

**JARINGAN SOSIAL PEDAGANG BARANG ANTIK DI KOTA SURABAYA**  
*(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pedagang Klithikan Barang Antik di Jalan Bodri Kota Surabaya)*

**Tri Hayyu Paramso**

Program Studi S1-Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya  
Kingroad16@@gmail.com

**Diyah Utami**

Program Studi S1-Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya  
diyahutami@unesa.ac.id

**Abstrak**

Pusat perdagangan dan komunitas barang antik di Kota Surabaya merupakan tempat terjadinya transaksi jual – beli barang yang memiliki nilai kuno dan bernilai seni tinggi, serta merupakan tempat interaksi sesama pecinta barang antik untuk mendapatkan barang antik sesuai keinginan. Akan tetapi untuk memperoleh barang antik dibutuhkan usaha dari para pedagang dalam proses pengadaan barang antik yang nantinya akan dijual. Penelitian ini menjelaskan tentang jaringan sosial yang terdapat pada para pedagang barang antik di Jalan Bodri Kota Surabaya dalam mendapatkan barang antik dan berusaha untuk menjabarkan aktor yang terlibat didalamnya. Tujuan dari penelitian ini ialah mendeskripsikan pola dan bentuk jaringan sosial pedagang barang antik, mendeskripsikan pelaku yang terlibat dalam jaringan sosial dan mendeskripsikan fungsi masing-masing aktor yang terlibat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif teori jaringan sosial dari James S. Coleman.. Subjek penelitian ini yaitu para pedagang barang antik yang menjalankan bisnisnya melalui jaringan sosialnya dan peran aktor makelar, tengkulak dan pengepul dibaliknya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis model analisis interaktif Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya jaringan sosial dalam bisnis barang antik guna membangun hubungan sosial antara satu sama lain yang secara dinamis saling terjalin. Aspek modal sosial di dalam jaringan sosial memainkan peran penting yaitu kepercayaan dan resiprositas yang terjadi antara pedagang dengan pedagang, makelar dengan tengkulak, tengkulak dengan pengepul, dan pedagang dengan tengkulak ketika terjadi proses perburuan barang antik. Sedangkan hubungan antara makelar dan tengkulak terdapat jaringan tersembunyi yang dilakukan sebagai salah satu cara untuk memperoleh hasil maksimal.

**Kata kunci :** Jaringan Sosial, Peran Aktor, Pedagang Barang Antik.

**Abstract**

The center of commerce and antiques community in Surabaya is the place where the sale and purchase of goods that have ancient value and high artistic value, as well as a place of interaction among antique lovers to get the antique as desired. However, to obtain the antiques required the efforts of the traders in the process of procurement of antiques that will be sold. This research explains the social networking of antique dealers in Jalan Bodri Kota Surabaya in getting antiques and trying to describe the actors involved in it. The purpose of this study is to describe the patterns and forms of social networks of antique dealers, to describe the actors involved in social networks and to describe the functions of each of the actors involved. This study used a qualitative approach with social network theory perspective from James S. Coleman. The subject of this research is the antique dealers who run their business through social network and the role of actors realtor, wholesalers and collectors behind it. This research uses analytical model analysis techniques interactive Miles and Huberman. The results of this study indicate the existence of social networks in the antiques business in order to build social relationships between each other that are dynamically intertwined. The social capital aspect in social network plays an important role of trust and reciprocity between traders and traders, brokers with middlemen, wholesalers with collectors, and traders with middlemen in the process of hunting for antiques. While the relationship between realtor and middleman there is a hidden network that is done as one way to obtain maximum results.

**Keywords:** social network , the role of actors , antique dealer.

## PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat tidak terlepas dari proses ekonomi, sosial dan politik maupun budaya yang terdapat disekitarnya. Adanya kontinuitas problematika kehidupan dan solusi merupakan ciri dari kehidupan sedang berjalan seiring dengan aktivitas yang dijalankannya. Keadaan ini berlangsung disemua sektor termasuk bidang ekonomi.

Pada era modern saat ini setiap manusia tidak lagi memenuhi kebutuhannya dengan cara memproduksi atau menghasilkan sendiri barang atau jasa yang dibutuhkan, tetapi manusia satu sama lain melakukan berbagai aktivitas seperti pertukaran, perdagangan, jual-beli, penyewaan dan banyak lagi. Semua aktivitas inilah yang menggambarkan apa yang dinamakan dengan bisnis (Nilamsari dan Wilujeng, 2006:2). Di dalam bisnis pula terdapat relasi jaringan sosial yang tidak terbatas, hal itu memberikan kesempatan bagi masyarakat mengenai informasi yang bisa memberikan nilai ekonomis sesuai dengan bisnis yang sedang digelutinya. Begitu pula dengan bisnis barang antik. Asal barang antik di Indonesia lebih banyak dari barang peninggalan penjajah, pada masa pemerintahan Belanda masih menggunakan perdagangan dengan sistem barter khususnya dipulau Jawa sebagai pusat pemerintahan pada waktu itu, kemudian barang-barang tersebut banyak dijual atau dilokak karena sudah tidak terpakai. Oleh sebab itu pada masyarakat Indonesia pasar barang antik atau klithikan sering terkesan sebagai pasar loak padahal barang antik ini memiliki nilai seni tinggi dan menjadi buruan oleh turis mancanegara (Jurnal Dimensi Arsitektur Vol. II. No.I, 2014:43).

Cara mereka mendapatkan barang dagangan biasanya mereka *hunting* (berburu) ke kota dan pedesaan atau dari keluarga yang masih berhubungan darah dengan para ningrat. Menurut penjualnya barang yang dibandrol sampai puluhan juta tersebut didapat dari para abdi dalem yang sedang butuh dana. Mobilitas warga juga semakin meningkat seiring berkembangnya waktu sehingga kegiatan bisnis menjadi upaya yang dilakukan oleh masyarakat yang semakin mendominasi aktivitas sebagai masyarakat modern.

Barang antik atau kuno saat sekarang ini semakin jarang dijumpai, keberadaannya semakin langka karena banyak masyarakat yang rela untuk memburu barang antik walaupun dengan harga yang tinggi. Bisnis klithikan bagi yang menjalaninya adalah salah satu upaya dalam proses ekonomi sekaligus menyalurkan hobi bagi para pemain atau penikmat barang antik. Bagi pedagang barang antik, tindakan ekonomi yang dilakukan diantaranya lebih mengutamakan untung rugi yang menjadi pertimbangan (*cost-benefit ratio*). Jika keuntungan didepan mata maka pedagang tersebut akan meraihnya meski nilai dan norma adat atau agama

melarang tindakan ekonomi tersebut. Sebaliknya jika kerugian akan diperoleh bila suatu tindakan dilakukan maka seseorang akan menghindari untuk tidak melaksanakan tindakan tersebut.

Pedagang juga membutuhkan suatu jaringan dengan orang lain sebagai ikatan antara satu sama lain. ketersediaan jaringan dalam ruang lingkup pedagang barang antik menjadi prioritas utama untuk mendapatkan akses informasi mengenai barang antik yang terdengar dari orang atau kelompok melalui media hubungan sosial. Adanya jaringan tersebut juga memudahkan mobilitas pedagang untuk mempertahankan usaha bisnisnya dan menggerakkan sumber daya dalam bentuk finansial maupun informasi. Peran modal sosial juga diperlukan agar terciptanya hubungan antara pedagang, pembeli dan aktor dibaliknya. Unsur utama dan terpenting dari modal sosial adalah kepercayaan (*trust*). Atau dapat dikatakan bahwa *trust* merupakan syarat keharusan untuk membentuk dan membangun modal sosial di masyarakat.

Lokasi Jalan Bodri yang tepatnya berada di sisi selatan Gelora Pancasila Surabaya, Kawasan ini sudah terkenal sebagai lokasi utama untuk berburu barang antik bagi warga lokal hingga mancanegara. Walaupun hanya untuk berjalan-jalan dengan melihat barang antik langka yang dijual, tetapi rasa tertarik untuk memiliki salah satu barang zaman dulu (*kuno*) yang dijual tidak bisa dihindari bagi sebagian kalangan masyarakat. Bagi kalangan pedagang, tidak sedikit pula yang sekedar menanyakan harga barang-barang antik yang dijual lalu tidak membelinya. Untuk mengatasi hal tersebut para pedagang berusaha untuk mencari jalan solusi dengan upaya berburu barang antik untuk memperbanyak koleksi di lapaknya agar semakin menarik perhatian para pengunjung yang melihatnya, dan memanfaatkan hubungan sosial dengan orang terdekat dalam strategi bisnis yang dilakukan.

Hal itulah yang kemudian menurut peneliti menjadi alasan mengenai suatu pentingnya relasi maupun jaringan antar suatu individu atau kelompok tertentu dalam kaitannya dengan bisnis berdagang barang antik penting untuk dikaji sebagai usaha dalam menjalankan bisnis tersebut. Penelitian ini berusaha untuk melihat sebuah proses jaringan sosial dan melihat gambaran fakta yang terdapat dilapangan dengan maksud dan tujuan yang dilakukan dalam memaknai usahanya untuk mendapatkan keuntungan.

## KAJIAN PUSTAKA

Jaringan merupakan terjemahan dari *net* dan *work*. Menurut M.Z Lawang jaringan didefinisikan sebagai gabungan kata *net* dan *work*, sehingga menjadi *network*, yang penekanannya terletak pada kerja bukan pada jaring dan ditafsirkan sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan

antara simpul-simpul seperti halnya jaring (*net*). Berdasarkan cara berpikir seperti itu, maka jaringan (*network*), menurut lawang dimengerti sebagai: (1) Ada ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak; (2) Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama; (3) Seperti halnya sebuah jaring (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul itu pasti kuat menahan beban bersama; (4) Dalam kerja jaring tersebut terdapat ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Jika satu simpul tersebut putus, maka keseluruhan jaring itu tidak bisa berfungsi lagi, sampai simpul tersebut diperbaiki. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat. Dalam hal ini analogi tidak seluruhnya tepat terutama kalau orang yang membentuk jaring itu hanya dua saja; (5) Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan; dan (6) Ikatan atau pengikat (simpul) adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa studi jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subyektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. Simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar para aktor tersebut (Damsar, 2011: 158).

Jaringan sosial melihat suatu hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk formal maupun bentuk informal. Hubungan sosial merupakan bentuk gambaran atau cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif. James S Coleman menjelaskan bahwa aktor individu biasanya mengejar kepentingan diri mereka sendiri, jika mereka memilih bekerjasama, itu semua karena hal tersebut menjadi kepentingannya (John Field, 2010: 39).

Pedagang barang antik dalam menjalankan bisnisnya perlu sebuah kerjasama agar tetap berjalan dengan adanya hubungan orang disekitarnya yang mempunyai sumber informasi tentang sumber keberadaan barang antik didaerah tertentu, maupun hubungan untuk mendatangkan calon pembeli. Mark Granoveter melukiskan hubungan di tingkat mikro seperti tindakan yang “melekat” dalam hubungan pribadi konkret dan dalam struktur (jaringan) hubungan itu. Hubungan ini berlandaskan gagasan bahwa setiap aktor (individu atau

kolektivitas) mempunyai akses berbeda terhadap sumber daya yang bernilai (kekayaan, kekuasaan, informasi). Akibatnya adalah bahwa sistem yang terstruktur cenderung terstratifikasi, komponen tertentu tergantung pada komponen yang lain (Ritzer dan Goodman, 2011: 383).

Menurut pandangan ekonomi, tindakan ekonomi dibatasi oleh selera dan kelangkaan sumberdaya, termasuk teknologi. Dengan demikian secara prinsip, sekali hal tersebut dikenal maka mudah untuk memprediksi tingkahlaku aktor, karena selalu memaksimalkan pemanfaatan dan keuntungan. Tindakan ekonomi biasanya tidak berada di ruang hampa, suatu ruang yang tidak melibatkan hubungan sosial dengan orang atau kelompok lain. Tetapi, pada umumnya sebuah tindakan ekonomi terjadi dalam konteks hubungan sosial dengan orang lain. Dalam pertukaran sosial (*social exchange*) telah menimbulkan perbedaan yang berkepanjangan, sebuah perspektif yang berkembang di seputar konsep resiprositas. Pertukaran sosial dilandaskan pada prinsip transaksi ekonomis yang elementer dalam artian pilihan rasional. Orang yang menyediakan barang atau jasa sebagai imbalannya berharap memperoleh barang atau jasa yang diinginkan (Upe, 2010: 171). Menurut James S. Coleman, pilihan rasional memusatkan perhatian pada aktor. Aktor dipandang sebagai manusia yang mempunyai tujuan atau mempunyai maksud. Artinya aktor mempunyai tujuan dan tindakan yang tertuju pada upaya untuk mencapai tujuan itu. aktor pun dipandang mempunyai pilihan, nilai atau keperluan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif teori jaringan sosial terutama pada konsep modal sosial James S Coleman sebagai suatu inti hubungan sosial. Perspektif jaringan sosial ini berusaha untuk melihat sebuah fenomena sosiologi ekonomi yakni jaringan yang saling terhubung antar aktor satu dengan yang lainnya dalam realitas yang terdapat dipedagang barang antik. Teori jaringan menggambarkan hubungan-hubungan sosial atau pola objektif ikatan-ikatan yang menghubungkan para anggota (individu dan kolektif) di masyarakat. Modal sosial menurut coleman merupakan suatu sumber daya yang melibatkan harapan akan resiprositas, dan melampaui individu manapun sehingga melibatkan jaringan yang lebih luas yang hubungannya diatur oleh tingginya tingkat kepercayaan dan nilai-nilai bersama.

Subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang barang antik yang dalam aktivitasnya menjalankan bisnis barang antik melalui jaringan sosialnya untuk memperoleh barang dagangan dan peran aktor dibalik jaringan sosial pedagang barang antik yaitu makelar,

tengkulak dan pengepul yang bertugas memberikan informasi dan mencarikan barang antik sesuai dengan permintaan para pedagang. Berdasarkan fokus dari penelitian jaringan sosial pedagang barang antik, maka subyek yang menjadi informan dalam penelitian kali ini terdapat empat orang pedagang dan satu orang tengkulak yakni Agus Sophian (43 tahun), Ryan Hidayat (25 tahun), Agus Setyawan (36 Tahun), H. Muharram (54 tahun), Sumanto (44 tahun), Agus Solikin (51 Tahun), dan Sudiran (52 Tahun). Alasan pemilihan informan diatas karena telah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam penelitian jaringan sosial pedagang barang antik di kota Surabaya.

Berkaitan dengan permasalahan maupun tujuan penelitian yang telah diuraikan di depan, maka dalam kaitan ini peneliti mengambil lokasi di Jalan Bodri Kota Surabaya tepatnya berada di sisi selatan Gelora Pancasila sebagai lokasi penelitian. Lokasi tersebut tersebut dipilih karena ada deretan kios yang menjual berbagai macam barang-barang antik yang sesuai dengan apa yang sedang diteliti yaitu tentang Jaringan Sosial Pedagang Barang Antik di Kota Surabaya dengan pertimbangan bahwa pasar barang antik dengan kualitas maupun kondisi yang benar-benar terawat adalah di Jalan Bodri tersebut, bahkan pasar barang antik tersebut sudah menjadi jujukan para wisatawan lokal hingga mancanegara. Dibalik hal ini tentunya terdapat sebuah jaringan yang saling terhubung antara satu sama lain yang secara dinamis saling terjalin untuk mendapatkan salah satu barang antik dengan kondisi sempurna sehingga memiliki nilai jual tinggi, hal itu tentunya diperlukan sebuah aktor-aktor yang saling bekerjasama didalamnya untuk saling membantu dalam memburu maupun melobi pemilik barang antik tertentu untuk melepasnya agar dapat di perjualbelikan, keterkaitan masing-masing aktor dalam proses memburu barang antik menjadi peranan penting dalam kesuksesan para pedagang.

Proses mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti diperlukan pengumpulan data dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut: pertama, Observasi merupakan peninjauan secara cermat atau pengamatan (Salim dan Salim, 1991: 1051). Melalui observasi, peneliti dapat menangkap gambaran keadaan dilapangan secara nyata. Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu observasi partisipatif dimana peneliti akan melibatkan diri dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh informan untuk dapat melihat tentang interaksi yang dilakukan informan serta dapat lebih memahami tentang jawaban apa yang akan diberikan atau disampaikan oleh informan. Serta dengan menggunakan metode observasi ini diharapkan data yang diperoleh dapat memenuhi validitas dan kesesuaian hasil dengan keadaan di lapangan. Kedua, Metode wawancara

digunakan untuk mengetahui dan menggali secara mendalam data-data yang berkaitan dengan Jaringan Sosial Pedagang Barang Antik di Jalan Bodri Kota Surabaya. sebelum melakukan wawancara peneliti menyusun pedoman wawancara berupa garis besar pokok pertanyaan dan wawancara kali ini tidak dilakukan secara terstruktur dan lebih terbuka agar jawaban dari informan lebih lugas dan mendalam.

Tahap Pengumpulan Data Merupakan suatu pernyataan (statement) tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Kedua, reduksi data yaitu Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Ketiga, penyajian data merupakan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Keempat, penarikan kesimpulan ialah pernyataan singkat tentang hasil analisis deskripsi dan pembahasan maupun tentang hasil pengujian hipotesis. Tujuan penulisan kesimpulan adalah untuk memberikan kesempatan dan informasi kepada para pembaca guna mengetahui secara cepat tentang apa hasil akhir yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan (Hadi, 1978: 3).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jaringan social merupakan suatu pengelompokan yang terdiri atas sejumlah orang, paling sedikit kurang dari tiga orang, yang masing – masing mempunyai identitas yang tersendiri dan masing – masing dihubungkan antara satu dengan lainnya melalui hubungan sosial yang ada sehingga melalui hubungan tersebut mereka itu dapat dikelompokkan sebagai suatu kesatuan social (Bruner, 1998: 47). Jaringan sosial pada suatu masyarakat menunjukkan tipe hubungan sosial yang terikat atas dasar identitas kekerabatan, ras, etnis, pertemanan, ketanggaan, ataupun atas dasar kepentingan tertentu dan memperlihatkan suatu hubungan sosial yang terjadi sehingga lebih menunjukkan proses dari pada bentuk.

Pedagang barang antik memiliki keunikan tersendiri dalam menjalankan bisnisnya. dalam usaha ini, pedagang barang antik diharuskan mempunyai jaringan yang didalamnya terdapat modal sosial. Modal sosial terhubung dengan individu atau kelompok yang berada didalam ruang lingkup tertentu, Modal sosial menjadi berpengaruh bagi para pedagang barang antik untuk

meluaskan jaringannya dalam usahanya tersebut, adanya modal sosial yang terfokus pada jaringan sosial berguna untuk mendapatkan hasil yang semaksimal mungkin. Menurut James S Coleman, modal sosial adalah sarana untuk menjelaskan bagaimana orang atau aktor berusaha bekerja sama melalui hubungan sosialnya yang mencakup berbagai entitas, dan secara keseluruhan terdiri dari beberapa aspek struktur sosial, dan itu semua memfasilitasi tindakan tertentu para aktor atau orang yang bekerja sama dalam struktur tersebut (Field, 2010: 37).

Berdasarkan hasil penelitian, terbentuknya jaringan sosial pedagang barang antik karena terdapat: *Pertama*, resiprositas terjadi apabila hubungan timbal balik antar individu – individu atau antara kelompok – kelompok sering dilakukan. Hubungan ini bersifat simetris antara berbagai pihak yang memiliki posisi dan peranan yang relatif sama dalam suatu proses pertukaran. Hubungan ini terjadi dalam hubungan sosial berbagai pihak bersifat intim dan akrab. *Kedua*, kepercayaan adalah unsur penting dalam modal sosial yang merupakan perekat bagi suatu hubungan sosial dalam kelompok masyarakat. Dengan menjaga suatu kepercayaan, orang-orang bisa bekerja sama secara efektif. *Social kapital* adalah kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum didalam sebuah masyarakat atau bagian-bagian tertentu darinya. *Social kapital* bisa dilembagakan dalam kelompok sosial yang paling kecil dan paling mendasar. Menurut Lawang, kepercayaan merupakan hubungan antara dua belah pihak atau lebih yang menguntungkan salah satu pihak atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial. *Ketiga*, nilai dan norma sosial, nilai Merupakan suatu pengalaman yang berkaitan dengan ide yang dimiliki secara bersama tentang sesuatu yang baik dan buruk. Sedangkan norma ialah ketentuan yang berisi aturan dalam suatu kelompok masyarakat yang harus dijalankan demi terwujudnya sebuah nilai. Menurut Sullivan dan Thompson membagi norma atas tiga macam yaitu: kebiasaan, tata kelakuan, dan hukum. Dalam kaitannya dengan aktor dalam jaringan sosial pedagang barang antik, norma memberikan suatu aturan bagi para aktor dibalikinya untuk tetap mempertimbangkan untung rugi dan mampu menghasilkan keuntungan. Berikut adalah norma yang terdapat pada masing-masing aktor: (1) Bagi seorang makelar barang antik, norma dan nilai dalam aktivitasnya ini ialah dengan memberikan sebuah kabar informasi kepada tengkulak yang dikenalnya mengenai keberadaan barang antik yang telah menjadi kesepakatan dia dengan tengkulak, sebagai usaha mensukseskan perburuan barang antik; (2) Norma tengkulak sendiri ialah memburu barang antik yang sesuai dengan informasi dari makelar itu sendiri, dan ketika melakukan proses perburuan kepada pemilik barang antik, seorang

tengkulak tidak akan terburu-buru melainkan dengan cara perlahan dan bertahap; (3) Peran aktor pengepul dalam norma yang dilakukannya ialah menjalin kesepakatan dengan tengkulak ketika pengepul memperoleh sebuah barang antik dari usahanya sebagai penadah barang-barang bekas. Melakukan komunikasi ialah satu cara yang dilakukan oleh pengepul ketika dia mendapat barang antik agar hubungan sosial ini tetap terbentuk; dan (4) Norma bagi pedagang ialah menjual barang antik sesuai dengan kondisi yang di dapatkan agar pengunjung tidak merasa kecewa. Bagi pedagang barang antik kebiasaan untuk menjaga dan memperbaiki barang antik menjadi tanggung jawab yang mutlak untuk kesuksesan bisnis yang sedang dijalankan.

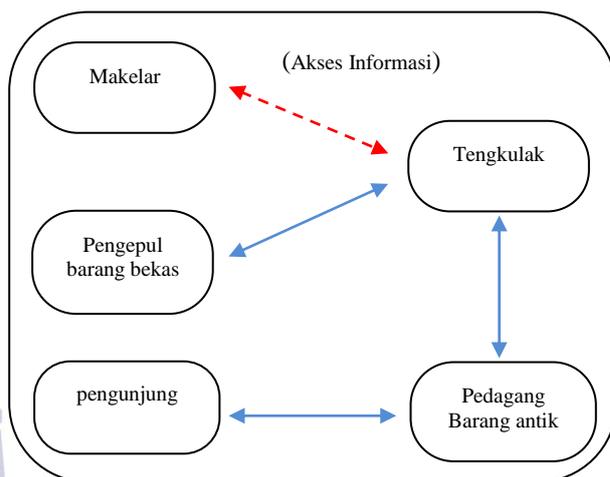
### **Hubungan Sosial Antar Aktor**

Para aktor khususnya memiliki modal sosial yang dimiliki untuk mempermudah dalam aktivitasnya ini. Tindakan yang dilakukan oleh pedagang untuk memperoleh barang antik yang mereka incar diharuskan mampu membangun konsep dalam modal sosial salah satunya yaitu kepercayaan. Sehingga kepercayaan tersebut memunculkan hubungan sosial yang terjalin antara: (1) Hubungan sosial yang terjadi antara Tengkulak dan makelar menciptakan kepercayaan dalam perburuan barang antik, tengkulak yang bekerjasama dengan makelar memerlukan informasi darinya untuk menjembatani tengkulak dan pemilik barang antik agar keduanya bisa berkomunikasi; (2) Pola ini mengharuskan seorang tengkulak memiliki sebuah jaringan sosial yang luas karena dia tidak hanya mengandalkan salah seorang makelar semata, melainkan berusaha berinteraksi dengan pengepul sebanyak-banyaknya yang menjadi jaringannya dalam memburu barang antik; (3) Hubungan yang terbentuk antara tengkulak dan pedagang barang antik dalam bisnis yang sedang dijalankan oleh pedagang di kawasan Jalan Bodri muncul karena pedagang membutuhkan barang antik di saat tidak memburu ke luar kota. Dengan memiliki sumber daya barang antik, membuat tengkulak mendapat kepercayaan bagi pedagang dalam hal bisnis barang antik; dan (4) Hubungan sosial ini terdapat jalinan interaksi antar pedagang dan pembeli yang berkaitan dengan barang antik. dalam hal ini seorang konsumen secara tidak langsung terjalin keakraban dengan pedagang barang antik ketika barang tersebut laku terjual. Keberadaan seorang pembeli dalam hal ini ialah mewujudkan harapan dari proses perburuan barang antik untuk mendapatkan keuntungan dari upaya jaringan sosial didalamnya.

**Tabel Model Kerjasama Antar Aktor**

No	Hubungan antar actor	Model Kerjasama
1.	Tengkulak-makelar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kedua aktor saling berkaitan selama proses perburuan barang antik yang dilakukan oleh tengkulak.</li> <li>Saling memiliki pegangan yakni modal sosial berupa informasi yang dimiliki makelar, dan modal materi berupa uang yang dimiliki tengkulak untuk memperlancar proses perburuan.</li> <li>Ada kesepakatan proses timbal balik antar aktor terkait barang antik yang diperoleh.</li> </ul>
2.	Tengkulak-Pengepul	<ul style="list-style-type: none"> <li>Berusaha berinteraksi (merangkul) pengepul sebanyak-banyaknya dengan cara melalui jaringan sosial yang luas.</li> <li>Muncul kesepakatan kepercayaan antar dua aktor yakni pihak yang memberikan kepercayaan (seorang tengkulak) dan yang diberi kepercayaan (seorang pengepul), sebagai upaya agar barang antik bisa tidak lolos ke tangan orang lain.</li> </ul>
3.	Tengkulak-pedagang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tengkulak memiliki keterikatan hubungan sosial kepada beberapa pedagang barang antik.</li> <li>Tengkulak Menawarkan barang antik sesuai permintaan pedagang dengan harga yang sudah disepakati.</li> <li>Memanfaatkan wadah paguyuban untuk menjalin interaksi secara intens.</li> </ul>
4.	Pedagang-pembeli	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menerima pesanan permintaan barang antik dari konsumen sesuai kesepakatan masing-masing.</li> <li>Membangun interaksi antar dua pihak untuk menarik minat konsumen.</li> </ul>

**Bagan Pola bekerjanya aktor dalam jaringan sosial pedagang barang antik**



Mewujudkan nilai dan norma

**Ket:**

- = Jaringan tersembunyi
- = Jaringan tidak tersembunyi

**PENUTUP**

**Simpulan**

Proses mendapatkan barang dagangan bagi para pedagang barang antik di Gelora Pancasila Surabaya memerlukan suatu usaha yang tidak langsung secara instan bisa memenuhi keinginannya. Peran-peran aktor secara perlahan memunculkan jaringan sosial yang terjadi dalam suatu kelompok tertentu. Tindakan yang dilakukan oleh beberapa aktor seperti makelar, tengkulak dan pengepul untuk memperoleh barang antik merupakan pola jaringan sosial yang terbentuk secara alami karena saling memiliki kebutuhan masing-masing. Terbentuknya jaringan sosial mempermudah masing-masing aktor untuk memenuhi tujuan, terutama bagi tengkulak untuk menyalurkan barang antik kepada pedagang. Di sisi lain para pedagang di Jalan Bodri Gelora Pancasila Surabaya juga memanfaatkan sosial media sebagai jaringannya terlepas dari ketergantungan kepada tengkulak, hal itu dilakukan semata-mata agar usaha bisnisnya tetap berjalan sekaligus memenuhi hasrat pedagang sebagai penghobi barang jadul. Aspek modal sosial di dalam jaringan sosial memainkan peran penting yaitu kepercayaan dan resiprositas yang terjadi antara pedagang dengan pedagang, makelar dengan tengkulak, tengkulak dengan pengepul, dan pedagang dengan tengkulak ketika terjadi proses perburuan barang antik atas dasar kepercayaan yang dijunjung oleh aspek kekerabatan dan kepentingan tujuan bersama.

## SARAN

Proses perdagangan jual beli barang antik yang terjadi di kota-kota besar seperti Kota Surabaya ini memberikan keunikan tersendiri dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat. Perburuan barang antik yang terjadi sejak lama merupakan wadah bagi para penikmat sekaligus penghobi yang memiliki kesenangan terhadap benda-benda klasik. Dalam bisnis yang dijalankan ini terdapat jaringan sosial dibalikinya yang sangatlah penting untuk mempererat jalinan komunikasi antar kelompok tertentu. dalam jaringan sosial pedagang barang antik ini sebaiknya peran aktor dibalikinya ketika menjalankan aktivitasnya diharapkan sesuai dengan alur yang positif dengan tidak memburu barang antik yang dilindungi demi keuntungan semata, jadi hal itu kembali lagi kepada kesadaran pada diri individu masing-masing dalam menghargai kekayaan sejarah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bruner, Edward. 1998, "*Jaringan Sosial*" dalam *Parsudi Suparlan. Pokok-Pokok Antropologi Budaya*. Jakarta: Gramedia.
- Damsar. 2011, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Field, John. 2010, *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Hadi, Sutrisno. 1978, *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Moleong, Lexy J. 2011, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nilasari, Irma dan Wiludjeng, Sri. 2006, *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salim, Peter dan Salim, Yenny. 1991, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Upe, Ambo. 2010, *Tradisi Aliran dalam Sosiologi Dari Filosofi Positivistik ke Post Positivistik*. Jakarta: Rajawali Pers.

