sebelum yayasan berdiri, telah berdiri pasar Soponyono yang saat itu bernaung di bawah LKMD (Desa) Rungkut. Setelah peralihan sistem pemerintahan dari Desa menjadi Kelurahan, maka warga setempat tidak berkenan pasar tersebut bernaung di bawah kelurahan, melainkan bernaung dibawah kemufakatan masyarakat, dengan harapan memberikan kontribusi pada masyarakat asli. Akhirnya, musyawarah mufakat memutuskan bahwa pasar Soponyono bernaung di bawah Yayasan Tholabuddin.¹⁷¹

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹⁶⁹ Dokumentasi pribadi.

¹⁷⁰ Abdurrahman, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 11 Nopember 2019.

¹⁷¹ Ibid.

Pasar Soponyono, awal mulanya dibangun diatas tanah bondo deso¹⁷² atau tanah gogolan¹⁷³ milik warga Rungkut Lor. Biaya mendirikan pasar didapat dari swadaya masyarakat dan setelah menjadi naungan Yayasan Tholabuddin, maka biaya renovasi dan operasional bersumber dari yang terhimpun dalam kas Yayasan Tholabuddin. Sebagai contoh, biaya operasional pasar berdasarkan dana pemasukan, seperti parkir, promosi dari perusahaan tertentu, serta sewa dan pembelian stand. Pembiayaan pasar bersifat swadaya karena sifat dari pasar Soponyono ialah pasar tradisional swasta, yaitu tidak bernaung di bawah Pemkot Surabaya, yang dalam hal ini ialah manajemen PD (Perusahaan Daerah) Pasar Surya. Sifat swadaya ini juga berlaku dalam pembiayaan renovasi pasar Soponyono yang telah dilakukan beberapa kali, di antaranya pada pada tahun 1987 dan tahun 2000.¹⁷⁴

Pada tahun 1999, pasar Soponyono mengalami kebakaran yang menghancurkan seluruh bangunan pasar dan seisinya. Keterpurukan pasar dan pedagang kemudian bangkit melalui bantuan dari warga sekitar. Berikut penuturan H. Marjiin Syam, Kepala pasar Soponyono:

Saat itu sebelum kebakaran, bentuk stand terbuat dari kayu dan ada juga yang triplek yang memang mudah terbakar. Kemudian pada tahun 1999 lalu,

¹⁷² Tanah bondo deso atau kas desa yang merupakan salah satu aset desa secara pengelolaan dapat diserahkan kepada warganya. Pasal 76 ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa menentukan: Aset Desa dapat berupa tanah kas Desa, tanah ulayat, pasar Desa, pasar hewan, tambatan perahu, bangunan Desa, pelelangan ikan, pelelangan hasil pertanian, hutan milik Desa, mata air milik Desa, pemandian umum, dan aset lainnya milik Desa. Berdasarkan Pasal tersebut, salah satu aset desa yang dapat dikuasai dan dikelola oleh Pemerintah Desa adalah tanah kas desa. Pengelolaan tanah kas desa dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat desa serta dimanfaatkan untuk kepentingan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 212 ayat (3) huruf a, juga menjelaskan bahwa sumber pendapatan pembangunan desa salah satunya berasal dari hasil-hasil tanah kas desa.

¹⁷³ Tanah gogolan adalah tanah adat yang berasal dari masyarakat Jawa.

¹⁷⁴ Abdurrahman, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 11 Nopember 2019.

menurut saksi mata, seorang pedagang sedang membungkus jajanan dagangannya dengan lilin. Ia lupa mematikan lilin dan menutup standnya. Jadi kemudian terjadi terbakar dari stand dia yang merembet ke stand lainnya hingga seluruh pasar. Saat itu pedagang tersebut membantah tuduhan dan tidak mengaku. Pedagang lainnya dan pasar tidak memperpanjang persoalan dan menganggap musibah. Ketika semua ludes, kerugian saat itu lebih dari 2 milyar. Itu di tahun 1999. Ada yang stress tapi kemudian sembuh karena dukungan moril kerabat dan teman-temannya. Setahun pasar berhenti total dan melumpuhkan usaha ekonomi pedagang. Tapi warga sekitar kemudian berswadaya membangun kembali pasar dan kebetulan juga ada penduduk setempat yang bersedia menjadi investor dengan meminjamkan 1,5 milyar untuk membangun pasar. Jumlah itu merupakan 20 % dari total biaya yang dibutuhkan. Sisanya ada bagian dari swadaya masyarakat dan yayasan Tholabuddin. Juga banyak dari hasil jual sketsa stand yang kemudian dibeli oleh calon pembeli sebagai uang muka stand. Akhirnya terkumpul dana yang cukup untuk membangun pasar dan *alhamdulillah* sampai sekarang bertahan. Semoga tidak ada musibah lagi.¹⁷⁵

Kejadian kebakaran tersebut menjadi potret penting bagaimana solidaritas atau modal sosial yang terbentuk dalam ikatan saling tolong menolong untuk membangkitkan semangat pedagang berwirausaha lagi. Modal sosial bukan hanya dalam bentuk dukungan materi, namun juga aspek psikologi agar pedagang pasar yang menjadi korban bisa pulih dari trauma dan kerugian ekonomi untuk kembali menata perekonomiannya. Hal ini merupakan potret penting, bahwa modal sosial yang kuat ialah berasal dari swadaya masyarakat.

F. Profil Pasar Soponyono Surabaya

Pasar tradisional yang merupakan aset desa dalam naungan yayasan Tholabuddin ini merupakan upaya yayasan mendorong masyarakat sekitarnya untuk memiliki peran aktif di sektor perekonomian di sekitarnya. Sebagai bentuk tanggung

¹⁷⁵ Marji'in Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

jawab yayasan untuk menata dan mengembangkan unit usaha pasar agar dapat bersaing dengan pasar modern di sekitarnya, maka yayasan menentukan semboyan, motto, dan visi misinya, sebagai berikut:

4. Semboyan: Belanja di pasar tradisional Soponyono sama dengan beramal.
5. Motto: Rakyat adalah Pengusaha.
6. Visi: Bersama-sama kita membangun, dan meningkatkan, menuju kehidupan sejahtera, makmur dan rukun.
7. Misi, ialah sebagai berikut:
 - a. Menjadikan pasar sebagai penggerak perekonomian masyarakat
 - b. Pasar sebagai wahana edukasi dan kemandirian dalam berwirausaha
 - c. Menjawab kebutuhan masyarakat yang terjangkau bagi masyarakat ekonomi lemah.

Sehubungan dengan semboyan, motto, dan visi di atas, maka yayasan memiliki prinsip SHU (Sisa Hasil Usaha) bahwa 100 % pemasukan atau keuntungan dari pasar tradisional Soponyono kembali kepada masyarakat.

Pembagian SHU yang didapat dari pasar Soponyono dilakukan setiap triwulan dan bentuk kembali ke masyarakat ialah dalam hal pengalokasiannya, yaitu dialokasikan kepada:

- a. Sebanyak 20 % dialokasikan untuk Lembaga Ketahanan Masyarakat Kelurahan Kalirungkut dan dana infrastruktur atau renovasi pasar;
- b. Sebanyak 25 % dialokasikan untuk kegiatan keagamaan;

- c. Sebanyak 25 % dialokasikan untuk litbang (upaya penelitian dan pengembangan) pasar, termasuk gaji atau upah karyawan;
- d. Sebanyak 30 % dialokasikan untuk kegiatan sosial.

Dari data tersebut, terlihat bahwa pasar ini membagi pemasukan (keuntungan) dalam dua hal, pembiayaan operasional dan pembiayaan sosial-keagamaan. Hal ini menjadi identitas pasar Soponyono sebagai wadah ekonomi produktif yang sekaligus wadah berkegiatan sosial. Dari pembagian tersebut, tentu sangat dipahami ketika kemudian pasar Soponyono kurang memiliki kemampuan finansial yang cukup besar untuk membangun fisik pasar agar lebih modern. Namun, meski terkesan tradisional dan sederhana, pasar Soponyono memiliki beberapa fasilitas yang cukup memenuhi kebutuhan operasionalnya. Fasilitas tersebut, antara lain:

3. Kantor, terdiri dari kantor kepala pasar, staff, dan keamanan-ketertiban;
4. Ponten, berjumlah 2 tempat;
5. Tabung pemadam kebakaran, berjumlah 22 tabung;
6. Satu Musholla (tempat ibadah);
7. Satu ruang pusat informasi;
8. Satu sumur cadangan penunjang PMK (Pemadam Kebakaran);
9. Area parkir yang terbagi dalam 4 lokasi;
10. Pemasangan CCTV 16 buah, serta beberapa perlengkapan keamanan dan koordinasi, seperti *handy talkie* dan pengeras suara.¹⁷⁶

¹⁷⁶ Tim Kelurahan Kalirungkut, Laporan Kependudukan Kelurahan Kalirungkut Kecamatan Rungkut Kota Surabaya (Surabaya: Pustaka Rungkut, 2018), 1.

Berjalannya operasional pasar Soponyono Surabaya mengacu pada struktur organisasi pengelola pasar, seperti yang terlihat dalam bagan:



Gambar 4. Struktur Organisasi Pasar Tradisional Soponyono¹⁷⁷

Dari tabel diatas, diketahui bahwa pihak kelurahan Kalirungkut merupakan pelindung, sedangkan Yayasan Masjid Tholabuddin (Kalirungkut, Rungkut, Surabaya) adalah penanggung jawab atas segala hal dalam operasional pasar Soponyono. Sedangkan jumlah karyawan atau pengurus pasar serta stand yang tersedia, dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. Jumlah Personel Pengurus Pasar Soponyono

No	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin	Asal
1	H. Marji'in Syam	Kepala Pasar	Pria	Kalirungkut

¹⁷⁷ Dokumentasi Pasar Soponyono, 11 Maret 2017.

2	Abd Mujib	Kepala Kantor	Pria	Kalirungkut
3	Ach. Hudan	Kepala Keuangan	Pria	Kalirungkut
4	H. Nasir MN	Tata Usaha	Pria	Kalirungkut
5	M. Arief Fauzi	Tata Usaha	Pria	Kalirungkut
6	Mustadho'	Umum	Pria	Kalirungkut
7	H. Ach. Khayyi	Kepala Kamtib	Pria	Kalirungkut
8	H. Tauchid	Anggota	Pria	Kalirungkut
9	Sudirman	Anggota	Pria	Kalirungkut
10	Zainul A	Anggota	Pria	Kalirungkut
11	M. Thowil	Anggota	Pria	Kalirungkut
12	Mujayyin	Anggota	Pria	Kalirungkut
13	M. Khusaini	Anggota	Pria	Kalirungkut
14	M. Rokhim	Kepala Parkir	Pria	Kalirungkut
15	Choirul Huda	Wakil Parkir	Pria	Kalirungkut
16	M. Maulana	Anggota	Pria	Kalirungkut
17	M. Iksan	Anggota	Pria	Kalirungkut
18	M. Yunus	Anggota	Pria	Kalirungkut
19	Mukarrom	Anggota	Pria	Kalirungkut
20	Nur Sifak	Anggota	Pria	Kalirungkut
21	Ami Nasir	Anggota	Pria	Kalirungkut
22	Abidin	Anggota	Pria	Kalirungkut
23	Didik	Anggota	Pria	Kalirungkut
24	Rofiq	Kepala Litbang	Pria	Kalirungkut
25	M. Kahfi	Kepala Tehnis	Pria	Kalirungkut
26	Saifuddin	Anggota	Pria	Kalirungkut
27	H. Mudzir	Pengawas	Pria	Kalirungkut
28	Prof. Dr. H. Achmad Muhibbin Zuhri	Pengawas	Pria	Kalirungkut

29	H. Abd. Rahman	Pengawas	Pria	Kalirungkut
30	H. Habib	Pengawas	Pria	Kalirungkut
31	Priyanto	Bimaspol	Pria	Kalirungkut
32	Musthofa	Babinsa	Pria	Kalirungkut
33	M. Shodiq	Parkir area Selatan	Pria	Kalirungkut
34	Efendi	Parkir area Tengah	Pria	Kalirungkut
35	Narto	Tukang Kebersihan Lantai I	Pria	Kalirungkut
36	Cak Min	Ponten Barat	Pria	Kalirungkut
37	Khusni	Ponten Timur	Pria	Kalirungkut
38	Tri	Instansi BIMASPOL	Pria	Kalirungkut
39	Eko	Instansi KORAMIL	Pria	Kalirungkut
40	Aries	Parkir area Selatan	Pria	Kalirungkut
41	Nadhim	Parkir area Selatan	Pria	Kalirungkut
42	Al Amin	Tukang Kebersihan Lantai I	Pria	Kalirungkut
43	Min	Instansi Dpo Sampah	Pria	Kalirungkut
44	Aries	Tukang Kebersihan Lantai II	Pria	Kalirungkut
45	Al Amin	Parkir area Barat	Pria	Kalirungkut
46	M. Rofiq	Litbang	Pria	Kalirungkut
47	Nanang	Tehnis	Pria	Kalirungkut
48	Suharno	Tukang Kebersihan Lantai II	Pria	Kalirungkut
49	Imam	Tukang Kebersihan Lantai I	Pria	Kalirungkut
50	Suwardi	Tukang Kebersihan Lantai I	Pria	Kalirungkut
51	Udin Siman	Parkir area Timur	Pria	Kalirungkut
52	H. Rozi	Keamanan dan Ketertiban	Pria	Kalirungkut
53	Nadhirin	Keamanan dan Ketertiban	Pria	Kalirungkut

Sumber: Data karyawan pasar tradisional Sopyono tahun 2019

Dari tabel di atas, diketahui bahwa seluruh karyawan atau jajaran pengelola pasar Sopyonyono adalah berjenis kelamin pria. Hal ini bisa dimaklumi karena kegiatan pengelolaan pasar pada umumnya memang digeluti oleh kaum pria. Selain itu, seluruh karyawan merupakan warga asli Kalirungkut, yaitu kelurahan tempat pasar Sopyonyono berlokasi. Berikut penuturan M. Arief Fauzi, salah satu pengelola pasar Sopyonyono:

“Pasar ini merupakan swadaya masyarakat Kalirungkut, jadi pengelolanya pun dari warga asli sekitar pasar. Kesemua memang laki-laki (pria) karena selain pekerjaan lebih identik dengan kerjanya orang laki, juga karena laki-laki kan kepala keluarga. Jadi bagaimana agar bisa bekerja, tidak menganggur. Adapun Yayasan Tholabuddin juga memiliki sekolah (TK dan SD Yamastho). Nah, itu yang ngajar baru hampir semuanya direkrut dari kalangan ibu-ibu warga sini.”¹⁷⁸

Data berikutnya adalah jumlah stand pasar tradisional Sopyonyono, yang terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. Data Stand Pasar Tradisional Sopyonyono¹⁷⁹

No	Jenis Dagangan	Blok	Jumlah Stand	Stand Buka	Stand Tutup	Jumlah pedagang
1	Sembako	I / b,c,d,e,f	80	78	2	66
2	Gerabah	I / d, gt	11	10	1	5
3	Sayur	I / st, t	130	126	4	115
4	Buah	I / h, i	32	32	-	23
5	Daging, ikan	I / g	44	44	-	40
6	Palen (perlengkapan rumah tangga)	I / a	47	46	1	37
7	Warung tradisional	I / l, j t	33	31	2	31
8	Konveksi	II / b, c	97	97	-	76
9	Sepatu-sandal	II / d	15			

¹⁷⁸ M. Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 30 September 2019.

¹⁷⁹ Dokumentasi Pasar Sopyonyono, 11 Maret 2017.

10	Pedagang kaki lima (binaan)	Jalan utama	36	36	-	36
11	Gilingan (kelapa dan daging)	I / g	19	-	-	-
12	kue tradisional	I / j	25	-	-	-
	Jumlah total		569	558	13	464

Sumber: Data Pedagang pasar tradisional Sopyono tahun 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas stand pasar Sopyono ialah pedagang produk *fresh*, seperti: sayur-sayuran, buah-buahan dan jenis lauk pauk, yaitu ikan tawar, ikan laut, ayam potong, daging sapi, dan sebagainya. Jumlah terbesar berikutnya ialah stand pedagang konveksi (pakaian) dan sembako (sembilan bahan pokok), seperti gula, kopi, beras, dan lainnya. Sedangkan jumlah paling sedikit ialah stand gerabah, yaitu perlengkapan rumah tangga seperti panci, ember, wajan, dan sebagainya. Kepala Pasar, H. Marji' in Syam, menjelaskan jenis barang yang cenderung dibeli di pasar Sopyono.

“Pembeli rata-rata ya (membeli) sayuran, buah-buahan, bumbu-bumbu dan bahan masakan lainnya. Kalau di pasar kan bahan mentah seperti itu *fresh*, jadi pembeli disini banyak nyari itu semua”.¹⁸⁰

Dari wawancara tersebut, dapat dipahami alasan mengapa mayoritas stand yang tersedia di dalam Pasar Sopyono dihuni oleh pedagang produk *fresh* (seperti ikan-ikanan, daging hewan ternak, buah-buahan, sayuran) karena memang produk *fresh* paling banyak kuantitas transaksi penjualannya. Bukan hanya Sopyono, sebenarnya produk *fresh* memang identik sebagai unggulan pasar tradisional karena pasar modern

¹⁸⁰ Marji' in Syam, *Wawancara*, Pasar Sopyono Surabaya, 8 September 2018.

cenderung menjual produk hasil pabrik, khususnya yang memiliki brand (merk) tertentu. Berikut beberapa foto aktivitas perdagangan pasar Sopyonyo yang diambil selama penelitian berlangsung.



Gambar 5. Suasana Aktivitas Perdagangan di Pasar Sopyonyo¹⁸¹



Gambar 6. Pedagang Sepatu dan Sandal¹⁸²



Gambar 7. Pedagang Konveksi¹⁸³

¹⁸¹ Dokumentasi penelitian.

¹⁸² Ibid.

¹⁸³ Ibid.

Dokumentasi penelitian menunjukkan bahwa lingkungan pasar Sopyono cukup sederhana. Stand maupun akses jalan pengunjung kondisinya tidak jauh beda dengan pasar tradisional lainnya yang mencerminkan kesederhaan.

G. Tantangan dan Hambatan Pasar Tradisional Sopyono

Berdasarkan blog Yayasan Tholabuddin, tantangan dan hambatan yang dimiliki pasar tradisional Sopyono, antara lain:

- a. Sangat minimnya pengetahuan pedagang tentang kewirausahaan;
- b. Tidak pedulinya Perda (Peraturan Daerah) tentang banyaknya bangunan minimarket;
- c. Kurang peduli terhadap lingkungan, terutama dalam hal kebersihan;
- d. Kemampuan modal usaha yang minim menjadikan pedagang memiliki keterbatasan akses mendapatkan barang dagangan yang murah.
- e. Minimnya budaya kebersihan yang dilakukan oleh pedagang
- f. Banyaknya pasar modern dan pasar *online* yang menawarkan barang dagangan dengan harga kompetitif.¹⁸⁴

Kebersihan memang menjadi problem di hampir semua pasar tradisional, termasuk Pasar Sopyono yang beroperasi 24 jam setiap harinya. Dalam 24 jam tersebut terjadi kegiatan jual beli. Banyaknya barang yang dibutuhkan masyarakat membuat pasar Sopyono menyediakan segala macam barang. Akan tetapi,

¹⁸⁴Yayasan Tholabuddin, <https://yamastho.wordpress.com/unit-usaha/pasar-sopyono/>, 2 Februari 2018.

banyaknya barang yang disediakan tidak selalu berbanding lurus dengan permintaan. Kadang permintaan (pembelian oleh konsumen) lebih sedikit dari pada ketersediaan barang. Dari banyaknya ketersediaan barang, terutama produk fresh dan makanan, sisa permintaan tersebut kemudian menjadi sampah yang pembersihannya kurang optimal sehingga masih menyisakan bau tidak sedap dan noda sampah di sekitarnya.

Masalah sampah tersebut dikarenakan tempat sampah kurang memadai dan perilaku pedagang yang kurang peduli dengan kebersihan. Berikut penjelasan Murtadlo, salah satu pengurus pasar Sopyonyo.

“Sebenarnya soal sampah sudah menjadi prioritas kami. Akan tetapi, permasalahan ini memang tetap menjadi masalah terus karena harus dimaklumi namanya orang, tidak semua mau diajak bersih. Padahal setiap hari petugas kebersihan rutin bekerja”.¹⁸⁵

Dalam lingkungan pasar Sopyonyo, kebersihan dilakukan oleh petugas sebanyak tiga kali sehari, yaitu pagi, siang, dan malam. Sampah yang terkumpul kemudian dikirim ke TPS (tempat pembuangan sampah) Pengangkutan Sampah DIPO Kalirungut Surabaya.

Selain menjaga kebersihan, kenyamanan dan harga barang dagangan tentu menjadi faktor penting untuk menjaga keberlangsungan usaha. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pengurus pasar Sopyonyo ialah pengecatan tembok pasar setiap tahun.

Hal ini diakui oleh Arief Fauzi, salah satu pengelola pasar:

“Memang pasar ini rutin dicat temboknya, yaitu setiap tahun. Tapi namanya cat, lama-lama ya kabur warnanya dan tidak sebagus pada awal pengecatan. Maklum karena cuaca panas dan banyak debu jadi pasti resiko cat cepat pudar.

¹⁸⁵ Murtadlo, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 30 September 2018.

Namun yang penting adalah, bahwa kami selaku pengelola pasar, telah beriktikad baik untuk menjaga kualitas *performance* tempat kami ini.”¹⁸⁶

Selain berbagai tantangan dan hambatan di atas, kepala pasar, H. Marjiin Syam, menjelaskan ancaman terbesar yang dihadapi oleh pasar Soponyono.

“Sejak 2020 ini, sebenarnya kami (pasar Soponyono) dalam keadaan terjepit. Hal ini dikarenakan Pemkot Surabaya menganggap status tanah pasar ini adalah asset Pemkot. Kemudian, Pemkot memberlakukan sewa lahan jadi kami harus bayar 350 juta per tahun pada Pemkot. Alasan yah itu tadi, karena ini bukan tanah kami. Memang susah, karena dulunya ini kan tanah bendho deso. Tapi sekarang kan gak ada istilah desa, tapi Kelurahan. Terus saat jamannya walikota pak Purnomo Kasidi, status tanah kemudian menjadi asset pemkot. Kami kan memang orang awam, jadi tidak paham, tahu-tahu tanah ini menjadi asset Pemkot. Sekarang, kami kalau disuruh bayar segitu besarnya, yah kasihan pedagang. Mberik semua. Padahal mereka mau jualan saja itu sudah alhamdulillah karena sekarang persaingan semakin kuat dimana-mana. Kalau kemudian diminta bayar yang jauh lebih mahal, masak yah mungkin mereka bisa bertahan?”¹⁸⁷



Gambar 8. H. Marjiin Syam, Kepala Pasar Soponyono¹⁸⁸

Fakta tersebut tentu menjadi persoalan pelik yang dihadapi oleh pasar Soponyono. Kebijakan yang diberlakukan pemerintah setempat, harus diakui akan menjadi faktor penting terhadap keberlangsungan usaha rakyat di tempat tersebut.

¹⁸⁶ Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 3 Desember 2019.

¹⁸⁷ Marjiin Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 3 Januari 2020.

¹⁸⁸ Arsip Pasar Soponyono Surabaya

Kebijakan bukan hanya faktor eksternal, seperti mudah tidaknya pasar modern berdiri di sekitar lokasi pasar tradisional, namun juga faktor internal, yaitu ada tidaknya support dari pemerintah terhadap pasar, atau bahkan ada tidaknya suatu kebijakan yang berpotensi merugikan atau menjadi ancaman suatu usaha rakyat. Pengenaan tarif sewa yang diharuskan dibayar ke Pemkot Surabaya, tentu akan memiliki dampak besar pada pengenaan tarif sewa pedagang yang diberlakukan pengelola pasar. Padahal, harga murah yang diterapkan oleh pengelola pasar, dianggap sangat mempengaruhi pedagang untuk tetap bertahan dan melakukan transaksi perdagangan di pasar tradisional Sopyonyo.

Dijelaskan oleh Hudan, bendahara pasar Sopyonyo, bahwa selain menjaga kondisi fisik pasar, pengelola pun membuat standard harga sewa yang dianggap tidak memberatkan pedagang. Murahnya harga sewa ditentukan oleh pengelola pasar dengan harapan pedagang dapat mematok harga barang yang murah sehingga memiliki banyak pelanggan. Berikut yang disampaikan Hudan:

“Harga sewa disini dijamin murah. Karena motto kami ya menyelamatkan usaha rakyat. Setahun paling murah hanya 7 juta, paling mahal 15 juta. Perbedaan ya lokasi. Kalau 15 juta itu di depan. Itu dalam setahun. Karena murah itu, maka banyak yang berminat jualan disini”.¹⁸⁹

Perkembangan pasar-pasar perdagangan yang bukan hanya lagi berbentuk pasar modern, namun juga pasar *online*, menjadi tantangan yang dihadapi pasar Sopyonyo. Namun fakta menunjukkan bahwa pasar ini tetap mampu bertahan dan beroperasi

¹⁸⁹ Hudan, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 30 September 2018.

secara normal. Pihak pengelola pasar Soponyono menempuh beberapa upaya untuk menghadapi tantangan perdagangan saat ini, antara lain:

- a. Rapat rutin pengurus HPP (Himpunan Pedagang Pasar) yang terdiri dari pengurus pasar dan pedagang pasar Soponyono;
- b. Berdo'a bersama setiap jum'at legi (Istighosah, yasin dan tahlil) agar ada ikatan sosial yang kuat antar pedagang dan sekaligus sebagai upaya religi permohonan doa kelancaran usaha;
- c. Bekerja sama dengan mitra kerja, BRI, BPR Jatim, bank Mandiri, dan bank Danamon dalam rangka kemudahan pinjaman modal usaha bagi pedagang yaitu cukup dengan buku hak pakai stand pasar;
- d. Mengurangi volume sampah organik dengan menggunakan cara pemilahan sampah, sampah organik melalui komposter (alat yang digunakan untuk membuat kompos). Pemisahan ini dilakukan petugas pasar sesuai arahan Pemkot Surabaya;
- e. Perbaikan sarana dan prasarana, seperti perbaikan kamar mandi dan saluran air agar tidak terjadi banjir ketika hujan.
- f. Peningkatan keamanan, yaitu pemasangan 14 CCTV dan terus menambah jumlah titik pemasangan tabung pemadam kebakaran yang sekarang jumlah APAR (alat pemadam kebakaran) sebanyak 22 buah.¹⁹⁰

¹⁹⁰ Tim Kelurahan Kalirungcut, *Laporan Kependudukan Kelurahan Kalirungcut Kecamatan Rungcut Kota Surabaya* (Surabaya: Pustaka Rungcut, 2018), 1.

Selain menunjukkan eksistensi pasar tradisional swasta yang masih bertahan, pasar Sopyonyono juga memiliki beberapa prestasi, antara lain:

1. Sebagai duta mewakili Pasar Tradisional se Surabaya untuk mengikuti lomba Adipura sejak tahun 2001;
2. Sebagai narasumber sosialisasi 300 Pasar Tradisional se Surabaya (diselenggarakan Dinas Perekonomian Kota Surabaya);
3. Sebagai juara II Festival Pasar tahun 2011 kota Surabaya;
4. Mengikuti Lomba Pasar Sehat tingkat Provinsi Jawa Timur (mewakili Kota Surabaya) tahun 2012.¹⁹¹

Prestasi tersebut menjadi kebanggaan pihak pasar serta warga sekitar. Salah satu warga sekitar, Ahmad Fais, mengungkapkan kebanggaan atas prestasi pasar Sopyonyono:

“Harus diakui, kami senang memiliki pasar yang milik warga sendiri. Apalagi pasar ini pernah terpilih sebagai pasar terbaik se Surabaya timur sehingga sering mewakili event-event yang menjadi kompetisi pasar-pasar tradisional di Surabaya. Bahkan yang saya tahu, kadang harus berlomba dengan pasar binaan pemkot yang pastinya jauh lebih terfasilitasi karena dibantu dana oleh Pemkot.”¹⁹²

Selain prestasi, yang menarik dari lokasi penelitian ini ialah adanya kampung kue basah yang terilhami dari keberadaan pasar Sopyonyono. Salah satu pengakuan pedagang, yaitu Suratun menjadi menarik disimak.

“Kampung kue basah di Kali Rungkut ada sejak tahun 2015. Awalnya karena banyak pedagang jualan kue basah atau jajan pasar di sini, terus laris. Akhirnya banyak juga pesanan. Lama-lama pedagang semakin semangat bikin produksi

¹⁹¹ *Ibid.*

¹⁹² Fais, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

kue terus dan jadi terfokus di Rungkut Lor gang 2 sebagai kampung kue basah. Karena memang warga itu yang kebanyakan produksi kue. Jadi sekalian kami menyebut itu kampung kue basah. Produksinya dijual di pasar dan laris terus. *Alhamdulillah* pesanan juga masih banyak. Pasar memang membantu mendatangkan duit untuk kami.”¹⁹³

Sisi lain yang menguatkan manfaat keberadaan pasar untuk warga sekitar ialah perekrutan pengurus pasar yang keseluruhannya ialah warga sekitar. Murtadlo, salah satu pengurus pasar menuturkan:

“Semua teman yang kerja di kantor pasar adalah warga sini. Memang gaji kami tidak banyak tapi kami mensyukuri bisa kerja dekat rumah dan di pasar kekeluargaannya kuat, jadi sampai sekarang tidak ada yang kemudian keluar dari pasar. Kami senang saja ada pasar bisa memberi manfaat. Semoga kalau tambah besar pasar, pasti besar juga manfaat untuk kami.”¹⁹⁴

Fakta tersebut menunjukkan keberadaan pasar membantu meningkatkan perekonomian warga sekitarnya. Hal ini juga diakui oleh Erika, pengunjung pasar Sopyonyono yang tinggal sekitar 500 meter dari pasar:

“Keberadaan pasar merupakan ikon Rungkut. Kebanggaan karena kampung memiliki pasar sendiri. Juga meningkatkan perekonomian dan semangat berdagang warga sekitar. Pasar itu setahu saya juga menjadi percontohan. Dulu ada yang studi banding, yang mau mendirikan pasar datang ke sopyonyono buat contoh kalau bikin pasar sendiri di daerah mereka”¹⁹⁵

Hal itu dibenarkan oleh kepala pasar, Marjiin Syam, bahwa memang beberapa kali ada studi banding, yaitu dari kalangan pengusaha Batam, Makassar, dan Lombok, ketika akan membuat pasar swasta di wilayah mereka.

"Sekitar tahun 2017 ada pengusaha dari Batam, Makassar, dan Lombok, satu rombongan mereka kesini. Bilangnya studi banding. Mereka tanya pengelolaan pasar dan kebersihan. Untuk kategori pasar tradisional, kami ini lumayan bersih

¹⁹³ Suratun, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 18 Oktober 2018

¹⁹⁴ Murtadlo, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

¹⁹⁵ Erika, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

jadi mereka tanya cara menjaga kebersihan. Juga tanya soal timbangan yang digunakan. Disini berkala dilakukan tera ulang timbang oleh disperindag Surabaya untuk memastikan bahwa memang timbangan yang digunakan penjual, jujur dan normal. Kalau bahasa *Suroboyoane*, tidak nakalan (curang)."¹⁹⁶

Hal itu menunjukkan bahwa Pasar Soponyono cukup patut menjadi teladan untuk pendirian pasar tradisional demi mengangkat perekonomian warga sekitar. Terlebih pengelolaan cukup baik dan bisa menjaga kepercayaan dengan mengedepankan kejujuran dalam berdagang.

B. Ketahanan Usaha Pedagang Muslim Pasar Soponyono

Seperti dijelaskan di awal, pendekatan dalam penelitian ini adalah penelitian diskriptif kualitatif, yaitu digunakan sebagai suatu alat riset yang memusatkan perhatian pada satuan-satuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia. Dengan melakukan analisis gejala-gejala sosial dan budaya untuk memperoleh pola-pola perilaku dan struktur sosial yang ada di masyarakat. Disamping itu, peneliti merupakan bagian yang penting dalam penelitian untuk memahami gejala sosial terjadi dalam proses penelitian.¹⁹⁷

Gejala sosial yang menjadi fokus penelitian ini adalah relasi antara ketahanan usaha pedagang muslim dengan modal sosial yang terbangun di dalam lokasi penelitian. Dalam upaya mengeksplorasi temuan penelitian, maka data dikumpulkan sebanyak mungkin melalui *in-depth interview* mengenai keadaan ketahanan usaha

¹⁹⁶ Marjiin Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

¹⁹⁷ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches* (California: SAGE Publications, Inc, 1994), 162.

pedagang sehingga mereka memilih bertahan di tengah kompetisi perdagangan dan perkembangan pasar modern, serta menggali data melalui wawancara kepada pengelola pasar untuk melihat membangun kebersamaan di lingkungan pasar Soponyono. Sedangkan pengunjung diambil beberapa secara acak untuk melihat pendapat mereka mengenai keberadaan pasar, alasan memilih berbelanja, serta situasi perdagangan di pasar Soponyono.

1. Profil Subyek Penelitian

Penelitian ini menggali fakta dari para subyek yang dianggap bisa memberikan informasi sesuai topik permasalahan yang dikaji. Keseluruhan subyek penelitian adalah pedagang muslim di pasar Soponyono. Profil karakteristik pedagang dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 5. Profil Subyek Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Status	Domisili
1	Suratun	Wanita	55 tahun	SD	Janda	Pandugo, Rungkut
2	Fatimatus Zahroh	Wanita	43 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
3	Siti Maryam	Wanita	41 tahun	SMA	Janda	Pandugo, Rungkut
4	Hj. Lilik	Wanita	45 tahun	SMA	Kawin	Medokan Ayu, Rungkut
5	Hj. Istianah	Wanita	60 tahun	SMP	Janda	Rungkut Barata, Rungkut
6	Jalaluddin	Pria	60 tahun	SMA	Kawin	Berbek, Waru, Sidoarjo
7	Saikhuni	Pria	48 tahun	S1	Kawin	Kalirungkut, Rungkut

8	Margono	Pria	43 tahun	SMA	Kawin	Bratang Gedhe, Wonokromo
9	Thohir	Pria	46 tahun	SMP	Duda	Pandugo, Rungkut
10	Sulicha	Wanita	45 tahun	S1	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
11	Khusnul	Wanita	50 tahun	SMA	Kawin	Penjaringansari, Rungkut
12	Parto	Pria	40 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
13	Pardiansyah	Pria	57 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
14	Hj. Dewi	Wanita	53 tahun	SMA	Kawin	Kaliwaru, Tenggilis Mejoyo
15	Suparti	Wanita	45 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
16	Bandiyah	Wanita	40 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
17	Anis	Wanita	40 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
18	Siti Rohma	Wanita	55 tahun	SD	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
19	Fatma	Wanita	48 tahun	SMA	Kawin	Penjaringansari, Rungkut
20	Holilur	Wanita	56 tahun	SMP	Kawin	Kapas Madya, Tambaksari
21	Pangestu Ningsih	Wanita	51 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
22	Sholeh	Pria	52 tahun	SMA	Kawin	Pandugo, Rungkut
23	Tum	Wanita	59 tahun	SMP	Kawin	Penjaringansari, Rungkut
24	Sauri	Pria	56 tahun	SMA	Kawin	Menganti, Gresik
25	Hartini	Wanita	45 tahun	SMA	Belum Menikah	Kalirungkut, Rungkut

26	Siti Aminah	Wanita	58 tahun	SMA	Kawin	Kalirungkut, Rungkut
27	Nur Aini	Wanita	35 tahun	SMP	Kawin	Pandugo, Rungkut
28	Absokil	Pria	43 tahun	SMA	Kawin	Medokan Ayu, Rungkut
29	Aminah	Wanita	43 tahun	SD	Kawin	Pandugo, Rungkut
30	Rokayah	Wanita	48 tahun	SD	Kawin	Medokan Ayu, Rungkut

Sumber: Hasil wawancara *guide interview*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 30 subyek yang diteliti, mayoritas, yaitu 12 pedagang adalah warga yang berdomisili di Kalirungkut, kelurahan yang menjadi lokasi berdirinya pasar Sopyono. Sebanyak 14 subyek berdomisili sekitar Kalirungkut, yaitu kelurahan yang jaraknya maksimal 5 km dari lokasi pasar, seperti: Barata Jaya, Tenggilis Mejoyo, Pandugo, Medokan Ayu, dan Penjaringansari. Sisanya, yaitu sebanyak empat pedagang berasal dari wilayah yang cukup jauh, yaitu Berbek Sidoarjo, Bratang Gedhe, Kapas Madya, dan Menganti Gresik. Selain domisili, tabel di atas juga menjelaskan tentang karakter pendidikan, usia, status pernikahan, dan jenis kelamin subyek penelitian. Agama tidak dimasukkan tabel karena keseluruhan subyek penelitian beragama Islam.

2. Omset Usaha Subyek Penelitian

Salah satu cara menganalisa keadaan pedagang adalah mengetahui omset yang didapatkan mereka. Omset pedagang umumnya berkaitan dengan jenis produk dan harga yang dijualnya. Omset kecil bukan berarti keuntungan kecil, dan sebaliknya. Hal ini karena keuntungan ditentukan faktor lain, yaitu biaya-biaya pokok bagi seorang

pedagang untuk mendapatkan barang dagangannya. Omset yang digali dalam penelitian ini dihitung secara harian, karena pedagang di pasar Sopyonyono tidak rutin membuka dagangannya. Dalam hal ini, pedagang bebas meliburkan dagangannya.

Tabel 6. Omset Usaha Subyek Penelitian (Per Hari)

No	Nama	Keterangan	Stand	Omset (Harian, Rp.)
1	Suratun	Pedagang Warung	L-07	1.500.000-3.000.000
2	Fatimatus Zahroh	Pedagang Sayur	ST-52	2.000.000-4.000.000
3	Siti Maryam	Pedagang Buah (Pisang)	T-23	1.000.000-4.000.000
4	Hj. Lilik	Pedagang Konveksi	E-22	1.000.000-3.000.000
5	Hj. Istianah	Pedagang Palen	B-15	1.000.000-3.000.000
6	Jalaluddin	Pedagang Gerabah	D-1	2.000.000-5.000.000
7	Saikhuni	Pedagang Konveksi	AA-9	500.000-2.000.000
8	Margono	Pedagang Kaki lima (alat dapur)	PKL	200.000-500.000
9	Thohir	Pedagang Warkop	A-39	2.000.000-3.000.000
10	Sulicha	Pedagang Mainan	AA-6	1.000.000-2.000.000
11	Khusnul	Pedagang Sayur	B 04	2.000.000-3.000.000
12	Parto	Pedagang Sepatu – Sandal	D-07	500.000-1.500.000
13	Pardiansyah	Pedagang Warung	A-23	300.000-400.000
14	Hj. Dewi	Pedagang Sembako	A-04	3.000.000-5.000.000
15	Suparti	Pedagang Warung Tradisional (kue)	C-07	1.000.000-2.000.000
16	Bandiyah	Pedagang Sembako	ST-12	3.000.000-5.000.000
17	Anis	Pedagang Sembako	C-23	2.000.000-3.000.000
18	Siti Rohma	Pedagang Warung Tradisional (makanan)	B-17	1.000.000-3.000.000
19	Fatma	Pedagang Konveksi (Pakaian)	E-21	1.000.000-3.000.000

20	Holilur	Pedagang Sayur	ST-47	1.000.000-2.000.000
21	Pangestu Ningsih	Pedagang Daging (Ayam)	ST-20	2.500.000-4.000.000
22	Sholeh	Pedagang Buah (Pisang)	H-31	2.000.000-5.000.000
23	Tum	Pedagang Palen	A-40	2.000.000-3.000.000
24	Sauri	Pedagang Buah	H-28	1.000.000-1.500.000
25	Hartini	Pedagang Sembako	C-19	3.000.000-5.000.000
26	Siti Aminah	Pedagang Daging, Ikan (Pindang)	C-63	3.000.000-5.000.000
27	Nur Aini	Pedagang Warung (Jus)	PKL	700.000-1.300.000
28	Absokil	Pedagang Ikan Laut	G-29	1.000.000-3.000.000
29	Aminah	Pedagang Kosmetik	A-16	1.000.000-2.000.000
30	Rokayah	Pedagang Ikan Laut	C-69	1.000.000-3.000.000

Sumber: Hasil wawancara *guide interview*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 30 subyek yang diteliti, terdapat 4 pedagang sembako, pedagang buah 3 orang, pedagang daging/ikan 4 orang, pedagang konveksi 5 orang, pedagang palen 2 orang, pedagang sayur 3 orang, pedagang warung 6 orang. Sedangkan pedagang kosmetik, pedagang gerabah dan pedagang kaki lima masing-masing 1 orang. Berdasarkan kategori usaha, rata-rata omset usaha dalam setahun bagi 28 subyek penelitian adalah berkategori usaha kecil sedangkan dua subyek adalah berkategori usaha mikro. Pembagian sektor usaha sesuai Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).¹⁹⁸

¹⁹⁸ Dalam Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah , dijelaskan bahwa usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria, antara lain: memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak RP 300.000.000. Sedangkan usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang

Besaran hasil penjualan para pedagang muslim, juga dijelaskan dalam komentar beberapa subyek penelitian. Subyek dengan omset terendah adalah Margono, PKL (binaan) yang barang dagangannya mayoritas alat-alat dapur dan Pardiansyah, pedagang warung makanan yang menjajakan masakan rumahan. Berikut penjelasan yang disampaikan Margono:

“Omset per hari yah sekitar 200 sampai 500 ribu. Namanya usaha, kadang sepi kadang ramai. Kalau 200 ya hari biasa, orang kerja. Jadi kurang ramai pasarnya. Kalau hari sabtu Minggu, ramai, sampai 500 ribu. Disyukurin karena retribusi disini murah, cuman 4 ribu rupiah. Ini sangat membantu kami yang hanya usahanya kecil. Saya memang jualannya barang-barang murah, harganya rata-rata lima ribu, 10 ribu. Jadi yah omset segitu sudah cukup banyak untuk modal dikit seperti saya”.¹⁹⁹

Subyek penelitian yang berkategori hampir sama dengan Margono dan Pardiansyah, adalah Parto, penjual sandal dan sepatu yang menyewa stand D-07 dan Nur Aini. Jika dikalkulasi dalam setahun, omset Parto memang berkategori usaha kecil namun tidak jauh di atas omset usaha mikro. Berikut penuturannya:

“Sepatu, sandal, biasanya sehari yah diatas 500 ribu. Kadang 1 jutaan kalau pas musim anak mau sekolah. Atau sabtu minggu, bisa juga sampai di atas 1 juta omset, bukan bati (untung), yah. Untungnya gak seberapa, paling banter untung 500 ribu sehari, biasanya yah 200 sampai 300 ribu sehari. Bisa lebih kalau ramai. Yang saya jual kan kebanyakan barang yang dibuat oleh perajin sandal dari Berbek Sidoarjo. Wajar omset segitu karena memang saya jualnya murah.”²⁰⁰

dilakukan oleh orang perorangan atau anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria usaha kecil antara lain: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000. (Republik Indonesia, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

¹⁹⁹ Margono, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 1 Desember 2019.

²⁰⁰ Parto, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 11 September 2018.



Gambar 9. Parto, Pedagang Sepatu dan Sandal²⁰¹

Sedangkan Siti Rohmah, penjual makanan rumahan yang bertempat di stand B-17, memiliki omset lebih tinggi dari Parto. Siti Rohmah memberikan pengakuan besaran omset (hasil penjualan) yang menunjukkan dalam kategori usaha kecil (lebih besar omsetnya dibandingkan dengan kategori mikro:

“Saya kan jualnya masakan rumahan, kayak penyetan, sayur asem, dan sebagainya yang murah, tapi *alhamdulillah* ramai. Jadi omset ya *alhamdulillah*, sehari paling-paling (sekitar) satu juta. *Batine* (keuntungan), hampir dari separuh omset. Lumayan bisa buat nyekolahkan anak. Karcis disini murah, jadi kita sebagai pedagang gak *keberaten* (terbebani) biaya mahal. Warung saya ramainya pas jam makan siang, banyak karyawan yang kesini dan beli makan di tempat. Banyak juga yang beli banyak untuk dibungkus.”²⁰²

Bukan hanya Siti Rohmah, mayoritas pedagang pasar Soponyono memang berkategori usaha kecil, meski omsetnya tidak jauh dari omset yang berkategori usaha mikro. Dari hasil penelitian, beberapa subyek berada sedikit di atas kategori usaha mikro, diantaranya adalah Holilur dan Sauri. Berikut yang disampaikan oleh Holilur, stand ST-47, pedagang sayur:

“Dalam sehari, total uang hasil penjualan yah 1 sampai 2 juta. Kalau laba kan ratusan ribu yah, gak sampe sejuta lah. Tapi itu lumayan lah, mbak. Disini jualan santai, gak tertekan, nyaman aman.”²⁰³

²⁰¹ Dokumentasi Penelitian

²⁰² Siti Rohmah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019.

²⁰³ Holilur, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Sedangkan Sauri, stand H 28, pedagang buah, menyampaikan yang tidak jauh berbeda dengana Holilur:

“Omset sehari 1,5 sampai 2 juta. Biasanya paling banyak wortel, apel, jeruk. Sesuai musim, kalau musim rambutan, yah orang banyak beli rambutan karena murah. Keuntungan yah di atas 500 ribu setiap hari. Pernah sampai 1 juta kalau ada yang order banyak. Buah sebenarnya bisa banyak labanya asal gak sampe bosok (rusak). Jadi harus cepet dijual. Cepet laku, jadi seger dan kita tidak rugi”²⁰⁴

Beberapa subyek penelitian terkesan lebih beruntung, yaitu memiliki omset yang cukup banyak. Meski berkategori usaha kecil, namun jumlahnya cukup jauh diatas omset usaha mikro. Diantaranya adalah Hj. Dewi, pedagang yang dikenal sebagai salah satu agen sembako di Rungkut:

“Omset sehari yah sekitar 3 sampai 5 juta per tahun. Karena ini termasuk agen, jadi tempat kulakan. Tapi memang tidak seperti dua tahun lalu. Dua tahun lalu malah sampai 8 juta ke atas. Karena ini kan dampak minimarket-minimarket yang dekat pasar. Mereka menang di diskon. Tapi alhamdulillah, pelanggan yang masih bertahan karena memang sudah langganan lama. Mereka masih jadi langganan saya mungkin karena sudah cocok transaksi dengan saya, saling percaya dan enak alias nyaman urusan dagangan. Kalau jelang lebaran, saya malah bisa di atas 5 juta. Pas rejeki aja. Jadi memang saya bersyukur, sudah ada langganan, sehingga para pelanggan ini masih setia pesen sembako di saya. Biasanya buat hajatan atau juga dijual di toko dekat rumah.”²⁰⁵



²⁰⁴ Sauri, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020

²⁰⁵ Hj. Dewi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

Gambar 10. Stand Hj. Dewi, Pedagang Sembako²⁰⁶

Hj. Dewi cukup besar hasil penjualannya karena ia memang diakui sebagai agen oleh pelanggannya, sehingga pelanggan membeli dalam jumlah cukup besar. Meski begitu, ia mengakui bahwa penurunan omset memang terjadi setelah berdiri banyak pasar modern, namun hal tersebut tidak terlalu dikhawatirkan.

“Memang pemasukan ada turunnya, tapi bukan masalah besar karena kita maklumin ya mbak. Namanya orang usaha, ada persaingan dan lain-lain. Apalagi sekarang semakin banyak orang jualan, lebih bagus tempatnya, bahkan online, tapi alhamdulillah, yang penting kan masih bisa bertahan dan dapat pemasukan yang cukup, penting mensyukuri, mbak.”²⁰⁷

Sama seperti Hj. Dewi, Bandiyah, pedagang sembako lainnya, juga memiliki omset yang sama, bahkan di atas Hj. Dewi:

“Pelanggan sembako saya sudah turun temurun, sejak toko ini masih punya orang tua saya. Pelanggan juga sama, kalau dulu ibunya, sekarang anaknya yang langganan. Intinya yah masih bertahan. Omset turun sih sudah biasa, Namanya usaha. Tapi pernah juga omset tinggi ketika ada rejeki aja. Ada yang bagi-bagi sembako dan ambilnya dari saya. Itu sih musim-musiman yah, biasanya pas mau lebaran atau pas lagi kampanye.”²⁰⁸

Sama dengannya, Pangestu Ningsih, pedagang yang bertempat di stand ST-20, juga dikenal sebagai agen, namun bukan sembako, melainkan agen daging ayam potong:

“Jualan ayam dalam sehari, dapatnya dua sampai 4 juta. Lumayan ramai, stabil ramainya karena memang orang sekarang banyak makannya yah ayam. Kalau soal untung, yah lumayan lah. Tapi yah gak pernah sampe sejuta kalau sehari. Paling-paling lima ratus ribu ke atas. Itu nanti dipotong biaya transportasi, karena kalau ayam gini, ongkos yang sifatnya jasa sampai ayam jadi bersih bisa dijual tinggal kita yang potong-potong, kan lumayan juga biaya (bayar jasa).

²⁰⁶ Dokumentasi Penelitian

²⁰⁷ Hj. Dewi, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 1 Desember 2019.

²⁰⁸ Bandiyah, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 1 Desember 2019.

Daging ayam saya banyak disuplai ke restoran atau depot makan. Makanya banyak penjualan. Hal kayak gitu kan pinter-pinternya kita yah, bagaimana kita dapat orang yang mau beli barang di kita”.²⁰⁹

Selain Bandiyah, Siti Rohmah, dan Pangestu Ningsih, pedagang sayur pun ada yang dikenal sebagai agen sayuran yang rutin mengirimkan sayur-mayur ke restoran tertentu. Pedagang tersebut adalah Fatimatus Zahroh:

“Alhamdulillah, masih rutin ngirim sayuran ke depot, sudah langganan. Intinya kan saya menjaga hubungan baik agar yang saya jual terus laris. Bahaya kalau kulakan banyak terus gak laku, bisa rugi banyak, mbak. Meski saya belinya selalu fresh, tapi kan sayur cepat sekali layu kalau dijual di dalam pasar biasa kayak gini. Jadi harus segera diijual.”²¹⁰

Pedagang lainnya, yaitu Suparti, pedagang kue, C-07 juga memiliki omset di atas kategori mikro. Tapi ia bukan agen seperti beberapa pedagang di atas:

“Sehari omset sekitar 1 sampai 2 juta. Laba bisa mencapai hampir 1 juta sehari. Itu digunakan untuk bayar pegawai, *nombokin* kalau barang gak laku. Karena ini kan kue ya, bisa basi. Jadi kalau gak bisa kejual, ya dibuang. Dulu pas masih awal berdiri, ramai sekali pasar ini. Tapi sekarang semakin banyak orang jualan kue. Jadi ya kita maklum lah, mbak”.²¹¹

Bagi pedagang kebutuhan sehari-hari seperti yang dijelaskan oleh subyek di atas, omset bisa dihitung dengan mudah. Namun bagi pedagang konveksi, omset harian tentu tidak bisa sama setiap harinya. Hal ini disampaikan Hj. Lilik, pedagang konveksi, yang bertempat di stand E 22 yang memberikan pengakuan omset yang tidak bisa dipastikan akibat barang dagangannya yang bukan merupakan kebutuhan keseharian konsumen:

²⁰⁹ Pangestu Ningsih, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²¹⁰ Fatimatus Zahroh *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

²¹¹ Suparti, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019

“Baju kan bukan kebutuhan harian, jadi yah kalau dapat satu juta per hari, udah *alhamdulillah*. Memang panennya pas lebaran, itu baru sampe tiga juta, lebih pun bisa. Soal laba, yah gak mesti. Ratusan ribu lah. Saya sih santai saja kalau usaha. Pokoe gak rugi, yah kudu mlaku terus (tetap berjalan). Kalau jualan kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, saya juga kurang sreg karena kalau tidak laku, basi. Kalau baju, aman. Tidak ada basinya. Cuman ya gitu, kalau terlalu lama tidak laku, baju sudah tidak trend jadi malah susah jualnya. Yang saya lakukan ya harus selalu teliti, mana baju yang harus cepat dijual karena modelnya hanya sesaat dan mana yang bisa dijual dengan tidak segera, seperti seragam. Harga menyesuaikan kondisi model”²¹²

Berdasarkan semua wawancara, menunjukkan bahwa pedagang muslim yang menjadi subyek penelitian, merupakan pelaku sektor usaha kecil dan mikro. Potret usaha mereka menunjukkan bahwa mereka bukan pemilik modal besar, melainkan wujud usaha rakyat. Hal ini potensi bangsa untuk menekan kekuatan kapitalisme dan mensupport pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pemerataan pendapatan. Dengan begitu, penelitian mengenai ketahanan usaha di tengah perkembangan modernisasi, merupakan hal penting untuk diteliti.

3. Keadaan Usaha Subyek Penelitian di Tengah Perkembangan Pasar Modern

Perkembangan pusat perbelanjaan modern terindikasi menjadi ancaman bagi pedagang tradisional karena perbelanjaan modern juga ditujukan untuk kelas menengah bawah dan dengan fasilitas yang lebih menarik, lengkap dan nyaman dibandingkan tradisional. Bahkan dalam harga pun, pasar modern memiliki harga yang kompetitif sehingga keunggulan biaya rendah yang ditawarkan oleh pedagang tradisional kini mulai terkikis. Atas hal itu, tentu membutuhkan rangkaian strategi agar dapat bertahan. Oleh Kelly Robins, hal ini dijelaskan dalam istilah *business endurance*

²¹² Hj. Lilik, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 22 Oktober 2018.

atau ketahanan bisnis, yaitu kekuatan berkompetisi, kemampuan untuk bertahan dalam waktu lama.

Hal inilah yang ingin diteliti melalui studi kasus pada kondisi pasar Soponyono pasca didirikan Transmart yang berlokasi sekitar 500 meter dari pasar. Transmart Rungkut mulai beroperasi pada 24 Februari 2017 dengan konsep *four in one*, yaitu memenuhi kebutuhan konsumen berbelanja, bersantap, bermain, dan menonton (bioskop). Meskipun Transmart merupakan pusat perbelanjaan besar, faktanya Pasar tradisional Soponyono dinilai mampu bersaing dengan retail modern tersebut. Fakta ini sama dengan tahun 2007. Saat itu, bangunan yang sekarang bernama Transmart, merupakan pasar pembelanjaan dengan nama Alfa Hypermarket (Gudang Rabat). Kemudian, pada 2008 pasar tersebut beralih menjadi Carrefour yang kemudian tahun 2017 dialihkan sebagai Transmart.

Berdirinya hypermarket Transmart sangat lumrah jika diindikasikan menimbulkan kekhawatiran pedagang pasar Soponyono, mengingat pasar modern menyediakan kenyamanan berbelanja dan lokasi yang tepat di pinggir jalan raya Kalirungkut. Sedangkan pasar Soponyono lokasinya tidak sestrategis Transmart, yaitu tidak berlokasi di jalan raya. Akses parkir dan segala fasilitas umum tentu tidak sebersih dan selengkap Transmart. Selain itu, juga terdapat Alfamart dan Indomaret yang berada di belakang pasar Soponyono. Namun ternyata, pasar Soponyono tetap beroperasi secara normal di tengah himpitan pertumbuhan pasar modern. Hal ini menjadi menarik dan dapat ditarik sebagai salah satu representatif adanya ketahanan usaha *retailing* (kegiatan penjualan barang yang langsung diterima oleh konsumen

akhir) yang menjalankan pola tradisional saat ini. Melalui penelitian yang ini, diharapkan dapat mengetahui kondisi pasar secara umum selama beroperasionalnya pasar modern di dekatnya.

Sebelum menggali pendapat pedagang sebagai informan utama, peneliti menelusuri pendapat yang diungkap sebagai fakta versi pengelola pasar Sopyonyo. Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Marji' in Syam, Kepala Pasar Sopyonyo:

“Kalau dulu, Alfa, terus Carrefour, tidak begitu berpengaruh atau kalaupun memberi pengaruh, itu sangat sedikit, karena harga yang dipatok mahal. Namun Transmart ini yang mau tidak mau memberikan dampak pada pedagang kami. Karena pihak Transmart memberikan promosi dalam bentuk diskon besar-besaran pada awal berdirinya hypermarket tersebut. Kondisi tersebut tentunya tidak akan pernah diharapkan oleh kami. Apalagi waktu itu menjelang lebaran, kasihan pedagang yang biasanya bisa dapat banyak buat *sangu lebaran*, jadi berkurang tahun 2017 itu. Tapi *alhamdulillah*, penurunan konsumen pasar hanya berdampak sekitar 3 bulan, setelahnya kembali normal. Meski begitu, kami selaku pengelola Pasar Sopyonyo tetap harus mengevaluasi dan memperbaiki kinerja manajemen dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan menjalankan strategi-strategi pemasaran yang bagus. Ini demi pedagang yang merupakan *wong cilik*, agar bisa bertahan dagangannya dan dapat menanggulangi penurunan omzet pendapatan mereka”.²¹³

Ketika ditanya faktor penyebab kembalinya pelanggan pasar, Marjiin menjelaskan indikasi faktor lokasi.

“Kebanyakan pelanggan di sini ya warga Rungkut, baik itu Kalirungkut, Rungkut Lor, Rungkut Kidul, ataupun warga perumahan Rungkut Asri. Jadi mereka cari dekatnya kalau belanja. Tidak perlu jalan jauh seperti di Mall. Rata-rata ya tetangga pedagang, keluarganya, ada juga memang pelanggannya dari tempat jualan sebelumnya. Kalau dari perumahan, biasanya ya pembantunya yang belanja buat majikan”.²¹⁴

²¹³ Marji'in Syam, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 1 September 2018.

²¹⁴ Ibid.

Beberapa pengecer di pasar modern umumnya menawarkan bahan pangan mentah dengan harga yang lebih tinggi meskipun pengemasan dan *display* (penyajian) jauh lebih baik. Dengan demikian segmen pasar modern untuk bahan pangan ini umumnya adalah kelompok kelas menengah ke atas. Menurut informan yang diwawancarai, ini justru menjadi kelebihan pasar tradisional, bahwa pasar tradisional memang diperuntukkan bagi kalangan menengah bawah. Pangsa pasar yang jelas menjadi indikasi mengapa pasar modern tidak menjadi ancaman berarti.

Tabel 7. Respon Subyek Penelitian Terhadap Keberadaan Pasar Modern

No	Nama	Respon keberadaan pasar modern terhadap barang yang dijual pedagang pasar.
1	Suratun	Tidak terpengaruh pasar modern karena barang yang dijual adalah kebutuhan pangan yang dibutuhkan pembeli saat dibeli.
2	Fatimatus Z	Tidak terpengaruh pasar modern karena barang yang dijual adalah produk yang dianggap lebih fresh daripada yang tersedia di pasar modern.
3	Maryam	Produk yang dijual, yaitu pisang, identik dengan pasar Soponyono yang dikenal pusat penjualan pisang.
4	Hj. Lilik	Pasar modern memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas sehingga kurang berpengaruh, namun yang lebih berpengaruh adalah pasar <i>online</i> .
5	Hj. Istianah	Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas dan bukan masyarakat sekitar Soponyono, namun yang cukup berpengaruh adalah alfamart, indomaret.
6	Jalaluddin	Transmart memiliki segmen konsumen yang berbeda sehingga kurang berpengaruh, yang berpengaruh adalah alfamart, indomaret.
7	Saikhuni	Ada pengaruh ketika berlangsung diskon di pasar modern, namun segmen konsumen yang berbeda tidak dengan mudah menghilangkan pelanggan tetap di Soponyono.
8	Margono	Barang yang dijual tetap diminati karena murah, tidak terpengaruh pasar modern.

9	Thohir	Tidak terpengaruh pasar modern karena barang yang dijual adalah kebutuhan pangan yang dibutuhkan pembeli saat dibeli.
10	Sulicha	Kadang omset bisa menurun karena pengaruh pasar modern dan <i>online</i> .
11	Khusnul	Produk Fresh di pasar soponyono tetap diminati konsumen, tidak terpengaruh pasar modern.
12	Parto	Ada pengaruh ketika berlangsung diskon di Transmart, meskipun seharusnya Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas, namun pasar <i>online</i> yang dikhawatirkan.
13	Pardiansyah	Barang yang dijual tetap diminati karena kebutuhan pelanggan, tidak terpengaruh pasar modern.
14	Hj. Dewi	Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas sehingga kurang berpengaruh, yang berpengaruh adalah alfamart, indomaret.
15	Suparti	Barang yang dijual tetap diminati karena kebutuhan pelanggan, tidak terpengaruh pasar modern.
16	Bandiyah	Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas sehingga kurang berpengaruh, dan barang yang dijual telah memiliki pelanggan tetap
17	Anis	Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas sehingga kurang berpengaruh, yang berpengaruh adalah alfamart, indomaret.
18	Rohma	Barang yang dijual tetap diminati karena kebutuhan pelanggan, tidak terpengaruh pasar modern.
19	Fatma	Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas sehingga kurang berpengaruh. Dan yang lebih berpengaruh adalah pasar <i>online</i> .
20	Holilur	Produk Fresh di pasar Soponyono tetap diminati konsumen, tidak terpengaruh pasar modern.
21	Pangestu Ningsih	Produk Fresh di pasar Soponyono tetap diminati konsumen, tidak terpengaruh pasar modern karena dianggap tidak fresh.
22	Sholeh	Produk yang dijual, yaitu pisang, identik dengan pasar Soponyono yang dikenal pusat penjualan pisang.
23	Tum	Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas sehingga kurang berpengaruh, yang berpengaruh adalah alfamart, indomaret.

24	Sauri	Transmart tidak memberikan pengaruh karena akses masuk harus parkir yang jauh jaraknya. Tapi promo buah di alfamart bisa memberikan pengaruh.
25	Hartini	Transmart memiliki segmen masyarakat kelas menengah atas sehingga kurang berpengaruh. Dan yang lebih berpengaruh adalah pasar <i>online</i> .
26	Siti Aminah	Produk Fresh di pasar soponyono tetap diminati konsumen, tidak terpengaruh pasar modern.
27	Nur	Pasar modern tidak terlalu berpengaruh karena jam operasional pasar tradisional berbeda dan barang yang dijual segmen konsumen berbeda
28	Absokil	Produk Fresh di pasar soponyono tetap diminati konsumen, tidak terpengaruh pasar modern.
29	Aminah	Pasar modern tidak terlalu berpengaruh karena segmen konsumen berbeda
30	Rokayah	Produk Fresh di pasar soponyono tetap diminati konsumen, tidak terpengaruh pasar modern.

Sumber: Hasil wawancara *guide interview*

Berdasarkan tabel diatas, bahwa semua subyek penelitian tidak memiliki kekhawatiran yang besar terhadap keberadaan pasar modern, sekalipun subyek memang menyadari bahwa keberadaan pasar modern memiliki dampak pada omset mereka. Dampak yang tidak begitu besar dipahami oleh subyek karena beberapa alasan. Seperti halnya, Transmart, yang tidak memiliki dampak besar pada omset pedagang karena citra hypermarket tersebut diperuntukkan masyarakat menengah atas. Namun keberadaan alfamart, indmaret dan pasar *online*, memiliki dampak bagi omset mereka. Berikut yang disampaikan oleh Fatma, pedagang konveksi:

“Dengan berdirinya Transmart Rungkut, pasar Soponyono masih terlihat stabil. Meski memang omset menurun, namun tidak sampai bangkrut. Yang berpengaruh menurut saya itu penjualan *online*, kalau transmart tidak pengaruh dengan penjualan kami, karena transmart pasar modern yang tingkat keatas. Harganya saja mahal-mahal, bajunya aja hampir semua diatas 500 ribu. Sedangkan barang yang kami jual harganya standart untuk pembeli. Jadi para pembeli tingkat ekonomi menengah kebawah lebih memilih membeli baju di

pasar soponyono. Apalagi kalau lebaran pasar Soponyono sangat ramai pengunjung”.²¹⁵

Begitu juga dengan pengakuan Khusnul, pedagang penjual Palen yang bertempat di stand B 04;

“Keberadaan Transmart tidak pengaruh, yang berpengaruh itu dengan Alfamart karena banyak promo. Kalau transmart promonya khusus yang mempunyai kartu Bank Mega. Jadi pedagang pasar tidak pengaruh karena harganya lebih murah dan terjangkau. Para pedagang pasar harus mempertahankan pasar tradisional dengan pasar modern dengan cara memberikan harga yang murah dari pasar modern”.²¹⁶

Omset menurun diakui oleh Parto, penjual sepatu:

“Transmart unggul kalau pas lagi musim diskon, orang-orang bandingin barang pasar dengan mall. Kalau sudah yang disana harga lebih mahal sedikit tapi kualitas dianggap lebih karena merk, sudah lari kesana. Yah jelas ngaruh ke omset, menurun. Tapi *rapopo*, tetep bisa muter. Nanti kalau musim diskon buyar, orang-orang juga ke pasar lagi. Tapi susahny sekarang ada *online-online* itu, orang suka ngelirik barang yang dinggap lebih murah. Padahal kan gak mesti sama foto dengan aslinya”.²¹⁷

Senada dengan Parto, Saikhuni penjual konveksi, merasakan pengaruh dari pasar modern:

“Kalau soal fashion, jelas dianggap lebih update yang mall. Emang susah kalau dagangan baju, kalau sudah dianggap barang gak update, susah dapat pelanggan. Apalagi kalau yang di mall mulai pamer diskon, susah kita dapat kunjungan pelanggan. tapi meski omset turun, tetep kalau saya jualan karena alhamdulillah gak sampai rugi kok.”²¹⁸

²¹⁵ Fatma, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²¹⁶ Khusnul, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²¹⁷ Parto, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 11 September 2018.

²¹⁸ Saikhuni, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 8 September 2018.



Gambar 11. Saikhuni, Pedagang Konveksi²¹⁹

Sedangkan bagi penjual kebutuhan pangan, dampak keberadaan pasar modern tidak begitu terlihat. Disampaikan oleh Suparti, penjual kue:

“Adanya Transmart tidak masalah sama sekali. Yah kadang kala pasar sepi, tapi *Alhamdulillah* ada aja pembeli. Rezeki sudah ada yang mengatur. Kita niat mencari nafkah harus dijalani semaksimal mungkin dengan usaha terus menerus”.²²⁰

Sauri, pedagang buah yang bertempat di stand blok H-28, menjelaskan faktor akses masuk ke Transmart yang dianggap tidak efisien waktu.

“Kalau mau masuk Transmart, parkir susah, jarak jauh. Kalau bagi ibu-ibu, cuman beli buah yah rasanya tidak mungkin ke sana. Kecuali kalau niat belanja macam-macam, seperti sembako. Tapi ya gitu, kalau Alfamart promo, bisa juga ngaruh ke buah, seperti apel. Karena dianggap disana lebih bagus buahnya. Kalau soal harga, tetep murah pasar. Jadi yah itu, karena sekarang banyak kompetisi, yah kita yang di pasar tradisional harus pinter bikin harga, jangan mahal”.²²¹

Dengan begitu, keberadaan pasar tradisional yang masih bertahan bisa disebabkan kemudahan akses parkir dan lokasi yang dekat dengan konsumen. Observasi lapangan juga menunjukkan hal serupa, bahwa Transmart yang berlokasi di

²¹⁹ Dokumentasi Penelitian.

²²⁰ Suparti, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 26 Desember 2019.

²²¹ Sauri, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 15 Januari 2020.

dekat Soponyono, memiliki akses parkir yang menyita waktu dan tenaga pengunjung untuk berjalan. Harga juga menjadi preferensi utama konsumen, sehingga pemilihan harga murah menjadi pertimbangan pedagang agar tetap diminati oleh pelanggan.

Berikutnya dijelaskan oleh Siti Aminah, seorang pedagang ikan laut, bahwa di pasar tradisional, item yang tetap diminati masyarakat adalah produk kebutuhan sehari-hari, terutama bahan mentah. Untuk komoditas ini tampaknya pasar tradisional masih mampu bersaing dengan memberikan harga yang relatif murah dan produk yang segar. Observasi lapangan juga menunjukkan bahwa produk ikan selalu ramai dikunjungi pelanggan.

“Kalau pengaruh dari adanya Transmart, untuk ikan laut tidak ada pengaruh ya. Biasa saja. Pembeli di tempat saya juga normal. Tapi kalau lainnya, seperti baju dan sembako, pasti ada pengaruh karena kalau barang pabrik kan biasanya murah di mall mall seperti itu. Pas diskon biasanya harganya jatuh sekali. Kalau barang mentah seperti jualan saya, ya fresh, malah kadang mall tidak fresh. Tapi ya *alhamdulillah*, meski kalau Sabtu Minggu di mall banyak diskon, tapi disini yang beli juga lumayan banyak kok. Kalau hari biasa kan orang cuma beli makanan dan minuman, alias warung makan yang ramai”.²²²

Dari wawancara para informan, diketahui bahwa meskipun keberadaan pasar modern diindikasikan oleh banyak pihak sebagai ancaman usaha pedagang tradisional, namun di pasar Soponyono hal tersebut tidak sepenuhnya benar. Sebagai bentuk triangulasi data, dilakukan pengecekan bahwa fakta bentuk optimis pedagang muslim pasar Soponyono memang diakui oleh banyak pedagang. Hasil wawancara membuktikan bahwa hal tersebut terbukti benar. Bahkan menarik disimak keterangan dari Mariyam, pedagang pisang yang menjelaskan sikap tenang dan optimis bahwa

²²² Siti Aminah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 19 Oktober 2018.

terkadang perkembangan pasar modern justru memberikan pengaruh positif bagi perdagangan pisangnya.

“Memang bener mbak, Transmart ramai. Sempat khawatir kalau semua orang kesana, tidak mau mampir pasar lagi. Awalnya Transmart ada, memang ramai banget. *Alhamdulillah* sekarang ternyata enggak khawatir. Malah karena ada Transmart, Rungkut tambah ramai, banyak orang suka pergi, suka belanja di sekitar Rungkut ini. Dan ada aja orang yang pulang dari Transmart terus mampir sini. Kalau buah-buahan, kaya pisang gini, kan murah di pasar mbak. Juga lengkap. Kalau di mall kan pisangnya yang mahal-mahal saja, tidak ada pisang *gephok*, pisang buat ndulang bayi. Jadi, orang yang kesini ya karena yang dicari memang adanya disini. Habis dari mall terus mampir pasar”.²²³



Gambar 12. Maryam, Pedagang Pisang²²⁴

Sedangkan Hj. Dewi, pedagang sembako (kopi, teh, susu, gula, dan sebagainya), menjelaskan pengaruh pasar modern Alfamart yang memang hanya terpaut 100 meter dari lokasi pasar, terhadap usahanya:

“Memang kalau promo, Transmart bisa juga memberi pengaruh. Tapi tidak begitu juga karena sebenarnya Transmart pangsa pasarnya menengah atas dan banyak yang tidak penduduk sekitar. Yang lebih berpengaruh itu Alfamart. Karena jelas warga sekitar. Parkir mudah dan dekat rumah warga. Jadi kalau alfa promo, seperti minyak beras, ya orang lebih milih ke alfa daripada ke pasar. Tapi meski begitu, *Alhamdulillah* dagangan di pasar ya tetap saja ada yang beli. Memang omset turun sejak ada Transmart, Alfa, dan semuanya. Tapi tidak apa, dilakoni aja.”²²⁵

²²³ Siti Maryam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 6 Oktober 2018

²²⁴ Dokumetasi Penelitian

²²⁵ Hj. Dewi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

Penjelasan Hj. Dewi menunjukkan bahwa akses lokasi suatu perbelanjaan sangat berpengaruh. Ketika terdapat pasar modern yang akses parkirnya mudah dan harga sangat terjangkau, maka ini yang memberi pengaruh pada keberlangsungan usaha pedagang pasar.

Subyek lainnya, yaitu Hj. Lilik, menyampaikan penuturannya:

“Kalau seragam, *alhamdulillah* disini lancar. Kalau baju biasa kan panennya pas puasa, mau lebaran. Tapi seragam enggak, karena disini dekat sekolah. Kalau seragam, orang kan gak mungkin nyarinya di mall”.²²⁶

Dengan begitu, karakter lokasi, yaitu apa saja yang berada di sekitar pasar, juga menjadi penentu perputaran transaksi di dalam pasar. Contoh wawancara yang disampaikan salah satu informan tersebut, menjadi potret bahwa keberadaan lembaga pendidikan, menjadi faktor kebutuhan konsumen pasar Soponyono. Hasil wawancara dengan para subyek penelitian, menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern dan segala bentuk kompetisi di era digitalisasi tidak menurunkan semangat pedagang untuk tetap bertahan dan mencari rezeki di pasar Soponyono. Hal tersebut adalah fakta yang menarik. Penelitian ini kemudian ingin mengetahui alasan lebih detail pedagang tetap bertahan dalam proses perdagangan tradisional dan strategi yang digunakan mereka. Keduanya dijelaskan dalam bab berikutnya.

C. Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Soponyono

Studi tentang ketahanan usaha pedagang pasar Soponyono, sama halnya dengan beberapa penelitian tentang ketahanan industri kecil dengan modal sosial. Sebagai

²²⁶ Hj. Lilik, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 22 Oktober 2018.

contoh, penelitian Sirajul Arifin yang menjelaskan bahwa modal sosial sebagai modal ekonomi yang membangun sustainabilitas bisnis pedagang Muslim Arab di wilayah Ampel, Surabaya. Bisnis pedagang dicerminkan dengan perilaku kebaikan, kerjasama, dan kepercayaan (*trust*). Begitupun dengan Dwisara Ajeng, yang menjelaskan bahwa telah terjalin nilai-nilai sosial, yaitu modal sosial *bonding* (kekerabatan) dan modal sosial *bridging* (pertemanan) pedagang pasar Legi Yogyakarta. Penelitian lainnya memberikan fakta yang sama, seperti Meilanny yang menganalisa jaringan sosial sebagai pembentuk *suistanability* usaha industry kecil di Bandung, Niken Handayani yang menganalisa norma resiprositas kebaikan sesama pedagang batik di Surakarta, dan Yudhistira Hari Sandi yang melihat dampak unsur-unsur modal sosial sebagai penguat usaha industri kecil di Situbondo.

Dengan begitu, dapat diketahui, bahwa dari beberapa penelitian yang dilakukan, fakta lapangan menyimpulkan peran penting modal sosial dalam keberlangsungan usaha masyarakat. Indikasi yang sama dimungkinkan terjadi di pasar Sopyonyono. Hal ini kemudian menjadi menarik untuk diteliti, yaitu bagaimana pedagang pasar tradisional memanfaatkan modal sosial untuk ketahanan usahanya. Dan diharapkan, modal sosial ketika dimanfaatkan secara baik, menjadi potensi yang mendukung keberadaan suatu usaha produktif, terutama potret ekonomi rakyat yang dijalankan pelaku usaha di pasar tradisional.

Penelitian yang sudah dilakukan di pasar Sopyonyono sendiri, telah memperlihatkan beberapa aspek bahasan modal sosial dengan menggunakan pedagang sebagai informan. Salah satu bahasan adalah pemahaman tentang makna modal sosial.

Temuan data menunjukkan pemahaman modal sosial juga dipahami secara berbeda-beda. Di antara 30 subyek penelitian, hanya beberapa orang yang pernah istilah modal sosial, yaitu Fatma, Siti Maryam, Nur, Saikhuni, dan Sulicha, meskipun kelima orang tersebut tidak bisa menjelaskan makna modal sosial secara detail.

Sebagai contoh Mbak Fat atau Fatma, pedagang konveksi yang merasa mengenal istilah modal sosial, menjelaskan pemahamannya:

“Saya itu tau nilai-nilai sosial menurut Islam tapi yang aku taunya hanya Akad saja mbak. Tapi saya rasa sudah melakukan nilai-nilai sosial dalam islam. Kalau Ta’awun saya menegtahui setengah dan tidak begitu paham. Nah kalau amanah seingat saya itu seperti kepercayaan. Kalau *ukhuwah Islamiyah*, sepengetahuan saya seperti contohnya menjadi tetangga yang baik. Musyawarah itu kayak berkumpul juga berpendapat. Pandangan Islam tentang Hubungan kekerabatan itu menurut saya baik seperti halnya silaturahmi.²²⁷



Gambar 13. Fatma, Pedagang Konveksi²²⁸

Sedangkan Tum, memberikan jawaban yang menunjukkan ketidapahamannya dengan istilah modal sosial.

“Jujur saya tidak mengetahui apa itu nilai-nilai sosial mbak. Yang saya tau yaa pokoknya saya sudah mempratekkan penjualan ini dengan baik antara penjual dan pembeli. Sepengetahuan saya konsep Islam yang melakukan perbuatan bohong itu tidak boleh mbak. Jadi kita jadi pembeli itu harus jujur. Istilah *ta’awun* dan *amanah* saya tidak tau sama sekali mbak. Aku tau *ukhuwah*

²²⁷ Fatma, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 15 Januari 2020.

²²⁸ Dokumentasi Penelitian

Isla>miyyah sekilas tapi tidak mendalami. Menurut saya hubungan kekerabatan itu seperti saling membantu atau menolong dan berhubungan baik dengan sesama”.²²⁹

Khusnul, pedagang sayur, juga menjelaskan hal sama:

“Nilai-nilai sosial menurut Islam saya tidak tau mbak. Kalau amanah itu yang saya inget itu kayak saling percaya. *Ukhuwah Isla>miyyah* saya juga tidak tau. Kalau musyawarah itu kayaknya menyampaikan pendapat. Hubungan kekerabatan pandangan Islam menurut saya itu harus saling menjaga kepercayaan satu dengan yang lain, lalu kayak gotong royong”.²³⁰

Meskipun pemahaman modal sosial di antara pedagang cukup asing, namun pedagang telah menjalankan unsur modal sosial dalam aktivitas berdagang kesehariannya. Observasi (pengamatan objek penelitian) juga menunjukkan bahwa telah terekam situasi aktivitas modal sosial dalam pasar Soponyono melalui suasana pasar yang diwarnai dengan komunikasi cukup akrab antar pedagang, bahkan dengan pengelola maupun pelanggan. potret tersebut menunjukkan bahwa modal sosial telah menjadi identitas pasar Soponyono. Marji'in Syam, kepala pasar yang juga warga Kalirungkut, memberikan pendapatnya yang menguatkan fakta tersebut:

“Disini kuat hubungan sosial. Rutinan ngaji kamis malam jumat legi, setiap tahun ada ziarah wali yang melibatkan pedagang, pengajian maulid nabi, dan HPP juga rutin pertemuan. Dalam pertemuan, semua saling rembug, baik pedagang maupun pengelola. Disini yah sudah seperti kampung, bukan pasar. Kita semua saling mencintai sebagai seduluran. Kalau ketemu di pasar, ibaratnya seperti ketemu *dulur dewe*. Kalau soal selisih pedagang karena rebutan konsumen, itu yah pernah terjadi. Tapi kan langsung reda dan baik seperti semula. Karena apa untungnya seperti itu, disini yah semua harus yakin, rezeki itu Allah yang ngatur.”²³¹

²²⁹ Tum, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²³⁰ Khusnul, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²³¹ Marjiin Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 21 Pebruari 2020.



Gambar 14. Dokumentasi Acara Maulid Nabi Muhammad²³²

Dari pemaparan Marjiin Syam, bentuk kebersamaan telah kuat terjalin di lingkungan pasar. Hal ini juga diakui oleh pedagang pasar, yaitu Nur:

“Memang disini guyub, sudah sama-sama orang Rungkut sendiri. Jadi sudah ikatan kekeluargaan erat. Memang ada juga yang bukan warga sini, tapi tidak masalah. Banyak pedagang yang saling membaur, saling kenal. Pengajian bareng-bareng datang. Maulid nabi dan peringatan hari Islam rutin di pasar ini. Jadi yah pastinya hubungan sosial memang kuat. Saya sendiri, disini juga dibantu kakak saya, dia jualan pisang, saya jualan jus di sampingnya. Yah, biasa kalau saling bantu jaga dan sebagainya. Pokoe disini berkah, *mbarokahi*. Dengan pedagang tidak ada saling iri.”²³³

Penjual warung kopi, Pardiansyah, menjelaskan hal sama, bahwa pedagang mengapresiasi prestasi yang telah diraih oleh pasar tempat mereka berdagang:

“Di Sopyonyono ini, hubungan erat. Kalau kegiatan, saling urunan. Kalau ada kesusahan, kematian, saling membantu. Juga kalau ada sakit, dijenguk lainnya. Gotong royong juga biasa berjalan, contohnya ya membersihkan tempat dagangan. Contoh pas 17 Agustus, sama-sama kerja bakti. Pasar ini memang tergolong bagus, buktinya kepala pasar pernah diundang di Singapura. Waktu itu studi banding disana karena Sopyonyono dianggap berhasil menjaga kebersihan. Untuk tingkat kota Surabaya, pernah mendapat penghargaan soal kebersihan. Kami bangga atas itu dan memang berusaha bagaimanapun, menjaga kebersihan meski seadanya yang kami miliki. Namanya juga ini pasar swadaya warga. Jadi semua saling memahami.”²³⁴

²³² Dokumentasi Penelitian

²³³ Nur, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 21 Pebruari 2020.

²³⁴ Pardiansyah, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 21 Pebruari 2020.

Selain potret modal sosial yang dijelaskan di atas, pasar Soponyono merupakan ikon kecamatan Rungkut. Hal ini dijelaskan oleh Siti Fatimah, warga pendatang yang indekos di Rungkut Tengah, sebuah kelurahan yang berada di sebelah kelurahan Kalirungkut.

“Soponyono itu sudah kayak melekat dengan nama Rungkut. Kalau orang ngomong pasar Rungkut, yah nyambungnya Soponyono. Bahkan tidak hanya orang Rungkut, teman saya yang bukan orang Rungkut juga sering ke pasar ini. Pengunjung pasar ini lumayan ramai.”²³⁵

Dari pihak pengelola pasar, juga diwawancara terkait prestasi maupun kegiatan pasar di luar transaksi jual beli, yang dinilai positif. Bendahara Pasar, H. Hudan, menjelaskan bahwa selama beroperasi, banyak kegiatan positif yang dilakukan oleh pihak eksternal di dalam lingkungan pasar Soponyono, diantaranya dari pemerintah setempat maupun lembaga-lembaga pendidikan.

“Disini kami open jika ada pihak-pihak luar yang ingin melakukan kegiatan positif, kegiatan yang sifatnya Pendidikan ataupun memberikan manfaat bagi kami (pasar Soponyono). Pernah beberapa mahasiswa asing, diantaranya dari Australia kesini, melakukan sosialisasi cinta lingkungan. Mereka mengajak kampanye anti sampah plastik. Juga ada, dari TK Al-Islah, Yamastho, Nurul Hayat, kesini latihan belanja. Juga dari STAI Taruna melakukan penyuluhan hukum, jadi banyak kegiatan yang berlangsung. Ini kan wujud bahwa pasar kami memang dikenal oleh banyak pihak. Kami juga pernah dikunjungi Gubernur Jatim, baik mantan Gubernur Pakdhe Karwo, maupun Gubernur saat ini, Ibu Khofifah.”²³⁶

Dari penjelasan di atas, diketahui bahwa keberadaan pasar Soponyono bukan hanya dikenal oleh pihak luar, namun juga dianggap memberikan pengaruh positif. Dokumentasi yang didapat selama penelitian berlangsung, menunjukkan bahwa

²³⁵ Siti Fatimah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 21 Pebruari 2020.

²³⁶ Hudan, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 21 Pebruari 2020.

keberadaan pasar swasta tersebut bukan semata potret kegiatan bisnis, namun memiliki nilai-nilai sosial yang diterima secara positif bagi banyak pihak.

Dalam keterkaitan modal sosial, potret tersebut menunjukkan adanya *benefit social* dari keberadaan pasar Sopyonyo, yaitu keuntungan sosial karena keberadaan pasar memberikan informasi pada pemerintah dan pihak terkait mengenai cara masyarakat berdagang dan situasi yang mereka hadapi agar tetap mendapatkan rezeki. Sedangkan bagi insitusi pendidikan, pasar Sopyonyo bisa menjadi contoh nyata transaksi perdagangan secara langsung di dalam pasar yang berkemungkinan menciptakan model komunikasi yang bervariasi antara penjual pembeli. Dari hasil penelusuran dokumentasi, berikut beberapa foto kegiatan yang dilaksanakan oleh beberapa lembaga pendidikan di dalam pasar Sopyonyo. Dokumentasi tersebut menjadi bukti bahwa pasar ini tidak hanya memiliki manfaat dalam hal pengembangan aktivitas ekonomi, tapi juga membantu pengembangan informasi dan pengetahuan.



Gambar 15. Kunjungan Mahasiswa Mancanegara di Pasar Sopyonyo²³⁷

²³⁷ Dokumentasi Penelitian



Gambar 16. Penyuluhan Hukum oleh STAI Taruna Surabaya²³⁸



Gambar 17. Pembelajaran Belanja di Pasar Tradisional oleh TK Al Islah²³⁹

Hudan juga menjelaskan harapannya agar pasar Soponyono tetap bertahan di tengah kompetisi perdagangan di Surabaya, saat ini.

“Kami berpikir, mungkin faktor saling menjaga kepercayaan antara sesama pedagang dengan konsumen, juga hubungan baik yang sudah terbangun, itu mungkin sangat ngaruh dan membuat pasar tetap bisa bertahan. Padahal memang kita semua tahu lah, Namanya usaha, persaingan sekarang ketat. Tidak banyak orang mau berkunjung ke pasar. Kadang belanja saja, orang sekarang kadang memilih *online*. Tapi setidaknya, kami selaku pengelola berusaha agar pedagang tetap bisa jualan, tetap bisa mampu bertahan.”²⁴⁰

Sedangkan Sokil, ketua HPP Soponyono, menceritakan potret nyata kuatnya kebersamaan di dalam lingkungan Soponyono.

²³⁸ Ibid.

²³⁹ Ibid.

²⁴⁰ Hudan, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 21 Pebruari 2020.

“Pernah waktu kebakaran tahun 1999 dulu, saat itu pedagang kompak saling gotong royong membangun pasar kembali. Bahkan secara swadaya, masyarakat dan pedagang sampai bisa bangun lantai dua. Selain itu, perkembangan tahun ke tahun tetap bisa membaik. Padahal itu terjadi kebakaran, tapi semuanya bisa bertahan dan berangsur-angsur normal usahanya. Semua saling terima musibah. Saling gotong royong dan kebersamaan kuat, itu mungkin faktor pasar ini bisa kuat dan sampai sekarang seperti identitas kecamatan Rungkut”.²⁴¹

Dari wawancara-wawancara tersebut, diketahui bahwa kebersamaan di lingkungan pasar telah berlangsung lama dan menunjukkan modal sosial sudah menjadi bagian nyata di dalam pasar. Namun, meski modal sosial kuat, Saikhuni, pedagang konveksi, menceritakan pengalaman perselisihan antar pedagang pasar.

“Pernah, sesama pedagang ayam cekcok. Kemudian mereka ini, dipanggil di kantor. Oleh pak bos (kepala pasar) dikasih wejangan, dibilangin, kalau bertengkar kelihatan konsumen, kan yang rugi semua pihak. Jadi seharusnya sama-sama menjaga hubungan baik, kepentingan bersama. Penjelasan yang seperti itu, demi kebersamaan dan kekeluargaan, akhirnya yah bisa diterima dan hubungan baik kembali.”²⁴²

Langkah solutif berupa penyelesaian masalah secara kekeluargaan, menunjukkan bahwa pengelola maupun pedagang lebih mengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi. Hal ini bisa dipahami bahwa norma kolektif dalam modal sosial, memang sudah terbentuk. Suasana yang telah menyatu sebagai bagian keluarga besar, oleh Arief Fauzi, salah seorang pengelola, menjadi alasan mengapa sangat jarang pedagang yang berhenti berjualan dari pasar tersebut.

“Disini jarang pedagang yang keluar *karepe dewe*. Mayoritas usaha disini turun temurun jadi jarang sekali yang sampai berhenti jualan. Dari bapaknya, turun ke anaknya, dan seterusnya. Wong banyak juga yang sampai jualan sambal bawa anak. Sudah seperti rumah sendiri. Memang pernah ada, yang berhenti jualan, itu karena alasan memang tidak bisa diterima banyak orang, yaitu

²⁴¹ Sokil, *Wawancara*, Pasar Sopotonyono Surabaya, 19 April 2020.

²⁴² Saikhuni, *Wawancara*, Pasar Sopotonyono Surabaya, 19 April 2020.

menipu. Karena pernah menipu temannya sendiri, ia pun malu dan akhirnya tidak berani jualan disini lagi.”²⁴³

Memiliki modal sosial tinggi memang bukan hambatan kuat, namun terdapat ancaman yang saat ini dikhawatirkan oleh pengelola, pedagang, maupun warga sekitar pasar Soponyono. Hal tersebut seperti yang dijelaskan di atas, yaitu mengenai wacana pemberlakuan biaya sewa yang dibebankan pasar untuk dibayar pada Pemerintah Kota Surabaya sebesar Rp. 350.000.000 per tahun. Aturan ini diwacanakan mulai berlaku pada tahun 2020. Atas wacana tersebut, Nur Aini, pedagang jus, menyampaikan kekhawatirannya karena berpotensi menaikkan harga sewa dan retribusi yang selama ini menjadi alasan penting bagi pedagang untuk tetap bertahan.

“Memang memprihatinkan kalau kami harus bayar ratusan juta setiap tahun ke Pemkot. Kami ini pasar swadaya masyarakat, bukan binaan Pemkot. Bukan dibiayai Pemkot. Berdiri karena urunan warga. Kami semua yakin pasar ini memang barokahnya kiai, barokah leluhur. Awalnya dulu didirikan oleh para ulama, tokoh Rungkut yang ingin mengabdikan untuk masyarakat banyak. Membawa kemasalahatan. Didirikan pasar bukan kepentingan pribadi siapapun, karena semua masukan yah untuk warga. Untuk masjid, sekolahan, anak yatim. Adanya uang berapa, itu diputer untuk *wong kampung* (masyarakat). Yang jadi pengelola niatnya yah kerja itu ibadah.”²⁴⁴

Pendapat yang dijelaskan oleh Nur tersebut, menunjukkan bahwa pedagang memiliki kepercayaan pada pengelola, yaitu kepedulian pengelola terhadap pedagang, bukan semata untuk mencari pendapatan pribadi para pengelola. Sedangkan Marjiin Syam selaku kepala pasar, juga memberikan penjelasan dan harapannya.

“Kami yah berharap bisa terus berkembang lebih baik, meski semampu kami. Ini juga demi pedagang, demi *wong kampung*. Agar pasar ini tetap dapat bertahan dan keberadaannya membawa manfaat. Kalau tidak ada pasar,

²⁴³ Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 19 April 2020.

²⁴⁴ Nur Aini, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 19 April 2020.

kuatirnya memunculkan pengangguran. Karena dengan pasar, warga akhirnya bisa bekerja, bisa berdagang. Bisa nguripi keluarganya, sekolah anaknya, itulah barokah yang ingin terus dibangun oleh pasar ini. Semoga wacana tersebut tidak terealisasi demi usaha rakyat, usaha *wong* (orang) kampung ini.”²⁴⁵

Marjiin Syam dalam pendapatnya, menunjukkan mata rantai dampak kemaslahatan dari keberadaan pasar tersebut. Menyadari bahwa pasar dapat memberikan manfaat bagi pedagang, mendorong pengelola pasar mendapat kepuasan dalam hal altruisme, yaitu perilaku kebaikan bagi orang lain. Semua temuan data di atas menunjukkan bahwa ikatan sebagai anggota keluarga besar pasar Soponyono sangat kuat. Pedagang, pengelola, maupun warga sekitar merasakan manfaat dari keberadaan pasar sehingga menilai kemajuan pasar dapat menambah nilai manfaat bagi mereka. Bahkan, permasalahan maupun potensi yang bisa menjadi ancaman atas keberlangsungan pasar dinilai sebagai ancaman bagi lainnya. Hal ini perwujudan indikasi kuatnya *sense of belonging* atas ikatan emosional antara pedagang dengan pengelola pasar Soponyono. Dengan begitu, nuansa modal sosial terkesan cukup kuat di dalam pasar Soponyono, sehingga perlu dilakukan analisa lebih detail yang dikaji dalam bab berikutnya.

²⁴⁵ Marjiin Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 19 April 2020.

BAB IV

RELAVANSI MODAL SOSIAL DENGAN KETAHANAN USAHA PEDAGANG MUSLIM PASAR SOPONYONO

Pada bab sebelumnya, diketahui bahwa telah terbentuk hubungan baik di antara pedagang pasar Soponyono sehingga diindikasikan hal tersebut mempengaruhi terbentuknya situasi kenyamanan dalam berdagang. Kenyamanan tersebut dianalisa lebih detail pada bab ini, yaitu mengenai relevansi modal sosial dengan ketahanan usaha pedagang muslim di dalam pasar Soponyono.

A. Ketahanan Usaha Pedagang Muslim Pasar Tradisional Soponyono

1. Strategi Bertahan

Tidak bisa dipungkiri, fakta berdirinya Transmart maupun pasar modern di sekitar pasar Soponyono mendorong pedagang harus selalu meningkatkan ikhtiar dan melakukan strategi agar usahanya tetap bisa bertahan dan berkembang baik. Strategi ketahanan usaha seorang pedagang, umumnya berkaitan cara pemasaran yang diterapkan dan bagaimana strategi harga (keuntungan) yang diterapkan pedagang. Menurut Edi Suharto, strategi bertahan dalam perekonomian dilakukan dengan berbagai cara yaitu:

- 1) Strategi aktif; merupakan strategi yang mengoptimalkan segala potensi secara internal, seperti: memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber daya yang ada, dan menata kios agar terlihat lebih rapi dan menarik.
- 2) Strategi pasif; merupakan strategi yang mengurangi pengeluaran guna

memenuhi kebutuhan, misalnya: mengurangi pengeluaran sandang, pangan dan sebagainya.

- 3) Strategi jaringan; merupakan strategi yang mencakup dalam usaha menjalin relasi, baik secara formal maupun informal dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan, seperti dengan membangun relasi dengan lingkungan sosial meliputi relasi antara penjual dan pembeli.²⁴⁶

Ketiganya kemudian dijabarkan sesuai hasil temuan data berikut ini:

Tabel 8. Strategi Bertahan Pedagang Pasar Sopyonyo

No	Nama	Strategi aktif	Strategi pasif	Strategi jaringan
1	Suratun	Menjaga mutu dan kualitas produk, harga murah	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	Menjaga pelayanan ramah dengan pembeli untuk diharapkan menjadi pelanggan
2	Fatimatus Z	Produk yang dijual harus dalam kondisi fresh	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan pelanggan untuk menjaga konsistensi dan pembelian dalam jumlah tertentu
3	Maryam	Memberikan diskon harga bagi pelanggan tertentu, dan menjaga kepercayaan pelanggan	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan pelanggan untuk menjaga konsistensi dan pembelian dalam jumlah tertentu

²⁴⁶ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2002), 124.

4	Hj. Lilik	Memfaatkan aplikasi <i>online</i> shopping, menata ulang stand secara berkala	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
5	Istianah	Menggunakan media promosi (manual)	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
6	Jalaluddin	Keuntungan tidak harus banyak namun sering	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
7	Saikhuni	Memberikan diskon harga bagi pelanggan tertentu, menata ulang stand secara berkala, Membuka jam operasional pada jam padat pengunjung	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
8	Margono	Mengambil keuntungan sedikit tapi kuantitas banyak.	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	Menjaga pelayanan ramah dengan pembeli untuk diharapkan menjadi pelanggan
9	Thohir	Mematok harga murah dan memberikan keleluasaan pelanggan untuk	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami	Menjaga pelayanan ramah dengan pembeli untuk diharapkan menjadi pelanggan

		<i>nongkrong</i> di tempatnya.	penurunan pendapatan	
10	Sulicha	Memanfaatkan aplikasi sosial media, memberikan potongan harga untuk barang tertentu, menata ulang stand secara berkala	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
11	Khusnul	Mematok harga murah karena barang tidak awet	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
12	Parto	Memanfaatkan aplikasi sosial media, memberikan potongan harga untuk barang tertentu, menata ulang stand secara berkala	Meminta kelonggaran bayar retribusi ketika penjualan menurun	Menjaga pelayanan ramah dengan pembeli untuk diharapkan menjadi pelanggan
13	Pardiansyah	Memperpanjang jam operasional dan memberikan keleluasaan pelanggan untuk <i>nongkrong</i> di tempatnya.	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	Menjaga hubungan baik dengan pelanggan
14	Hj. Dewi	Mengambil keuntungan sedikit tapi kuantitas banyak	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan pelanggan untuk menjaga konsistensi dan pembelian dalam jumlah tertentu

15	Suparti	Mematok harga murah karena makanan matang	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
16	Bandiyah	harga murah	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan pelanggan untuk menjaga konsistensi dan pembelian dalam jumlah tertentu
17	Anis	Mengambil keuntungan sedikit	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
18	Siti Rohma	Menjaga kualitas barang dan pelayanan	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	Menjaga pelayanan ramah dengan pembeli untuk diharapkan menjadi pelanggan
19	Fatma	Memanfaatkan aplikasi sosial media, memberikan potongan harga untuk barang tertentu, menata ulang stand secara berkala	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
20	Holilur	Menjaga kualitas barang dan pelayanan	Meminta kelonggaran bayar retribusi ketika penjualan menurun	menjalin relasi dengan pelanggan untuk menjaga konsistensi dan pembelian dalam jumlah tertentu

21	Pangestu Ningsih	Mengambil keuntungan sedikit tapi kuantitas banyak	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan pelanggan untuk menjaga konsistensi dan pembelian dalam jumlah tertentu
22	Sholeh	Memperpanjang jam operasional	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan pelanggan yang biasa membeli dalam jumlah besar
23	Tum	Mengambil keuntungan sedikit tapi kuantitas banyak	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
24	Sauri	Memperpanjang jam operasional	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
25	Hartini	Memberikan pelayanan yang ramah	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
26	Siti Aminah	Membuka jam operasional pada jam padat pengunjung, memotong harga untuk barang tertentu	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah

27	Nur Aini	Harga murah dan produk terjaga kualitas, bukan yang sudah tidak layak dikonsumsi	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	Menjaga pelayanan ramah dengan pembeli untuk diharapkan menjadi pelanggan
28	Absokil	Harga murah dan produk terjaga kualitas, bukan yang sudah tidak layak dikonsumsi	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
29	Aminah	Memberikan potongan harga untuk barang tertentu, menata ulang stand secara berkala, Membuka jam operasional pada jam padat pengunjung	Mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah
30	Rokayah	Membuka jam operasional pada jam padat pengunjung, memotong harga untuk barang tertentu	Mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan	menjalin relasi dengan distributor agar mendapat harga murah

Sumber: hasil wawancara *guide interview*

Dari tabel tersebut, strategi mematok harga murah atau menekan keuntungan, menjadi andalan pedagang untuk tetap menjaga kelancaran usahanya. Meski sebenarnya, perdagangan dilakukan dengan tujuan utama meraih keuntungan yang cukup banyak. Dalam Islam, oleh Imam Al-Ghazali melalui *Ihya' 'Ulum al-Din* (1100 M), telah dijelaskan tentang keuntungan sebagai fungsi perdagangan yang

bertujuan memberikan nilai tambah dengan menyediakannya pada waktu dan tempat di mana dibutuhkan. Keuntungan dilakukan oleh pedagang sebagai kompensasi dari biaya atau tenaga perjalanan, biaya sewa, resiko bisnis, dan ancaman keselamatan diri si pedagang.²⁴⁷

Meskipun keuntungan adalah tujuan dari berlangsungnya sebuah perdagangan, namun kompetisi perdagangan tentu membuat keuntungan harus diatur secara bijak agar perdagangan yang dijalankan tetap dapat bertahan. Hal tersebut juga dipahami oleh subyek penelitian, seperti yang disampaikan Nur:

“Yah disini yang beli kan orang kampung (Rungkut), yah harus murah meriah. Yang penting kan berkahnya. Percuma mahal kalau gak laku dan malah dirasain orang. Jualan kan harus menyesuaikan, dimana kita jualannya. Toh di pasar ini, karcis (retribusi) murah. Terus, karena saya jualan buah, yah harus jaga kualitas. Jangan buah bosok dijual karena selain bau, dilihat pengunjung gak bagus.”²⁴⁸

Siti Aminah, penjual ikan pindang, juga melakukan hal yang sama:
"Aku yo ngeneh iki, titik-titik ae batine rapopo. Asalkan dagangan tetep laris, gak mubadzir dan sing tuku gak kapok. Sing penting, berprinsip keuntungan tidak harus banyak tapi sewajarnya dan bisa menghidupi dagangan.”²⁴⁹

Pendapat keduanya merupakan penerapan pemikiran Al Ghazali yang menjelaskan bahwa dalam perdagangan makanan, motif mencari keuntungan yang tinggi harus diminimalisir. Jika ingin mendapatkan keuntungan tinggi dari perdagangan, selayaknya dicari barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok. Dalam *Ihya' Ulum al-Din* disebutkan pernyataan Al Ghazali: “Ketika

²⁴⁷ Abdullah Zaky, *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, 195.

²⁴⁸ Nur, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

²⁴⁹ Siti Aminah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 19 Oktober 2018.

*seorang petani tidak menemukan seorang pembeli atas hasil pertaniannya, maka ia akan menjualnya dengan harga yang lebih rendah.*²⁵⁰ Dari pernyataan tersebut, Al-Ghazali mengingatkan bahwa perdagangan makanan tidak bisa memiliki motif mencari keuntungan tinggi, disebabkan makanan adalah kebutuhan pokok bagi manusia. Pemikiran tersebut ternyata dipahami oleh salah satu subyek penelitian, yaitu Pardiansyah:

“Saya kan jualan di sini, sudah kenal sama pelanggan. sudah banyak yang teman sendiri. Masak kalau saya jual nasi untuk teman yang lapar, saya kasih harga mahal? Wong yang beli juga teman sendiri, belinya juga karena perlu ngisi perut di tengah kerja. Jadi saya kasih harga yang wajarlah.”²⁵¹

Sedangkan Suparti, subyek penelitian yang juga menjual makanan, mengaku mematok harga murah karena memikirkan daya tahan makanan:

“Kalo jual makanan, kue, memang bener, pasti ada yang beli, dan memancing orang untuk pesan buat acara hajatan dan sebagainya. Tapi ya gitu, harga harus murah, kalau mahal, sampai gak laku dan basi, yang rugi kan juga saya. Jadi yah harus dijual murah meriah. Asal habis setiap hari. Lebih baik *bathi thithik* (untung sedikit), daripada rugi.”²⁵²

Strategi menekan keuntungan ternyata tidak hanya dilakukan oleh pedagang makanan pokok atau produk fresh, melainkan juga pedagang konveksi, salah satunya adalah Fatma, pedagang konveksi di stand E-21:

“Namanya orang jualan. Biasa lah kalau kadang laris, kadang sepi. Yang penting kan bagaimana semuanya diniati ikhlas jualan. Apalagi kalau konveksi gini, bukan kebutuhan sehari-hari. Yah wajar kalau orang tidak setiap hari beli. Cuman tetep saya syukur, alhamdulillah, ada saja yang beli. Misalnya jilbab,

²⁵⁰ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 356.

²⁵¹ Pardiansyah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019

²⁵² Suparti, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019

kaos kaki, ada saja. Yang penting jangan untung gedhe-gedhe. Pokoe muter dan orang gak kapok beli disini”.²⁵³

Strategi bertahan bukan hanya berkaitan dengan menekan keuntungan, namun bisa juga dengan cara pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik merupakan salah satu bentuk strategi aktif. Hartini, pedagang sembako, menjelaskan strateginya sikap selalu ramah kepada pengunjung:

“Kalau ada orang lewat, yah memang harus telaten nyapa. Beli apa, mbak? Bu? Kalau dia *mandheg* (berhenti), nanti kita sapa ramah. Ini beras murah, bagus. Pokoe diajak ngobrol lah biar orang mau berenti dan beli. Tapi memang *alhamdulillah*, kebanyakan sih sudah pelanggan. Jadi karena udah kenal, ya langsung sebut nama orang itu, terus kita guyonin lah biar mau beli. Yang namanya sembako kan kebutuhan sehari-hari, jadi gampang jualnya.”

Selain dengan menekan keuntungan menjaga pelayanan yang baik sebagai bagian dari strategi berdagang, cara perbaikan kualitas produk juga bisa dilakukan. Dalam Islam, perbaikan dapat diartikan sebagai motivasi untuk mengubah sesuatu menjadi lebih baik (Q.S Ar-Ra’du ayat 11²⁵⁴).

Lebih detail daripada Hartini, Bandiyah, yang juga pedagang sembako, bukan hanya mengutamakan pelayanan yang ramah, namun juga menjaga kualitas produk sesuai keinginan pelanggan. Berikut penuturannya:

“Kalau saya, pelanggan kan memang yang biasa ke pasar, jadi sudah kenal. Saya selalu memberi pelayanan ramah, menyapa dan bertanya kabar jadi akhirnya orang mampir ke stand saya, sambil ngobrol dikit. Kualitas juga harus dijaga. Seperti saya jual sembako ya harus jaga kualitas sesuai harga. Tidak

²⁵³ Fatma, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁵⁴ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

(Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri).

boleh saya bikin harga tinggi tapi beras biasa. Nanti yang beli kapok. Padahal kita ini kan harus dapat uang, bisa terus berjalan untuk kebutuhan hidup yang lebih baik. Saya juga ngikut apa kata pelanggan. kalau pelanggan mau beli barang banyak tapi ini itu syaratnya, dikemas kayak gini gitu, ya saya ikutin aja. Tidak apa kita sabar ngikutin pelanggan yang kadang cerewet, asal mereka mau beli.”²⁵⁵

Pemikiran Bandiyah menunjukkan bahwa pentingnya menjaga kualitas produk agar dapat menjaga eksistensi usaha sebagai bentuk membangun hidup yang lebih baik. Subyek lainnya, yaitu Khusnul, juga menyampaikan ikhtiarnya menjaga kemajuan dalam berdagang melalui cara menjaga kualitas barang:

“Harus dijaga, yang sudah *bosok* (sudah tidak layak konsumsi), yah tidak saya jual. Saya buang atau kasih gratis. Biasanya ada saja yang mau. Buat pakan ternak katanya. Yang layu-layu pun mau gak mau saya kasih harga sangat murah bahkan gratis kalau sudah langganan. Gimana lagi, namanya usaha daripada dicatat, dirasanin. Kalau kita jualan asal-asalan, terus gak laku, gimana dapat uang? Wong kalau gak ada uang, yah gak bisa makan. Dengan menjaga sayur agar bisa segar, saya juga dapat manfaat, yaitu bisa jual ke warung sekitar sini. Meski saya bukan penjual skala besar, tapi setidaknya kan ini ikhtiar saya supaya tetap bisa bertahan dan syukur-syukur perlahan lebih berkembang.”²⁵⁶

Strategi aktif berupa perbaikan cara berdagang juga dapat dilakukan dalam penataan stand yang lebih menarik. Hal ini seperti yang dilakukan oleh Fatma:

“Saya sadar lah, mbak. Tahu kalau usaha mau berhasil ya harus ikhtiar. Jadi saya tetep ikhtiar. Saya kalau nganggur yah nata ulang baju, aksesoris, dan sebagainya. Intinya biar tambah fresh yang melihat, tidak terkesan barang *pancet ae* (tidak ada perubahan). Barang yang baru saya tampilkan di depan. Kayak gini kan ikhtiar saya supaya tetap ada yang mau beli. Kalau tidak kreatif, maka barang susah laku, yah gimana tercaapi tujuan usaha kan?”²⁵⁷

²⁵⁵ Achmad Hudan, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 22 Oktober 2018.

²⁵⁶ Khusnul, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁵⁷ Fatma, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

Strategi lainnya adalah pemilihan waktu operasional, baik pengefektifan jam operasional, maupun pemanjangan jam operasional. Berikut yang disampaikan oleh Pardiansyah, pemilik warung kopi:

“Dalam agama kan jelas bahwa harus mau ikhtiar kalau mau lebih baik. Ya sama kaya jualan, mbak. Kalau sekarang sepi, dicari kira-kira apa sebabnya ya? Terus gimana besok lebih ramai. Gimana ke depan tambah laris dan sukses kalau jualan. Tapi kalau faktor sepi memang karena ekonomi sulit, banyak orang gak bisa belanja macam-macam, ya gimana lagi. Biar gak rugi ya biasanya pas hari sepi, kami tutup. Minimal kami gak rugi tenaga dan waktu. Makanya kalau sore, kan sepi, orang sudah makan siang, ya kami tutup. Nanti kalau malam buka lagi. Pokoe diatur gitu. Terutama pas puasa, yah harus dibuka pas jam orang bisa makan, yaitu sampai tengah malam. Pagi sampai siang wajib tutup karena selain menghormati bulan Ramadhan, yang beli juga gak ada”.²⁵⁸

Selain Pardiansyah, pedagang lainnya, yaitu Sauri, juga memilih memperpanjang jam operasional untuk menambah kuantitas penjualan.

“Kalau masih ada pengunjung terlihat masuk pasar, yah tidak mungkin saya tutup bakulan saya. Barangkali rejeki ada yang mampir. Memang yah gitu namanya jualan, mbak. Kudu sabar biar ada saja yang beli. Karena namanya orang butuh, bisa jadi butuh buah pas tengah malam. Buktinya, ada saja orang beli jam segitu”.²⁵⁹

Sedangkan Rokayah, pedagang ikan laut, memilih menjajakan barang dagangan pada saat jam padat pengunjung:

“Saya bukanya pagi sekali, karena kalau ikan, orang belanjanya kan pagi, untuk dimasak segera. Jadi saya wajibkan diri saya, kalau pagi, harus sudah standby. Kalau siang yah tutup. Habis gak habis saya pulang. Karena percuma, jarang yang beli jam segitu. Malah buang waktu dan tenaga.”²⁶⁰

²⁵⁸ Pardiansyah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

²⁵⁹ Sauri, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁶⁰ Rokayah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Selain strategi di atas, terdapat informan yang menunjukkan strategi melalui media digital. Hal ini disebabkan perkembangan pasar *online* memberikan ancaman yang cukup mengkhawatirkan pasar tradisional, seperti yang disampaikan Nur Sikin:

“Saya rutin posting barang dagangan di akun pribadi, baik Instagram ataupun facebook. Minimal, ada yang tertarik dan bisa japri atau DM (*direct message*). Lumayan lah, kalau ditelatenin, ada saja rezeki, ada yang beli barang.”²⁶¹

Sedangkan Hj. Lilik, pedagang lainnya, menyampaikan strategi promosi melalui pemanfaatan aplikasi *online*:

“Umumnya memang bagaimana kami bisa jual baju dengan harga murah. Tapi itu saja tidak cukup. Jadi saya biasanya juga nawarkan via *online*. Saya foto-foto saya kirim ke JD.ID, Shopee, terus ya ada saja yang beli. Gampang juga kan, saya kirim pake *online*. Konsumen tidak ada komplain juga karena saya tidak jualan barang fiktif. Ada asli ini tokoh saya, saya fotokan, jadi konsumen juga percaya dan aman kalau kenapa-kenapa kan bisa protes kesini”²⁶²

Dapat diketahui bahwa Hj. Lilik melakukan strategi pemasaran dengan memanfaatkan fasilitas pemasaran yang berkembang saat ini, seperti akses aplikasi bisnis *online*. Hal sama dijelaskan oleh Sulicha:

“Saya kadang pakai sosial media untuk promosi barang dagangan saya. Biar gak tertipu, ya otomatis mengutamakan yang sesama teman. Misalnya, Instagram dan facebook. Kalau orangnya gak jelas, yah ngapain saya ladenin. Via *online* gini, kudu telaten, banyak orang cuman tanya-tanya tapi gak selalu beli. Yah gak masalah, Namanya juga usaha. Ginanapun tetep ada yang nyantol, beneran beli. Tinggal saya pesen gojek atau grab kalau sudah transfer.”

Memanfaatkan digitalisasi, yaitu pemasaran dengan sosial media, juga diperhatikan oleh Saikhuni:

“Saya rutin posting barang dagangan ke sosial media saya, baik Instagram maupun facebook. Saya juga telaten kalau ada yang nanya stok saya apa, ada

²⁶¹ Nur Sikin, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁶² Hj. Lilik, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 22 Oktober 2018.

gak yang sesuai diinginkan orang yang DM atau messenger saya? Kalau ada dan cocok, kan tinggal bungkus. Pesen grab atau gojek, kirim langsung. Pembayaran via transfer. Rata-rata yang pesen ya temen sendiri, jadi aman. Tidak ada fiktif. Tapi cara kayak gini ya jarang-jarang.²⁶³

Sedangkan Fatma, subyek penelitian yang merupakan pedagang pakaian, mengaku tidak berminat melakukan penjualan *online*.

“Enggak, mbak, gak tertarik. Kwatir ditipu dan yang beli biasanya cerewet, banyak tanya-tanya aja. Mending tetep disini, orangnya jelas, langsung bayar dan beres, gak resiko”.²⁶⁴

Selain strategi aktif, penelitian ini juga mencoba melihat strategi pasif yang dilakukan oleh subyek penelitian. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa 2 subyek melakukan cara strategi pasif berupa: ‘meminta kelonggaran bayar retribusi ketika penjualan menurun’, 13 subyek melakukan: ‘mengurangi biaya konsumsi ketika mengalami penurunan pendapatan’, dan 15 subyek penelitian melakukan: ‘mengutamakan mencari pinjaman untuk menutupi kebutuhan usaha’. Parto, yang memilih meminta kelonggaran ketika hasil penjualan sepi, menjelaskan pengalamannya:

“Saya kadang meminta keringanan pada pengelola pasar. Sebagai contoh, ketika sedang sepi dagangan, saya bilang, ‘besok saja saya bayar, rapel’. Seperti itu, pengelola paham kok. Saya juga pasti bayar. Itu yang saya suka dari pasar ini, rasa toleransinya kuat.”²⁶⁵

Strategi berikutnya yang dianalisa adalah strategi jaringan yang dijelaskan oleh Edi Suharto, yaitu membangun relasi pada distributor maupun pelanggan. berdasarkan

²⁶³ Sulicha, *Wawancara*, Pasar Sopyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

²⁶⁴ Fatma, *Wawancara*, Pasar Sopyono Surabaya, 17 Desember 2019.

²⁶⁵ Parto, *Wawancara*, 6 Oktober 2018.

wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa terdapat 16 subyek penelitian yang menjalin hubungan dengan distributor barang yang dijualnya. Berikut penuturan Anis, salah satu pedagang yang melakukan hal itu:

“Yaah kalau tidak hubungan baik, *tacik* (sebutan untuk agen) tempat kulakan pakaian susah ngasih potongan mbak. Tapi karena kami kalau kulakan selalu guyonan, akrab, jadi dikasih harga miring. Hehehe. Jadi memang hubungan baik sangat manfaat, bisa saling percaya dan saling memberi kemudahan. Pokoe sama-sama untung. Daripada hubungan gak baik, ya pasti juga males *tacik*-nya ngasih potongan”.²⁶⁶

Selain Anis, 14 subyek lainnya mengutamakan membangun relasi dengan pelanggan, diantaranya adalah Maryam dan Soleh.

“Saya disini kan jualan pisang. *Alhamdulillah*, pisang-pisang ini sudah ada yang rutin ngambil. Salah satunya kue brownies yang cukup terkenal di Surabaya. Kalau itu, belinya skala besar dan ada standard tertentu karakter pisang yang dipesan. Ada juga pelanggan yang rutin beli untuk keperluan sehari-hari, yaitu jualan pisang goreng. Supaya tetap jadi langganan, yah saya terus membangun hubungan baik dengan mereka. Saya anggap kayak seduluran, saling percaya dan santai ketika ngobrol. Jadi gak ada rasa canggung kalau nawarin pisang, semisal pas mereka gak pesan, yah saya nawarin, kok belum pesan? Dan sebagainya”.²⁶⁷

Dari wawancara di atas, strategi yang dijalankan pedagang pasar merupakan cara-cara yang umum dilakukan oleh para pedagang. Pengakuan para pedagang menunjukkan bahwa tidak ada sebuah strategi khusus atau yang sangat kreatif sehingga menjadi indikator ketahanan usaha pedagang. Strategi yang digunakan cenderung konvensional dan identik dengan cara tradisional. Meski ada beberapa subyek yang sudah memanfaatkan digitalisasi, namun tidak dilakukan strategi tersebut dengan

²⁶⁶ Anis, *Wawancara*, 6 Oktober 2018.

²⁶⁷ Sholeh, *Wawancara*, 6 Oktober 2018.

maksimal. Secara logika, strategi yang cenderung tradisional tersebut tidak cukup mengimbangi persaingan usaha jika dihadapkan pada pasar modern yang memiliki lebih banyak keunggulan dan strategi kreatif dibandingkan pasar tradisional. Fakta ini yang kemudian menarik diteliti, yaitu mengetahui secara detail alasan pedagang tetap bertahan di pasar tradisional.

2. Alasan ketahanan usaha

Menganalisa ketahanan usaha pedagang muslim, ialah termasuk mengetahui alasan mereka yang tetap bertahan di dalam model transaksi perdagangan tradisional meskipun terjadi pertumbuhan pasar modern yang semakin kompetitif. Tabel berikut berusaha untuk menjelaskan alasan tersebut.

Tabel 9. Alasan Pedagang Muslim Bertahan di Pasar Soponyono

No	Nama	Alasan ketahanan usaha
1	Suratun	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Soponyono dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
2	Fatimatus Zahroh	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, merupakan agen penyuplai, dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
3	Siti Maryam	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, merupakan agen penyuplai, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar

4	Hj. Lilik	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyono, retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, telah terbiasa dengan situasi perdagangan di dalam pasar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
5	Istianah	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Sopyonyono dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyono, retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
6	Jalaluddin	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Sopyonyono dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyono, retribusi murah, memiliki pelanggan, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
7	Saikhuni	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyono, retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
8	Margono	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, Retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
9	Thohir	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyono, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
10	Sulicha	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyono, retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar

11	Khusnul	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, telah terbiasa dengan situasi perdagangan di dalam pasar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
12	Parto	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, dekat dengan domisili, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
13	Pardiansyah	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Soponyono dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
14	Hj. Dewi	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, merupakan agen (memiliki pelanggan sebagai pedagang eceran), dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
15	Suparti	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
16	Bandiyah	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, merupakan agen (memiliki pelanggan sebagai pedagang eceran), dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
17	Anis	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Soponyono, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, dekat dengan domisili, telah terbiasa

		dengan situasi perdagangan di dalam pasar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
18	Siti Rohma	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Sopyonyo dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
19	Fatma	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
20	Holilur	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Sopyonyo dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, telah terbiasa dengan situasi perdagangan di dalam pasar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
21	Pangestu Ningsih	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, merupakan agen penyuplai dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
22	Sholeh	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, merupakan agen penyuplai, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
23	Tum	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Sopyonyo dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, telah terbiasa dengan situasi perdagangan di dalam pasar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar

24	Sauri	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Sopyonyo dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, telah terbiasa dengan situasi perdagangan di dalam pasar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
25	Hartini	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, Retribusi murah, merupakan agen (memiliki pelanggan sebagai pedagang eceran), dekat dengan domisili, telah terbiasa dengan situasi perdagangan di dalam pasar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
26	Siti Aminah	Profesi yang dimiliki hanya berdagang di pasar Sopyonyo dan mengharapkan rezeki halal (motif ibadah), retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, dekat dengan domisili, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
27	Nur Aini	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
28	Absokil	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar
29	Aminah	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, motif ibadah, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, sudah memiliki pelanggan, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai segmen warga sekitar
30	Rokayah	Berdagang dilakukan atas motif ekonomi, tidak mengalami kendala/ ketidakcocokan pada sistem pengelolaan pasar Sopyonyo, retribusi murah, memiliki pelanggan tetap, menemukan kenyamanan sebagai keluarga besar, dan barang yang dijual sesuai kebutuhan warga sekitar

Sumber: Hasil wawancara *guide interview*

Dari tabel di atas, diketahui bahwa dari 30 pedagang muslim yang menjadi subyek penelitian, keseluruhan memiliki alasan kebutuhan ekonomi sehingga bertahan

menjalankan profesi pedagang sebagai cara mereka mendapat penghasilan. Bahkan, 13 subyek berusia di atas 50 tahun sehingga sangat kecil kemungkinan dapat bekerja sebagai karyawan atau pekerja formal lainnya.

Salah satu subyek yang berusia lanjut adalah Suparti, penjual kue:

“Daripada nganggur, yah berdagang, jualan. Umur saya sudah berapa, yah sudah ngelakoni jualan ayam potong. Sing penting halal, berkah.”²⁶⁸

Sholeh, yang juga sudah berusia di atas usia produktif, menjelaskan bahwa dirinya memilih bertahan karena tanggung jawab sebagai kepala keluarga:

“Saya punya anak istri, sudah tanggung jawab ngurusin nafkah. Kalau gak ngurusin, ya berdosa. Bisanya dagang pisang, yah dijalani. *Wong yah alhamdulillah* lancar saja sampai sekarang. Kalau saya tergiur kerja lain, lah kerja apa. Udah usia segini masak sik pengen ngelamar kerjo, *diguyuh wong*.”²⁶⁹

Berdagang kemudian menjadi upaya mendapatkan rezeki melalui keuntungan yang didapat. Keuntungan merupakan nilai tambah nilai tambah terhadap barang-barang karena terjadi pengorbanan dalam mendapatkan barang-barang tersebut. Oleh Al Ghaza>li> melalui *Ih{ya> ‘Ulu>m al-Di>n* (1100 M), proses mendapatkan barang dapat dipahami dalam konsep perdagangan regional:

“Selanjutnya praktek-praktek ini terjadi di berbagai kota dan negara. Orang-orang melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk mendapatkan alat-alat makanan dan membawanya ke tempat lain. Urusan ekonomi orang akhirnya diorganisasikan ke kota-kota di mana tidak seluruh makanan dibutuhkan. Keadaan inilah yang pada giliran menimbulkan kebutuhan alat transportasi. Terciptalah kelas pedagang regional dalam masyarakat. Motifnya tentu saja

²⁶⁸ Pangestu Ningsih, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁶⁹ Sholeh, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 2 Oktober 2018

mencari keuntungan. Para pedagang ini bekerja keras memenuhi kebutuhan orang lain dan mendapat keuntungan dan makan oleh orang lain juga”.²⁷⁰

Bagi Al-Ghaza>li, keuntungan adalah kompensasi dari biaya atau tenaga perjalanan, biaya sewa, resiko bisnis, dan ancaman keselamatan diri si pedagang. Dikutip oleh Abdullah Zaky, bahwa Al-Ghaza>li menyampaikan pandangannya: ”Segala barang dagangan yang harus diangkut tidak mampu diangkat dengan tenaga manusia sendiri. Untuk itu, diperlukan alat pengangkutan sehingga timbul transaksi ijarah (sewa-menyewa) antara si pedagang dengan pemilik kendaraan”²⁷¹. Apa yang dijelaskan oleh al-Ghazali menunjukkan kewajaran bahwa usaha berdagang memiliki motif mencari keuntungan. Thohir, pedagang yang merupakan warga Kalirungkut, menjelaskan jawabannya terkait keuntungan:

“*Pasti, mbak.* Mencari keuntungan. Sing penting halal. Namanya orang jualan, jelas keluar modal uang, transport belanja, transport kesini, dan waktu yang dikeluarkan selama berjualan. Contoh saya ini. Meski cuma sedikit jarak rumah kesini, tetap ya harus dihitung. Apalagi saya kan laki-laki, malah harus ngitung dapat berapa keluar berapa. Namanya juga usaha buat ngidupin anak istri Yah, pernah untung sedikit, pernah untung banyak. Apalagi kalau puasa dan bisa jualan banyak, seneng karena tujuannya bisa berlebaran.”²⁷²

Meskipun Al-Ghazâlî menjelaskan bahwa keuntungan (secara ekonomi) menjadi motivasi bagi pedagang, namun tetap ditegaskannya, bahwa keuntungan sesungguhnya adalah keuntungan di akhirat kelak.²⁷³ Penegasan Al-Ghazâlî ini

²⁷⁰ Ghaza>li>, *Ih{ya> ‘Ulu>m al-Di>n, III*, terj. Ismail Yakub (Singapore: Pustaka Nasional Singapore, 1998), 227.

²⁷¹ Abdullah Zaky, *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, 195.

²⁷² Thohir, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 22 Oktober 2018.

²⁷³ Imam Ghazali, *Ih{ya> ‘Ulu>m al-Di>n, II:75-6*, dalam dalam A. Hasan, *Mata Uang Islami, Telaah Komprehensif Sistem Keuangan Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 84.

merupakan bagian dari bentuk tawakkal dan ibadah di dalam profesi sebagai pedagang. Sikap tawakkal yang dimaknai bahwa profesi berdagang bertujuan mendapatkan rezeki halal (menghindari haram), diceritakan oleh Hj. Dewi.

“Kalau saya tetep bertahan. Ingin terus berjualan disini, rezeki sudah ada yang atur, gusti Allah. Tawakkal saja, sing penting halal. Kalau kita kerja gak mikir halal, asal dapat uang tapi haram, yah nanti akibatnya di akhirat. Saya juga senang disini. Selain disini bisa dapat uang halal, pasar ini masih ramai juga. Pelanggan ya tetep banyak karena tidak semua orang suka ke mall. Macet dan ngabisin uang, kata bapak-bapak. *Hehe*. Saya suka guyon dengan warga sini, wes rek. ibu-ibu-e diajak ke pasar saja. Anak-anak juga kalau ke pasar kan tidak macem-macem belinya, jajannya tidak banyak. Ini kan bagian cara saya ngajak guyon sekaligus promosi. Harapan saya, karena usaha ini sudah lama jadi harus bertahan dan semoga lebih lancar nanti”.²⁷⁴

Pendapat Hj. Dewi, menunjukkan sikap tawakkal dan keyakinan bahwa pintu rezeki memang ada dan sesuai kehendak Allah SWT. Fatimatus Zahroh, pedagang sayur yang berada di stand DT 52, juga menjelaskan bahwa rezeki bisa didapat oleh siapapun, jadi manusia harus selalu optimis:

“Rezeki harus dicari, kan mbak. Islam yang mengajarkan begitu. Salah satunya yah berdagang. Kalau gak dilakoni yang bisa dilakoni, bagaimana dapat rezeki”.²⁷⁵

Penjelasan subyek di atas yang menerangkan tujuan berdagang adalah mencari rezeki halal, menunjukkan bahwa motif ibadah memang menjadi motif yang diperhatikan oleh para pedagang. Berdasarkan wawancara, ketika pertanyaan dikaitkan dengan motif ibadah, mayoritas subyek yaitu 23 orang menjawab bahwa ketahanan usaha mereka dipengaruhi oleh motif ibadah. Mayoritas subyek yang mengaitkan usaha

²⁷⁴ Hj. Dewi, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 2 Oktober 2018

²⁷⁵ Fatimatus Zahroh, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 15 Januari 2020

berdagangnya dengan nilai-nilai ibadah, sesuai dengan kultur masyarakat yang mereka tempati. Mayoritas subyek, sebanyak 29 pedagang, berlokasi tidak jauh dari pasar Sopenyono, bahkan 12 orang adalah warga Kalirungkut asli. Warga Kalirungkut cukup dikenal sebagai warga yang masih kental kultur Islami dalam keseharian mereka.

Sulicha, salah satu subyek yang juga warga Kalirungkut, menjelaskan keterangannya:

“Pasar ini di bawah naungan Yayasan Masjid Tholabuddin. Keuntungan pasar dibagi untuk anak yatim, pemeliharaan masjid, dan sekolah, jadi tidak sepenuhnya untuk perkembangan pasar saja. Ini bagi saya merupakan bentuk ibadah juga. Jadi sama halnya saya ini mencari pahala disini. Saya secara gak langsung ikut ngasih anak yatim dan memelihara Masjid. Jadi banyak untungnya disini. Kita bisa kerja dapat uang halal, juga Insya Allah dapat pahala dengan cara tadi. Dengan begitu, yang kita dapat *mbarokahi*, malah lancar rejeki. Disini pedagang juga banyak yang rutin ke masjid Tholabuddin. Kalau di masjid ada acara pengajian, pedagang biasanya menyempatkan hadir. Biasa kalau disini, dagangan lancar, jami'iyah juga tetap lancar, tidak ditinggal.”²⁷⁶

Dari beberapa wawancara di atas, diketahui bahwa informan meyakini adanya rezeki yang barokah dari usaha berdagang di pasar Sopenyono. keterangan tersebut sesuai anjuran Islam, yaitu agar manusia melakukan tindakan ekonomi guna pemenuhan kebutuhan hidup secara halal (sesuai syar'i), seperti yang dijelaskan di antaranya dalam Q.S Al-Baqarah ayat 60²⁷⁷, Q.S Al-Baqarah ayat 212²⁷⁸ dan Q.S Ali 'Imra>n ayat 37.²⁷⁹ Ketiga ayat al-Qur'a>n tersebut dengan jelas menjadi motivasi bagi

²⁷⁶Sulicha, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 10 Juni 2020.

²⁷⁷كُلُوا وَاشْرَبُوا مِنْ رِزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعَثُّوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

(Makan dan minumlah rezeki (yang diberikan) Allah, dan janganlah kamu berkeliaran di muka bumi dengan berbuat kerusakan).

²⁷⁸رِيْنٌ لِّلَّذِينَ كَفَرُوا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَيَسْخَرُونَ مِنَ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ اتَّقَوْا فَوْقَهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَاللَّهُ يَرْزُقُ مَنْ يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ

(Kehidupan dunia dijadikan indah dalam pandangan orang-orang kafir, dan mereka memandang hina orang-orang yang beriman. Padahal orang-orang yang bertakwa itu lebih mulia daripada mereka di hari kiamat. Dan Allah memberi rezeki kepada orang-orang yang dikehendaki-Nya tanpa batas).

²⁷⁹إِنَّ اللَّهَ يَرْزُقُ مَنْ يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ

siapapun untuk mencari rezeki untuk kelangsungan maupun perbaikan hidupnya. Rezeki ditegaskan dalam al-Qur'a>n bahwa tidak ada batasnya, dan bisa didapat dari pintu mana saja.

Bukan hanya motif ibadah, keterangan yang disampaikan oleh Sulicha di atas menunjukkan adanya kebanggaan dari pedagang terhadap profil pasar Soponyono. Hal ini juga diakui oleh Pangestu Ningsih, penjual daging ayam:

“Tidak ada keinginan pindah. Karena begini, kami ini bangga menjadi pedagang di pasar tradisional karena ini sebagai bagian dari usaha rakyat. Bahwa rakyat pun bisa jadi pengusaha. Harapan kami, label pasar tradisional jangan selesai dan harus bertahan. Kalau Soponyono tidak ada kata tradisionalnya, pasar Soponyono saja maksud saya, maka tidak lagi berkomitmen sebagai wadah usaha kami, masyarakat sekitar, rakyat agar bisa memiliki usaha. Dan saya juga senang dengan pengurus pasar yang semuanya orang berjiwa sosial, mereka mau bekerja ngurus pasar ya untuk kemasalahatan pedagang, kemasalahatan umat.”²⁸⁰

Selain motif ekonomi dan ibadah yang sudah dijelaskan di atas, faktor lain yang menjadi alasan mereka bertahan, antara lain: retribusi yang terjangkau, lokasi yang dekat dengan domisili, kenyamanan situasi jual beli yang berlangsung di dalam pasar, segmen konsumen yang sesuai dengan produk yang dijual, dan memiliki pelanggan tetap. Berikut yang disampaikan oleh pedagang jus, Nur Aini:

“Disini murah, mbak. Tidak memberatkan pedagang. Bos (kepala pasar, Marjiin Syam), orangnya kan yah orang sini sendiri. Sama-sama Rungkut jadi tahu kami. Pedagang juga banyak orang kampung. Jadi wes kayak pasar sendiri, kami merasa memiliki. Kalau tidak buka, yah tidak usah bayar retribusi harian. Terus, retribusi murah. Dan kami juga ikhlas kalau bayar soalnya disini jualan itu mbarokahi. Bawa berkah. Soalnya hasil retribusi sebagian buat anak yatim, buat

(Sesungguhnya Allah memberi rezeki kepada siapa yang dikehendaki-Nya tanpa hisab.)

²⁸⁰ Pangestu Ningsih, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

masjid, dan sekolahan. Yayasan Tholabuddin ini kan usaha rakyat dan ada sodaqohnya”.²⁸¹

Adapun mengenai retribusi, dijelaskan oleh Arief Fauzi, salah satu pengurus pasar, mengenai besaran biaya yang dibayar oleh pedagang:

“Retribusi stand, kalau harian, yang stand standard pake rolling ukuran 2,5 kali 3 meter, itu cuma 6 ribu rupiah. Yang tidak standard, yaitu stand yang biasa, seperti warung, sayur-sayuran, juga yang di lantai dua tapi rollingnya kecil, cuma 4 ribu rupiah. PKL juga sama, cuma 4 ribu per hari. Yang tidak PKL, maka sistemnya sewa, yaitu hak pakai stand 20 tahun mulai 23 juta sampai 27 juta. Kadang yang sudah sewa stand, dikontrakkan ke temannya, itu terserah mereka, mau hitung setahun atau gimananya. Terus, ada biaya bulanan, yaitu retribusi listrik, per stand hanya 76 ribu. Jadi memang kami disini nganggepnya ini milik kampung, milik warga, jadi ya murah meriah. Tujuan kemaslahatan.”²⁸²

Harga sewa yang dianggap tidak memberatkan pedagang, wajar jika menjadi alasan pedagang bertahan. Terlebih, harga murah bisa diartikan bentuk support kemudahan pedagang untuk tetap berdagang. Hartini, pedagang sembako, menjelaskan pendapatnya.

“Disini kalau jualan ya terasa seneng, santai. Retribusi murah, pengelola atau semua yang ngurusin pasar, tetangga sendiri, baik semua, ramah. Jadi kami pun kalau dengan pembeli, juga ramah. Kalau dibandingkan dengan pasar lain, Sopyonyono ini memang sangat merakyat. Temen saya jualan di salah satu pasar binaan Pemkot, masak per bulan 20 juta, belum listriknnya. Tentu ini berat makanya temen saya yang disana gulung tikar. Yang beli *durung karuan* (belum) laris, tapi bayarnya *nyekik* (berat). Disini itu sangat murah dan jauh lebih murah dari pasar lain, jadi itu alasan penting.”²⁸³

Alasan lain bagi pedagang untuk tetap bertahan adalah segmen konsumen atau pangsa pasar sesuai dengan lokasi pasar. Salah satu subyek, Istianah, menjelaskannya:

²⁸¹ Nur, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 25 Februari 2020.

²⁸² Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 25 Februari 2020.

²⁸³ Hartini, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 25 Februari 2020.

“Saya disini jualnya kan barang pecah belah, murah dan yang sesuai kebutuhan warga kampung. Jadi pas dengan karakter warga kalirungkut sini. Selain itu, saya sendiri juga orang sini. Jadi, saya tidak ada pikiran untuk pindah dari pasar ini.”²⁸⁴

Tum, pedagang palen stand A-40 memberikan keterangan yang sama:

“Tidak apa, meski ada Transmart maupun toko modern lainnya. Pangsa pasar kita jelas kok, tetangga, teman. Banyak juga pelanggan lain dari luar Rungkut, ada juga orang lewat. Kalau tidak dilanjut usaha seperti ini, ya *gimana* cari uang buat sehari-hari, *mbak*. Jadi ya dijalani. *Alhamdulillah* kan lancar, lumayan masih bertahan. Rugi juga tidak, karena disini murah retribusinya. Sudah kerasan, buat apa pindah.”²⁸⁵

Keterangan Tum tersebut menjelaskan fakta bahwa pedagang pasar Sopyonyo tidak memiliki kekhawatiran pada perkembangan dengan pasar modern atau *online* yang semakin kompetitif.

Sedangkan Bandiyah, penjual yang bertempat di stand ST 12 menjelaskan faktor kenyamanan dan keamanan:

“Saya sih tidak ada kepikiran ingin pindah tempat jualan. Disini nyaman, teman-teman enak ngobrol. Yang narik karcis (retribusi), suka narik karo (sambil) guyonan, jadi gak model preman. Santai sih. Kenyamanan itu yang paling diinginkan oleh orang jaman sekarang. Aman dan saling membantu sesama pedagang. Jadi tidak ada kekuatiran selama berjualan.”²⁸⁶

Penelitian ini kemudian memperhatikan derajat kepercayaan (*credibility*), yaitu memastikan bahwa kenyamanan dan kemanan yang dijelaskan oleh Bandiyah, juga diakui oleh subyek lainnya. Hasil wawancara mendalam pada Hj. Dewi, penjual sembako, pemilik stand A-04, terungkap fakta yang sama:

²⁸⁴ Istianah, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁸⁵ Tum, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁸⁶ Bandiyah, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 12 Pebruari 2019.

“Hubungan sesama pedagang baik, disini *adem ayem* saja, tidak ada kabar *gontok-gontokan* sesama pedagang maupun dengan pengelola pasar dan juga pembeli. Semuanya aman-aman saja.”²⁸⁷

Kenyamanan bahkan menjadikan pedagang menganggap pasar Soponyono rumah kedua. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Suparti, pemilik stand C-07:

“Bertahan disini karena sudah banyak langganan. Kan stand saya sudah kayak agen bagi pengecer yang kulakan disini. Stand ini pun sudah milik saya, sudah saya beli. Jadi ya anggap saja rumah kedua”.²⁸⁸

Sama dengan Suparti, Sauri, stand H 28 yang sehari-hari berjualan buah-buahan, menganggap Soponyono sebagai rumahnya sendiri:

“Disini yah seperti rumah. Wong saya jualan, buka lapak sejak tahun 1987, sampai sekarang. Yah sudah seperti jadi orang sini. Meski tetep pulang ke Menganti (Gresik) setiap hari, tapi disana yah cuman kulakan, ketemu keluarga, terus yah lanjut lagi kesini. Jualan dan aktivitas seperti biasa. Disini nyaman dan sudah cocok, makan, dan sebagainya, sudah seperti nyaman saja. Anak saya juga disini, orang tuanya jualan, anak-anak ya main di pasar, kerasan.”²⁸⁹



Gambar 18. Suparti, Pedagang Kue Tradisional

Perasaan nyaman bisa disebabkan jarak pasar yang berdekatan dengan kediaman pedagang. Inilah yang disampaikan oleh Siti Rohmah, blok B-17, penjual makanan dengan menu masakan rumahan:

²⁸⁷ Hj. Dewi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

²⁸⁸ Suparti, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019.

²⁸⁹ Sauri, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

“Pasti saya bertahan, gak kepikiran untuk brenti jualan. Disini enak, dekat rumah, rumah saya kan dekat Tholabuddin, jadi belakang pasar ini. Terus, pelanggan juga sudah banyak. Karcis murah. Pokoe nyaman”.²⁹⁰

Sedangkan informan lainnya, mengemukakan alasan utama bertahan adalah banyaknya pelanggan. Hal ini dikemukakan oleh Holilur, pemilik ST-47, pedagang sayur yang domisilinya cukup jauh dari Rungkut, yaitu Kapas Madya:

“Kenapa saya bertahan? Yah karena sudah banyak langganan disini. Kalau pindah, siapa yang beli sayur buah di tempat baru nanti. Selain itu, disini memang faktor kenyamanan menjadi alasan saya mengapa betah jualan di Soponyono. Padahal lumayan jauh lho, wong rumah saya di Kapas Madya. Tapi saya betahnya disini. Mungkin sudah rejekinya yah dari jualan di Soponyono.”²⁹¹

Sama dengan Holilur, Anis dari stand blok C-23, yang sehari-hari berjualan sembilan bahan pokok, menjelaskan faktor pelanggan (pembeli):

“Tidak ada pikiran pindah dari Soponyono. Disini langganan sudah banyak, masak ya pindah. Kalau soal ramai tidaknya, yah namanya usaha biasa naik turun.”²⁹²

Banyaknya pelanggan maupun pengunjung pasar Soponyono, karena barang dagangan yang disediakan oleh para pedagang, tepat dengan kebutuhan warga sekitar, baik mengenai harga maupun jenis barang. Hal ini dikemukakan oleh Margono, PKL binaan yang barang dagangannya mayoritas alat-alat dapur:

“Saya bertahan disini selain karena murah retribusi di Soponyono, juga karena pasar ini kan dekat kampung, dekat pemukiman. Banyak warga dekat sini yang belanja sesuai yang saya jual. Yaitu alat dapur tradisional, yang murah dan kecil-kecil, alias yang memang suka hilang atau memang ingin diganti karena

²⁹⁰ Rohma, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019.

²⁹¹ Holilur, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

²⁹² Pangestu Ningsih, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

sudah kotor. Contoh sotel (alat penggorengan), sendok atau centong nasi, centong sayur, wakul yang kecil, dan sebagainya. Barang seperti ini kan yang rutin dan suka dibutuhkan oleh ibu rumah tangga. Nah, kalau di pasar sini, tepat lokasi untuk jualan yang seperti ini”, ujarnya.²⁹³

Gambar 19. Margono, Pedagang Kaki Lima (Binaan)



Salah satu pedagang, yaitu Nur Sikin, mengaku tetap bertahan berdagang karena tidak muncul kerugian selama menjual barang dagangan di pasar Soponyono dan mengakui adanya keberkahan dalam mencari rezeki.

"Saya sih sampai sekarang tidak ada pikiran mau berhenti dagangan karena buktinya ya ada saja untung (keuntungan) yang didapat. Meski ga terlalu laris, tapi cukuplah, bisa *nyambung urip*. *Alhamdulillah* berkah, bisa buat sekolah anak dan sehari-hari yah cukupan. Itu kan sesuai aturan Islam, cari uang yang halal. Pokoe gak sampe rugi. Yang penting kan bagaimana promosi dagangan biar gak mati dan tetap ada gairah".²⁹⁴

Dari semua wawancara tersebut, diketahui bahwa pedagang memiliki rasa syukur yang cukup besar dan tidak terlihat kekhawatiran yang cukup besar atas usaha yang mereka jalankan di pasar Soponyono. Motivasi berdagang yang dimiliki pedagang tidak lepas dari nilai Islam, yaitu bentuk upaya mencari rezeki halal. Namun, motivasi tersebut tentunya juga harus ditunjang dengan strategi ketahanan usaha agar usaha yang dijalankan benar-benar produktif. Strategi yang dijalankan para pedagang

²⁹³ Margono, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019

²⁹⁴ Sulicha, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Februari 2019.

(strategi aktif) menunjukkan bahwa mereka masih menjalankan cara-cara tradisional dan kurang kreatif. Faktor lapangan tersebut menjadi menarik untuk dianalisa, yaitu sejauh mana strategi jaringan (yang berkaitan dengan jaringan sosial atau modal sosial) memberikan pengaruh terhadap ketahanan usaha pedagang muslim pasar Soponyono.

B. Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Soponyono

Analisa berikutnya adalah mengenai bentuk modal sosial yang terjadi secara nyata dalam transaksi perdagangan subyek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi teori, yaitu penggunaan sejumlah perspektif atau teori dalam menafsir seperangkat data. Penelitian ini ingin melihat potret kebaikan (altruisme) dalam praktek modal sosial yang terbentuk di pasar Soponyono, terutama nilai-nilai yang dianjurkan Islam. Dijelaskan oleh Arief Fauzi, salah satu pengurus pasar, bahwa prinsip Islam terlihat dalam keseharian situasi jual beli:

"Kita semua di Soponyono merasa sama-sama saudara, sama-sama Islamnya. Kuat semangat *ukhuwwah Isla>miyyah* disini. Rutinan tiap kamis di pasar ada tahlilan, sholat berjama'ah juga alhamdulillah berjalan baik. Kegiatan-kegiatan Islam ya di Musholla pasar. Sesama pedagang biasanya saling ngingetin, wes *wayahe sholat rek, aku sembahyang sik, gantinono yo*. Terus mereka gantian menjaga stand masing-masing ketika yang lain sholat. Praktek-praktek seperti ini sudah biasa di Soponyono."²⁹⁵

Hal yang sama dijelaskan oleh Achmad Hudan, bendahara Pasar Soponyono, bahwa telah menjadi kebiasaa hubungan baik di dalam pasar, yaitu saling bertegur sapa sesama pedagang dan pelanggan serta tolong menolong.

"Kami disini selalu saling menyapa, karena sudah kenal jadi tidak malu tegur sapa. Juga saling menolong kalau ada yang membutuhkan".²⁹⁶

²⁹⁵ Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Desember 2019.

²⁹⁶ Achmad Hudan, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

Motivasi mewujudkan *benevolent society*, yaitu masyarakat kebajikan dengan melakukan tindakan yang baik (*al-khair*) juga menjadi salah satu potret yang terbentuk di pasar Soponyono. Jalaluddin menceritakan pendapatnya.

"Pernah waktu itu ada teman saya kecurian. Stand nya di lantai atas, jual baju. Pas Romadlon kan ramai kalau malam, habis tarawih gitu. Ada yang nyuri bajunya. Nah, yang nyuri ini stand sebelahnya. *Konangan* (ketahuan), langsung dibentak. Pertama gak ngaku, tapi akhirnya ketika di dedes (diinterogasi), akhirnya ngaku dan baju yang dia sembunyikan akhirnya dibalikin. Tidak ada hukum massa kaya digebukin, tapi dihukum dengan cara unik, yaitu diturunin di tambak sidoarjo sini, terus disuruh jalan kaki di tengah tambak. Itu cuman efek jera, orangnya ya tetep jualan lagi dan sudah tidak pernah nyuri lagi. Barang yang dicuri sudah diganti semua juga."²⁹⁷

Kuatnya modal sosial, menunjukkan bagaimana kenyamanan dan keguyuban terbangun dalam keseharian pasar Soponyono. Hal ini menjadi indikasi mengapa pedagang menunjukkan semangatnya untuk tetap berdagang di pasar tradisional tersebut. Dan memang ini diakui oleh Sulicha:

"Kalau soal rejeki, semisal di pasar sepi, ya pinternya kita jualan secara *online*. Tapi yang jelas tidak perlu *prei* (berhenti) berdagang karena disini nyaman, sehari-hari disini adanya *ngguyuh* (bercanda) bareng dan pikiran tenang kalau ketemu sesama *dulur, konco* (teman) disini. Jadi kita ini tidak merasa sendiri dalam kehidupan sehari-hari. Selalu ada orang yang bisa saling berbagi keluh kesah kalau di Soponyono ini."²⁹⁸

Setidaknya, yang dijelaskan di atas menunjukkan bahwa berdagang di pasar Soponyono tidak mengurangi semangat pedagang untuk mencari rezeki, namun justru menguatkan modal sosial di antara mereka. Sedangkan modal sosial itu sendiri, menjadi alasan mereka untuk tetap berdagang dan tidak menunjukkan kekhawatiran

²⁹⁷ Jalaluddin, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Desember 2019.

²⁹⁸ Sulicha, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

akan tingginya persaingan perdagangan saat ini. Sub bab berikutnya adalah analisa unsur modal sosial yang terbentuk secara nyata dalam praktek jual beli pedagang muslim di lingkungan pasar Soponyono.

Menurut Robert Putnam ada tiga unsur yang membentuk modal sosial, yaitu kepercayaan, norma, dan jaringan: *“social capital refers to connections among individuals social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them.”*²⁹⁹ Semua indikator tersebut secara detail digunakan untuk menganalisis model sosial pedagang muslim pasar Soponyono.

1. 'Ama>nah (trust) dalam transaksi perdagangan

Sesuai dengan model analisis interaktif, yaitu melakukan reduksi data (*data reduction*), maka sikap 'ama>nah (trust), yaitu rasa saling percaya yang terbentuk dalam transaksi jual beli di pasar Soponyono, dijelaskan secara ringkas dalam tabel di bawah ini.

Tabel 10. Praktek 'Ama>nah Subyek Penelitian dalam Berdagang

No	Nama	Pemahaman 'ama>nah	Manfaat 'ama>nah	Bentuk 'ama>nah
1	Suratun	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	Saling percaya dan ridho sesama penjual atau pembeli sehingga membuat berdagang nyaman.	Percaya dengan pelanggan terkait jumlah item produk yang dibeli
2	Fatimatus Zahroh	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	menimbulkan rasa aman dan mengurangi persaingan sesama pedagang	saling menjaga barang dagangan teman

²⁹⁹ Robert Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, 19.

3	Siti Maryam	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	saling menjaga barang dagangan teman
4	Hj. Lilik	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	Menciptakan kerjasama dan mengurangi persaingan sesama pedagang	Barang bisa ditukar karena telah tumbuh saling percaya dengan pelanggan
5	Hj. Istianah	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	Ridho untuk saling meminjamkan barang dagangan/uang
6	Jalaluddin	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama	mencegah terjadinya pencurian dan dipercaya pelanggan	tidak mencuri barang orang
7	Saikhuni	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	Terdapat kepercayaan dengan supplier barang yang dibeli
8	Margono	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar dilakukan'	memiliki pelanggan karena kejujuran selama berdagang	Terdapat kepercayaan dengan supplier barang yang dibeli
9	Thohir	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	Percaya dengan pelanggan terkait jumlah item produk yang dibeli
10	Sulicha	' <i>Ama>nah</i> adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	Berjualan melalui media <i>online</i> atas dasar saling percaya

11	Khusnul	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	Ridho untuk saling meminjamkan barang dagangan/uang
12	Parto	'Ama>nah adalah kewajiban agama	mencegah terjadinya pencurian dan dipercaya pelanggan	tidak mencuri barang orang dan sudah percaya dengan pelanggan
13	Pardiansyah	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	Percaya dengan pelanggan terkait jumlah item produk yang dibeli
14	Hj. Dewi	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	Menciptakan kerjasama, menimbulkan rasa aman dan mengurangi persaingan sesama pedagang	Terdapat kepercayaan dengan supplier barang yang dibeli
15	Suparti	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	memiliki pelanggan karena kejujuran selama berdagang	saling menjaga barang dagangan teman
16	Bandiya h	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	Telah ada kepercayaan pada pelanggan sehingga muncul jual beli secara kredit / titipan	Terdapat kepercayaan dengan supplier barang yang dibeli
17	Anis	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	rasa percaya membuat komunikasi nyaman dan tidak saling curiga, baik dengan pelanggan maupun supplier	Terdapat kepercayaan dengan supplier barang yang dibeli
18	Siti Rohma	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	Percaya dengan pelanggan terkait jumlah item produk yang dibeli

19	Fatma	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	Membuat kerjasama antar pedagang maupun pelanggan	Telah ada kepercayaan pada pelanggan sehingga muncul jual beli secara kredit / titipan
20	Holilur	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan dianggap wajar dilakukan'	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	saling menjaga barang dagangan teman
21	Pangestu Ningsih	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	Membuat kerjasama antar pedagang maupun pelanggan	saling menjaga barang dagangan teman
22	Sholeh	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	Membuat kerjasama antar pedagang maupun pelanggan	saling menjaga barang dagangan teman
23	Tum	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	rasa percaya membuat komunikasi nyaman dan tidak saling curiga, baik dengan pelanggan maupun supplier	Telah ada kepercayaan pada pelanggan sehingga muncul jual beli secara kredit / titipan
24	Sauri	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan dianggap wajar dilakukan'	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	saling menjaga barang dagangan teman
25	Hartini	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	rasa percaya membuat komunikasi nyaman dan tidak saling curiga, baik dengan pelanggan maupun supplier	saling menjaga barang dagangan teman
26	Siti Aminah	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	saling menjaga barang dagangan teman

27	Nur	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	saling meminjamkan barang dagangan/uang ketika dibutuhkan
28	Absokil	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	membuat hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan rasa aman selama berdagang	saling meminjamkan barang dagangan/uang ketika dibutuhkan
29	Aminah	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	menciptakan rasa aman, tenang dan tidak merasa mendapat ancaman dari pedagang lainnya	saling meminjamkan barang dagangan/uang ketika dibutuhkan
30	Rokayah	'Ama>nah adalah kewajiban agama dan hal penting untuk dilakukan	menciptakan rasa aman, tenang dan tidak merasa mendapat ancaman dari pedagang lainnya	saling menjaga barang dagangan teman

Sumber: Hasil wawancara *guide interview*

Kepercayaan merupakan modal utama dalam menjalin hubungan dengan individu lain maupun dengan pihak lain. *Trust* (kepercayaan) dapat mendorong seseorang untuk bekerjasama dengan orang lain dalam tindakan bersama yang bersifat produktif sehingga mendorong terwujudnya keharmonisan dalam berhubungan dengan pihak lain. Fukuyama menyebutkan bahwa kepercayaan tidak akan muncul secara spontan. *Trust* menurutnya merupakan harapan-harapan terhadap keteraturan, kejujuran, perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas yang didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama anggota komunitas-komunitas itu. Dengan *trust*, orang-orang bisa bekerjasama dengan baik karena ada kesediaan di

antara mereka untuk menempatkan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi.³⁰⁰

Pemikiran Fukuyama kemudian dikaitkan dengan yang disampaikan oleh informan, salah satunya adalah Hj. Lilik, pemilik konveksi di stand E-22, lantai 2:

“Sesama pedagang disini sudah biasa kerjasama, saling percaya. Contohnya saya, jualan seragam. Sering saling nempel (beli di teman pedagang) dengan adi widodo, juga jual seragam. Kalau ada yang cari seragam ukuran celana 25, saya gak ada, maka saya nanya ke adi, kalau dia ada. Yah saya ambilkan ke dia. Gak ada masalah soal harga karena sama-sama kita saling percaya, tidak ada niatan nyari keuntungan sendiri, tapi sama-sama untung”.³⁰¹

Wawancara dengan informan tersebut menunjukkan hubungan yang positif di dalam sebuah *trust*. Kerjasama dapat terjalin untuk kemudian menimbulkan hubungan yang saling produktif, yaitu saling bekerjasama dan menguntungkan sesama pihak yang memiliki *trust* (percaya) satu sama lain. Fakta lapangan di pasar Soponyono membuktikan bahwa kepercayaan memiliki peran yang sangat penting dalam hubungan jual beli, baik sesama pedagang, pengelola, supplier (penyedia barang), maupun dengan pelanggan.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh dua pedagang pisang, yaitu Muhammad Sholeh dan Siti Maryam. Sholeh yang sehari-hari berjualan pisang kadangkala harus pergi keluar untuk menjadi imam sholat *dluha* dan *dluhur* di Musholla pasar Soponyono. Itu berarti dia harus meninggalkan barang dagangannya. Ketika M. Sholeh pergi, maka Siti Maryam yang akan melayani pembeli pisang di kios Sholeh, tanpa

³⁰⁰ Francis Fukuyama, *The Great Disruption*, 25. Lihat juga Larry Diamond “Toward Democratic Consolidation” *Journal of Democracy* 5 (1994), xiii.

³⁰¹ Hj. Lilik, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 22 Oktober 2018.

menghitung komisi yang akan didapatkan dari Sholeh dan tidak merayu pembeli untuk membeli pisang di kiosnya. Begitu pula sebaliknya. Ketika Sholeh kembali, Siti Maryam tinggal melaporkan dan menyerahkan hasil penjualan pisang selama kios tersebut ditinggal oleh sang pemiliknya. Tidak ada perhitungan komisi, bagi hasil atau apapun dalam hubungan ini, tetapi rasa percaya yang dimunculkan. Masing-masing pedagang percaya, bahwa sesama pedagang harus saling membantu jika ingin barang dagangannya juga ikut laris terjual. Kepercayaan di antara para pedagang ternyata mampu mewujudkan kehidupan yang harmonis, saling membantu dan tidak saling curiga. Berikut hasil wawancara dengan Siti Maryam:

“Kami sudah biasa, siapa yang harus pergi sebentar, satunya yang jagain. Saya juga biasa saja, gak harus merayu orang pilih pisang saya saja bu, lebih seger atau murah. Biar orang itu beli punya saya saja. Tapi kami gak begitu, rezeki sudah ada yang atur. Yang penting disini kami semua nambah keluarga juga. Kalau cuma jualan terus karena uang tapi malah cari musuh, ya percuma”.³⁰²

Peneliti memang beberapa kali melihat secara langsung stand pedagang yang dijaga oleh sesama pedagang lainnya. Bahkan ketika peneliti mencoba memulai proses transaksi membeli, pedagang yang menjaga stand temannya juga tetap melayani peneliti dengan ramah dan menjual barang dagangan seperti halnya standnya sendiri. Pengakuan yang sama tentang kepercayaan antara penjual dan pembeli pasar juga dijelaskan oleh Fatma, pedagang baju stand E-21:

“Kalau saya ya percaya saja mbak. Banyak pembeli yang sudah langganan di toko saya. Misalnya membeli baju tapi uangnya kurang atau juga bisa kredit alias hutang ke saya juga tidak masalah. Kadang pula saya orangnya pelupa, lupa kalau belum menerima uang pembelian baju tersebut ataupun uang

³⁰² Siti Maryam, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 6 Oktober 2018

kembalian berlebihan. Lalu diingatkan pembeli. Jadi kami saling percaya antara penjual dan pembeli”.³⁰³

Praktek rasa percaya juga diakui oleh Tohir, pemilik warung kopi di sebelah parkir sepeda motor pasar Sopyonyono.

“Saya kalau jualan model percoyo dengan pembeli, mbak. Mereka pesen kopi ini dan itu, saya buat dan ya sudah. Kadang kalau rame, saya sering gak sempet nulis, malah gak saya inget, pokoe saya yakin, mereka kalau mau pergi dari warkop saya, *insya Allah* akan membayar. Dan saya berpikir positif, kalau selama ini tidak sampai dihobongin. Semua pembeli kalau mau pergi ya nanya, *aku mau tuku kopi karo rokok, terus piro totale?*”³⁰⁴

Mendapat kepercayaan dari pelanggan juga dialami oleh Khusnul pedagang palen di pasar Sopyonyono. Pengakuannya sebagai berikut.

“Kepercayaan itu pasti mbak. Seperti halnya saling mengingatkan jikalau ada kekeliruan, saling percaya bahwa sama-sama jujur. Karena kepercayaan itu sama halnya sama-sama *ridho* kita selaku penjual dan mereka selaku pembeli harus sama-sama percaya dan saling mengingatkan”.³⁰⁵

Pendapat Khusnul menunjukkan keterkaitan pemahaman tentang sikap saling percaya dengan norma agama Islam. Hal ini terlihat dalam konteks “*ridho*”, yaitu *ridho* Allah SWT. Dalam Islam, sikap dapat dipercaya dapat disebut dengan istilah ‘*ama>nah*. Jika dikaitkan bisnis, bisa berarti adanya saling percaya di antara pihak yang berbisnis, yaitu setiap pedagang haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis, di antaranya kejujuran dan tidak melakukan manipulasi. Sebaliknya, segala bentuk transaksi yang menimbulkan ketidakadilan dan kedzaliman sangat dilarang oleh Islam (*h{ar>am*). Kepercayaan disebut juga dengan

³⁰³ Fatimatus Zahroh, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 15 Januari 2020

³⁰⁴ Tohir, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 1 Desember 2019.

³⁰⁵ Khusnul, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 15 Januari 2020.

'ama>nah atau *the spirit of trust*, yaitu semangat atau anjuran untuk menjaga kepercayaan, yaitu memberikan amanah dan menjaga amanah, di antaranya dalam Al-Qur'a>n surat An-Nisa>' ayat 58.³⁰⁶

'Ama>nah merupakan salah satu nilai yang terlahir dari sikap kejujuran (*sfiiddiq*), yaitu jika seorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur, maka menciptakan hubungan yang positif dengan mitra bisnisnya. Menurut salah satu subyek penelitian, Margono, kejujuran adalah kewajiban dalam Islam, sebaliknya, kecurangan justru menimbulkan dampak negatif:

“Kalau tidak ada rasa jujur, curang dalam berdagang, ada balasannya. Tidak dipercaya orang dan menjadikan usaha berdagang haram, dosa. Sebenarnya memang mencari rezeki harus ikhlas dan jujur agar berkah. Contoh alat-alat masak yang saya jual, kalau memang ada lubang alias cacat, yah resiko tidak bisa saya jual. Karena percuma juga kalau jual barang cacat. Malah tidak faedah, diprotesin yang beli.”³⁰⁷

Sama halnya dengan Jalaluddin, Pardiansyah, salah satu subyek yang merupakan pedagang warung yang memiliki stand A-23, menyampaikan bahwa ia bersikap jujur karena mencari keberkahan.

“Semua orang Islam tahu lah kalau harus jujur. Dan kalau bagi saya, jujur memang harus agar berkah. Kalau tidak jujur, maka pasti akan menerima balasannya. Yang mencurangi, juga akan dicurangi. Seperti itu terus”.³⁰⁸

Nilai-nilai kepercayaan yang tertanam pada diri individu pada akhirnya menjadi sarana tersendiri bagi terciptanya hubungan yang harmonis di tengah kehidupan

بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِكُمْ وَإِذَا أَهْلِيهَا إِلَى الْأَمَانَاتِ تُؤَدُّوا أَنَّ يَأْمُرُكُمُ اللَّهُ إِنَّ³⁰⁶

³⁰⁷ Margono, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Desember 2019.

³⁰⁸ Pardiansyah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 11 September 2018.

pedagang pasar yang penuh persaingan dan dekat dengan konflik akibat bisnis. Namun, adanya rasa saling percaya yang sangat terjaga seolah menjadi bukti bahwa di tengah persaingan sekalipun, masih tersimpan solidaritas-solidaritas yang masih bisa ditonjolkan.

Contoh tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sesama pedagang juga terlihat pada saat seorang pedagang dapat melakukan jual beli dengan cara menjual komoditas dari pedagang lain dan pembayaran dilakukan saat komoditas telah terjual. Salah satu contohnya ialah yang dijelaskan oleh Saikhuni, salah satu pemilik stand konveksi di lantai dua:

“Sering biasanya orang cari seragam yang ukurannya pas habis di saya, mbak. Ya saya tanyakan toko sebelah, kalau *Alhamdulillah* yang lain punya, ya saya kasih dari toko lain. Jadi saya gak maksa supaya beli seragam yang ukurannya agak sama, mbak. Kalau soal bagi untung, ya terserah tapi biasanya ya dikasih untung sama toko yang kami bantu jual, tapi gak banyak”.³⁰⁹

Selain kepercayaan dengan sesama pedagang, kepercayaan juga terbangun antara pedagang dengan supplier. Hal ini terbukti dengan fleksibilitas pembayaran komoditas dari pedagang kepada supplier. Sementara contoh kepercayaan yang terbentuk dengan pembeli adalah pedagang tidak memaksakan pembeli untuk membayar tunai (*cash*). Selain itu pedagang memberikan garansi terhadap mutu komoditas untuk menjaga kepercayaan pembeli pada pedagang. Berdasarkan wawancara dengan Saikhuni, diketahui bentuk kepercayaan tersebut:

“Kami kalau kulakan jilbab kadang dikasih waktu buat nyicil. Wajar karena langganan dan kami selalu bayar dengan jumlah sesuai kesepakatan dan kalau sudah jatuh tempo gak mbulet. Namanya pedagang, kalau gak bisa nyicil ya

³⁰⁹ Saikhuni, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 11 September 2018.

gimana bisa muter uang terus karena model terus nambah, kesukaan pelanggan juga macam-macam. Kadang juga barang ya gak laku bisa juga kami kembalikan ke tempat *kulakan* biar ganti baru”.³¹⁰

Bentuk kepercayaan di dalam pasar juga terlihat dalam hal servis (pelayanan). Sebagai contoh, pedagang memberikan garansi mutu komoditas terhadap pembeli ataupun kemudahan bagi pembeli selama pembeli tersebut merupakan langganan penjual. Hal ini seperti yang dijelaskan dalam wawancara dengan Parto, pemilik stand sepatu dan sandal di stand D-07 lantai 2:

“Sering mbak. Kalau langganan kami kasih gampang. Contoh sandal. Kalau barang jelek, sandal ternyata gak pas ukuran, ya gapapa dikembalikan. Yang penting utuh, gak boleh dirusak labelnya. Gak kotor. Cuman ya gitu, bukan diganti uang, mbak. Tapi diganti barang lain. Biasanya itu sering ibu-ibu belikan buat anaknya sepatu, terus gak pas, tukar lagi ukuran yang pas. Disini biasa begitu, pedagang baju juga melakukan hal sama”.³¹¹

Parto juga menambahkan, bahwa kejujuran dan dapat dipercaya adalah berkaitan dengan tindakan menghindari pencurian.

“Bagi saya jujur itu lumrah, lah. Namanya pedagang, yah tidak boleh mencuri barang kawan sendiri. Itu kan sudah bukti jujur dalam berdagang. Disini sesama pedagang hubungan baik-baik saja, tidak ada rasa saling curiga dan kuatir barangnya diambil temen sendiri.”.³¹²

Rasa saling percaya tentu menimbulkan kenyamanan dalam proses jual beli.

Berikut keterangan dari Sulicha, penjual mainan di pasar tersebut:

“*Alhamdulillah* saya kan suka promosi di medsos (media sosial), mbak. seperti *facebook*, disitu, banyak temen saya terus tanya, mainan apa saja yang dijual? Bisa dikirim gak? Jadi saya kasih foto-foto, mereka pilih, dan saya kirim. Karena sudah teman, jadi enak. Saling percaya, kita juga tidak kuatir kena tipu. Biasanya bayar pas di lokasi. Kalau sudah temen, itung-itung dengan jual beli

³¹⁰ Saikhuni, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 8 September 2018.

³¹¹ Parto, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 11 September 2018.

³¹² Parto, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 11 September 2018.

gini, jadi kita bisa ketemu teman lagi, tidak putus komunikasi. Intinya kalau orang jujur, semua pasti enak. Gak ada curiga dan *suudzon* satu sama lain”.³¹³

Hj, Istianah juga menjelaskan kenyamanan sebagai manfaat dari kepercayaan yang terbangun selama berdagang di pasar Sopenyono.

“Kalau kita berusaha jujur dan yakin disini banyak orang jujur karena sama-sama muslim, yah dipikir santai. Saling percaya dan *ridho*, tidak pikir macam-macam sehingga kalau jualan selalu nyaman. Perasaan tenang, aman, tidak kuatir *dinakalin* (dicurangin).”³¹⁴

Sedangkan Soleh, menjelaskan manfaat dari rasa saling percaya sesama pedagang muslim, yaitu membuat kerjasama antar pedagang maupun pelanggan.

“Pisang yang saya jual ini, saya jaga betul mutunya. Kalau jelek, saya sisihkan. Jadi pelanggan percaya. Contoh, saya banyak dibeli pengusaha brownies. Mereka pesen banyak secara berkala, saya tinggal kirim sejumlah mereka inginkan. Karena sudah saling percaya, sama enaknyanya untuk kerjasama. Mereka dapat pisang yang bagus sehingga kue yang dibuat enak, saya juga lancar jualan pisang, bisa muter. Dengan pedagang ya sama, sudah saling percaya. Kalau di saya habis, saya nempel (beli) di sesama pedagang di sini, untung pasti dikasih meski gak banyak.”³¹⁵

Pada akhirnya, dapat diketahui bahwa kepercayaan menciptakan kenyamanan pedagang dalam berinteraksi sosial sehingga memperkuat modal sosial. Hal ini menguatkan pandangan Andy Bluden, bahwa lemah atau kuatnya modal sosial tergantung pada radius kepercayaan di dalam masyarakat.

Ketika kepercayaan yang terjalin antar pedagang maupun dengan pembeli di Pasar Sopenyono berjalan baik, maka modal sosial di dalamnya menjadi potret modal sosial yang kuat. Dengan begitu, tingginya kepercayaan menjadi indikasi kuatnya

³¹³ Sulicha, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

³¹⁴ Istianah, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

³¹⁵ Soleh, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 1 September 2018.

modal sosial yang terjalin. Marji'n Syam, kepala pasar, menjelaskan tingginya budaya kepercayaan yang umum terjadi dalam pasar Soponyono:

“Disini biasa orang beli barang bayar kemudian, tapi sudah kenal. Umumnya ya langganan pedagang. Sejauh ini sih tidak ada masalah berarti. Artinya ya normal dan wajar. Saya sendiri biasanya ambil barang dulu, besok saya bayar kalau cocok. Kalau tidak ya bisa dikembalikan tapi tukar barang lain. Biasanya sepatu anak. Jadi tidak bekas, hanya karena ukuran tidak pas, ya besok dikembalikan yang ukurannya lebih pas, sekalian bayar. Yang penting sama-sama jaga kepercayaan karena pedagang kan jangan sampai rugi”.³¹⁶

Terciptanya kepercayaan atau karakter *generalized true* merupakan salah satu bentuk modal sosial pedagang muslim pasar Soponyono. Dengan adanya saling kepercayaan antar pedagang maupun pembeli, maka suasana jual beli berjalan nyaman, lancar, dan aman karena tidak saling menimbulkan perasaan curiga. Kerjasama di antara pedagang juga menjadi hal yang biasa dilakukan.

2. *Ukhuwwah Isla>miyyah (networks)* dalam transaksi perdagangan

Jaringan sosial (*networks*) dimaknai sebagai interaksi sosial, bahwa interaksi yang semakin meluas akan menjadi jaringan sosial yang mendorong semakin meluasnya lingkup kepercayaan dan hubungan timbal balik yang sudah ada. Dalam Islam, *network* dapat dipahami sebagai *ukhuwwah Isla>miyyah* (persaudaraan) yang menimbulkan rasa cinta sesama muslim. Sebuah h{adi>th yang diriwayatkan oleh Ah{mad, Ibnu H{ibban, dan Abu Ya'la menjelaskan makna hakikat iman dikaitkan dengan rasa cinta pada sesama:

الْحَيْرُ مِنْ لِنَفْسِهِ يُحِبُّ مَا لِلنَّاسِ يُحِبُّ حَتَّى الْإِيْمَانِ حَقِيْقَةً عَبْدٌ يَبْلُغُ لَا³¹⁷

³¹⁶ Marji'in Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 September 2018.

³¹⁷ Ibnu H{ibban, *S{ah{ih Ibnu H{ibban, h{adi>th*, no. 235.

Seorang hamba tidak dapat mencapai hakikat iman, hingga ia mencintai kebaikan untuk manusia seperti yang ia cintai untuk dirinya.

Selain h{adi>th tersebut, anjuran menumbuhkan rasa cinta pada sesama banyak dijelaskan dalam h{adi>th, diantaranya yang diriwayatkan oleh Al-Bukhâri (h{adi>th no. 13)³¹⁸, dan dalam al-Qur'a>n Q.S Al H{ujura>t ayat 10.³¹⁹

Nur Aini, pedagang jus, menyampaikan pendapatnya tentang pemahaman mencintai sesama saudara (*ukhuwwah Isla>miyyah*).

“Saya sebagai orang Islam, diajarin dari kecil agar selalu mencintai saudara, keluarga, dan teman. Kalau kita bisa hubungan baik dengan orang, meski yang tidak keluarga tapi merasa sama-sama satu keluarga, itu rasanya tentrem. Apalagi kalau sama saudara sekandung, yah harus baik karena kita sedarah. Sakit senengnya saudara, yah itu sama dengan kita yang nerima. Jadi sama-sama merasakan.”

Pemahaman *ukhuwwah Isla>miyyah* juga diterangkan oleh Marji'in Syam, kepala pengelola pasar Soponyono:

"Saya kalau acara pertemuan dengan pedagang maupun karyawan, selalu saya tekankan. Kita harus rukun, harus kompak, boso jowo ne *sak iyek sak eko proyo*". Pertama, rukun dengan keluarga, rukun dengan orang tua, rukun dengan saudara-saudara kita, yang kedua kita harus rukun sebagai sesama Muslim, terutama rukun dalam satu naungan pasar ini. *Alhamdulillah, omongan saya yah buktinya diguguh (diteladani)*."³²⁰

Praktek *ukhuwwah Isla>miyyah* dalam pasar Soponyono diteliti detail untuk menemukan relevansinya dengan ketahanan usaha pedagang muslim. indikator untuk

عَنْ أَنَسٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : ((لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ)) رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ³¹⁸

Dari Anas r.a, dari Nabi SAW, beliau bersabda: “Tidak sempurna iman seseorang di antara kalian hingga ia mencintai untuk saudaranya segala apa yang ia cintai untuk dirinya sendiri”. (Al-Bukha<ri>, *S{ah{ih al-Bukha>ri*, Juz 1, h{adi>th no. 13}.

³¹⁹ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ (Al-Qur'a>n, 49: 10).

³²⁰ Marji'in Syam, 12 Desember 2019.

menganalisa hal tersebut adalah melalui penjabaran jaringan sosial yang dijelaskan oleh Mark Granovetter, terbagi dalam dua jenis, yaitu: *bonding social capital* dan *bridging social capital*.³²¹ Kedua jenis tersebut, dalam Islam sama-sama memiliki unsur *ukhuwwah Islamiyyah*. Namun jenis pertama, yaitu *bonding social capital*, secara khusus dapat dipahami sebagai konsep *asabiyyah*.

a. *Bonding social capital (asabiyyah)*

Bonding adalah ikatan perasaan di antara orang-orang yang ada dalam situasi yang sama, seperti ikatan keluarga, teman dekat, dan tetangga.³²² Jenis modal sosial *bonding* tampak pada adanya semacam ikatan-ikatan di antara para pedagang yaitu adanya rasa kekeluargaan, berada dalam satu tempat yang sama (pasar) dan komunitas yang sama (sama-sama pedagang).

Dalam konsep perspektif Islam, hubungan kekerabatan disebut dengan istilah *asabiyyah*. Menurut Ibnu Mandzur, secara literal *asabiyyah* berasal dari kata *asabah* yang bermakna *al-aqarib min jihat al-ab* (kerabat dari arah bapak). Hal ini sesuai tradisi Arab yang menasabkan diri kepada bapak (ayah). Kata "*al-asabiyyah*" sering dimaknai sebagai "*al-muhammat wa al-mudafat*", yaitu saling menjaga dan melindungi. Dalam hal ini, ikatan sosial kekerabatan, persaudaraan

³²¹ Granovetter, *Economic Action and Social Structure*, 49.

³²² Mark Granovetter, *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. (Illinois: The University of Chicago Press Journals, 1985), 49.

(*brotherhood*), merupakan bentuk *groupfeeling*³²³ yang saling menguatkan manusia dan menimbulkan *sense of belongingness* (rasa saling memiliki) di antara anggotanya.

Dijelaskan dalam Q.S An Nisa>’ ayat 36:

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ
وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ
إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَلًا فَخُورًا³²⁴

Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu pun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapak, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.³²⁵

Q.S An-Nisa>’ ayat 36 mengingatkan manusia tentang hubungan sosial yang harus terjalin baik dalam kekerabatan. Kekerabatan menjadi penguat satu sama lain. *As}a>biyyah* atau kekerabatan tentunya berpengaruh dalam penguatan suatu eksistensi jaringan, termasuk jaringan usaha antar pedagang muslim pasar Sopyonyono yang memiliki ikatan kekerabatan dengan pedagang lainnya. Berdasarkan wawancara mendalam, diketahui hubungan kekerabatan antar pedagang yang ditulis dalam tabel dibawah ini.

Tabel 11. Ikatan Kekerabatan (*Bounding Social Capital- As}a>biyyah*)

No	Nama	Kepemilikan ikatan kekerabatan
1	Suratun	Pedagang
2	Fatimatus Zahroh	Pengelola pasar

³²³ Keterkaitan perasaan yang sama terhadap suatu kelompok yang saling membantu antar anggota kelompok.

³²⁴ Al-Qur’a>n, 4: 36.

³²⁵ Departemen Agama, *Al-Qur’a>n dan Terjemahnya*, 123.

3	Siti Maryam	Pedagang
4	Hj. Lilik	Pelanggan
5	Hj. Istianah	Pelanggan
6	Jalaluddin	Pedagang
7	Saikhuni	Pengelola pasar
8	Margono	Pelanggan
9	Thohir	Pedagang
10	Sulicha	Distributor
11	Khusnul	Pelanggan
12	Parto	Pedagang
13	Pardiansyah	Pedagang
14	Hj. Dewi	Distributor
15	Suparti	Pelanggan, distributor
16	Bandiyah	Pedagang
17	Anis	Pedagang
18	Siti Rohma	Pedagang
19	Fatma	Pengelola pasar
20	Holilur	Pelanggan
21	Pangestu Ningsih	Pedagang
22	Sholeh	Pedagang, distributor
23	Tum	Pelanggan
24	Sauri	Pelanggan
25	Hartini	Pedagang
26	Siti Aminah	Pedagang
27	Nur Aini	Pedagang

28	Absokil	Pedagang, distributor
29	Aminah	Pelanggan
30	Rokayah	Pelanggan

Sumber: Hasil wawancara *guide interview*

Berdasarkan tabel diatas, kesemua subyek memiliki ikatan kekerabatan (*bounding social capital*). Ada yang memiliki ikatan kekerabatan dengan pedagang, pelanggan, distributor, maupun dengan pengelola pasar. Salah satu pedagang pisang, yaitu Siti Maryam, menjelaskan bahwa memang ada beberapa pedagang yang memiliki hubungan kekerabatan, termasuk dirinya yang memiliki kekerabatan dengan pedagang jus (Nur Aini) yang standnya berdampingan.

“Saya dengan Nur Aini hubungannya kakak adek, mbak. Banyak kok yang seperti itu, terutama yang sama-sama orang Rungkut sini. Banyak yang juga masih *sederek* (ada ikatan kekerabatan). Bahkan gak hanya sama pedagang, dengan pembeli juga iya kok. Ada beberapa langganan saya yang masih ada hubungan saudara, meski bukan kandung, jadi kaya sepupuan, ipar, kaya gitu”.³²⁶

Contoh lainnya antara Makky, pedagang sepuh emas dengan Fidah, penjual aksesoris. Dijelaskan oleh Hj. Istianah, bahwa rekan pedagangnya tersebut adalah berhubungan kakak adik.

"Ada disini yang kakak adik kandung. Ada beberapa. Salah satunya Makky dan mbak Fidah. Yang makky adik kandungnya. Stand mereka yah berdekatan, adiknya sepuh emas, embaknya punya stand aksesoris yang sebelah langsung. Disini biasa yang berhubungan kerabat, malah cukup banyak karena memang pedagang kan kebanyakan orang kalirungkut sini".³²⁷

³²⁶ Siti Maryam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 6 Oktober 2018.

³²⁷ Istianah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

Hal ini menjadi contoh potret *social bonding* pasar Soponyono. Hubungan kekerabatan menjadi modal penting tumbuhnya kepercayaan dan kerelaan saling membantu, seperti yang dicontohkan di atas. Dalam pasar Soponyono, terdapat beberapa stand yang menjadi warisan usaha dari ayahnya. Salah satu pedagang tersebut ialah Bandiyah yang masih mempertahankan usaha orang tuanya:

“Ini dari dulu stand sembako sudah ada sejak ayah saya, pak Parlan. Sudah sekitar 15 tahun lalu, dan sekarang saya ikut bantú, ikut neruskan karena namanya usia, beliau sudah tidak sekuat dulu dan tidak apa. Malah mudah bagi saya karena tinggal meneruskan. Langganan juga banyak, *alhamdulillah*, tinggal terus menjaga supaya bisa terus bertahan, awet dan laris. Namanya usaha, merintis kan tidak mudah, jadi harus dijaga biar terus ada.”³²⁸

Ikatan kekerabatan (*as}a>biyyah*) menunjukkan peran penting dalam penguatan modal sosial. Modal sosial pedagang pasar Soponyono menjadi salah satu alasan pembeli untuk tetap sebagai pelanggan di dalamnya. Selain dari komentar pedagang, berikut komentar dari Ilmi, salah satu pelanggan.

“Kalau saya sering kesini, beli jilbab, beli penjepit rambut. Kalau sama anak-anak, sekalian beli susu, makanan, dan sebagainya sesuai kebutuhan. Yang saya utamakan memang stand milik kerabat, tapi stand lain juga ada yang jadi langganan saya karena kerasan saja belanja di sini, santai sambil ngobrol. Kalau soal hubungan kekerabatan, memang ada yang masih keluarga, yaitu Mbak Fidah sama mas Makky”.³²⁹

Dari penjelasan tersebut, terekam hubungan baik antara pedagang dengan pembeli di pasar Soponyono. Satu sama lain tidak merasa asing karena memang saling mengenal, diantaranya karena ikatan kekerabatan. Suasana yang guyub dan rukun

³²⁸ Bandiyah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

³²⁹ Ilmi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 2 Oktober 2018.

juga menjadi faktor bagi pedagang maupun pembeli untuk mendapatkan kenyamanan selama berada di lingkungan pasar.

b. *Bridging social capital (ukhuwwah Isla>miyyah)*

Bridging social capital adalah ikatan sosial yang timbul sebagai reaksi atas berbagai macam karakteristik kelompoknya. Ikatan ini muncul karena berbagai macam kelemahan yang ada disekitarnya sehingga mereka memutuskan untuk membangun kekuatan dari kelemahan. Jenis jaringan modal sosial ini lebih luas dan lebih longgar, seperti pertemanan dan rekan kerja.³³⁰ Jenis modal sosial *bridging* dalam pasar Soponyono dijelaskan sebagai praktek *ukhuwwah Isla>miyyah*, baik sesama pedagang, pengelola, maupun pelanggan pasar Soponyono. Dari 30 pedagang muslim yang menjadi subyek penelitian, kesemuanya mengaku memiliki ikatan pertemanan (*bridging social capital*). Ada yang memiliki ikatan teman sekolah, tetangga, maupun rekan organisasi. Ikatan tersebut ada yang terjalin dengan pelanggan, pengelola pasar, distributor, maupun sesama pedagang. Di dalam pasar Soponyono sendiri, telah terbentuk Himpunan Pedagang Pasar Soponyono yang mewadahi pedagang dan pengelola pasar. Siti Rochmah, salah satu subyek penelitian, menjelaskan dirinya telah memiliki teman sekolah yang saat ini menjadi rekan sesama pedagang di pasar Soponyono.

“Ada pedagang sini yang teman saya, sejak SD. Ada juga yang sejak SMP. Teman sekolah kemudian sama-sama berdagang di pasar ini. Tentu semakin dekat hubungan pertemanan. Apalagi memang ada juga yang sampai sekarang bertetangga. Komunikasi pun akrab, mudah berinteraksi dan kami tidak ada

³³⁰ Mark Granovetter, *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*, 49.

sikap menganggap sesama pedagang ialah pesaing, justru disini sebagai sama-sama keluarga besar”.³³¹

Sedangkan Thohir, pemilik stand warung kopi, menjelaskan ikatan teman yang berlatarbelakang rekan organisasi sosial (di luar HPP Soponyono):

“Kebetulan kan saya pengurus Anshor³³² Rungkut sini, dan tidak hanya saya orang Anshor yang ada di sini. Pak Hudan, pemilik stand sembako juga pengurus. Jadi karena sama-sama Anshor, jadi hubungan juga enak. Kalau saya butuh sembako, saya beli disana. Bukan hanya dengan saya. Disini juga ada namanya Makky, anshor juga. Kalau pak Hudan butuh benerin gelang, saya bilang Makky agar bantu benerin. Kita semua saling ngingetin biar saling membantu. Urusan bayar gak ada masalah karena saling percaya. Yang jelas komunikasi enak dan gampang karena sama-sama kenal. Kalau rapat Anshor juga biasanya saling kasih info, kadang juga bareng-bareng berangkatnya”.³³³

Hubungan *bridging* juga terjalin antara pedagang dengan pembeli maupun supplier. Hal ini ini terbentuk lebih karena dorongan kesamaan kepentingan sehingga berbagai latar belakang pembeli atau *supplier* tidak menjadi permasalahan. Antara pedagang dengan pembeli terbangun *trust* yang tinggi misalnya pembeli saat berbelanja tidak harus membayar *cash* (tunai) dan dapat dibayarkan menyusul. Fenomena ini dengan mudah ditemui di pasar Soponyono. Salah satunya yang dijelaskan oleh Siti Aminah, pedagang ikan-ikanan

“Biasanya ada saja orang beli ikan, tapi uangnya gak cukup. Kalau sudah langganan ya gapapa, saya catat, tinggal ambil besok bayar. Kan banyak pelanggan sini yang memang setiap hari belanjanya di sini, jadi aman. Mereka orang Rungkut sini, jadi sesama pelanggan saling kenal, kalau ada yang nakal susah bayar, nanti yang negur malah tetangga mereka”.³³⁴

³³¹ Siti Rochmah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 19 Oktober 2018.

³³² Salah satu Badan Otonom dibawah naungan Nahdlatul Ulama.

³³³ Makky, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 6 Oktober 2018.

³³⁴ Siti Aminah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 6 Oktober 2018.

Bandiyah, pedagang sembako, menceritakan pengalaman yang sama:

"Beberapa waktu lalu pelanggan sembako saya *kepaten* (musibah ada keluarganya yang meninggal dunia). Saya takziah dari sore sampai malam. Saya bantu nenangin dia, bantu ngurusin jenazah yang sodaranya, bahkan saya juga bantu bikin kopi buat tamu. Saya tidak ada rasa terbebani karena ini murni niat saya yang memang kasihan dan ingin bantu dia".³³⁵

Selain dengan pembeli, hubungan *bridging* yang kuat terlihat dengan adanya toleransi dan hubungan sosial antara *supplier* (agen tempat pedagang membeli barang dagangan) dengan pedagang, seperti ketika terjadi musibah yang dialami mereka. Berikut hasil wawancara dengan Suparti, salah satu pedagang warung di pasar Sopyonyono yang menunjukkan hubungan sosial yang baik dengan *supplier* barang dagangannya:

"Di sini kekeluargaannya erat, mbak. Tetangga saya yang biasa belanja ke pasar, *kepaten* ayahnya. Pedagang Sopyonyono *podho nyelawat* (takziah), sampai ikut tahlilan juga. Sudah biasa kaya gitu, sama-sama takziah, tahlilan, siapa yang dapat musibah, ya dibantu. Padahal yang punya musibah kadang dari keluarga yang kami jadikan tempat kulakan (sumber pedagang mendapatkan barang dagangan). Bukan teman sekolah, tetangga, atau kerabat, tapi yah karena kenal sebagai tempat kami kulakan bahan kue, akhirnya jadi seduluran meski cuma sebagai tempat kulakan".³³⁶

Penjelasan Siti Aminah mengingatkan kepada penjelasan mengenai strategi usaha yang telah dijelaskan di atas, yaitu strategi jaringan. Sebagai bentuk mengukur derajat kepercayaan (*credibility*) melalui triangulasi data, maka dilakukan pengecekan tentang pengakuan Suparti, Bandiyah, dan Siti Aminah tentang hubungan baik dengan

³³⁵ Bandiyah, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 8 September 2018.

³³⁶ Suparti, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 8 September 2018.

pembeli maupun supplier (pemasok). Hal ini terungkap dari pengakuan subyek lainnya, yaitu Sholeh:

“Kami disini sesama pedagang, berteman. Baik itu pedagang ikan-ikan, sayur, buah, terus warung makanan disini. Kita berteman sejak berjualan, semua kemudian saling kenal, rukun. Ada juga yang memang sudah kenal sebelumnya. Hubungan dengan pelanggan, pemasok juga sama, ada yang akrab seperti teman sendiri. Namanya sama-sama cari uang, ya harus sekalian cari konco (teman) agar saling dapat manfaat.”³³⁷

Bridging network dalam pasar Soponyono juga terlihat dalam model *partnership* di antara pedagang. Sebagai contoh, jika seorang pedagang tidak memiliki barang dagangan maka dia dengan mudah akan menjualkan dagangan milik pedagang lain dan pembayaran komoditas tersebut dilakukan setelah barang terjual. Selain itu antar pedagang juga tidak segan-segan mencarikan supplier untuk pedagang yang lain. Seperti yang diungkapkan oleh Hj. Lilik, seorang informan yang berjualan konveksi dan aksesoris. Hj. Lilik mengatakan bahwa ia tidak hanya menjual aksesoris saja, melainkan juga ber-*partner* dengan pedagang lain yaitu Sutrami, pedagang kosmetik.

Berikut penjelasannya:

“Kadang ada saja langganan saya yang sering beli bros di sini, saya tawari kalau cari bedak ke mbak Mi saja, di bawah, stand A 16, pojok sebelah barat. Jadi saya sama istri sering ngajak ngobrol kalau pembeli lagi milih-milih bros. Dari ngobrol, kita bisa lebih kenal dan ada yang sampai bahas pake kosmetik apa? Nah, akhirnya kepikiran promosikan teman saya mbak Mi itu. Kalau ke mbak Mi bilang langganan mbak Lilik ya, biar dikasih diskon, saya bilang gitu pada pelanggan saya. Bukan hanya dengan mbak Mi, banyak juga dengan pedagang lain. Yang penting kami saling menjaga hubungan, bagaimana supaya kami tetap sama-sama untung”.³³⁸

³³⁷ Sholeh, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 2 Oktober 2018.

³³⁸ Hj. Lilik, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 11 September 2018.

Bentuk lainnya adalah komunitas pedagang yang terbentuk dalam HPP (Himpunan Pedagang Pasar) Soponyono yang telah berdiri sejak tahun 1990. Keberadaan HPP Soponyono menunjukkan adanya asosiasi di dalam lingkungan pasar. Dijelaskan oleh Bardhan, asosiasi menyediakan suatu kerangka berfikir informal untuk berbagi informasi, mengkoordinasikan aktivitas, dan membuat suatu keputusan kolektif. Bardhan juga menyebutkan bahwa asosiasi warga (bentuk modal sosial) dibuktikan dengan banyaknya tempat kumpul warga yang berfungsi sebagai tempat diskusi, bicara dan mendengarkan informasi terbaru, pola ini terjadi secara timbal balik untuk selanjutnya memunculkan aksi bersama.

Aksi bersama di dalam HPP Soponyono terlihat dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan, seperti: rapat rutin para pedagang dengan pengelola dan kegiatan keagamaan yang dilaksanakan bersama-sama. Setiap kegiatan yang terlaksana, secara tidak langsung menjadi forum silaturahmi yang menguatkan jalinan sosial di dalamnya. Berikut hasil wawancara dengan M. Sokil, ketua HPP Soponyono yang menerangkan tentang HPP Soponyono:

“HPP itu singkatan dari himpunan pedagang pasar, sudah lama berdiri, yaah sekitar tahun 1998. Lumayan, pedagang antusias saja, pengurus sekitar 20 orang, itu dipilih yang aktif-aktif. Jadi kalau rapat datang lebih separuh, biasanya 15 orang. Biasanya kumpul bahas keamanan, bahas gimana pedagang bisa bertahan, gak rugi karena banyak ritel modern, saling sharing. Jadi ini kami semakin rukun dan kompak makanya sering bikin acara-acara keagamaan, terutama pas mauludan dan muharroman. HPP ini juga bagian narik urunan pedagang dan pengurus pasar kalau ada yang kena musibah, kaya kematian atau kecelakaan. Selain itu juga kalau ada hajatan seperti nikaan atau khitanan”.³³⁹

³³⁹ M. Sokil, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 8 September 2018.

Ditambahkan olehnya, bahwa fungsi utama dari HPP adalah untuk mengelola konflik internal dan mempermudah distribusi informasi. Konflik internal yang diantisipasi adalah konflik antara pedagang dan pengurus pasar Sopyonyono. Adapun keseluruhan peran dan fungsi dari HPP, sebagai berikut:

- e. Melakukan advokasi regulasi yang terkait untuk kemakmuran pasar dan pedagang;
- f. Mengidentifikasi dan mencari solusi masalah di pasar Sopyonyono yang sifatnya umum, seperti kebersihan dan keamanan;
- g. Menjalin hubungan dengan supplier, pembeli, pemerintah kota, pengelola pasar untuk kepentingan pedagang;
- h. Menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak terkait perbaikan pasar Sopyonyono;
- i. Menjembatani komunikasi antara pedagang dengan yayasan Tholabuddin (induk dari pasar Sopyonyono);
- j. Menyelesaikan konflik yang tidak tertangani di level pedagang pasar sehingga meminimalisir konflik yang berpotensi terjadi antar pedagang maupun pengurus pasar³⁴⁰.

Dalam menjalankan fungsinya, organisasi HPP Sopyonyono seharusnya memiliki ciri seperti organisasi lainnya. Kanter (1997) dalam Riesdyah, mengetakan tiga ciri organisasi, yaitu: konsep (*concept*), kompetensi (*competence*), dan koneksi (*connection*). Konsep merupakan wawasan, kompetensi merupakan perilaku yang

³⁴⁰ Sumber dokumentasi HPP Pasar Sopyonyono.

menunjang konsep, dan koneksi adalah jaringan sosial yang membangun relasi.³⁴¹

Sedangkan menurut Sokil, HPP Soponyono telah berjalan dengan baik sesuai peran dan fungsinya:

“HPP Soponyono berfungsi seperti apa yang jadi fungsinya. Sangat bermanfaat karena jadi jembatan penghubung antar pedagang, juga mendekatkan dengan pengurus pasar. Jadi kayak tidak ada jarak”.

Persepsi tentang HPP Soponyono juga dicermati dari pendapat yang disampaikan oleh subyek penelitian. Salah satunya adalah Istianah, penjual palen, yang menjelaskan manfaat dalam ikatan komunitas HPP Soponyono:

“Disini ada HPP, himpunan pedagang pasar Soponyono. Pedagang ada yang rutin ikut acara rapat pengajian di dalamnya. Jadi semakin erat. Selain itu, memang juga ada yang aktif di Anshor, IPNU, IPPNU. Terus juga acara-acara kampung. Ibu-ibu pedagang biasanya sama-sama jamaah pengajian rutin di wilayahnya masing-masing. Jadi ada ikatan saling kenal sesama organisasi”.³⁴²

Fakta lapangan menunjukkan bahwa HPP Soponyono masih mampu bertahan secara normal dan baik. Padahal, modal sosial asosiasi seperti itu, umumnya rentan mengalami kemerosotan. seperti dijelaskan oleh Putnam bahwa asosiasi rentan mengalami kemerosotan atas beberapa faktor. *Pertama*, disebabkan banyaknya kesibukan dan besarnya tekanan yang diasosiasikan dengan persoalan keluarga para anggotanya. *Kedua*, terjadinya fragmentasi ikatan pada warga metropolitan, kawasan elit dan kawasan pinggiran. *Ketiga*, adanya pergeseran pola hiburan yang berbasis rumah melalui televisi serta perubahan generasi. Namun, fakta lapangan menunjukkan

³⁴¹ Riesdyah Fitriyah, “Revitalisasi Harmoni Sosial Melalui Modal Sosial Pemimpin Lokal” Disertasi Universitas Airlangga (2015), 67.

³⁴² Istianah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 2 Oktober 2018.

bahwa untuk saat ini asosiasi yang berjalan di dalam lingkungan pasar, yaitu HPP Soponyono justru menunjukkan peningkatan aktivitas yang dilakukan bersama-sama. M. Sokil, ketua HPP Soponyono, bahkan menjelaskan bahwa kolektif kolegial (sistem pengelolaan yang mengutamakan musyawarah mufakat), menjadi ciri khas HPP Soponyono:

“Himpunan ini dibandingkan sebelum tahun 2000, ya sepi. Pedagang masih sedikit. Setelah tahun 2000, HPP ramai. Semakin banyak pedagang yang antusias mengikuti. Ya wajar, jumlah pedagang kan terus meningkat dan untuk tahun 2018 sudah mencapai jumlah maksimal, alias semua stand pasar sudah penuh. Terus, HPP ini juga manfaat sebagai ajang kumpul-kumpul, orang sekarang kan butuh ngobrol saling memberikan ide dan masukan. HPP ini dianggap memenuhi hal itu. Buktinya ya pedagang sampai sekarang hubungan satu sama lain *alhamdulillah* baik, kompak. Kalau ada masalah, malah HPP ini tempatnya musyawarah, urun rembuk bareng, saling mengeluarkan ide, gagasan, dan sama-sama berpikir solutif. HPP ini efektif sekali menjadi penengah antara pedagang dan pengelola dan tempat pedagang menyampaikan uneg-unegnya (aspirasi).”³⁴³

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa meningkatnya SDM (sumber daya manusia) yaitu pedagang pasar, ternyata memiliki pengaruh positif keberlangsungan asosiasi modal sosial melalui HPP Soponyono karena partisipasi aktif yang dilakukan pedagang menunjukkan telah tumbuh rasa memiliki organisasi (*sense of ownership*) antara pedagang dengan pengelola pasar.

Bukan hanya perannya menjalankan kolektif kolegial, HPP Soponyono juga sebagai akses informasi yang bermanfaat bagi pedagang. Dengan informasi yang cukup dan akurat pemimpin dapat membuat suatu keputusan yang tepat. Siti Aminah,

³⁴³ Sokil, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 13 Oktober 2018.

pedagang daging ikan, menjelaskan bahwa komunikasi telah berjalan lancar di antara pengelola dan pedagang pasar Sopyonyo:

“Ada grup *whatsapp* yang isinya pedagang dan pengurus (pengelola) pasar. Disana kami bisa berkomunikasi baik, saling memberikan informasi, saling menyapa, dan saling memberikan semangat melalui obrolan santai. Jika ada kabar duka maupun suka, jadi tidak ketinggalan informasi. Karena semua saling memberikan kabar. Grup WA bisa membuat kami benar-benar seperti keluarga besar.”³⁴⁴

Dampak positif grup *whatsapp* sebagai media informasi dan komunikasi pedagang dengan pihak pengelola pasar, yaitu Murdadlo:

"Grup WA isinya lebih sering banyolan satu sama lain, jadi ramai chat (isi obrolan)-nya. Saya sih senang bacanya karena buat hiburan dan guyub. Hampir tidak ada selisih paham, lebih sering obrolan santai. Forum grup wa juga sebagai informasi jika ada undangan dari pedagang ataupun jika ada kabar duka. Jadi sama-sama saling tahu perkembangan kalau misalnya ada kabar musibah. Memudahkan informasi yah. Kadang juga sebagai sarana promosi, ya tidak apa-apa asal sesuai batas kewajaran".

Hasil wawancara tersebut menunjukkan efektifitas media informasi (grup *whatsapp*) dalam penguatan modal sosial yang tidak berdasarkan hubungan kekerabatan, melainkan karena satu wadah dalam HPP Sopyonyo. Secara detail, bentuk *ukhuwwah Isla>miyyah* atau jaringan sosial (*networks*) sesuai hasil wawancara mendalam subyek penelitian, dijelaskan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 12. Bentuk *Ukhuwwah Isla>miyyah (Networks)* Subyek Penelitian

No	Nama	Pemahaman <i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i>	Manfaat <i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i>	Bentuk <i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i>
1	Suratun	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban	Menumbuhkan sikap saling	memiliki sikap sopan santun dalam

³⁴⁴ Siti Aminah, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 19 Oktober 2018.

		orang Islam dan hal penting untuk dilakukan	tolong menolong	persaudaraan, aktif di HPP Sopyonyo
2	Fatimatus Zahroh	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	Menjadi partner berdagang dengan sesama pedagang	Saling menyapa, aktif di HPP Sopyonyo dan berkomunikasi yang baik
3	Siti Maryam	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	Menumbuhkan sikap saling tolong menolong	Tenggang rasa, sopan santun dalam berbicara, aktif di HPP Sopyonyo
4	Hj. Lilik	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	Menjadi partner berdagang dengan sesama pedagang	Mereferensikan dagangan teman jika dibutuhkan, aktif di HPP Sopyonyo
5	Hj. Istianah	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	Menumbuhkan kenyamanan berkomunikasi dan kerukunan	Hubungan baik sesama pedagang, bersikap tenggang rasa, empati, dan aktif dalam kegiatan HPP Sopyonyo
6	Jalaluddin	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan wajar dilakukan	Menjadi partner berdagang dengan sesama pedagang	Saling mendoakan sesama muslim, saling menyapa, bersikap sopan santun
7	Saikhuni	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan	Menumbuhkan sikap saling tolong menolong dan rukun	Sholat berjama'ah, aktif di HPP Sopyonyo dan rukun sesama pedagang

		hal sangat penting untuk dilakukan		
8	Margono	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan dianggap wajar dilakukan	Menumbuhkan sikap ikhlas membantu sesama pedagang	Saling membantu ikhlas dan tidak ada pertengkaran
9	Thohir	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	Menumbuhkan rasa saling percaya, kerukunan, kenyamanan	Saling memberikan informasi, aktif di HPP Sopyono, saling bekerjasama sesama pedagang
10	Sulicha	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	Menumbuhkan rasa saling percaya, kerukunan, kenyamanan	Saling mendoakan, aktif di HPP Sopyono dan membantu sesama muslim
11	Khusnul	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	membentuk sikap saling menghargai dan menghormati	Saling menyapa, saling memberikan informasi, dan berkomunikasi
12	Parto	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan wajar dilakukan	Menumbuhkan rasa saling percaya, kerukunan, kenyamanan	Saling menyapa dan tidak memicu pertengkaran
13	Pardiansyah	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan	Menciptakan kerukunan	Hubungan baik sesama pedagang, bersikap tenggang rasa, empati, dan

		hal sangat penting untuk dilakukan		aktif dalam kegiatan HPP Soponyono
14	Hj. Dewi	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	meningkatkan intensitas silaturahmi atau hubungan sosial sesama muslim	Bersilaturahmi antar pedagang ketika lebaran maupun ada kejadian khusus, aktif di HPP Soponyono
15	Suparti	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal penting untuk dilakukan	meningkatkan intensitas silaturahmi atau hubungan sosial sesama muslim	Menjaga silaturahmi dan saling peduli jika pedagang lainnya mendapat musibah
16	Bandiyah	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal baik untuk dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Saling menyapa, memberikan informasi, dan berkomunikasi
17	Anis	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal penting untuk dilakukan	menumbuhkan hubungan saling menguntungkan	Bekerja sama dalam bisnis dengan pedagang lain, bersikap empati jika pedagang lainnya mendapat musibah.
18	Siti Rohma	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal penting untuk dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Bekerja sama dalam bisnis dengan pedagang lain, bersikap empati jika pedagang lainnya mendapat musibah.
19	Fatma	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan	Membangun rasa saling percaya, aman, serta perasaan	Bekerja sama dalam bisnis dengan pedagang lainnya

		hal baik untuk dilakukan	sebagai keluarga besar	
20	Holilur	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan dianggap wajar dilakukan	membentuk sikap saling menghargai dan menghormati	Sesama orang Islam saling menghormati dan tidak bertengkar
21	Pangestu Ningsih	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal baik untuk dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Aktivitas silaturahmi dilaksanakan rutin dan sudah menjadi bagian aktivitas keseharian
22	Sholeh	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	menumbuhkan hubungan saling menguntungkan dan rukun	Saling menyapa, menumbuhkan rasa tenggang rasa, empati, aktif di HPP Sopyono dan berkomunikasi
23	Tum	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal baik untuk dilakukan	Membentuk kerukunan dan pengakuan sebagai keluarga besar	Aktivitas silaturahmi dilaksanakan rutin, aktif di HPP Sopyono
24	Sauri	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan dianggap wajar dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Guyub, saling memberikan dukungan, dan menjaga hubungan baik
25	Hartini	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan	menumbuhkan hubungan saling menguntungkan	Mereferensikan dagangan teman jika dibutuhkan dan

		hal baik untuk dilakukan		bersikap saling empati
26	Siti Aminah	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal penting untuk dilakukan	Membangun rasa saling percaya, aman, serta perasaan sebagai keluarga besar	Intens berkomunikasi sesama pedagang, terutama dalam grup WA HPP Sopyonyo
27	Nur	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Intens berkomunikasi sesama pedagang, terutama dalam grup WA HPP, bersikap empati pada lainnya
28	Absokil	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Intens berkomunikasi sesama pedagang, terutama dalam grup WA HPP, bersikap empati pada lainnya
29	Aminah	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Intens berkomunikasi sesama pedagang, terutama dalam grup WA HPP Sopyonyo
30	Rokayah	<i>Ukhuwwah Isla>miyyah</i> adalah kewajiban orang Islam dan hal sangat penting untuk dilakukan	membangun perasaan sebagai keluarga besar	Intens berkomunikasi sesama pedagang, terutama dalam grup WA HPP Sopyonyo

Sumber: hasil wawancara *guide interview*

Dari semua wawancara yang sudah dijelaskan sebelumnya, tabel di atas berusaha mempertajam data setelah proses reduksi data dalam analisis interaktif. Tabel

tersebut berusaha menjelaskan bagaimana pemahaman terhadap praktek *ukhuwwah Isla>miyyah*, bentuk dan manfaat. Berikut keterangan yang disampaikan salah satu subyek penelitian tentang makna *ukhuwwah Isla>miyyah*:

“Iya, kami juga tahu istilah *ukhuwwah*, kalau persaudaraan sesama muslim itu harus dibangun. Kalau menurut saya, memang penting dan harus. Bukan hanya soal pahala atau kita semua ingin masuk surga, namun memang hubungan baik mendatangkan manfaat”.³⁴⁵

Sauri, subyek lainnya, memberikan keterangan tentang kewajiban sesama muslim untuk menjaga *ukhuwwah Isla>miyyah*:

”Disini memang kita sebagai sesama muslim rukun-rukun saja. Kalau kata wong Suroboyo, seperti seduluran (saudara). Di pasar kesannya seperti di rumah sendiri. Saling guyub. Jadi kerasan, nyaman. Sesuai tuntutan Islam, harus jaga *ukhuwwah*.”³⁴⁶

Perasaan sebagai saudara meski tidak memiliki hubungan kekerabatan, juga dijelaskan oleh Fatma, pedagang konveksi:

“Disini *alhamdulillah*, hubungan sesama pedagang baik semua. Memang kita seperti keluarga besar disini. Ini juga kan anjuran agama. Sesama muslim saudara. Disini kompak, saling sumbangsih. Saling membantu kalau ada yang kena musibah, misalnya, urunan untuk takziah, urunan untuk yang sakit, dan sebagainya.”³⁴⁷

Umumnya, pedagang sangat menjaga hubungan sosial. Mereka menghargai nilai-nilai sosial karena berkeyakinan, jika ingin banyak mendapat kenalan, teman, dan pelanggan serta ingin mendapatkan keuntungan yang besar, maka mereka harus membina hubungan baik, membentuk jaringan, dan itu hanya bisa dilakukan dengan

³⁴⁵ Ibid.

³⁴⁶ Sauri, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 12 Desember 2019.

³⁴⁷ Fatma, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 16 Maret 2020.

sikap-sikap saling menghargai dan menghormati. Hartini, pedagang sembako di lantai dasar, menjelaskan fakta lapangan:

“Kami semua biasa saling memberikan masukan pada pelanggan. Misalnya ada pelanggan pakaian nanya orang jualan setrika, nanti kami kasih tahu siapa yang jualan setrika dan di sebelah mana. Begitu juga kalau ada yang tanya giling daging, giling bambu, atau lainnya. Kita pasti ngasih tahu”.³⁴⁸

Pengakuan Hartini tentang potret kerjasama antar pedagang, dilakukan uji kebenaran fakta melalui penelusuran pengakuan subyek lainnya. Tum, penjual barang-barang palen (kertas, kardus) ternyata menyampaikan hal serupa:

“Saya dan suami pernah jualan di pasar Krukah, pasar Bratang, pasar Pahing, pasar Rungkut Kidul, jadi banyak pasar selain di Soponyono. Dan disana persaudaraan biasa saja. Beda dengan disini. Disini sangat guyub dan semua pedagang kayak saudara, Mbak. Jadi malah tidak kelihatan potensi kompetisi, rebutan dagangan kalau di Soponyono, sama--sama cari rezeki tapi tetep semua seperti saudara, bahkan kadang biasa terjadi saling membantu atau gotong royong sesama pedagang”.³⁴⁹

Keterangan yang disampaikan oleh para subyek penelitian menunjukkan ikatan silaturahmi telah terbentuk di antara pedagang muslim pasar Soponyono. Silaturahmi merupakan anjuran dalam Islam, di antara dalil yang menjelaskan pentingnya silaturahmi, terdapat dalam Q.S An-Nisa>’ ayat 1³⁵⁰ dan h{adi>th no. 5676 yang diriwayatkan Imam al-Bukhari:

مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ ، وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ ، فَلْيَصِلْ رَحْمَهُ³⁵¹

³⁴⁸ Hartini, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 10 April 2020.

³⁴⁹ Tum, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 10 April 2020.

³⁵⁰ يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا (Al-Qur’a>n: 4, 1).

³⁵¹ Al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, h{adi>th no. 5676.

Siapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya hendaklah dia menyambung silaturahmi.³⁵²

H{adi>th diatas menjelaskan bahwa dengan silaturahmi melalui transaksi jual beli, maka akan mendatangkan kelapangan rezeki. Menurut Saikhuni, pedagang konveksi yang menjadi subyek penelitian, ajaran Islam tentang silaturahmi seperti yang dijelaskan di atas, penting untuk dipahami oleh orang muslim. bahkan, Saikhuni pernah menjelaskan tentang silaturahmi dalam ceramah yang dibawakannya ketika selepas sholat tarawih di musholla Pasar Sopyonyo:

“Saya kalau ngisi kultum (ceramah), saya suka jelasin agar jamaah selalu rukun, cinta sesama muslim, jaga silaturahmi, saling menolong. Jamaah kalau sholatnya di pasar ya pasti banyak juga dari pedagang atau keluarga pedagang. Bukan hanya tarawih yah, disini kamis malam jumat juga ada tahlil di musholla pasar. Juga ada ceramah. Tema ceramah yang ringan-ringan, intinya saling menjaga kerukunan dan damai. Saya jelaskan, kalau kita bisa jaga silaturahmi, insya Allah rezeki lancar.”³⁵³

Dalam kehidupan sehari-hari, silaturahmi juga menjadi pengikat hubungan baik dan membuat antar sesama mengenang kebaikan satu sama lain. Sebagai contoh pada aktivitas jual beli, silaturahmi terwujud dengan tindakan saling menyapa, berdiskusi, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan hubungan sosial penjual pembeli. Silaturahmi antara pedagang pasar dijelaskan oleh beberapa subyek, diantaranya Hj. Dewi:

“Silaturahmi ya pasti. Apalagi kalau lebaran, kita semua saling *unjung-unjung* (pergi bersilaturahmi). Tentu sekalian ke tetangga karena pedagang banyak kan yang asli sini. Baru kalau dari luar kota, ya ketemunya bisa di pasar. Kalau ada sela pas pembeli tidak ada, ya mampir ke pedagang sebelahnya, gitu. Ngobrol

³⁵² Al-Bukhari, *Shahih Bukhari* Tarjamah Achmad Sunarto (Semarang: Asy-Syifa, 1993), Juz 8, h{adi>th no. 5676, 14.

³⁵³ Saikhuni, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 18 Desember 2019.

sedikit, silaturahmi-lah. Silaturahmi nambah sodara, temen, juga rezeki karena biasanya kami saling membeli barang dagangan. Daripada ke mall, mbak, bisa beli *macem-macem* yang bukan kebutuhan.”³⁵⁴

Pardiansyah, pedagang lainnya, memberikan pengakuan sama:

“Disini *guyub* sekali dan otomatis silaturahmi itu sudah menjadi keseharian perilaku pedagang dan staf pasar ini.”³⁵⁵

Dari sini dapat terlihat kuatnya budaya silaturahmi dalam pasar Soponyono sehingga menjadi penguat modal sosial. Semua keterangan diatas dilakukan pengecekan (derajat kepercayaan) melalui keterangan para pengunjung pasar, diantaranya Hanim, warga Kalirungkut:

“Kalau beli disini, niatnya separuh ya buat silaturahmi, itung-itung gak cuman dapat barang murah, tapi juga bisa terus sambung silaturahmi dengan tetangga atau temen yang juga pedagang disini. Pedagang banyak juga yang punya hubungan keluarga, tetangga, jadi kalau lebaran, biasanya saling unjung-ujung”.³⁵⁶

Berdasarkan observasi peneliti, terlihat bangunan silaturahmi memang cukup kuat di dalam pasar Soponyono, seperti keterangan yang disampaikan para informan. Hubungan silaturahmi yang berjalan baik, diakui oleh subyek telah memunculkan perilaku-perilaku positif, seperti sikap sopan santun sesama pedagang. Di antara subyek yang menyampaikan hal ini adalah Pardiansyah:

“Kalau sudah memiliki ikatan baik, merasa keluarga, yah otomatis saling menghargai dan kita sopan pada satu sama lain, mbak. Saling menjaga omongan, meski kalau guyon, jangan sampai bikin tersinggung. Ingat yang kita guyoni juga *konco dewe, dulur dewe*, jadi saling jaga. Dalam hal apapun, kita tidak mau kalau hal kecil merusak hubungan baik, merusak seduluran disini. Harus saling menjaga perasaan masing-masing, punya rasa sungkan (malu), dan

³⁵⁴ Hj. Dewi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 September 2018.

³⁵⁵ Pardiansyah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 September 2018.

³⁵⁶ Hanim, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

sopan. Meski sudah akrab, tetap dijaga bicarannya karena jangan sampai ada hal kecil jadi masalah besar.”³⁵⁷

Keterangan Pardiansyah tersebut, seperti yang dianjurkan dalam Islam, yaitu tentang sikap-sikap dalam berhubungan sesama manusia. Di antara beberapa sikap tersebut, adalah bertutur kata baik (Q.S. Al Baqarah ayat 83)³⁵⁸, menahan amarah, dan menjaga sikap santun, sebagaimana tertuang dalam h{adi>th berikut:

حَدَّثَنَا أَبُو إِسْحَقَ الْهَرَوِيُّ حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْفَضْلِ الْأَنْصَارِيُّ حَدَّثَنَا
قُرَّةُ بْنُ خَالِدٍ حَدَّثَنَا أَبُو جَمْرَةَ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ قَالَ لِلْأَشَجِّ الْعَصْرِيِّ إِنَّ فِيكَ خَصْلَتَيْنِ يُحِبُّهُمَا اللَّهُ الْحِلْمَ وَالْحَيَاءَ

Telah menceritakan kepada kami (Abu Ishaq Al Harawi) telah menceritakan kepada kami (Al 'Abbas bin Al Fadl Al Anshari) telah menceritakan kepada kami (Qurrah bin Khalid) telah menceritakan kepada kami (Abu Jamrah) dari (Ibnu Abbas), bahwa Nabi SAW bersabda kepada Al Asyaj Al 'Ashri: "Sesungguhnya dalam dirimu terdapat dua sikap yang dicintai oleh Allah; sifat santun dan malu."

Dalil-dalil naqli lainnya yang menjelaskan perilaku positif dalam berh{ablum minanna>s adalah tentang anjuran menahan amarah pada orang lain. Dijelaskan dalam h{adi>th Ibnu Majah 4179:

حَدَّثَنَا زَيْدُ بْنُ أَحْزَمَ حَدَّثَنَا بَشْرُ بْنُ عُمَرَ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ عَنْ يُونُسَ بْنِ عُبَيْدٍ
عَنْ الْحَسَنِ عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَا مِنْ جُرْعَةٍ أَكْبَرُ
أَجْرًا عِنْدَ اللَّهِ مِنْ جُرْعَةٍ غَيْظٍ كَظَمَهَا عَبْدٌ ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ

Telah menceritakan kepada kami (Zaid bin Akhzam) telah menceritakan kepada kami (Bishr bin Umar) telah menceritakan kepada kami (Hammad bin Salamah) dari (Yunus bin 'Ubaid) dari (Al Hasan) dari (Ibnu Umar) dia berkata,

³⁵⁷ Pardiansyah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

³⁵⁸ وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ
حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ (Al-Qur'a>n, 2: 183).

"Rasulullah SAW bersabda: "Tidak ada tegukan yang lebih besar pahalanya di sisi Allah daripada tegukan amarah yang ditahan dari seorang hamba karena mencari keridlaan Allah."

Perilaku sopan santun seperti yang dijelaskan dalam Islam tentunya menimbulkan pandangan positif dari orang lain dan menumbuhkan perilaku timbal balik yang positif pula. Sopan santun dalam jangka panjang menumbuhkan tenggang rasa dan mengantisipasi persoalan maupun perselisihan yang bisa muncul dalam relasi sosial manusia. Marji'in Syam, kepala pasar, menjelaskan kuatnya bentuk tenggang rasa di pasar Soponyono dengan mengkaitkan karakter pedagang dengan warga sekitarnya, yaitu warga Kalirungkut:

"Rungkut dari dulu terkenal kuat *tepa selira*-nya (tenggang rasa). Kalau dilihat Surabaya yang perkotaan, Rungkut termasuk yang paling kuat kultur tenggang rasa. Tidak terasa individual di masyarakat sini. Malah saling menghargai, jarang sampai ada perselisihan. Rungkut ya sama lah maknanya dengan Soponyono karena cermin budaya orang Rungkut. Pernah di pasar ini ada orang selisih, seperti mau tawuran, tapi dilerai oleh kami, malah ada yang *nggojlokin* (mengajak guyon), terus malu dan bermaafan. *Yah* memang harus seperti itu. Namanya orang hidup buat apa selisih paham".³⁵⁹

Budaya sopan santun juga menjadi alasan pembeli untuk datang berkonsumsi di pasar Soponyono, berikut penuturan Liis:

"Saya kalau belanja di Soponyono sama anak. Enak kalau di sini, pakaian sopan-sopan. Kadang kalau di mall, kan pakaian orang macam-macam. Terus juga kadang ada foto promosi barang yang kurang pantas dilihat anak kecil. Jadi suka kuatir kalo anak kecil keseringen lihat macam-macam. Kalau disini kan enggak, pakaian sopan, yang dilihat malah banyak orang pakai jilbab. Apalagi kalau puasa, kadang dikasih pengeras suara ngaji atau lagu-lagu religi. Jadi enak saja dalam nuansa sopan, nuansa Islami."³⁶⁰

³⁵⁹ Marji'in Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 September 2018.

³⁶⁰ Liis, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 September 2018.

Pemilihan belanja memang sangat relatif dan subyektif setiap orang, termasuk lingkungan sopan santun yang menjadi alasan pengunjung pasar Sopyonyono. Alasan tersebut wajar dipilih, terutama oleh kalangan ibu yang menjaga perkembangan anaknya di dalam lingkungan yang positif. Sikap persaudaraan terlihat ketika ada acara tertentu, seperti kerja bakti yang dalam bahasa Jawa adalah *ro'an*. Berikut penjelasan dari Murtadlo, salah satu staf pasar:

“Disini ada juga *ro'an* atau kerja bakti. Biasanya *ro'an* setiap jumat awal setiap bulan, bisa juga ketika mendekati acara tertentu, mungkin pengajian atau acara lainnya yang melibatkan pedagang pasar. Terus ada juga *asahan*, jadi urunan memasak pas acara Maulid Nabi atau menjelang Ramadhan. Musholla pasar ramai kalao acara asahan, sama dengan kampung-kampung sekitar. Yang ngurusin kegiatan seperti ini ya HPP Sopyonyono”.

Bentuk ikatan *ukhuwwah* juga dapat tercermin dalam sikap saling meringankan beban sesama pedagang, seperti yang disampaikan oleh Margono:

“Saya jualan ya modal persaudaraan, mbak. Sudah lama di Sopyonyono, sekitar 15 tahun. Jualan nunut alias ngemper di depan di standnya haji Sukur. Alhamdulillah, dibantu beliau. Berkah. Kami seduluran (bersaudara), saling bantu. Beliau tidak melarang. Alhamdulillah sekarang karena banyak hasilnya, anak saya dua sudah sekolah semua. Saya juga tidak mau lupa utang budi ke haji Sukur. Makanya saya juga doakan beliau sehat, lancar rejeki”.

Hubungan baik yang diterangkan di atas, juga terjalin antara pedagang dengan pembeli, seperti yang disampaikan oleh Saikhuni, penjual pakaian:

“Dengan pembeli ya dijalin hubungan baik, ya mbak. Malah ada yang seperti temen, seperti saudara. Pokoe ya harus baik. Malah biasa saling sapa di sosmed (sosial media), *facebook*. Kan yang namanya pelanggan ya harus disapa-sapa biar mampir lagi.”

Semua keterangan yang disampaikan oleh para subyek di atas, merupakan perwujudan kuatnya *sense of belonging*. Rasa saling memiliki tersebut, terbentuk

karena ikatan jaringan sosial, baik ikatan kekerabatan, pertemanan maupun tetangga. Terlebih, keberadaan pasar Soponyono di dalam kelurahan Kalirungkut, identik dengan kultur sosial budaya warga Kalirungkut. Warga Kalirungkut dikenal dengan karakter agamis dan persaudaraan yang erat, bahkan mayoritas warga adalah penduduk asli yang tinggal secara turun temurun sehingga saling mengenal sejak kecil. Begitupun di lingkungan pasar Soponyono yang identik dengan kebersamaan dan kekeluargaan yang tinggi sebagai bentuk keteladanan anjuran Islam dalam menjaga *ukhuwwah Isla>miyyah*. Hubungan yang terjalin antar pedagang muslim, adalah bersifat alamiah yang terlihat nyata dalam kepedulian antar sesama, sifat gotong royong, dan lain-lain. Fakta lapangan menunjukkan adanya ikatan hubungan sosial yang bersifat *institution as a relative*, yaitu relasi kelembagaan.³⁶¹ Relasi ini dijelaskan oleh Pierre Bourdieu sebagai bentuk persaudaraan tanpa ada ikatan kekerabatan (hubungan darah). Maksud ikatan ini bahwa di antara individu mengenal simbol hubungan sebagai *sister, brother*, meski tidak sedarah.

Dapat disimpulkan, bahwa suasana pasar Soponyono memang memiliki kesan yang guyub dan keakraban mengenal satu sama lain. Di sela waktu berdagang, sesama pedagang terbiasa saling tegur sapa dan menyampaikan obrolan yang ringan. Bahkan dengan pengunjung dan pengelola pasar, juga terjadi hal yang sama. Sikap positif dalam *ukhuwwah Isla>miyyah* yang sudah terbentuk di dalam lokasi penelitian,

³⁶¹ Pierre Bourdieu, "The Forms of Capital", dalam *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Richardson, J. (Westport Connecticut: Greenwood, 1986), 22.

diharapkan bukan hanya menjadi sarana pengikat (*social glue*) sesama pedagang, namun juga menguatkan ketahanan usaha mereka.

3. *Ta'a<wun* (*reciprocal*) dalam transaksi perdagangan

Unsur berikutnya yang membentuk modal sosial adalah *reciprocal*, yaitu hubungan timbal balik untuk tujuan bersama. Norma-norma yang terkait resiprositas, yaitu saling memberi dan saling merespon atas kebaikan anggota masyarakat. Dalam Islam, unsur ini dapat dipahami sebagai (*at-ta'a>wun*). Sebuah h{adi>th menjelaskan hikmah dari sikap timbal balik melakukan kebaikan:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَخْبَرَهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ
أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ
مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبَاتٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ³⁶²

Dari Ibnu `Umar melaporkan: Rasulullah SAW bersabda: "Seorang muslim adalah saudara (lain) Muslim, ia tidak kesalahan dia juga tidak menyerahkannya kepada orang yang tidak dia salah. Jika ada memenuhi kebutuhan saudaranya, Allah akan memenuhi kebutuhannya, jika satu mengurangi seorang muslim dari kesulitan, Allah akan meringankan kesulitannya pada hari kiamat, dan jika ada yang menutupi seorang Muslim (dosa-dosanya), Allah akan menutupi dia (dosa-dosa) di Hari Kebangkitan."

Dari h{adi>th di atas, diketahui bahwa bentuk aksi timbal balik, yaitu saling meringankan beban ketika yang lain tertimpa persoalan, merupakan aset pahala yang akan mendapatkan kompensasi dari Allah SWT pada hari kebangkitan. Selanjutnya, penelitian ini mencoba memahami secara detail bentuk dan manfaat aksi timbal balik (*at-ta'awu>n*) bagi pedagang muslim pasar Soponyono Surabaya.

³⁶² Muslim, *Shahih Muslim*, h{adi>th no. 2564.

Tabel 13. Bentuk Aksi Timbal Balik (*at-Ta'awu>n*) Subyek Penelitian

No	Nama	Pemahaman <i>at-ta'a>wun</i>	Manfaat <i>at-ta'a>wun</i>	Bentuk <i>at-ta'a>wun</i>
1	Suratun	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	Memberikan sumbangsih secara rutin saat ada kabar duka, ataupun suka cita yang di antara HPP Sopyonyo
2	Fatimatus Zahroh	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	saling membantu jika diperlukan secara ikhlas
3	Siti Maryam	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Mengikhlaskan hutang pembeli jika dirasa harus dilakukan
4	Hj. Lilik	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	memiliki perasaan tenang karena tidak pernah sendiri dan memiliki keluarga besar Sopyonyo yang siap menolong jika dibutuhkan	saling membantu meringankan beban sesama pedagang jika diperlukan secara ikhlas
5	Hj. Istianah	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Keikhlasan dalam sikap saling membantu dan tolong menolong
6	Jalaluddin	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan wajar dilakukan jika saling kenal	membuat hubungan sesama pedagang semakin akrab	saling membantu jika diperlukan secara ikhlas
7	Saikhuni	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	tolong menolong membuat beban sama-sama lebih ringan	saling berpikir menyelesaikan bersama melalui musyawarah ketika ada masalah.

8	Margono	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan jika saling kenal	membuat hubungan sesama pedagang semakin akrab	Membantu jika diperlukan
9	Thohir	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	tolong menolong membuat beban sama-sama lebih ringan	Keikhlasan dalam sikap saling membantu dan tolong menolong
10	Sulicha	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	tolong menolong membuat beban sama-sama lebih ringan	saling berpikir menyelesaikan bersama melalui musyawarah ketika ada masalah bersama.
11	Khusnul	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Keikhlasan dalam sikap saling membantu dan tolong menolong
12	Parto	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan wajar dilakukan jika saling kenal	tolong menolong membuat beban sama-sama lebih ringan	saling berpikir menyelesaikan bersama melalui musyawarah ketika ada masalah bersama.
13	Pardiansyah	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	tolong menolong membuat beban sama-sama lebih ringan	Memberikan sumbangsih secara rutin saat ada kabar duka, ataupun suka cita yang di antara HPP Sopyonyo
14	Hj. Dewi	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	tolong menolong membuat beban sama-sama lebih ringan	Mengikhlasakan hutang pembeli jika dirasa harus
15	Suparti	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	Memberikan sumbangsih secara rutin saat ada kabar

		dianggap wajar untuk dilakukan		duka, ataupun sukacita yang di antara HPP Sopyono
16	Bandiyah	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	Mengikhlasakan hutang pembeli jika dirasa harus
17	Anis	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	Keikhlasan dalam sikap saling membantu dan tolong menolong
18	Siti Rohma	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang dan meringankan beban satu sama lain	Mengikhlasakan hutang pembeli jika dirasa harus
19	Fatma	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	Terbiasa melakukan menolong secara ikhlas
20	Holilur	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan jika saling kenal	membuat hubungan sesama pedagang semakin akrab	Keikhlasan dalam sikap saling membantu dan tolong menolong
21	Pangestu Ningsih	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	Sikap saling menolong merupakan aset kebaikan
22	Sholeh	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Sikap saling menolong merupakan aset kebaikan

23	Tum	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	saling membantu jika diperlukan secara ikhlas
24	Sauri	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan jika saling kenal	membuat hubungan sesama pedagang semakin akrab	Aksi saling berbagi dilakukan dengan ikhlas
25	Hartini	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	Aksi saling berbagi dilakukan dengan ikhlas
26	Siti Aminah	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan dianggap wajar untuk dilakukan	menumbuhkan persaudaraan sesama pedagang	saling membantu jika diperlukan secara ikhlas
27	Nur	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Sikap tolong menolong menjadi keseharian di pasar
28	Absokil	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Sikap tolong menolong menjadi keseharian di pasar
29	Aminah	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Sikap tolong menolong menjadi keseharian di pasar
30	Rokayah	<i>At-ta'a>wun</i> adalah kewajiban agama dan sangat penting dilakukan	menguatkan hubungan persaudaraan dan menghilangkan persaingan tidak sehat	Sikap tolong menolong menjadi keseharian di pasar

Sumber: hasil wawancara *guide interview*

Pada situasi sosial subyek penelitian, hubungan timbal balik menjadi kebiasaan yang biasa terjadi. Hubungan timbal balik merupakan kebiasaan yang terjalin dalam pertemanan dan memberikan kepuasan jika sudah melakukan perbuatan baik. Hal ini disampaikan oleh Suratun, pedagang warung:

“Seneng kalau semua saling menolong, kompak, jadi sebagai dulur, konco, guyub terus. Saya sendiri puas dan bangga bisa menjadi keluarga besar pasar ini. Karena nyaman dan seneng. Kita ini kalau berbuat baik untuk orang, pikirnya ibadah, puas lihat orang ikut seneng dengan kebaikan kita. Pasti kebaikan kita, nantinya kita yang dapat balasan.”³⁶³

Wawancara dengan Suratun menjelaskan bahwa perilaku pedagang muslim yang merupakan subyek penelitian, tidak lepas dari nilai-nilai Islam. Dalam Islam, aksi timbal balik (*at-ta'a>wun*) dijelaskan Q.S Al Ma'idah ayat 2:

وَالْعُدْوَانَ إِثْمٌ عَلَىٰ تَعَاوُنُوا وَلَا وَالْتَّفَوَىٰ الْبِرِّ عَلَىٰ وَتَعَاوُنُوا³⁶⁴

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.³⁶⁵

Ayat tersebut memuat perintah ('amr) tolong-menolong antara sesama manusia (*h{ablum minannas*). Tolong menolong atau *at-ta'a>wun* merupakan kebutuhan hidup manusia yang tidak dapat dipungkiri. Ajaran saling menolong ini merupakan norma yang mampu menggerakkan orang untuk bergerak bersama secara kolektif memberi perhatian dan dukungan untuk meringankan beban penderitaan saudaranya. Oleh sebab

³⁶³ Suratun, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 16 Desember 2019.

³⁶⁴ Al-Qur'a>n, 5: 2.

³⁶⁵ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 141.

itu, *at-ta'a>wun* memiliki pengaruh yang luar biasa dalam membina masyarakat, kehidupan umat dan individu.

Dari beberapa responden yang telah menyatakan bahwa *networking* dan *trust* memiliki nilai-nilai penting, maka dua hal tersebut juga merupakan syarat bagi lahirnya hubungan timbal balik. Perilaku saling tolong menolong sesama pedagang merupakan prinsip bahwa suatu saat mereka pasti akan membutuhkan pertolongan dari orang atau pedagang lainnya. Pada akhirnya, hubungan timbal balik menjadi sikap saling menguntungkan satu sama lain. seperti yang disampaikan Coleman: "*people are always doing things for each other.*"³⁶⁶

Kontak sosial yang saling menguntungkan akan mempengaruhi produktifitas pedagang. Keuntungan yang didapat bukan hanya penjualan, namun juga keuntungan immateri dimana menimbulkan rasa saling membutuhkan, hubungan keluarga, saling membutuhkan, dan saling membantu antar pedagang. Ketika bangunan hubungan timbal balik berjalan dengan baik, maka kualitas kehidupan individu pun akan baik sesuai dengan keuntungan atau manfaat dari aksi sosial yang terjalin sesamanya. Hal ini dapat terjadi tanpa jaminan harus ada reward atas kebaikan yang dilakukan. Seperti yang diutarakan Coleman: "*why someone might be helpful to someone else without any obvious reward*".³⁶⁷

Secara umum hubungan *reciprocal* atau saling tolong-menolong antar pedagang cukup kuat. Hal ini diakui oleh Pardiansyah, pedagang warung makan:

³⁶⁶ Ibid., 112.

³⁶⁷ Ibid., 118.

“Kemarin bagian keamanan pengurus pasar ya, bukan pedagang. Orangnya meninggal dunia, banyak pedagang yang takziah. Padahal lokasi almarhum di Malang, tapi banyak yang menyempatkan hadir. Sampai 3 mobil kesana. Itu bulan Agustus kemarin. Sama juga dengan pedagang pisang ketika hajatan nikah di Madura sebelum puasa kemarin. Namanya mbak Siti Maryam, sampai sewa bus kesana, terus disana juga kaya yang ikut punya hajatan, teman-teman tidak cuma datang *bowoh*, makan pulang, tapi ada yang bantu-bantu kaya keluarga yang punya hajatan. Soalnya mbak Siti memang pengurus aktif di HPP. Jadi tarikan atau urunan seperti untuk takziah, hajatan, atau lainnya berjalan normal dan tidak jadi beban buat yang sumbang karena seikhlasnya”.³⁶⁸

Contoh tersebut setidaknya menunjukkan adanya hubungan *reciprocal* dalam pasar Sopyonyo dan yang disebut Coleman sebagai kebaikan tanpa harus ada penghargaan. Aksi seperti ini memberikan semangat kekeluargaan satu sama lain sehingga situasi nyaman dan kekeluargaan terasa di dalam pasar, seperti yang disampaikan yaitu Nur Aini, pedagang jus buah:

“Sudah kayak (seperti) keluarga, mbak. Jadi disini ya niatnya gak cuma cari uang, tapi juga ketemu *dulur, konco, maneh* tiap hari. Saling menolong, menyapa, itu sudah biasa.”³⁶⁹

Hal yang sama disampaikan Sholeh, pedagang pisang, stand H 31:

“Kami sesama pedagang adalah teman. Saling menolong. Kalau ada yang bisa dibantu, satu sama lain membantu. Sama-sama tahu namanya manusia harus saling menolong jadi nanti kalau ada yang kena musibah, yang lainnya mau membantu juga. Sama-sama ringan karena kami sudah merasa kayak (seperti) keluarga besar di pasar ini. Makanya banyak yang bertahan berjualan disini”.³⁷⁰

Dengan begituu, Soleh menjelaskan bahwa sikap *reciprocal* merupakan aset kebaikan. Hal ini disampaikan juga Pangestu Ningsih, pemilik stand ST-20:

³⁶⁸ Pardiansyah, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 11 September 2018.

³⁶⁹ Nur, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 11 September 2018.

³⁷⁰ Sholeh, *Wawancara*, Pasar Sopyonyo Surabaya, 2 Oktober 2018.

“Siapa yang nanam kebaikan, nanti juga menuai kebaikan. Prinsip kita begitu, menolong orang, nanti juga ditolong orang.”³⁷¹

Sikap saling tolong menolong sangat terlihat ketika ada yang mendapat musibah, baik itu dialami oleh pedagang ataupun penjual. Dijelaskan oleh Fauzi, salah satu pengurus pasar:

“Kalau ada yang jadi korban pencurian, maka semua seperti ikut merasa prihatin. Sama-sama mencari informasi bagaimana kejadian sebenarnya, mencari saksi mata agar bisa membantu pelaporan polisi untuk menangkap pelaku. Juga ada yang membantu secara materi pada korban. Dulu ada pedagang yang biasa saja secara ekonomi jadi korban pencurian. Ya dibantu urunan dikasih berapa gitu buat tambahan modal saja karena kasihan.”³⁷²

Aksi timbal balik yang dijelaskan dalam wawancara-wawancara di atas menunjukkan sikap saling menolong yang tidak pamrih, melainkan dilakukan secara sadar terhadap satu sama lain. Aksi ini merupakan bentuk kohesi dan penyertaan sosial. Mitchell menjelaskan tiga karakter kohesi sosial, yaitu komitmen individu untuk norma dan nilai umum, ketergantungan yang muncul karena adanya keinginan berbagi, dan individu yang mengidentifikasi dirinya dengan grup tertentu. Siti Aminah, penjual daging, stand C 63, menjelaskan kohesi berupa pengidentifikasian diri sebagai bagian dalam keluarga besar yang terjalin dalam lingkungan pasar Soponyono:

“Pedagang disini, kalau menurut saya memiliki komitmen sama-sama merasa menjadi satu keluarga besar. Sama-sama mencari rezeki halal. Pasar harus besar, dagangan juga laris. Tidak ada kompetisi tidak sehat seperti iri atau merusak usaha teman sesama pedagang. Malah berharap saling berbagi, seperti teman gitu mbak. Dan disini kami merasa kuat saling memiliki pasar Soponyono. Jadi semua sama-sama menjaga keamanan dan kenyamanan”.³⁷³

³⁷¹ Pangestu Ningsih, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 20 Oktober 2018.

³⁷² Fauzi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 20 Oktober 2018.

³⁷³ Siti Aminah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 19 Oktober 2018.

Perasaan ingin diakui menjadi sama-sama bagian keluarga besar dijelaskan dalam konsep Bourdieu menjelaskan bahwa ada dua komponen di dalam modal sosial, yaitu anggota (individu) suatu group dan jaringan sosial, yang satu sama lainnya terhubung dalam modal sosial. Kualitas modal sosial tergantung dari hubungan sosial antar individu. Membangun jaringan sosial tergantung antara dua hal, rasa subyektif individu (rasa ingin mendapat pengakuan, penghormatan, dan kebersamaan satu sama lain), dan jaminan yang diberikan oleh suatu kelembagaan pada setiap individu di dalamnya.³⁷⁴

Rasa ingin diakui (*recognition*) maupun mengakui sesamanya terlihat dalam pernyataan Siti Aminah mengenai komitmen sebagai satu keluarga besar di Pasar Sopenyono. Senada dengan Siti Aminah, pedagang lainnya, yaitu Sauri, stand H-28, juga menjelaskan adanya komitmennya.

“Disini semua saling menjaga omongan kalau bicara, tidak ingin berkata kasar karena malah memicu tengkar. Tidak ada model preman-preman disini. Jadi saling jaga nilai kekeluargaan, sopan santun, juga keagamaan bahwa disini sholat jamaah juga ada, *dluhah*, *dluhur*, dan sholat–sholat wajib ada terus jamaahnya. Pedagang, pengurus, dan pelanggan yang sudah dikenal disini juga suka saling berbagi. Misalnya kalau ada syukuran kecil-kecilan, bagi nasi bungkus. Dikit-dikit yang penting sama rata sama rasa.”³⁷⁵

Komitmen yang ditunjukkan mereka menjadi bentuk komitmen individu untuk menjaga nilai umum dan keinginan berbagi antar anggota (individu lainnya) dalam pasar Sopenyono:

³⁷⁴Tristan Claridge, "Coleman on Social Capital Rational Choice Approach" dalam <https://socialcapitalresearch.com/coleman-on-social-capital-rational-choice-approach/> (1 Mei 2019), 1.

³⁷⁵ Sokil, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 19 Oktober 2018.

Akhirnya dapat disimpulkan bahwa dengan adanya modal sosial, tentu meningkatkan etos kerja pedagang dan menjadi alasan tersendiri bagi pengunjung untuk memilih pasar sebagai tempat berkonsumsi, yaitu bertemu dengan pedagang yang merupakan kerabat atau temannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, modal sosial menguatkan *sense of belonging* antar sesama anggota, baik pedagang maupun pembeli di lokasi penelitian. Perasaan saling memiliki ikatan kebersamaan meunjukkan kohesi (merasa menyatu) yang kuat di antara mereka.

Semua hal tersebut oleh Coleman yang dijelaskan sebagai hubungan sosial yang sesungguhnya, yaitu mencakup segala keseluruhan dari beberapa aspek struktur sosial dan modal sosial memfasilitasi tindakan aktor sebagai individu maupun yang bekerjasama dalam struktur tersebut.³⁷⁶ Keseluruhan subyek penelitian menjelaskan bahwa prinsip kerjasama dan tolong menolong (*at-ta'a>wun*) telah dibangun dengan baik dalam pasar Soponyono dan mereka mengakui bahwa sikap ini adalah anjuran agama Islam. Salah satu yang menjelaskan adalah Khusnul, stand B-04:

“Semua tahu lah, yang Namanya sesame muslim harus bersaudara, tolong menolong. Ini kan biar kita sendiri juga enak hidupnya. Kalau tidak peduli dengan orang, yah kita tidak akan dipedulikan orang lain. Bagaimana ketika kita yang sedang butuh? Makanya bener kalau kita tahu agama, kalau harus tolong menolong. Dapat pahala dan berkah hidup kita, anak cucu kita.”³⁷⁷

Dalam sebuah h{adi>th dijelaskan:

³⁷⁶ James S. Coleman, "Social Capital in the Creation of Human Capital", *American Journal of Sociology* (Vol. 94, Chicago: The University of Chicago Press, 1988) , 101.

³⁷⁷ Khusnul, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَخْبَرَهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ
 أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ وَمَنْ فَرَّجَ
 عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبَاتٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ
 الْقِيَامَةِ (رواه مسلم)³⁷⁸

Bahwasannya Abdullah bin Umar r.a. mengabarkan, bahwa Rasulullah SAW. Bersabda: "Muslim yang satu adalah saudara muslim yang lain; oleh karena itu ia tidak boleh menganiaya dan mendiamkannya. Barang siapa memperhatikan kepentingan saudaranya, maka Allah akan memperhatikan kepentingannya. Barang siapa membantu kesulitan seorang muslim, maka Allah akan membantu kesulitannya dari beberapa kesulitannya nanti pada hari kiamat. Dan barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (aib) nya pada hari kiamat". (HR. Muslim).

H{adi>th di atas menggambarkan anjuran Rasulullah berkaitan pentingnya sikap saling membantu meringankan beban sesama muslim. Fatimatus Zahroh, salah seorang subyek, memahami sikap saling membantu sebagai tuntutan agama:

"Sesama muslim, sesama teman, sesama tetangga, yah sudah hal wajib untuk saling menolong, saling membantu."³⁷⁹

Begitupun Hj. Istianah, menjelaskan serupa:

"Bagi saya, yang namanya sesama orang Islam, yah tahu lah kalau harus saling menolong. Itu merupakan ibadah dan wajib jika dibutuhkan. Kalau tidak mau menolong, bukan hanya dosa, tapi juga kwalat".³⁸⁰

Marji'in Syam, kepala pasar Soponyono, menjelaskan fakta bangunan tolong menolong yang sangat kuat, yaitu ketika terjadi kebakaran yang menimpa dua lantai bangunan pasar tersebut di tahun 1990.

"Masya Allah kalau mengingat peristiwa kebakaran, ngeri mbak. Orang-orang bingung ngambil barangnya, tapi tetap saja banyak yang tidak terselamatkan, kerugian jaman segitu, sangat banyak. Apalagi saat itu puasa, mau lebaran.

³⁷⁸ Muslim, *Shahih Muslim*, h{adi>th no. 2564.

³⁷⁹ Fatimatus Zahroh, *Wawancara*, Pasar Soponyono, 11 Maret 2020.

³⁸⁰ Hj, Istianah, *Wawancara*, Pasar Soponyono, 11 Maret 2020.

Saatnya pedagang panen, malah dicoba. Barang banyak yang ludes, padahal itu stok untuk dijual kebutuhan lebaran. Bisa dibayangkan, jaman segitu, tidak ada mall dan pasar juga tidak sebanyak sekarang, jadi pasar Sopyonyono sangat sentral dan ramai sekali. Saat itu tidak ada korban jiwa tapi banyak yang stress awalnya. Tapi semua bahu membahu, masyarakat urunan bangun pasar lagi. Pedagang juga langsung jualan seadanya barang mereka di stand darurat. Saat itu dari pengelola pasar, sangat memaklumi jadi retribusi seikhlasnya. Semua saling membantu, saling menghibur, jadi yah alhamdulillah, pedagang buktinya bisa bangkit dan pasar sampai sekarang normal. Semoga terus aman seperti ini.”³⁸¹

Kisah pasar Sopyonyono melewati resiliensi dari musibah kebakaran, menunjukkan manfaat yang sangat besar dari bangunan modal sosial. Bahkan, kerugian materi ketika peristiwa kebakaran, secara logika sudah dipenuhi oleh upaya swadaya masyarakat. Namun gotong royong yang terjadi di antara mereka terbukti menjadi solusi bagi pasar untuk bangkit dan berangsur-angsur dapat beroperasi secara normal. Sedangkan pedagang yang mengalami kerugian besar, juga terbukti dapat memulihkan perekonomian mereka dan melanjutkan aktivitas perdagangan di lokasi yang sama tanpa menyita waktu lama untuk menghilangkan trauma mereka. Kuatnya rasa tenggang rasa dan tolong menolong di dalam pasar Sopyonyono, diakui oleh pedagang yang tidak berdomisili di dekat lokasi, yaitu Margono.

"Saya bukan orang Rungkut sini, cuman saya kerasan jualan disini karena sesama pedagang terlihat akrab. Gak eyel-eyelan dan terbiasa saling membantu, akrab satu sama lain."³⁸²

Sedangkan dalam sebuah hadis dijelaskan anjuran untuk membantu kesulitan dalam berhutang. Dari Abu Yasar r.a, bahwa Rasulullah SAW bersabda:

³⁸¹ Marjiin Syam, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono, 11 Maret 2020.

³⁸² Margono, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono, 11 Maret 2020.

³⁸³مَنْ أَنْظَرَ مُعْسِرًا أَوْ وَضَعَ عَنْهُ ، أَظَلَّهُ اللَّهُ فِي ظِلِّهِ

Barang siapa memberi kelonggaran waktu kepada orang yang kesulitan membayar hutang atau menghapus hutangnya, maka Allâh akan menaunginya dalam naungan-Nya.

Dari sumber lain, Allah SWT berfirman dalam QS. Al Baqarah: 280:

³⁸⁴وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.³⁸⁵

Perihal melonggarkan hutang dicontohkan oleh salah satu informan, yaitu Bandiyah yang merupakan potret pedagang yang cukup berhasil dan dikenal memiliki banyak pelanggan. Wanita berusia 59 tahun ini menjelaskan pengalamannya ketika ada pembeli yang memiliki hutang kemudian tidak sanggup membayar.

“Namanya juga orang beli, yah macam-macam. Pernah pas mau lebaran, ada pembeli beli bahan untuk bikin pentol buat lebaran keluarganya. Masih hutang. Ternyata sampai setelah lebaran, tidak bisa bayar. Kesini minta maaf dan minta saya ikhlasin. Ya sudah gapapa saya ikhlasin, anggap saja ngasih uang lebaran ke anaknya. Wong yah gak banyak jumlahnya saat itu. Pokoe yang kayak gini itu udah gak bisa hinda kita, pasti ada saja pembeli kayak gitu. Kita kadang harus belajar ikhlas meski semua tetep ada batasnya, lah.³⁸⁶

Seperti dengan Bandiyah, Siti Rohmah menjelaskan pemikiran yang sama. "Menolong itu banyak bentuknya, mungkin bisa takziah kalau ada yang meninggal, membantu jika kesusahan, dan harus ikhlas kalau ada pembeli yang ternyata tidak bisa bayar. Selama jumlahnya gak banyak, yah buat apa nagih terus, wong orangnya gak sanggup bayar."³⁸⁷

³⁸³ Muslim, *Shahih Muslim*, h{adi>th no. 3006.

³⁸⁴ Al-Qur'a>n, 2: 280.

³⁸⁵ Departemen Agama, *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*, 59.

³⁸⁶ Bandiyah, *Wawancara*, Pasar Sopyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

³⁸⁷ Siti Rohmah, *Wawancara*, Pasar Sopyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

Sikap *at-ta'a>wun* yang terjalin kuat di pasar Soponyono, juga dijelaskan oleh

Fauzi, salah satu staf pasar:

“Tidak ada arti dan nilainya jika kita menganggap saudara tetapi kita tidak membantu saudara kita ketika memerlukan bantuan, dan menolongnya ketika dia ditimpa cobaan, serta belas kasihan ketika ia dalam keadaan lemah. Jadi disini ya seperti itu, sesama pedagang, staff pasar, bahkan langganan yang sekaligus tetangga sekitar, saling menganggap saudara. Jadi semuanya saling menolong. Kalau ada yang tertimpa musibah kematian, ya bantu pemakaman dan datang rutin kalau tahlilan. Saling meringankan beban, nanti juga sama, kalau dapat musibah, akan dibalas dibantu oleh lainnya. Juga ini kan dapat pahala. Yang paling khas di Soponyono memang ikatan sosial kami. Tidak heran kalau memang kita semua saling kenal akrab”.³⁸⁸

Gambaran perilaku tolong menolong yang kuat menunjukkan nilai-nilai Islam telah diaplikasikan oleh pedagang maupun staf pasar. Hal ini sebagai pengejawantahan tolong-menolong menurut Islam yang bertujuan menjaga *ukhuwah Islamiyah* (persaudaraan dalam Islam) di dalam pasar yang mayoritas pedagang maupun pelanggan ialah muslim.

Dalam kebiasaan Jawa, yaitu suku mayoritas subyek, sikap *at-ta'a>wun* dikenal melalui tradisi *rewang* yaitu membantu saudara, teman, atau tetangga yang sedang mengadakan pesta pernikahan, tasyakuran, atau acara-acara lainnya. Biasanya orang yang *rewang* membantu tuan rumah selaku penyelenggara acara untuk menyiapkan masakan atau membantu mempersiapkan tempat untuk acara tersebut.

Bandiyah, salah satu pedagang, menjelaskan tradisi tersebut:

“Kalau ada yang punya hajatan, ya disini biasa ikutan *rewang*, masak bareng bisa *guyon bareng*. Jadi tambah kompak. Kita ini kan sama-sama Islam, sudah dijelaskan kewajiban saling menolong. Dan yang Namanya orang Islam, kalau

³⁸⁸ Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

ada yang meninggal, ya takziah, tahlilan, harus datang karena sudah jadi kebiasaan, biar nanti kita pun kalau ada musibah, dipedulikan orang lain.”.³⁸⁹

Komentar yang disampaikan Bandiyah menguatkan pendapat Fauzi bahwa memang terjadi hubungan tolong menolong yang kuat sesama pedagang muslim dalam pasar Soponyono. Fakta tersebut menjadi wujud modal sosial yang terukur dalam karakter *reciprocity*, yaitu aksi timbal balik, baik antar sesama pedagang, maupun dengan pembeli dan staf pasar Soponyono. Aksi timbal balik bukan hanya membantu secara fisik, melainkan juga bisa berbentuk saling memberikan pendapat jika ada permasalahan bersana. Hal ini dijelaskan oleh Saikhuni:

"Kalau ada masalah, yah kalau bisa direbug, dimusyawarahkan. Kalau main putus sendiri, *suudzon*, kan bisa memicu pertengkaran. Jadi musyawarah dan saling membantu cari solusi bareng."³⁹⁰

Aksi timbal balik terlihat juga dalam budaya musyawarah, yaitu saling menghargai pendapat orang dan bersama-sama memiliki kepentingan menyelesaikan suatu permasalahan. Dalam Islam, musyawarah disyariatkan untuk mewujudkan keadilan di antara manusia, dan juga untuk memilih perkara yang paling baik bagi mereka. Hal ini sesuai dengan perwujudan tujuan-tujuan syari'at yang membawa kemasalahatan manusia. Setidaknya terdapat dua dalil *naqli* yang berkenaan dengan anjuran melakukan musyawarah antar sesama manusia.

Ash Shu>ra ayat 38 menjelaskan muswayarah dalam hal '*ubudiyah*:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ³⁹¹

³⁸⁹ Bandiyah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

³⁹⁰ Saikhuni, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Desember 2019.

³⁹¹ Al-Qur'a>n, 42: 38.

Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan salat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.³⁹²

Sedangkan Ali ‘Imra>n ayat 159 menjelaskan musyawarah sebagai bagian ‘*amaliyyah* (perbuatan atau tindakan manusia) yang dilakukan sebagai solusi ketika muncul persoalan dalam hubungan *h{abl min an-na>s*:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ³⁹³

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.³⁹⁴

Dari keduanya, dapat dipahami bahwa bermusyawarah atau penyelesaian yang melibatkan masukan dari orang lain, akan membulatkan suatu keputusan yang baik bagi kepentingan bersama, bukan keputusan yang bertujuan kepentingan individu saja. Selain yang dijelaskan oleh Saikhuni di atas, musyawarah mufakat diaplikasikan melalui kegiatan HPP Sopyonyono yang rutin dilakukan. Marji’in Syam menjelaskan praktek musyawarah tersebut:

“Kalau disini misalnya mau ada pengajian, PHBI (Peringatan Hari Besar Islam) istilahnya ya, pasti dimusyawarahkan dulu. Siapa pengurusnya, kapan

³⁹²Departemen Agama, *Al-Qur’a>n dan Terjemahnya*, 699.

³⁹³Al-Qur’a>n, 3: 159.

³⁹⁴Departemen Agama, *Al-Qur’a>n dan Terjemahnya*, 90.

pelaksanaan, dan sebagainya. Semua ya kompak kalau rapat. Tidak ada *eker-eker* (ribut), yang penting berjalan rapatnya dan disepakati bersama. Sejauh ini sih semuanya berjalan baik. Enaknya kalau pakai musyawarah, semua merasa dilibatkan jadi semangat mensukseskan kegiatan ada, bukan tanggung jawab segelintir orang saja dan tidak ada yang membebankan, semua sama.”³⁹⁵

Sedangkan Sulicha, pemilik stand AA-6, menjelaskan pengalamannya:

“Pernah lah, disini ada masalah pribadi sesama pedagang. Yah kita kemudian duduk bareng beberapa orang yang tahu masalah saja. Saling menyampaikan uneg-uneg, kemudian saling mengalah, saling membahas solusi. Alhamdulillah yah selesai dengan musyawarah. Yang penting kan harus merasa saling mengalah, kita ini dulur kabeh. Kalau cuma mikir ego masing-masing, yah gak ada solusi.”³⁹⁶

Musyawarah dalam pasar Soponyono menjadi penguat jalannya modal sosial. Proses jual beli juga berjalan normal dan lancar karena minim persoalan yang terjadi tanpa penyelesaian yang baik bagi semua pihak, baik pedagang maupun penjual. Penjelasan dari para informan memang sesuai dengan fakta lapangan, bahwa selama penelitian berlangsung, peneliti mengamati kondisi sosial yang baik dan belum terlihat perselisihan ataupun pertengkaran di dalam pasar.

Semua bentuk aspek sosial yang sudah dijelaskan di atas, menjadikan modal sosial sebagai salah satu faktor penting yang bermanfaat dalam keberlangsungan atau ketahanan usaha pedagang pasar Soponyono, terutama membantu bagaimana menyikapi isu, peluang, dan ancaman perdagangan di tengah kompetisi ritel modern. Kemanfaatan modal sosial dijelaskan oleh Coleman sebagai *public goods*, yaitu "barang umum" yang kemanfaatannya bisa dirasakan banyak orang.³⁹⁷ Kemanfaatan

³⁹⁵ Marji'in Syam, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Desember 2019.

³⁹⁶ Sulicha, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

³⁹⁷ *Ibid.*, 116.

ini telah terwujud nyata di dalam pasar Sopyonyono sehingga masih bertahan di era pertumbuhan pasar modern.

Oleh Mark Granovetter, kemanfaatan ikatan sosial dapat bernilai ekonomi, yaitu peluang bisnis. "*Friendship and longstanding personal connections affect business connections everywhere.*"³⁹⁸ Pemikiran Granovetter ternyata dibuktikan oleh pengalaman Tohir, pemilik warung kopi, yang menjelaskan peluang bisnis yang muncul sebagai dampak hubungan sosial:

"Dulu saya muncul ide buka warung karena banyak teman dan kerabat yang membuka lapak di pasar ini. Ada yang sayuran, ikan, pakaian, dan sebagainya. Terus saya yang saat itu pengangguran, iseng-iseng mikir bagaimana kalau buka warung kopi. Ternyata ini direspon positif malah banyak yang beli ya teman saya. Alhamdulillah cukup banyak lah pelanggan. Saya juga jual nasi bungkus, masak sendiri karena kadang teman-teman suka nyeletuk: 'dodolan sego, ta cak? Yah syukurlah, akhirnya saya jualan nasi dan malah banyak untungnya sekarang."³⁹⁹

Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa ikatan teman atau hubungan sosial, memberikan efek, yaitu peluang bisnis. Sebagai contoh tersebut, teman bukan hanya menjadi pelanggan, melainkan memberikan ide untuk perkembangan bisnis. Bahkan bukan hanya peluang bisnis, segala aspek modal sosial menjadi salah satu penjamin eksistensi usaha para pedagang. Adanya *sense of belonging*, rasa saling tenggang rasa, rasa saling percaya, saling membantu dan kepedulian satu sama lain, menjadi di antara karakter-karakter yang menimbulkan kenyamanan dan dukungan terhadap eksistensi bisnis. Terlebih ketika di antara pedagang maupun pembeli sudah

³⁹⁸ Mark Granovetter, *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*, 497.

³⁹⁹ Tohir, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 1 Desember 2019.

terbentuk ikatan persaudaraan sekalipun bukan yang terikat atas murni hubungan darah (kekerabatan).

C. Ketahanan Usaha Melalui Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Sopenyono Surabaya

Setelah melakukan penelusuran praktek modal sosial yang terbentuk dalam transaksi jual beli dan situasi ketahanan usaha pedagang, maka selanjutnya dilakukan upaya mengetahui relasi yang mengkorelasikan antara bentuk modal sosial dengan ketahanan usaha pedagang. Analisa ini diharapkan memenuhi aspek *holistic*, yaitu mendapatkan data menyeluruh terkait permasalahan penelitian sehingga ditemukan fakta lapangan yang menggambarkan unsur penting dalam penguatan usaha para subyek penelitian.

Tabel 14. Ketahanan Usaha Melalui Praktek Modal Sosial Pedagang Muslim

No	Nama	Praktek 'Ama>nah	Praktek Ukhuwwah Isla>miyyah	Praktek at-Ta'a>wun
		Kepercayaan yang terbentuk meminimalisir perselisihan maupun tindakan yang merugikan pedagang sehingga menciptakan situasi keamanan	Persaudaraan yang terbentuk menciptakan kerjasama untuk perkembangan bisnis dan situasi perdagangan yang nyaman	Tindakan saling menolong) telah meringankan beban ketika mendapat kesulitan dan mendorong sikap saling mendukung pengembangan usaha
1	Suratun	setuju	setuju	Setuju
2	Fatimatus Zahroh	cukup setuju	sangat setuju	setuju
3	Siti Maryam	sangat setuju	sangat setuju	sangat setuju

4	Hj. Lilik	setuju	sangat setuju	sangat setuju
5	Hj. Istianah	sangat setuju	sangat setuju	sangat setuju
6	Jalaluddin	cukup setuju	cukup setuju	cukup setuju
7	Saikhuni	setuju	sangat setuju	setuju
8	Margono	setuju	cukup setuju	cukup setuju
9	Thohir	sangat setuju	sangat setuju	setuju
10	Sulicha	sangat setuju	sangat setuju	sangat setuju
11	Khusnul	cukup setuju	setuju	setuju
12	Parto	setuju	cukup setuju	cukup setuju
13	Pardiansyah	setuju	sangat setuju	cukup setuju
14	Hj. Dewi	sangat setuju	sangat setuju	sangat setuju
15	Suparti	sangat setuju	sangat setuju	setuju
16	Bandiyah	sangat setuju	sangat setuju	setuju
17	Anis	sangat setuju	setuju	setuju
18	Siti Rohma	sangat setuju	sangat setuju	setuju
19	Fatma	sangat setuju	sangat setuju	setuju
20	Holilur	cukup setuju	setuju	cukup setuju
21	Pangestu Ningsih	cukup setuju	sangat setuju	setuju
22	Sholeh	sangat setuju	sangat setuju	sangat setuju
23	Tum	Setuju	setuju	cukup setuju
24	Sauri	Setuju	setuju	cukup setuju
25	Hartini	Setuju	setuju	cukup setuju
26	Siti Aminah	sangat setuju	sangat setuju	setuju
27	Nur	sangat setuju	sangat setuju	setuju
28	Absokil	sangat setuju	sangat setuju	sangat setuju
29	Aminah	Setuju	sangat setuju	sangat setuju
30	Rokayah	cukup setuju	sangat setuju	setuju

Sumber: Hasil wawancara *guide interview*

Tabel di atas menjelaskan ketahanan usaha melalui praktek modal sosial pedagang yang dapat dianalisa dalam dukungan modal sosial, yaitu *'ama>nah (trust)*, *ukhuwwah Isla>miyyah (networks)*, dan *at-ta'a>wun (reciprocal)* terhadap ketahanan usaha. Dukungan tersebut dianalisa melalui tiga pernyataan berikut:

1. Praktek *'ama>nah*: kepercayaan yang terbentuk telah meminimalisir resiko perselisihan maupun tindakan yang merugikan pedagang sehingga menciptakan situasi perdagangan yang aman.
2. Praktek *ukhuwwah Isla>miyyah*: persaudaraan yang terbentuk menciptakan kerjasama untuk perkembangan usaha (bisnis) dan menciptakan situasi perdagangan yang nyaman.
3. Praktek *at-ta'a>wun*: tindakan timbal balik (saling menolong) telah meringankan beban ketika mendapat kesulitan dan mendorong rasa ikhlas untuk bersama-sama memiliki kesempatan mengembangkan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga hal tersebut mayoritas disepakati telah terjadi di dalam transaksi jual beli pasar Sopyonyono. Sebanyak 14 subyek penelitian sangat setuju bahwa kepercayaan yang terbentuk telah meminimalisir resiko perselisihan maupun tindakan yang merugikan pedagang sehingga menciptakan situasi perdagangan yang aman, 10 orang menyatakan setuju, dan 6 orang menyatakan cukup setuju. Sebanyak 20 subyek sangat setuju bahwa persaudaraan yang terbentuk menciptakan kerjasama untuk perkembangan dan kenyamanan situasi dalam berdagang, cukup setuju sebanyak 3 orang, dan sisanya, yaitu 7 orang menyatakan setuju. Sebanyak 8 subyek sangat setuju bahwa tindakan timbal balik (saling

menolong) telah meringankan beban ketika mendapat kesulitan dan mendorong rasa ikhlas untuk bersama-sama memiliki kesempatan mengembangkan usaha, 14 subyek menyatakan setuju dan 8 subyek menyatakan cukup setuju.

Salah satu unsur sosial yang dijelaskan dalam tabel tersebut, yaitu kepercayaan satu sama lain, dapat dianalisa sesuai teori yang dijelaskan oleh Fukuyama, yaitu terdapat dua jenis kepercayaan, *high trust* yang menumbuhkan solidaritas kuat dan *low trust* yang memicu resiko konflik satu sama lain.⁴⁰⁰ Jalaluddin, yang menyatakan cukup setuju, menjelaskan alasannya:

“Namanya hidup bersosial, ya wajar sih ada rasa saling percaya. Tapi kalau bagi saya, yah tergantung orangnya juga. Kalau pada orang yang gak bisa dipercaya, masak kita harus ngereken nemen-nemen (peduli)? Biasanya, kalau menghadapi orang yang gak bisa dipercaya, saya cuek saja. Saya diem kalau dia mulai keluh kesah gak punya uang untuk kulakan, atau semacamnya. Saya cuma dengerin saja biar dia lega tapi buat apa saya minjem kalau dia sendiri memang gak bisa dipegang omongannya. Kalau saya utangin terus gak dibayar, saya yang susah.”⁴⁰¹

Sedangkan Thohir, menjelaskan bahwa rasa percaya di antara pedagang telah tumbuh sangat baik dan hal tersebut sangat berpotensi menciptakan rasa aman di dalam pasar Soponyono:

“Disini sudah biasa orang saling percaya. Saling dijagakan stand, saling nempel (nitip beli barang) nanti dibayar setelah barang datang. Kadang ngutangin juga biasa sesama pedagang. Yah *Alhamdulillah* lancar dalam berdagang jika suasana enak seperti ini. Soal rejeki sudah ada yang atur, yang penting jangan sampai berselisih hanya karena urusan dagang. Malah bagus kalau saling ngerti sebagai sesama teman, saudara disini.”⁴⁰²

⁴⁰⁰ Fukuyama, *Great Disruption*, xiii.

⁴⁰¹ Hj. Dewi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020

⁴⁰² Thohir, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020

Tingginya rasa saling percaya sesama individu, menjadi faktor penting yang mendorong seseorang untuk bekerjasama dengan orang lain dalam tindakan bersama yang bersifat produktif. Setidaknya itu yang dijelaskan oleh Khusnul, pedagang sayur yang berdomisili di Penjaringansari, Rungkut:

“Memang di Soponyono kerasa sekali rasa saling percaya, tentrem saja jualan disini. Saling guyon sesama pedagang yah biasa. Gak ada kami *keroyokan* pembeli. Semua baik dan tenang. Bahkan kadang bantu promosi barang teman semisal ada pembeli yang cari barang yang tidak ada di kami, tapi ada di toko lain. Hal kayak gitu, yaitu kerjasama jualan, biasa terjadi dan tidak ada yang dikuatirkan karena tidak merugikan. Rezeki sudah diatur Allah SWT.”⁴⁰³

Pengakuan yang bersifat tawakkal tersebut merupakan bentuk pemahaman ajaran Islam, yang tertuang dalam Q.S Ali ‘Imra>n ayat 37,⁴⁰⁴ bahwa rezeki merupakan bagian dari kehendak Allah SWT sehingga manusia wajib berikhtiar tanpa perlu berputus asa, melainkan berpikir positif terhadap rezeki yang didapat.

Unsur kedua yang diteliti adalah dukungan *ukhuwwah Isla>miyyah*, yaitu persaudaraan yang terbentuk menciptakan kerjasama untuk perkembangan usaha (bisnis) dan menciptakan situasi perdagangan yang nyaman. Margono, mengatakan cukup setuju atas fakta tersebut. Penilaian ini dapat diterima karena ia merupakan pedagang PKL binaan yang tidak memiliki waktu cukup panjang (dalam sehari) untuk berdagang dan berinteraksi dengan pedagang lainnya:

“Saya disini memang sebentar ya. Pagi sampai menjelang siang. Saya juga jarang mengikuti kegiatan di HPP. Tapi bukan berarti saya tidak suka disini, ya? Saya suka dengan situasi disini. Guyubnya kelihatan sehingga tidak merasa khawatir ada cekcok sesama pedagang. Cuman kalau soal kerjasama, saya biasa

⁴⁰³ Khusnul, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020

⁴⁰⁴ إِنَّ اللَّهَ يَرْزُقُ مَنْ يَشَاءُ بِغَيْرِ حِسَابٍ

saja nanggapinnya. Karena kalau soal kerjasama, itu kan jika kita butuh, bukan karena rasa persaudaran saja. Misalnya, sudah dekat, akrab, tapi kalau dipikir tidak ada yang dikerjakan bareng, masa ya harus kerjasama?"⁴⁰⁵

Keterangan Margono tersebut menjelaskan bahwa teori Mark Granovetter mengenai keterkaitan bisnis (perdagangan) dengan modal sosial bisa membuat hubungan bisnis di manapun melalui pernyataannya: "*Friendship and longstanding personal connections affect business connections everywhere*,"⁴⁰⁶ ternyata hal tersebut tidak sepenuhnya tepat jika melihat keterangan Margono.

Namun berbeda dengan Margono, Hj, Dewi menjelaskan bahwa kerjasama tercipta dengan baik sebagai dampak dari hubungan persaudaraan yang kuat:

“Saya sendiri, biasa kerjasama dengan pedagang yang sama. Semisal dengan mbak Bandiyah yang sama-sama kita jualan sembako, ya tidak masalah. Saling memberikan info, ini lho ada yang lagi dijual murah beras, dan sebagainya. Normal saja semuanya, biasa saja ngasih tahu ide maupun saran. Kita gak mikir neko-neko, intinya hubungan baik terjaga dan rejeki yang jaga kan Allah SWT.”⁴⁰⁷

Keterangan yang disampaikan oleh Hj. Dewi tersebut, mengaplikasikan teori keterlekatan sosial-ekonomi yang dijelaskan oleh Mark Granovetter, yaitu mengenai peluang bisnis dan akses informasi. Fakta ini sesuai pemikiran Granovetter yang menjelaskan manfaat lainnya dari hubungan sosial, yaitu mempermudah informasi. Informasi yang didapat dari interaksi sosial, dianggap Granovetter merupakan keuntungan, karena dianggap “murah”.⁴⁰⁸ Teori ini dapat dipahami bahwa informasi

⁴⁰⁵ Margono, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

⁴⁰⁶ "*Friendship and longstanding personal connections affect business connections everywhere*." (Mark Granovetter, *Economic Action and Social Structure*, 497).

⁴⁰⁷ Hj Dewi, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 12 April 2020.

⁴⁰⁸ Mark Granovetter, *Economic Action and Social Structure*, 490.

yang murah dalam perdagangan, adalah mudahnya pedagang mendapatkan informasi tanpa mengeluarkan banyak biaya, cepat didapat dari relasi sosial, dan tidak memiliki resiko tinggi karena sumber pemberi informasi dapat dipercaya. Informasi dapat juga didapat dari alat teknologi, yaitu sosial media. Salah satu pedagang, Nur Sikin, mengaku sering berkomunikasi dan bertukar informasi dengan pelanggan maupun pedagang melalui sosial media:

“Yah gini, namanya jualan. Kalau pas sepi, yah pegang hape, WA (*whatsapp*) atau *messenger* di FB (*facebook*), atau DM pake Instagram. Biasa saja dampaknya, malah positif. Malah semakin akrab dan memperlancar promosi dagangan. Bisa saling bagi informasi. Saya bisa menunjukkan barang saya tanpa mereka jauh-jauh kesini, dan sebaliknya. Sama-sama efisien waktu dan manfaat. Menurut saya, komunikasi lewat sosial media, bisa positif negatif itu kan lihat yang *make*’ (menggunakan), lihat orangnya. Apalagi sekarang emng udah jamannya pake *gadget* (HP) semua, mbak.”⁴⁰⁹

Arief Fauzi, staf pasar, menjelaskan peran sosial media dalam membagi informasi, juga terjadi di dalam grup *whatsapp* HPP Sopyonyono:

“Dengan grup WA HPP ini, kan semua informasi yang dinilai manfaat bagi pasar atau pedagang, bisa disalurkan. Kadang guyon juga, kirim sticker. Kami tidak masalah yang penting semuanya bisa saling kenal dan akrab. Alhamdulillah, komunikasi kalau bagus memang meminimalisir resiko konflik. Memang namanya pedagang, ada yang atos (keras kepala), alias susah diatur. Tapi kalo komunikasi bagus, kan bisa diatur solusinya dan sama-sama memaklumi. Hal yang harus dimaklumi yah sudah kita maklumi, Namanya orang banyak, beda-beda asal juga. Sing penting pasar aman, itu prinsip kami sebagai pengelola.”⁴¹⁰

Bentuk-bentuk modal sosial yang telah diaplikasikan secara tidak langsung dalam transaksi perdagangan (tatap muka langsung) pembeli dengan penjual, dianggap

⁴⁰⁹ Sulicha, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

⁴¹⁰ M. Arief Fauzi, *Wawancara*, Pasar Sopyonyono Surabaya, 2 Pebruari 2020.

memberikan keuntungan bagi pedagang, yaitu saling mengenal dan saling mengakui keberadaan masing-masing. Keuntungan dalam modal sosial disampaikan oleh Bourdieu sebagai *relationships of mutual acquaintance and recognition*,⁴¹¹ yaitu hubungan yang terlembagakan dan bisa dipergunakan dengan tujuan saling menguntungkan karena perasaan saling mengenal dan rasa saling percaya. Hubungan tersebut menumbuhkan rasa pengakuan sebagai bagian keluarga besar atau yang disebut *institution as a relative*, yaitu relasi kelembagaan yang membentuk hubungan keluarga tidak sedarah.⁴¹² Hal ini yang kemudian menjadi keterkaitan dukungan rasa persaudaraan (*ukhuwwah Islamiyyah*) pada ketahanan usaha. Bandiyah, salah satu subyek penelitian, menjelaskan bahwa di pasar Sopenyono, memang telah terjalin ikatan emosional sebagai keluarga besar.

“Disini itu kami seperti keluarga besar. Bagus saja komunikasi satu sama lain. Mungkin karena pengelola pasar, kepala pasar dan semua yang mengurus pasar orangnya santai dan suka guyon, yah. Jadi suasana yah seneng aja. Tenang jarang ada rame-rame tukaran. Karena udah kayak keluarga, yah biasa saling membantu, saling gantiin jaga, sudah saling percaya jadi gak mikir macem-macem. Ikhlas dan sudah jadi kebiasaan”.⁴¹³

Situasi yang dijelaskan Bandiyah menunjukkan adanya hubungan resiprositas (saling timbal balik), seperti saling membantu dan tolong-menolong di pasar Sopenyono. Bentuk resiprositas di lokasi penelitian tergambar telah dilakukan secara ikhlas. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Coleman dalam pernyataannya: "*why*

⁴¹¹ Pierre Bourdieu, *An Invitation to Reflexive Sociology* (Chicago: University of Chicago Press, 1992), 119.

⁴¹² Pierre Bourdieu, "*The Forms of Capital*", dalam *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, J. Richardson (Westport Connecticut: Greenwood, 1986), 22.

⁴¹³ Bandiyah, *Wawancara*, Pasar Sopenyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

someone might be helpful to someone else without any obvious reward".⁴¹⁴ Sedangkan

Thohir menghubungkan kebiasaan tolong menolong dengan aspek agama.

“Kita disini mayoritas muslim, sama-sama tahu kalau di agama diajarkan saling menolong, saling berbagi secara ikhlas. Semisal, kalau Ramadhan, secara ikhlas ada saja yang ngasih jajanan atau minuman buat yang harus di musholla. Jadi pasar ini terasa lantunan ayat suci. Tidak ada yang *geloh* atau *nersulo* (menyesal), semua ikhlas karena diniati sodaqoh. Juga diharapkan semakin mendatangkan keberkahan untuk dagangan kami.”⁴¹⁵

Aksi *reciprocal* dilakukan secara ikhlas karena telah muncul rasa *sense of belonging*. Rasa saling memiliki juga memicu jaminan rasa aman dan nyaman satu sama lain, meski bukan hubungan tidak sedarah atau yang disebut *institution as a relative*. Melakukan kebajikan atau kebaikan, merupakan salah satu perintah bagi umat Muslim, yaitu yang dijelaskan dalam Surat An-Nisa>’ ayat 36.⁴¹⁶ Dari tabel di atas, aksi *reciprocal* (*at-ta’a>wun*) diukur melalui pernyataan bahwa tindakan timbal balik (saling menolong) telah meringankan beban ketika mendapat kesulitan dan mendorong rasa ikhlas untuk bersama-sama memiliki kesempatan mengembangkan usaha. Mayoritas subyek menyatakan setuju, meski terdapat subyek yang menyatakan “hanya” cukup setuju. Aminah, salah satu subyek yang menyatakan bahwa fakta tersebut sangat sesuai dengan situasi perdagangan pasar Soponyono, menjelaskan keterangannya:

“Tenggang rasa, saling menolong dan peduli, sudah biasa disini. Dan memang pedagang ikhlas saja melakukan itu. Karena manfaat ada. Contohnya, orang

⁴¹⁴ Ibid., 118.

⁴¹⁵ Thohir, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

⁴¹⁶ وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

saling bantu membangkitkan bisnis ketika dulu sama-sama jatuh gara-gara jadi korban kebakaran. Semua bahu membahu, bikin tenda darurat, saling memberi support dan saling menghibur. Memberikan ide atau masukan sama temannya, itu sudah biasa. *Gak tendheng aling-aling* (tidak banyak memikirkan pertimbangan untung rugi).”⁴¹⁷

Pada akhirnya, terbentuknya modal sosial yang tinggi di dalam pasar Sopotonyono dianggap memang memberikan dukungan kuat pada ketahanan usaha para pedagang, bahkan memberikan peluang perkembangan bisnis mereka. Pedagang yang cukup jauh lokasi dengan pasar, yaitu Holilur yang berdomisili di Kapas Madya, Tambaksari, menjelaskan:

“Kami kan sudah saling kenal, biasa saling menolong, sesama pedagang dan juga pengelola pasar. Bahkan kami biasa saja kalau memberikan saran kepada sesama teman pedagang, biar tambah laris, sama-sama gak rugi. Tidak ada kekhawatiran karena rezeki sudah ada yang ngatur. Juga kadang dibantu jualan kalau nemu orang yang mencari barang yang dijual di saya, tapi gak dijual di temen saya. Kalau saran, yah contohnya saya, jualan sayur. Dikasih saran supaya sering-sering kulakan wortel karena lebih laku daripada kentang. Saran bisa dari pedagang, bisa juga pembeli. Kalau hubungan baik yah gitu, komunikasi lancar”.⁴¹⁸

Pengakuan Holilur sebagai fakta lapangan bahwa hubungan sosial menginspirasi perkembangan usaha informan, bahkan memberikan support yang nyata dalam eksistensi usaha tersebut.

Dari semua analisa di atas, dapat diketahui bahwa modal sosial yang dijelaskan oleh para informan, telah terbentuk sesuai nilai-nilai Islam, diantaranya *ta'awu>n*, *ukhuwwah Isla>miyyah*, dan sikap *'ama>nah*. Dari ketiga nilai Islam tersebut, yang paling melekat adalah *ukhuwwah Isla>miyyah*. Potret *ukhuwwah Isla>miyyah* semakin

⁴¹⁷ Aminah, *Wawancara*, Pasar Sopotonyono Surabaya, 12 April 2020.

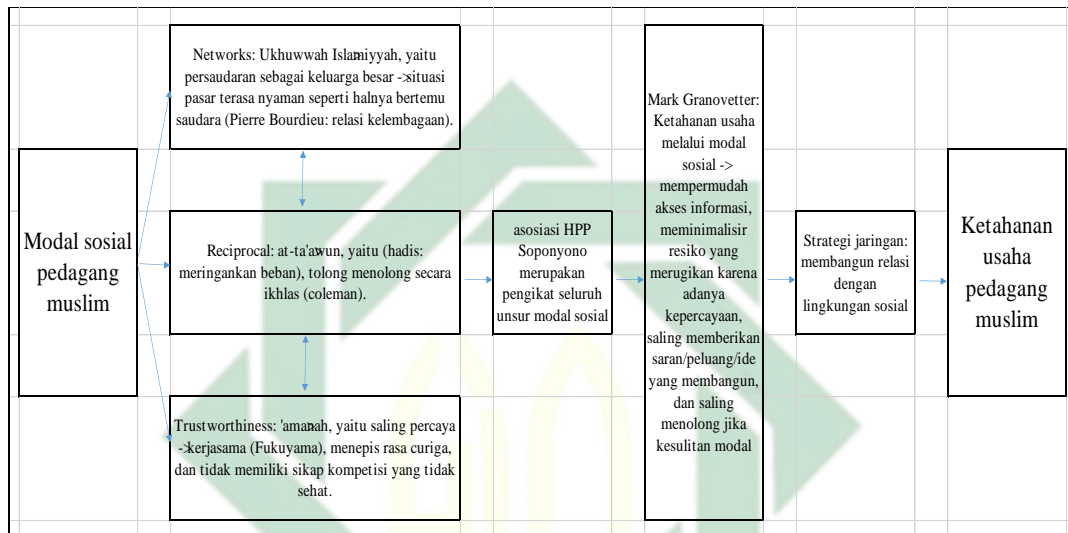
⁴¹⁸ Holilur, *Wawancara*, Pasar Sopotonyono Surabaya, 15 Januari 2020.

kuat terbentuk di dalam Himpunan Pedagang Pasar Sopyono. Asosiasi modal sosial di dalam HPP berperan menyatukan pedagang muslim sebagai keluarga besar yang harus saling menghormati tanpa memicu kompetisi yang tidak sehat di antara mereka.

Berdasarkan metode kualitatif interaktif yang telah dilakukan, temuan data menunjukkan bahwa pedagang muslim pasar Sopyono tidak memiliki kekhawatiran atas kompetisi usaha akibat modernisasi bisnis. Namun, sikap tersebut tetap harus dianalisa secara detail. Terdapat fakta lapangan:

1. Telah terbentuk potret nilai-nilai Islam dalam ketahanan usaha, yaitu pedagang muslim tetap bertahan melaksanakan aktivitas perdagangan karena meyakini bahwa rezeki usaha diatur Allah SWT dan mencari rezeki adalah bagian dari ibadah.
2. Dukungan warga sekitar yang setia menjadi pengunjung pasar membuat pedagang secara psikologis memiliki keyakinan adanya pelanggan yang setia dan meminimalisir kekhawatiran pedagang terhadap ancaman kehilangan pelanggan.
3. Strategi pedagang (strategi aktif) cenderung konvensional sehingga secara logika tidak akan signifikan menguatkan posisi bisnis jika dihadapkan pada perkembangan pasar modern. Alasan ini menjadi tujuan dilakukan penggalan data secara detail tentang strategi jaringan yang diindikasikan menjadi strategi utama dalam ketahanan usaha pedagang muslim. Strategi jaringan adalah modal sosial, yaitu unsur rasa percaya, jaringan sosial (persaudaraan), dan aksi timbal balik (saling menolong).

Dari fakta lapangan tersebut, maka semua hasil wawancara mendalam dengan subyek penelitian tentang strategi jaringan sosial, dirangkum dalam skema relasi ketahanan usaha melalui modal sosial, di bawah ini:



Gambar 18. Relevansi Ketahanan Usaha melalui Modal Sosial Pedagang Muslim Pasar Sopyonyono

Bagan tersebut menjelaskan beberapa hal, diantaranya:

1. Telah terbentuk rasa saling percaya sesama pedagang muslim pasar Sopyonyono. Fakta lapangan: pedagang secara ikhlas saling membantu menjaga stand rekannya, memberikan pinjaman/ hutang jika dibutuhkan (sesuai kemampuan), tidak memiliki perasaan khawatir adanya persaingan tidak sehat maupun tindak kriminal sesama pedagang.
2. Sikap merasa aman berada dalam lingkungan pasar Sopyonyono sehingga pedagang tidak memperlmasalahkan jika menginap di stand tempat berdagang sebagai rumah kedua.

3. Telah terjalin ikatan antar sesama pedagang, yang terbagi dalam beberapa sumber, yaitu ikatan *bonding social capital* ('*asa>biyyah*, ikatan kekerabatan) maupun *bridging social capital* (pertemanan sekolah, tetangga, maupun sesama anggota sebuah asosiasi di lingkungan sosial lainnya). Hubungan saling mengenal bahkan dialami oleh pedagang dengan pengelola, pelanggan, maupun distributor. Fakta lapangan yang menguatkan *bridging social capital*: Pedagang muslim pasar Soponyono rata-rata adalah warga *nahdliyin* yang terbiasa mengikuti kegiatan jaringan sosial yang dalam Islam disebut jam'iyah, yaitu perkumpulan kegiatan keagamaan, seperti pengajian, istighosah, tahlilan, dan sebagainya sehingga terbiasa berinteraksi sosial satu sama lain.
4. Hubungan baik sesama pedagang muslim pasar Soponyono menumbuhkan relasi kelembagaan (*institution as a relative*), yaitu hubungan kekeluargaan tanpa ikatan darah. Fakta lapangan: tumbuh perasaan tenang karena tidak sendiri jika dalam kesulitan, saling peduli, dan merasakan pelayanan yang baik dari pengelola pasar karena pedagang tidak mengalami tekanan biaya operasional terkait retribusi yang dibayarkan ke pasar Soponyono.
5. Pedagang terbiasa menolong satu sama lain karena ikatan persaudaraan ataupun pertemanan yang erat. Fakta lapangan: sesama pedagang melakukan tindakan menolong dengan rasa ikhlas tanpa mengutamakan keuntungan yang didapat dan memiliki kepedulian untuk meringankan beban sesamanya.
6. Semua unsur modal sosial telah terbentuk nyata di dalam asosiasi HPP Soponyono. Fakta lapangan: terjadi komunikasi yang interaktif serta terbuka

antara pedagang dan pengelola sehingga meminimalisir terjadinya persaingan tidak sehat sesama pedagang. HPP Soponyono juga berperan secara signifikan membentuk lingkungan pasar yang penuh kebersamaan, kenyamanan, dan keamanan dalam berdagang.

7. Telah terbentuk relevansi keterlekatan ketahanan usaha dengan modal sosial seperti yang dijelaskan oleh Mark Granovetter, bahwa tindakan ekonomi disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial antar individu di dalamnya. Fakta lapangan: pasar Soponyono merupakan lingkungan berdagang yang nyaman bagi pedagang muslim. Proses jual beli telah menumbuhkan hubungan harmonis sesama pedagang, mendorong kerjasama tanpa mengkhawatirkan persaingan usaha, saling memberikan ide atau peluang dalam pengembangan usaha, dan saling membantu jika terdapat kesulitan dalam usaha.

Dengan begitu, hasil penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi ketahanan usaha melalui tiga unsur modal sosial sehingga tercipta suasana jual beli yang nyaman dan aman seperti halnya suasana ketika berada di dalam lingkungan keluarga sendiri. Fakta tersebut menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi produktif melalui berdagang ternyata menimbulkan ikatan sosial yang bagus di antara pedagang sehingga dianggap memiliki keuntungan bagi pedagang. Semua unsur yang terbentuk dalam modal sosial, menjadi pondasi kuat bagi pedagang muslim pasar Soponyono agar tetap mempertahankan usahanya di dalam pasar tradisional tersebut.

BAB V

PENUTUP

Dalam bagian ini dikemukakan tiga hal, yaitu kesimpulan, implikasi teoretik, dan rekomendasi.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Pedagang muslim pasar Soponyono telah melakukan strategi aktif, pasif, dan jaringan. Strategi aktif yang dijalankan oleh pedagang dianggap tidak signifikan mendorong ketahanan usaha di tengah kompetisi pertumbuhan pasar modern. Oleh sebab itu, strategi jaringan yang dilakukan pedagang selama ini, secara tidak langsung merupakan peran besar mewujudkan ketahanan usaha pedagang. Jaringan sosial dilakukan melalui aplikasi unsur-unsur modal sosial, yaitu *'ama>nah*, *ukhuwwah Isla>miyyah*, dan *at-ta'a>wun*. Terwujudnya strategi jaringan menjadi strategi penting bagi pedagang tradisional yang kesulitan mengimbangi kreatifitas dan modernitas strategi aktif yang dijalankan oleh pedagang pasar modern.
2. Modal sosial pedagang muslim pasar Soponyono terbentuk dalam tiga hal, yaitu: *'ama>nah* (rasa saling percaya), *ukhuwwah Isla>miyyah* (jaringan sosial persaudaraan), dan *at-ta'a>wu>n* (aksi timbal balik tolong menolong). Rasa saling percaya sesama pedagang muslim pasar Soponyono telah meminimalisir persaingan tidak sehat maupun tindak kriminal sesama pedagang dan membentuk rasa aman selama berdagang di dalam lingkungan pasar

Soponyono sebagai rumah kedua. Persaudaraan sesama pedagang telah terjalin sebelumnya, yaitu terbagi dalam ikatan kekerabatan (*'asa>biyyah, bonding social capital*) maupun ikatan pertemanan sekolah, tetangga, maupun sesama anggota sebuah asosiasi di lingkungan sosial lainnya (*ukhuwwah Isla>miyyah, bridging social capital*). Hubungan baik (altruisme) *bridging social capital* telah menumbuhkan relasi kelembagaan (*institution as a relative*), yaitu hubungan kekeluargaan antar pedagang pasar Soponyono tanpa ikatan darah yang saling peduli satu sama lain. Fakta ini diperkuat dengan peran asosiasi HPP Soponyono. Dari pihak pengelola pasar, juga memberikan pelayanan yang memudahkan pedagang, yaitu dalam hal rendahnya nilai retribusi yang dibayarkan ke pasar Soponyono. Sikap saling menolong sesama pedagang telah dilakukan dengan rasa ikhlas untuk meringankan beban sesamanya.

3. Terbentuknya ketahanan usaha melalui modal sosial, yaitu melalui aplikasi unsur *'ama>nah, ukhuwwah Isla>miyyah, dan at-ta'a>wun* telah mendorong terjadinya kerjasama satu sama lain sehingga memberikan manfaat (keuntungan) bagi mereka selama berdagang di pasar Soponyono. Selain kerjasama, terjadi kemudahan akses distribusi informasi antar pedagang sebagai dampak positif keberadaan Himpunan Pedagang Pasar (HPP) Soponyono. Komunikasi yang interaktif serta terbuka antara pedagang dan pengelola telah meminimalisir terjadinya persaingan tidak sehat sesama pedagang. Tingginya modal sosial di dalam pasar Soponyono juga mendorong kerjasama sesama pedagang, sikap saling mensupport bisnis, saling

memberikan ide-ide dalam pengembangan usaha, dan saling membantu jika terdapat kesulitan dalam usaha. Semua keuntungan tersebut dinilai tidak dimiliki di tempat lain sehingga menjadi alasan mereka tetap bertahan di dalam pasar Soponyono. Fakta tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi pemanfaatan modal sosial untuk kepentingan ekonomi.

B. Implikasi Teoritik

Penelitian ini memunculkan implikasi teoretik sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini mematahkan teori-teori yang menjelaskan bahwa strategi berbisnis hanyalah berkaitan dengan penguatan strategi aktif, yaitu pemasaran, memperpanjang jam operasional, pengelolaan harga, dan sebagainya. Padahal, penelitian ini menunjukkan bahwa ketahanan usaha pedagang pasar tradisional dapat didukung oleh ikatan modal sosial pedagang di dalamnya. Fakta lapangan menunjukkan bahwa strategi jaringan dapat digunakan sebagai peluang strategis bagi pedagang pasar tradisional agar tetap dapat bertahan di tengah pertumbuhan sektor usaha yang lebih modern yang cenderung kapitalis.
2. Penelitian ini juga mematahkan penelitian lainnya (Khusnul Khotimah) yang menjelaskan bahwa masyarakat desa dengan ikatan solidaritas dapat mengalami perubahan gaya hidup, yaitu beralih dari pasar tradisional ke pasar modern. Penelitian di pasar Soponyono menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern di sekitar lokasi, tidak terlalu berpengaruh signifikan untuk mengubah kebiasaan warga sehingga mereka tetap konsisten menjadikan pasar Soponyono sebagai preferensi tempat berbelanja. Dengan begitu, penelitian ini

menunjukkan fakta solidaritas masyarakat yang memilih tetap menjadikan pasar tradisional sebagai preferensi berbelanja tanpa terpengaruh dengan pertumbuhan pasar modern.

3. Hasil penelitian ini juga menunjukkan pentingnya karakter pedagang yang memenuhi unsur modal sosial dalam mendukung ketahanan usaha, adalah hal yang tidak banyak dijelaskan oleh para pakar ekonomi, di antaranya Jusmaliani yang menjelaskan hanya ada dua karakter penting dalam bisnis, yaitu kejujuran dan keadilan. Padahal, dalam Islam sendiri, sebenarnya telah banyak dijelaskan tentang perilaku ber-*ukhuwwah Isla>miyyah* dan *at-ta'a>wun*. Bahkan banyak kisah maupun hadis Rasulullah yang menjelaskan pentingnya aspek tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua hal tersebut (selain kejujuran), terbukti dapat menciptakan hubungan baik antara pedagang dengan orang lain, termasuk dengan pembeli. Hubungan baik ini menjadikan modal penting menciptakan rasa aman dan nyaman dalam perdagangan serta menimbulkan aksi timbal balik sehingga pembeli tetap menjadi pelanggan. Dengan begitu, keberhasilan seorang pedagang (SDM) ditentukan dengan tiga unsur modal sosial tersebut.
4. Penelitian ini merupakan pengembangan teori tentang modal sosial yang tidak dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Fukuyama (dan tokoh lainnya) menjelaskan unsur modal sosial terbagi tiga hal, yaitu kepercayaan, jaringan sosial, dan aksi timbal balik. Penelitian sebelumnya tidak ada yang melekatkannya dengan pemikiran Islam. Sedangkan penelitian ini merupakan

kebaruan data yang melekatkan ketiganya dalam pemikiran Islam, yaitu *'ama>nah, ukhuwwah Isla>miyyah, dan at-ta'a<wun.*

5. Teori keterlekatan sosial-ekonomi oleh Mark Granovetter telah dibuktikan dalam penelitian ini meski tidak sepenuhnya sesuai. Pemikiran Granovetter bahwa hubungan sosial akan menciptakan peluang bisnis, memang diakui oleh mayoritas penelitian. Namun, terdapat beberapa subyek yang menjelaskan bahwa peluang bisnis tidak semata-mata disebabkan hubungan sosial, melainkan kepentingan bisnis di antara pedagang.
6. Kuatnya modal sosial yang terjalin di dalam pasar tradisional seharusnya diadaptasikan dengan perkembangan komunikasi saat ini, yaitu menjadikan sosial media sebagai pendukung hubungan sosial, seperti yang disampaikan Mark Garnovetter bahwa modal sosial dapat mempermudah akses informasi. Hal tersebut dapat dipertajam dalam kehidupan nyata, yaitu informasi pemasaran barang yang diperjualbelikan dapat diakses melalui sosial media pedagang (*online*). Kepercayaan dan hubungan sosial yang telah tumbuh dari konsumen, akan memberikan peluang perkembangan bisnis. Salah satu peluang tersebut adalah bahwa konsumen berpotensi turut membantu proses pemasaran ataupun memperluas informasi atas produk yang dijual oleh pedagang tersebut.

C. Rekomendasi

Berdasarkan fakta temuan lapangan secara keseluruhan, berikut hal-hal yang perlu peneliti rekomendasikan:

1. Memberikan saran agar pengelola pasar tradisional lebih memperhatikan kelengkapan dokumentasi, terutama kondisi stand dan pergerakan perputaran omset pedagang. Dengan begitu, pengelola dapat mengukur perkembangan pasar dari waktu ke waktu (triwulan, tahunan, dan sebagainya).
2. Merekomendasikan kepada pengelola pasar tradisional untuk mengajukan permohonan bantuan revitalisasi fasilitas umum kepada pemerintah (bantuan hibah) maupun swasta (*corporate social responsibility*).
3. Merekomendasikan kepada pengelola pasar tradisional untuk mengajukan permohonan kerjasama (mitra) pemasaran *online* dengan pihak swasta.
4. Merekomendasikan penelitian lebih lanjut yang mengkaji relevansi modal sosial dengan etika sosial, terutama etika Islam.
5. Merekomendasikan penelitian lebih lanjut mengenai keberadaan pasar tradisional dikaitkan dengan kebijakan pemerintah setempat. Hal ini mengantisipasi potensi kebijakan yang dikhawatirkan kurang mendukung usaha rakyat. Sebagai contoh, pasar Soponyono yang direncanakan wajib menanggung beban sewa tahunan (Rp. 150 juta) kepada Pemerintah Kota Surabaya sebagai alasan tanah yang ditempati adalah tanah milik pemerintah. Padahal, sejarah berdirinya pasar menunjukkan bahwa pasar Soponyono bertempat di tanah *bondho deso* milik warga Kalirungkut. Kebijakan tersebut cenderung kurang mendukung perkembangan pasar tradisional karena pembebanan berdampak pada pedagang, yaitu menaikkan nilai sewa secara signifikan sehingga beresiko menurunkan kemampuan operasional pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Suhaila. "Ibn Khaldun's Discourse on the Importance of Knowledge." *Journal of Human Development and Communication*, Vol. 3 (2014).
- Abd al-Sami' al-Mishriy. *Al-Masrif al-Islamiyy 'Ilmiyyan wa 'Amaliyyan*. Kairo: Maktabah Wahbah, 1988.
- Ahmad, Ausaf and Kazim Raza Awan (ed.). *Lectures on Islamic Economics*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute IDB, 1987.
- Ahmad, Khurshid (ed.). *Studies in Islamic Economics*. Jeddah: King Abdul Aziz University, 1980.
- Akcomak, Ibrahim Semih. *The Impact of Social Capital on Economic and Social Outcomes*. Netherlands: Universitaire Pers Maastricht, 2008.
- Anggoro, Apriyanto Dwi. "Pengaruh Modal Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, dan Bantuan Sosial Terhadap Ketahanan Usaha (Studi Eksplanatif Kuantitatif Tentang Pengaruh Modal Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, dan Bantuan Sosial Terhadap Ketahanan Usaha Sentra Industri Makanan Ringan Desa Gondangan Kabupaten Klaten)." (Skripsi -- Universitas Negeri Surabaya, 2009).
- Budiarti, Meilanny. "Industri Kecil di Desa Sukamaju Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung", *Jurnal Adbispreneur*. Universitas Padjajaran: Bandung, 2018.
- Bukhari (al). *Shahih Bukhari* Juz 1, 2, 3. Terj. Achmad Sunarto. Semarang: Asy-Syifa, 1993.
- Allen, John C., "Community Conflict Resolution: The Development of Social Capital within an Interactional Field". *Journal Agricultural Research Division*, No. 957, (1998).
- Ariana, Nyoman dan I Nyoman Sudiarta. "Implementasi Marketing Mix pada Masing-masing Tahap Life Cycle Pariwisata Bali". *Jurnal Manajemen Pariwisata*, Vol 6, No. 2 (Desember, 2006).
- Arifin, Sirajul. "Suistanabilitas Bisnis Pedagang Muslim Arab Ampel Surabaya." (Disertasi -- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013).

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Ashfahani (al), Ar-Roghib, Qosim Al-Husain bin Muhammad, Abul. Al-Mufrodat Fi Ghoribil Qur'a>n. T.t: Maktabah Nazar Musthofa Al-Baz, t.th.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1987.
- Azwar, Syaifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007.
- Baali, Fuad and Ali Wardi. *Ibn Khaldun and Islamic Thought-Styles: a Social Perspective*. Boston: G.K. Hall and Co., 1981.
- Badan Pusat Statistik. *Profil Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Tahun 2018*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2018.
- Bardhan, Pranab K. "Research on Poverty and Development—Twenty Years after Redistribution with Growth". *The Annual Bank Conference on Development Economics*. Washington D.C.: World Bank, 1995.
- Baqi, Muhammad Fuad Abdul. *Terjemahan Lengkap Kumpulan Hadits Bukhari Muslim*. Jakarta: [Akbar Media](#), 2011.
- Blalock, Hubert M. *An Introduction to Social Research*. Terj. Yasogama. Jakarta: Rajawali, 1987.
- Bluden, Andy, *Social Solidarity versus Social Capital*, rthicalpolitics.org. Diakses 1 Desember 2018.
- Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital", dalam *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Richardson, J. Westport Connecticut: Greenwood, 1986.
- . *An Invitation to Reflexive Sociology* (Chicago: University of Chicago Press, 1992).
- Bogdan and Biklen, *Qualitatif Reserarch for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon. 1982.
- Brown, Nathan. *The Muslim Brotherhood*, <https://www.hsdl.org> > view (22 Agustus 2018).
- Bungin, Burhan (ed.), *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

- Burt, R. S. *Structural Holes*. Harvard University Press, Cambridge, 1992.
- Candra, Ar. Adi, dan Pius Abdillah. *Kamus Inggris-Indonesia*. Surabaya: Arkola, t.th.
- Chalil, Zaki Fuad. *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Chambers, Robert. "What is Poverty? Who Ask Who Answer?", dalam *Poverty in Focus*. Brazil: International Poverty Centre UNDP, Desember 2006.
- Chapra, M. Umer. *Islam and the Economic Challenge. United Kingdom: The Islamic Foundation*, 1992.
- . *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation, 2000.
- Coleman, James S. "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology*, Vol. 94 (1988), S95-S120.
- . *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard Univeristy Press, 1990.
- Collins. *Kamus Lengkap Ekonomi: Cristoper Pass, Bryan Lowes, Leslie Davies*. Jakarta: Erlangga, 1994.
- Claridge, Tristan. *Social Capital and Natural Resource Management: an important role for social capital?*, <https://www.socialcapitalresearch.com/literature/nrm/>. 2004, (1 Mei 2018).
- . "Coleman on Social Capital Rational Choice Approach", dalam <https://socialcapitalresearch.com/coleman-on-social-capital-rational-choice-approach/> (1 Mei 2019).
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. California: SAGE Publications, Inc. 1994.
- Damsar. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Daryanto, dkk. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo, 1997.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'a>n dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Tanjung Mas Inti, 1992.

- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi keTiga*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Djunaidi, Ghony, dan Almanshur Fauzan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar Ruzz Media, 2012.
- Diamond, Larry. "Toward Democratic Consolidation." *Journal of Democracy*, Vol. 5 (1994).
- Dixon, Beverly R., Gary D. Bouma, dan B.J. Atkinson. *A Handbook of Social Science Research*. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- Dusuki, Asyraf Wajdi. *Ibn Khaldun's Concept of Social Solidarity and Its Implication to Group-Based Lending Scheme*, www.iefpedia.com/.../Ibn-Khaldun's-Concept-Of-Social. 2006, (3 Mei 2018).
- Efendi, Sofyan. Hadist Web. *Kumpulan dan Referensi Belajar Hadits*. <http://opi.110mb.com>, 27 Maret 2006.
- Enan, [Mohammad Abdullah](#). *Ibnu Khaldun: His Life and Works*. New York: The Other Press, 2007.
- Esposito (ed), Jhon L. *Ensiklopedi Dunia Islam Modern*, Jilid I. Bandung: Mizan, 2001.
- Faisal, Sanapiah. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1995.
- Fakir, Majid. *A History of Islamic Philosophy*. New York: Columbia University Press, 1983.
- Fanjari (al), Muhammad Shauqi. *Al-Mazhab al-Iqtisadi al-Islami*. Jeddah: Shirkah Maktabah 'Ukkaz, 1981.
- Faridi, F.R., (ed). *Essays Islamic Economics Analysis*. New Delhi: Genuine Publications, 1991.
- Fashri, Fauzi. *Penyingkapan Kuasa Simbol: Apropriasi Reflektif Pemikiran Pierre Bourdieu*. Yogyakarta: Juxtapose, 2007.
- Fitriyah, Ries Dyah. "Revitalisasi Harmoni Sosial Melalui Modal Sosial Pemimpin Lokal." (Disertasi -- Universitas Airlangga, 2015).

- Fauza, Muflihatul. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional dalam Menghadapi Ritel Modern di Kecamatan Medan Amplas”. (Tesis. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 2017).
- Friedmann, John. *Insurgencies: Essays in Planning Theory*. New York: Routledge, 2011.
- Field, John. *Modal Sosial*, Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2011.
- Fukuyama, Francis. *The Great Disruption*. Boston: The Atlantic Monthly, Mei 1999.
- . *Social Capital and Civil Society*. Washington: International Monetary Fund. 2000.
- Ghazâlî (al). *Ih{ya> ‘Ulu>m al-Di>n*. Terj. Ismail Yakub. Singapore: Pustaka Nasional. 1998.
- . “*Mustas{fa> min ‘Ilmi> al-Usu>l*, Baghdad: Maktabah al-Mutsanna”, dalam Ahmad Hasan, *Mata Uang Islami, Telaah Komprehensif Sistem Keuangan Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005.
- Giddens, Anthony. *Teori Strukturasi, Dasar-Dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*. Terj. Maufur. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010.
- Gordon. *Economic Analysis Before Adam Smith*. London: Lewis Reprint Ltd. 1975.
- Granovetter, Mark. “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”. *American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3 (1985), 482-510.
- Grootaert, Christiaan. *Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia*. Washington: The World Bank, April 1999.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research I*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Psikologi UGM. 1987.
- Hakim, Fatwa Nurul. “Nilai Budaya Pedagang Pasar Triwindu dalam Peningkatan Kesejahteraan Sosial”. Penelitian dan Pengembangan Pelayanan Kesejahteraan Sosial, Kementerian Sosial RI: Jakarta, 2017.
- Handayani, Niken. “Modal Sosial Dan Keberlangsungan Usaha (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan

Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta).” (Skripsi -- Universitas Negeri Sebelas Maret, Surakarta, 2007).

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2010.

Hasibuan, Chrisanti., dan Rizal Hutaeruk (ed). *Marketing Management Analysis Planning Implementation and Control*. Jakarta: Erlangga, 1996.

Hawkins, Mothersbaugh Best. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy, 10th edition*. New York: Mc Graw Hill, 2007.

Husain (al.), Abi al Qosim, bin Muhammad (Ar-R>aghib Al-As{faha>ni>). *Al-Mufra>dat fi> Gha>ri>b al-Qur'a>n*. Mesir: Maktabah wa Matba'ah Must{afa al-ba>bi al-H{alabi wa 'auladi>hi, 1961.

Isma'il, Abu Abdullah Muhammad bin Ibrahim bin al-Mughiroh al-Bukhori. *Al-Jami' al-Shahih al-Musnad min Ahadis ar-Rasul salallahu 'alaihi wa sallam wa Sunanihi wa Ayyamihi*, Juz: 1, Kitab: al-Iman, Bab: al-Din Yusrun. Beirut: Daar al-Kitab al-Islami, t.th.

Ismayadi. Pengaruh Modal Sosial Islam Terhadap Pendapatan Buruh Tani, etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&, 2015.

Istifhama, Lia. “Analisa Pengaruh *Rational Emotional Motive* dan Preferensi Konsumen Terhadap Harga Pasar Syariah Az Zaitun Surabaya.” (Tesis -- UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013).

Inayah, “Peranan Modal Sosial Dalam Pembangunan.” *Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol. 12, No. 1 (April, 2012).

Irawan Soehartono. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.

Jenkins, Richard. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu*. Jogjakarta: Kreasi Wacana, 2013

Jati, Wasisto Raharjo. “Dilema Ekonomi: Pasar Tradisional versus Liberalisasi Bisnis Ritel di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Studi Pembangunan*, Vol. 4, No. 2 (2012).

Jawas, Yazid bin Abdul Qadir. *Ukhuwah Islamiyah*, <https://almanhaj.or.id/11990-ukhuwah-islamiyah.html> (31 Agustus 2019).

Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

- Khaldu>n (ibn), ‘Abd ar Rah{ma>n ibn Muh}ammed. *The Muqaddimah*. Terj. Franz Rosenthal. New Jersey: [Princeton University Press](#), 1967.
- Kha>n, Muh{ammad Akram. *An Introduction to Islamic Economics*. Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1994.
- . *Islamic Economics* Vol. 2. Leicester: The Islamic Foundation. 1983.
- . *Issues in Islamic Economics*. Lahore: Islamic Publications, Ltd., 1983.
- Khotimah, Khusnul, Dadang Hartanto, dan Nuruh Alipah. “Menguak Kesenjangan Antara Pasar Modern Dan Pasar Tradisional.” *Journal Trunojoyo*, Vol. 12 No. 02 (2018).
- Kidder, Louise H., dan Charles M. Judd, Eliot R. Smith. *Society for the Psychological Study*. New York: Rinehart and Winston, 1986.
- Kotler, Philip. *Manajemen pemasaran di Indonesia Analisis,Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat. 2000.
- . *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall. 2012.
- Khoiruddin. *Analisis Teori ‘Asabiyah Ibnu Khaldu>n Sebagai Model Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Lampung: IAIN Raden Intan, 2017.
- Le Grand, Julian dan Ray Robinson. *The Economic of Social Problems*. New York: The Macmillan Press Ltd., 1976.
- Lin, N. "Building a Network Theory of Social Capital," in *Social Capital: Theory and Research*. USA: Sage Publications, 2001.
- Mahmud, Ali Abdul Halim. *Metode Riset Islami*. Jakarta: Usamah Press, 1992.
- Malik, Maszlee. *Islahi Social Capital: A Conceptual Approach Towards Faith-Based Development and Poverty Alleviation*. Tokyo: Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies, 7 Maret 2014.
- Malhotra, Naresh K. *Marketing Research, An Applied Orientation*. Terj. Maryam dan Soleh Rusyadi. Jakarta: Indeks, 2010.
- Mandzur, Imam Ibnu. “*Lisa>n al-‘Arab*, juz 1/602.” Dalam <http://tulisan-syabab.blogspot.co.id/2011/08/mengenai-hakikat-ashabiyah.html>. (22 Agustus 2018).

- Mannan, M.A. *Islamic Economics: Theory and Practice*. New Delhi: Idarat-i Delhi, 1986.
- Maycut, Pamela dan Richard House, *Beginning (Qualitative Research: A Philosophy and Practical Guide)*. Wasington D.C.: The Falmer Press Teachers Library, 1994.
- Metwally, M.M. *Principles of Islamic Economics*. Australia: Department of Economics University of Wollongong, t.t.
- Miedema, Theresa E., *Path Dependence, Social Capital and Violent Conflict in Ethnically Polarized Developing Countries*, Ryerson University, 2012
- Moedzakir, M. Djauzi, *Desain dan Model Penelitian Kualitatif (Biografi, Fenomenologi, Teori Grounded, Etnografi dan Studi Kasus)*. Malang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang, 2010.
- Mirakhor, Abbas. "Moslem Contribution to Economics." Dalam Baqir Al-Hasani dan Abbas Mirakhor (ed)., *Essay on Iqtishad: The Islamic Approach to Economic Problems*. USA: Nur Corporation, 1989.
- Mardalis. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Miles dan Huberman, *Qualitative Data Analysis*. London: SAGE Publications, 1984.
- Mishriy (al), Abd al-Sami'. *al-Masrif al-Islamiyy 'Ilmiyyan wa 'Amaliyyan*. Kairo: Maktabah Wahbah, 1988.
- Muhammad. *Paradigma, Metodologi, dan Aplikasi Ekonomi Syari'ah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Muhammad, Yousuf Kamal. *The Principles of the Islamic Economic System*. Cairo: Islamic Inc. Publishing & Distribution, 1636.
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002.
- Muhammad. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Mushoffa, Mohammad. "Konsep Ibnu Khaldun dalam Politik Ekonomi". (Tesis - Yogyakarta: Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2015).
- Nasution, Mustafa Edwin, dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2007).

- Narayan, Deepa. *Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty*. Washington: The World Bank, 1999.
- Naqvi, Syed Nawab Haider. *Islam, Economics, and Society*. New York: Kegan Paul International, 1994.
- Nawawi, Ismail. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Dwiputra Pustaka Jaya, 2012.
- Nazir, Moh. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- Neuman, W. Lawrence. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. New York: Pearson Education, 2003.
- Oscar Lewis, "The Culture Of Poverty." *Jurnal American*, Vol. 215, No. 4 (Oktober, 1966).
- Phillip, Rhonda, dan Robert H. Pittman, *an Introduction to Community Development*. Canada: Roudledge, 2009.
- Piven, Frances Fox. "Low-Income People and the Political Process." Dalam *The Politics of Turmoil: Essays on Poverty, Race, and the Urban Crisis*. New York: Pantheon Books, 1974.
- Presiden RI. Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.
- Putnam, Robert. *Social Capital: Measurement and Consequences*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.178.6284&rep=rep1&type=pdf> (2 Agustus 2018).
- . *Social Capital: "Bowling Alone: America's Declining Social Capital"*, dalam <https://www.directory-online.com> (1 Desember 2018).
- Putra, Ahimsa dan Heddy Shri. "Prologue: Dari Ekonomi Moral, Rasional, ke Politik Usaha" dalam *Ekonomi Moral, Rasional, dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Yogyakarta: Kepel Press, 2003.
- Rahardjo, Dawam. *Islam dan Transformasi Sosial Ekonomi*. Jakarta: Lembaga Studi Agama dan Filsafat, 1999.
- Rahmawati, Dwisara Ajeng. "Modal Sosial dan Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta). *Jurnal Sosiologi DILEMA*: Yogyakarta, 2017.

- Rahman, Afzalur. *Economic Doctrines of Islam*, Vo. I & II Lahore: Islamic Publications Ltd., 1980.
- Robins, Kelly. "How to Build the Endurance You Need to Achieve Your Business Goals." *The Business Journals* (Mei 2016).
- Robbins, Lionel. *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. London: Mc Millan, 1935.
- Rosly, Saiful Azhar. "Economic Principles in Islam: Some Methodological Issues." *Journal of Islamic Economics*, Vol.1 No. 1 (1995).
- Sandi, Yudhistira Hari. "Relasi Modal Sosial Dan Daya Tahan Usaha Industri Kecil di Kabupaten Situbondo." (Disertasi. Universitas Negeri Surabaya, 2013).
- Stephanie, K. Marrus. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press, 2002.
- Siddiqi, M. Nejatullah. *Muslim Economic Thinking*. Jeddah: King Abdul Aziz University, 1981.
- . *Role of the State in the Economy: An Islamic Perspective*. United of Kingdom: The Islamic Foundation, 1992.
- . *Recent Works on History of Economic Thought in Islam: A Survey*. Jeddah: ICRE King Abdul Aziz University, 1982.
- Shaid, Abdurrahman Walad. Waris 'Asabah, <http://www.achouaib.com/index.php/e598791476/2641-2012-07-11-08-06-28.html>, (20 Mei 2018).
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Jilid II*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2010.
- Soetomo, *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Subagyo, Joko . *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Sudarmo, Indriyo Gito. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BFFE, 2014.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2005.

- Sohail, Toyyaba. "Significance of Social Capital in Developing Religiosity Among University Students". *Journal of Islamic Thought and Civilization*, Vol. 6 (2016).
- Sulaiman, Aimie. "Strategi Bertahan: Studi Tentang Agama Adat Orang Lom." *Jurnal Society*, Vol. II, No. 1 (Juni, 2014).
- Surakhmat, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik*. Bandung: Transito, 1990.
- Syria. Danang. *Konsep Tsiqat Dalam Ilmu Hadits*. <https://danangsyria.wordpress.com/2012/05/22/konsep-tsiqat-dalam-ilmu-hadits/>. Diakses 23 Agustus 2018.
- Tahir, Sayyid (ed.), Aidit Ghazali, Syed Omar Syed Agil. *Readings In Microeconomics An Islamic Perspective*. Malaysia: Longman Malaysia, 1992.
- Tariqi, Abdullah Abdul Husain (at). *Al-Iqtisad al-Islamiy: Ususun wa Muba'un wa Akhdaf*. Terj. M. Irfan Syofwani. Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.
- Tazelaar, Sprengers, M., F. dan Hendrik Derk Flap. "Social Resources, Situational Constraints And The Re-Employment." *The Netherlands Journal of Sociology* (1988), 24.
- Thapar, Suruchi dan Gurchathen Sanghera. Building Social Capital and Education: The Experiences Of Pakistani Muslims in The UK, <https://risweb.st-andrews.ac.uk/...pakistanian.../export.html>. 2010, (2 Maret 2018).
- Tim Kelurahan Kalirungkut. *Laporan Kependudukan Kelurahan Kalirungkut Kecamatan Rungkut Kota Surabaya*. Surabaya: Pustaka Rungkut, 2018.
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Makalah, *Proposal, Tesis dan Disertasi. Program Pasca Sarjana UIN Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: PPS UIN Sunan Ampel, 2014.
- Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- UNESCO. *Social Capital and Poverty Reduction, Which Role For The Civil Society Organization and The State?*. Paris: UNESCO, 2002.

University of Wisconsin Extension. *Sustainability, the Key to Understanding the Issues*. <http://connectingthecoast.uwex.edu/Investigate/sustainability.html>. (21 Agustus 2018).

Woolcock, Michael. The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes, www.oecd.org/innovation/1824913.pdf. (18 Maret 2018), 11-17.

———. “*Social Capital and Economic Development: Toward Theoretical Synthesis and Policy Framework*”. *Journal Theory and Society* (1998), 151-208.

Yarger, Harry. *Strategic Theory For The 21st Century: The Little Book On Big Strategy*. Carlisle: U.S. Army War College, 2006.

Yin, Robert K. *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2003.

Zabidi (az.), Imam. *Mukhtas}or S}ah}ih} Bukhari*. Terj. Azzam Kuwait. Jakarta: Ummul Qura', 2017.

Wawancara:

Abdurrahman. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 11 Nopember 2019.

Absokil. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 6 April 2020.

Aminah. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 6 April 2020.

Anis. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 6 Oktober 2018.

Bandiyah. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

Dewi. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

Erika. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

Fais. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

Fatimatus Zahroh. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Fatma. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Hartini. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 2 Oktober 2018.

Hudan. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 30 September 2018.

Holilur. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Istianah. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

Jalaluddin. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 12 Desember 2019.

Khusnul. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Liis. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Lilik. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 22 Oktober 2018.

M. Arief Fauzi. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 30 September 2019.

Makky. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 8 Maret 2018.

Mas'ad. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 8 Maret 2018.

Margono. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

Marjiin Syam. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

Murtadlo. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 30 September 2018.

Nur Aini. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 11 September 2018

Parto. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 11 September 2018.

Pangestu Ningsih. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Pardiansyah. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 11 September 2018.

Rokayah. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 6 April 2020.

Saluki. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 8 Maret 2018.

Sauri. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

Sholeh. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 2 Oktober 2018.

Siti Aminah. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 19 Oktober 2018.

Siti Fatimah, *Wawancara*, Pasar Soponyono Surabaya, 21 Pebruari 2020.

Siti Rohma. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019.

Sulicha. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 12 Pebruari 2019.

Suparti. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 26 Desember 2019.

Suratun. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 18 Oktober 2018.

Saikhuni. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 8 September 2018.

Siti Maryam. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 6 Oktober 2018.

Thohir. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 1 Desember 2019.

Tum. *Wawancara*. Pasar Soponyono Surabaya, 15 Januari 2020.

