

MODAL SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEDAGANG DALAM MEMPEROLEH LAPAK PASCA RELOKASI PASAR WAGE BARU NGANJUK

Ervita Nurva Setya Ningrum

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

Ervitasetyaningrum16040564090@mhs.unesa.ac.id

Pambudi Handoyo

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

Pambudihandoyo@unesa.ac.id

Abstrak

Kebijakan pemerintah dalam hal pembangunan daerah saat ini mengarah pada kondisi sosial yang terus maju kearah modernitas. Beberapa upaya pembangunan yang dilakukan salah satunya adalah revitalisasi pasar. Kebijakan ini telah tercantum dalam Undang-undang perdagangan nomor 7 tahun 2014 yang membahas mengenai pembangunan pasar dilakukan di setiap daerah dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan pasar, memberikan fasilitas yang baik, dan tersedianya produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Salah satu program yang dilakukan adalah kebijakan relokasi pasar wage Nganjuk yang terealisasi pada tahun 2018. Namun kebijakan relokasi ini tidak sepenuhnya diterima baik oleh pedagang dikarenakan kios yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan pedagang serta relokasi berdampak pada menurunnya pendapatan pedagang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana modal sosial pedagang yang digunakan sebagai strategi untuk memperoleh kios. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan analisis data menggunakan teori modal sosial menurut Pierre Bourdieu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika pedagang menggunakan modal sosial untuk kepentingannya memperoleh kios dengan cara memanfaatkan relasi-relasi dengan pihak-pihak yang memiliki wewenang untuk mengontrol dan memberi keputusan. Kedua pihak telah sepakat untuk bekerja sama sehingga keduanya saling mendapatkan keuntungan karena kedekatan personal.

Kata kunci : Kebijakan relokasi, modal sosial, pedagang

Abstract

Current government policies in terms of regional development lead to social conditions that continue to advance towards modernity. One of the development efforts made is market revitalization. This policy has been stated in Trade Law number 7 of 2014 which discusses market development carried out in each region with the aim of improving the quality of market management, providing good facilities, and the availability of quality products at competitive prices. One of the programs carried out was the relocation policy of the Nganjuk wage market which was realized in 2018. However, this relocation policy was not fully accepted by traders because the kiosks provided did not match the needs of the traders and relocation had an impact on decreasing merchant income. The purpose of this study was to determine how the merchant's social capital was used as a strategy to

obtain a kiosk. The type of research used in this research is qualitative research with data analysis using social capital theory according to Pierre Bourdieu. The results of this study indicate that traders use social capital for their benefit of obtaining kiosks by utilizing relationships with parties who have the authority to control and make decisions. The two parties here have agreed to work together so that both of them benefit from each other because of their personal closeness.

Keywords : Relocation policy, social capital, traders

PENDAHULUAN

Pada umumnya pasar diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi dengan menjual atau membeli suatu produk, jasa ataupun sumber daya ekonomi dalam bentuk produk lainnya. Pada Perpres RI No 112 Tahun 2007 menyebutkan bahwa pasar ialah tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, diantaranya seperti pertokoan, mall, pasar tradisional, pasar modern, plaza, pusat perbelanjaan, ataupun yang lainnya. Sebuah pasar tidak ditentukan oleh kondisi letak geografis tertentu, sebab sistem yang berlaku pada pasar tidak hanya dapat dilakukan secara langsung namun dengan adanya sistem jaringan komunikasi dapat memungkinkan seseorang untuk melakukan transaksi secara online. Pasar dalam bentuk ini dikategorikan sebagai pasar modern. Pasar modern yakni pasar yang proses jual belinya tidak melibatkan penjual dan pembeli bertatap muka secara langsung, namun pembeli dapat memilih atau mendapatkan barang sesuai yang diinginkan secara mandiri, produk atau

barang yang disediakan pun telah diberi label harga sehingga pembeli tidak lagi bertanya mengenai harga namun transaksi jual beli model ini minim adanya tawar menawar sehingga penjual menawarkan harga pas.

Berbeda dengan pasar konvensional yang lebih mengutamakan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Di dalam interaksi yang dilakukan keduanya melakukan negosiasi untuk mencapai kesepakatan harga yang sesuai. Pasar tradisional merupakan pasar yang dibentuk dan dikelola oleh Pemerintah dan bekerja sama dengan masyarakat setempat, dimana letak pasar tersebut berada. Menurut Mursid (2014), pengertian pasar dapat ditinjau dari beberapa aspek, diantaranya: (1) Konsumen adalah seseorang yang menginginkan kebutuhannya dapat terpenuhi, (2) Adanya daya beli yang dapat diartikan dari keinginan menjadi permintaan. Jika suatu barang atau jasa tersedia namun tidak ada permintaan menunjukkan bahwa tidak adanya daya beli. (3) Kegiatan jual beli yang dilakukan

oleh kedua belah pihak antara penjual yang menyediakan barang atau jasa dan adanya pembeli yang menjadi konsumen. Kegiatan konsumen dapat dikatakan sebagai perilaku pembeli, dimana masyarakat melakukan proses pembelian dengan mengeluarkan uang, melakukan negosiasi atau tawar menawar, perubahan selera jenis barang atau jasa yang tersedia, maupun adanya fluktuasi harga.

Pada saat ini pasar tradisional masih banyak diminati oleh masyarakat meskipun sudah banyak pasar-pasar modern. Hal ini dikarenakan di pasar tradisional menawarkan harga yang tentu lebih rendah jika dibandingkan dengan pasar modern, begitu juga pada proses transaksi pun pembeli dapat melakukan negosiasi harga dengan penjual. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa adanya pasar-pasar modern yang mulai merambah di berbagai kota ini dapat menggerus minat masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional. Adanya pasar-pasar modern saat ini menimbulkan persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional, meskipun keduanya memiliki persamaan fungsi sebagai penyedia atau tempat untuk melakukan transaksi jual beli namun juga ada beberapa faktor yang menjadikan pasar tradisional harus mampu bertahan. Bentuk dari kondisi bertahan pasar tradisional

yakni harus mampu mengupayakan sumber-sumber yang dapat menjadi alternatif dalam pembentukan pemberdayaan, meningkatkan kompetensi para pedagang dan pengelola pasar, melakukan perbaikan melalui evaluasi, dan memberikan perhatian lebih bagi pedagang yang telah ada jika terjadi relokasi pasar.

Fenomena relokasi pasar yang terjadi di Pasar Wage Nganjuk dilatarbelakangi oleh adanya kebijakan pembangunan daerah dalam sektor perdagangan dan tata kota. Kebijakan pembangunan ini telah diatur dalam Undang-undang nomor 7 tahun 2014 mengenai perdagangan untuk itu pemerintah Kabupaten Nganjuk mengupayakan program-program revitalisasi pasar salah satunya dengan melakukan relokasi pasar wage. Selain itu kebijakan tata kota yang tercantum pada Perda Kabupaten Nganjuk dalam Peraturan Menteri Pekerjaan Umum nomor 05/PRT/M/2008 tentang pedoman penyediaan dan penataan ruang terbuka hijau di kawasan perkotaan. Menganut pada peraturan tersebut pemerintah melakukan relokasi pasar wage ke tempat yang baru yang terletak di desa Strenan, kecamatan Nganjuk yang berjarak cukup dekat dengan Pasar Wage lama. Sedangkan lahan bekas adanya pasar dibangun untuk taman terbuka hijau/taman

kota. Menurut Musthofa (2011:17) aspek yang terpenting dalam perencanaan relokasi adalah lokasi dan tempat karena sangat menentukan kemudahan dalam mendirikan usaha, jejaring sosial, peluang kerja, peluang usaha, dan kredit karena setiap lokasi atau tempat memiliki peluang dan keterbatasannya masing-masing. Pemilihan lokasi yang baik harus mempertimbangkan kondisi lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi sehingga memungkinkan usaha relokasi tersebut dapat berhasil. Idealnya lokasi relokasi baru berada pada letak geografis yang dekat dengan tempat yang lama sehingga mampu mempertahankan jaringan sosial yang sudah terjalin dengan baik (Marsekaldo, 2018).

Suatu kebijakan dibuat agar dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan memperhitungkan sebab dan akibat jika kebijakan tersebut dijalankan. Namun jika suatu kebijakan tidak diperhitungkan dengan baik maka akan berdampak pada stabilitas sosial dan lingkungan. Seperti yang terjadi pada pembangunan pasar wage Nganjuk dengan adanya relokasi pasar pada tahun 2018. Sebelumnya Pasar Wage Nganjuk berlokasi di Jalan Ahmad Yani kemudian sebagian pasar dipindahkan ke Desa Strenan, tepatnya berada di belakang pasar lama yang

berjarak kira-kira 200 meter. Pembangunan pasar ini diharapkan mampu menciptakan kondisi pasar yang bersih, aman, nyaman, dan teratur sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Jika dilihat dari bangunan pasar sudah cukup memenuhi kriteria tersebut, adanya fasilitas seperti MCK yang bersih, tempat parkir kendaraan yang luas, bangunan yang kokoh, begitu juga dengan akses jalan di dalam pasar yang cukup luas sehingga memudahkan pedagang untuk menurunkan barang dari kendaraan. Di Pasar Wage Baru ini mampu menampung pedagang sebanyak 992 dengan kualifikasi pedagang berdasarkan jenis barang yang dijual.

Tabel 1 Jumlah Pedagang Berdasarkan Tempat

Uraian	Jumlah
Bedak Tepi Kuliner	69
Bedak Tepi Pakaian	62
Bedak Dalam Kuliner	228
Bedak Dalam Pracangan	129
Bedak Dalam Grabah	112
Dalam Los Sayur + Buah	260
Dalam Los Daging Sapi + Kambing	66
Dalam Los Ikan + Ayam	66
Total	992

Sumber : Kantor Pasar Wage Baru

Pada awal pembangunan pasar direncanakan dapat menampung 800 pedagang dengan lahan seluas 6.956,61 m², luas yang digunakan untuk bangunan pasar sendiri sebanyak 4.643,61 m². Jumlah pedagang yang direncanakan untuk menempati pasar baru ternyata bertambah sehingga berdampak pada kurangnya kios yang tersedia. Sebagian besar pedagang merasa kecewa karena kios yang diterima tidak sesuai dengan kebutuhan pedagang. Jenis pedagang yang bervariasi tentu dibutuhkan tempat dengan luas yang cukup. Ditambah dengan kondisi pasar yang masih sepi semenjak relokasi dilakukan membuat pedagang menjadi rugi. Adanya permasalahan tersebut membuat beberapa pedagang memanfaatkan modal sosial sebagai strategi untuk memperoleh kios yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Dengan latar belakang diatas, rumusan masalah yang diambil yakni Bagaimana modal sosial yang digunakan oleh pedagang sebagai strategi untuk mendapatkan kios pasca terjadinya relokasi. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui kondisi obyektif pedagang pasar wage, (2) Untuk mengetahui strategi pedagang dalam memperoleh kios di pasar wage baru, (3) Untuk mengetahui aktor-aktor yang terlibat pada strategi pedagang untuk memperoleh kios.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat ilmiah dan kedudukan teori adalah sebagai alat analisis yang digunakan peneliti untuk menyimpulkan temuan data yang didapat (Moleong, 2005:4). Metode penelitian kualitatif ini mengarah pada subjektivitas peneliti dengan menggali informasi dengan beberapa pedagang yang terdapat di pasar wage baru mengenai peran modal sosial pedagang sebagai strategi dalam memperoleh lapak dengan aspek-aspek yang membentuk modal social. Jenis metode penelitian kualitatif ini lebih mengarah pada penelitian yang menghasilkan data bersifat deskriptif yang berupa kata-kata atau narasi. Karena dalam prosesnya, penelitian kualitatif lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan situasi yang berubah-ubah selama penelitian berlangsung. Sehingga data-data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi atau peristiwa yang sebenarnya.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan etnometodologi dengan perspektif teori modal sosial (social capital) yang dikemukakan oleh Pierre Bordioue. Menurutnya, modal sosial ini terbentuk dari adanya jaringan dan relasi-relasi dengan memanfaatkan sumber daya yang

dimiliki dalam bentuk ekonomi, fisik, maupun skills untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Seseorang yang memiliki relasi atau jangkauan yang luas akan memperoleh modal sosial dengan nilai yang lebih. Hubungan yang terjalin dari interaksi sosial ini lebih mengutamakan kepada jalinan hubungan secara personal. Pendekatan ini dipilih agar penelitian lebih berfokus pada sudut pandang modal sosial pedagang yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini.

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Wage Baru Nganjuk yang bertempat di Desa Strenan, Kartoharjo Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena Pasar Wage merupakan pasar yang cukup besar terletak di pusat kota dengan pendapatan daerah yang besar mencapai 949.292.318,25 pada tahun 2016 (Sumber: Kantor Disperindag) namun semenjak adanya relokasi pasar baru mengalami penurunan yang sangat signifikan. Selain itu ketersediaan kios yang tidak sesuai dengan kebutuhan pedagang membuat beberapa pedagang memanfaatkan modal lain agar dapat memenuhi kebutuhannya sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam mengenai permasalahan yang ada terkait dengan adanya relokasi pasar.

Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola pasar dan pedagang di Pasar Wage Baru, pemilihan subjek dilakukan dengan teknik purposive sampling. Awalnya peneliti melakukan observasi awal agar dapat menentukan kriteria subjek yang sesuai. Kriteria subjek diambil berdasarkan letak kios dan jenis barang yang dijual oleh pedagang, serta pengelola pasar yakni selaku koordinator pasar yang ditunjuk oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk mengelola Pasar Wage Baru, sebagai pihak yang mengetahui kondisi sebelum dan sesudah adanya relokasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang berasal dari instansi terkait dari penelitian ini yakni Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Nganjuk berupa data retribusi, jumlah pedagang, dan profil Pasar Wage Nganjuk. Sedangkan data primer adalah data yang diperoleh dari observasi dan hasil wawancara dengan subjek penelitian.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini menggunakan konsep pemikiran modal sosial menurut Pierre Bourdieu dikaitkan dengan strategi pedagang dalam memperoleh kios pasca terjadinya relokasi pasar. Adapun

pembahasan konsep lain diantaranya tentang konsep pedagang pasar, relokasi pasar, serta pandangan teori modal sosial menurut Pierre Bourdieu.

Pedagang Pasar

Menurut KBBI, pedagang merupakan individu atau seseorang yang mencari nafkah dengan cara berjualan/dagang. Pedagang adalah pelaku penting dalam perekonomian karena kontribusinya dalam menghubungkan pelaku produsen dengan konsumen. Dengan kata lain pedagang sebagai perantara yang kegiatannya yakni membeli suatu barang dan menjualnya kembali tanpa merubah bentuk barang tersebut. Dalam kegiatan perdagangan ini mampu menciptakan 2 hal yang pertama dalam kegiatan perdagangan nantinya akan mampu memberikan peluang terhadap penyerapan dan menciptakan lapangan kerja. Yang kedua, semakin banyak kegiatan perdagangan akan memunculkan banyak pasar sehingga mampu memperlancar penyaluran dan pengadaan produk dari satu pihak ke pihak yang lainnya. Ada beberapa bentuk distribusi yang dilakukan oleh pedagang yakni (1) Pedagang distributor yang sifatnya individu, pedagang jalur ini kegiatannya menyalurkan produk tertentu. (2) Pedagang partai besar yang membeli produk dalam kuantitas yang besar

kemudian produk tersebut dijual kembali, (3) Pedagang eceran yakni pedagang yang menjual produk secara langsung dengan mengecer atau satuan.

Pasar menurut ilmu ekonomi yakni suatu kondisi yang terdapat penjual dan pembeli sedang melakukan transaksi jual-beli dengan suatu barang/produk yang telah disepakati memiliki nilai tertentu sesuai dengan kualitas produk tersebut. Pasar merupakan salah satu institusi yang penting dalam menjalankan roda perekonomian yang di dalamnya terdapat aktivitas transaksi antar penjual dan pembeli untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkan (Damsar, 2018:8). Clifford Geertz menjelaskan jika pasar dibentuk dari pranata ekonomi dan cara hidup manusia dalam aspek sosial dan budaya. Lebih jauh lagi pemahaman pasar menurut Adam Smith yang menjelaskan mengenai mekanisme pasar dan pasar persaingan sempurna. Mekanisme pasar sendiri merupakan proses interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli terhadap barang/jasa tertentu yang telah ditetapkan dengan harga yang seimbang sesuai dengan kesepakatan. Antara pembeli dan penjual memiliki peran yang penting untuk memberikan nilai harga pada suatu produk. Sedangkan pasar persaingan sempurna cara kerjanya yakni bergantung pada permintaan dan penawaran sehingga

menentukan harga. Dikatakan sebagai pasar persaingan sempurna karena banyaknya jumlah produsen untuk menghasilkan jenis produk yang sama dengan jumlah yang besar, sehingga harga yang ditawarkan cenderung sama. Menurut Damsar dalam ilmu Sosiologi menganggap bahwa di dalam pasar terdapat struktur yang penuh jaringan sosial, konflik, serta persaingan sehingga lebih kompleks (Damsar, 2018:9). Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pedagang pasar merupakan individu yang memiliki pekerjaan sebagai penjual barang/jasa pada suatu tempat dengan melakukan transaksi jual-beli dengan harga yang telah disepakati.

Kebijakan Relokasi Pasar

Kebijakan merupakan suatu tindakan yang diambil oleh individu, sekelompok, atau pemerintah di dalam ruang lingkup tertentu yang memiliki kendala dan adanya kebijakan ini dapat dipergunakan sebagai solusi untuk permasalahan tersebut. Suatu kebijakan yang telah diambil tentu telah diperhitungkan dengan keadaan yang ada, namun tidak semua masyarakat dapat menerima suatu kebijakan karena kondisi masyarakat yang dinamis. Relokasi secara singkat diartikan sebagai bentuk penataan kembali dari lokasi lama ke lokasi yang baru. Pada relokasi terjadi proses yang

dilakukan dengan memindahkan sesuatu bangunan ke tempat yang baru. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia relokasi merupakan proses yang dilakukan dengan membuat bangunan baru termasuk tanah, lahan, harta kekayaan atau sarana dan prasarana publik di lahan lain. Relokasi ini sebagai cara atau tindakan yang dilakukan untuk mendayagunakan kembali sesuatu hal yang sebelumnya masih kurang terbedaya baik secara subjektif ataupun obyektif. Oleh karenanya relokasi ini sebagai bentuk upaya yang digunakan agar mampu meningkatkan standar hidup yang lebih tinggi dengan kondisi tempat yang baru.

Pasar tradisional diidentikan dengan kondisi pasar yang kotor, kumuh, tata letak pedagang yang tidak teratur, dan kondisi dalam pasar yang gelap karena ventilasi udara yang kurang. Begitu juga dengan banyaknya pasar-pasar modern seperti swalayan, mall, ataupun e-commerce yang semakin banyak bermunculan membuat pasar tradisional menjadi terpinggirkan. Hal yang utama menjadi daya tarik masyarakat karena pasar modern menawarkan kemudahan fasilitas namun harga yang ditawarkan cenderung pas sehingga tidak ada negosiasi antar penjual dan pembeli. Sedangkan bagi masyarakat awam lebih memilih pasar konvensional karena harga

yang ditawarkan lebih miring dan negosiasi harga dapat dilakukan. Dengan kondisi zaman saat ini yang semakin mengarah kearah modernitas membuat segala aspek juga dituntut dapat mengikuti. Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat yakni dengan membuat kebijakan revitalisasi pasar.

Kebijakan revitalisasi pasar ini digunakan sebagai cara untuk membangun pasar yang lebih modern. Kebijakan ini telah tercantum pada Undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan, dimana pemerintah pusat dan daerah berupaya untuk melakukan pembangunan, pemenuhan fasilitas, dan meningkatkan kualitas pengelolaan pasar agar dapat bersaing dengan pasar modern. Relokasi yang dilakukan ini merupakan peraturan yang dibuat oleh Pemerintah sebagai bentuk upaya dalam pembangunan daerah yang lebih baik dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini Pemerintah fokus melakukan pembangunan pada pasar-pasar tradisional, salah satunya adalah Pasar Wage Nganjuk. Revitalisasi pasar yang dilakukan yakni dengan melakukan relokasi pasar ke pasar baru.

Modal Sosial Pierre Bordieu

Teori modal sosial banyak dikembangkan oleh beberapa ahli sosiologi diantaranya Pierre Bordieu, James Coleman, Robert D. Putnam, Fukuyama, dan Nan Lin. Dari beberapa tokoh tersebut memiliki perbedaan dan kesamaan dalam mengungkap teori modal sosial. Perbedaan yang muncul disebabkan oleh fokus materi yang berbeda, namun pokok dasar pemikiran sama yakni mengenai hubungan relasi yang dimanfaatkan untuk mendorong dan membentuk perilaku yang menghasilkan manfaat bagi individu maupun kelompok tertentu. Modal sosial merupakan suatu tindakan sebagai pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh individu untuk menciptakan hubungan kerja sama dengan individu atau kelompok lain. Teori modal sosial ini mengacu pada pemahaman mengenai masyarakat, kelompok, atau komunitas. Menurut pandangan Pierre Bourdieu, modal sosial dilakukan dengan memanfaatkan sesuatu yang dimiliki dapat berupa aset, finansial, kekayaan, ataupun modal budaya yang biasanya dimiliki oleh kelompok menengah ke atas atau kelompok elit. Bourdieu memiliki 4 bentuk modal yakni modal budaya, modal ekonomi, modal simbolik, serta modal sosial. Keempat modal tersebut dilakukan dengan menggunakan sumber daya baik

fisik, ekonomi, maupun pengetahuan untuk segala bentuk kepentingan.

Pierre Bourdieu mengklasifikasikan keempat bentuk modal tersebut dengan mempertimbangkan makna agar mudah dipahami dan juga dapat menentukan nilai ekonomi. Modal budaya dapat diartikan sebagai bentuk modal yang juga dapat menentukan nilai ekonomi contohnya dalam kualifikasi pendidikan. Seseorang yang memiliki jurusan atau bidang yang sama, namun akan memiliki nilai ekonomi yang berbeda. Sementara modal ekonomi juga sangat jelas memiliki nilai dalam bentuk uang atau aset-aset ekonomi yang lain. Seperti contoh seseorang dapat menentukan dirinya untuk melanjutkan studi di Universitas swasta ataupun negeri, disesuaikan dengan kemampuan ekonominya. Selain itu, modal sosial dalam kondisi yang berbeda juga dapat menentukan nilai. Sebagai contoh seseorang yang menempuh pendidikan pada jurusan yang sama namun dalam waktu studi yang berbeda akan berbeda pula "nilai jual" yang ditawarkan. Selanjutnya modal simbolik, yakni modal yang ditandai dengan adanya simbol-simbol yang dapat memberikan suatu nilai bagi yang melihat. Modal jenis ini mampu menempatkan relasi kuasa pada struktur sosial tertentu.

Modal sosial yang dikemukakan Bourdieu tidak jauh berbeda dengan pandangan tokoh lain seperti modal sosial menurut James Coleman yang memiliki pandangan bahwasanya modal sosial merupakan suatu bentuk pengambilan sikap yang dilakukan oleh beberapa orang yang merasa bahwa dirinya relatif tidak diuntungkan sehingga modal sosial adalah sumber daya yang tepat untuk dilakukan. Dengan kata lain, modal sosial Coleman digunakan bagi pihak minoritas dengan memanfaatkan kebersamaan maupun hubungan yang sangat erat, sehingga modal sosial tidak hanya diperdayakan oleh kelompok mayoritas yang menaungi system yang ada.

Kemudian konsep modal sosial lain juga dikemukakan oleh Putnam, menurutnya modal sosial memiliki tiga unsur yakni jaringan sosial, kepercayaan (trust), dan norma. Yang pertama jaringan sosial yakni hubungan yang dilakukan individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain. Jaringan sosial ini lahir dari adanya interaksi yang berlangsung oleh kedua belah pihak. Dengan kata lain, jaringan sosial adalah suatu pengelompokan yang dilakukan oleh dua orang lebih, yang mana setiap individu tersebut memiliki identitas sendiri-sendiri namun dapat dihubungkan sehingga dapat menjadi kelompok sebagai kesatuan sosial.

Jaringan sosial antara individu yang saling terkait didasarkan pada keinginan setiap individu tersebut untuk saling tahu, saling membantu, saling menjaga, saling memberi informasi, saling percaya. Hubungan ikatan yang terjalin pada individu akan membentuk suatu kerjasama yang diikat dengan kepercayaan. Kemudian kepercayaan tersebut akan dipertahankan oleh norma yang mengikat pada kedua belah pihak. Kedua mengenai kepercayaan yakni hubungan antara dua belah pihak atau lebih yang mengandung harapan untuk dapat menguntungkan satu pihak dan pihak lain melalui interaksi yang terjalin. Menurut Lawang (dalam Sulaeman dan Homzah, 2014:5), inti dari konsep kepercayaan yakni:

1. Adanya relasi hubungan antara dua individu atau lebih, bahkan dalam skala besar seperti lembaga.
2. Dalam hubungan yang terjalin mengandung harapan untuk mendapat keuntungan antar kedua belah pihak
3. Interaksi yang dibangun guna tercapainya harapan dari kedua belah pihak tersebut.

Ketiga yakni norma yang berlaku sebagai sumber daya sosial, dimana norma tersebut dimaknai sebagai aturan main dalam kelangsungan perilaku seseorang. Norma akan memberikan suatu cara

dimana seseorang untuk mengorientasikan diri terhadap orang lain dan sebagai penuntun untuk melakukan definisi terhadap sesuatu. Norma yang dibuat secara bersama akan memberikan sanksi bagi setiap orang yang melanggar karena dianggap tidak sesuai atau menyalahi aturan yang telah dibuat bersama.

Pada dasarnya teori modal sosial yang dikemukakan oleh beberapa tokoh memiliki kesamaan dan berkesinambungan, hanya saja fokus yang dianalisis berbeda. Modal sosial yang diyakini oleh Bordieu lebih memerhatikan pada pendayagunaan elemen-elemen sumber daya baik aktual maupun potensial, relasi-relasi dan jaringan sosial yang selalu berhubungan secara efektif akan menghasilkan modal sosial yang baik. Pada setiap aktor yang terlibat memiliki tujuan yang sama untuk menjalin hubungan dengan baik agar menghasilkan keuntungan manfaat sosial ataupun keuntungan yang sifatnya ekonomik. Adanya struktur di dalam masyarakat juga menciptakan perbedaan dalam distribusi modal sosial. Beberapa aktor memiliki sumber daya yang berbeda sehingga modal sosial yang dimanfaatkan juga bervariasi. Ada beberapa aktor yang memperoleh keuntungan lebih besar dibanding dengan aktor tertentu dan juga beberapa aktor lain memiliki peran untuk mengontrol dan

mengambil keputusan. Dalam hal ini dapat dikatakan jika beberapa aktor dengan sumber daya yang lebih memiliki posisi yang strategis berada di posisi strata atas memiliki pengaruh bagi aktor yang berada pada posisi bawah dan menengah.

PEMBAHASAN

Kebijakan Pemerintah dalam hal meningkatkan produktivitas pasar tradisional merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk mendorong pasar tradisional agar mampu bersaing dengan pasar modern. Mengingat dewasa ini segala aspek kehidupan mengarah pada modernitas, tanpa disadari hal tersebut terus berjalan ditandai dengan kemajuan teknologi yang mampu memudahkan segala bentuk pekerjaan dan aktivitas yang manusia. Banyaknya pasar modern yang ada membuat pasar tradisional saat ini semakin terpinggirkan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pemerintah berupaya untuk merevitalisasi pasar-pasar tradisional yang telah diatur dalam Undang-undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014. Untuk itu pemerintah pusat di bawah naungan Kementerian Perdagangan RI berupaya dengan pemerintah daerah untuk melakukan revitalisasi pada pasar-pasar di Nganjuk yang berjumlah 29 pasar. Revitalisasi pasar yang dilakukan diantaranya pembangunan pasar, penyediaan fasilitas, perbaikan bagi pasar

terdampak bencana, pasar di daerah perbatasan atau terpecil, dan pasar yang berpotensi mempunyai perdagangan besar. Salah satu upaya revitalisasi yang dilakukan yakni merelokasi Pasar Wage Nganjuk ke bangunan baru..

Karakteristik Pedagang Pasar Wage Nganjuk

Pasar Wage Nganjuk telah ada semenjak tahun 1950 hingga sekarang, dinamakan sebagai Pasar Wage dikarenakan pada jaman dahulu kegiatan pasar hanya ada pada hari pasaran yakni wage sehingga dinamakan sebagai Pasar Wage. Namun seiring berjalannya waktu Pasar Wage beroperasi setiap hari karena adanya permintaan pembeli yang semakin banyak. Dahulu Pasar Wage merupakan pasar yang digunakan untuk menjual hasil tani dari sawah dan ladang masyarakat Nganjuk, namun seiring berjalannya waktu dan kebutuhan manusia yang semakin beragam menjadikan Pasar Wage berkembang hingga seperti sekarang. Letak Pasar Wage yang berada di tengah kota menjadikan Pasar Wage sebagai salah satu pasar yang memiliki pendapatan besar dalam retribusi dan pendapatan pedagang, selain itu pasar juga semakin berkembang dengan banyaknya pedagang dengan berbagai macam jenis barang yang dijual. Mayoritas pedagang Pasar Wage merupakan pedagang lama yang lebih dari

15 tahun berjualan di pasar, selain itu ada juga beberapa pedagang lain yang meneruskan usaha dari orang tua yang kemudian diwariskan ke anak atau cucunya. Kondisi bertahan pedagang dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya (1) kemampuan pedagang untuk memperoleh pelanggan, (2) tersedianya produk yang dibutuhkan, (3) harga yang bersaing, dan (4) satu-satunya pekerjaan yang dimiliki. Tidak heran jika di pasar Wage ini menyediakan segala macam kebutuhan masyarakat. Mulai dari bahan pokok makanan, makanan jadi, perabotan rumah tangga, pakaian, dan sebagainya.

Dari keseluruhan pedagang Pasar Wage Nganjuk yang berjumlah sekitar 1.500 pedagang merupakan penduduk asli warga Nganjuk, dari jumlah tersebut tentu terdapat banyak kesamaan produk yang dijual antara pedagang satu dengan yang lainnya, namun hal itu tidak menjadikan persaingan yang berarti bagi setiap pedagang justru dengan adanya persamaan tersebut beberapa pedagang saling bekerja sama untuk menawarkan produknya. Karakter pedagang di Pasar Wage sendiri tidak jauh berbeda dengan pedagang di pasar lain, pedagang akan memperhitungkan situasi dan kondisi yang akan terjadi pada pasar. Misalnya pada saat musim panen raya tentu penjualan di pasar akan meningkat oleh karenanya

pedagang biasanya akan menyetok produk dari produsen dengan jumlah yang lebih banyak. Di Pasar Wage sendiri bentuk penyaluran produk yang dijalankan oleh pedagang ada 3 yakni (1) Pedagang distributor, yakni pedagang yang menjual produk yang diperoleh dari produsen, contohnya pedagang beras dan snack yang memperoleh produk dari pabrik produsen secara langsung. (2) Pedagang grosir, yakni pedagang yang menjual produk dalam jumlah besar ke pembeli dan akan dijual kembali oleh pembeli tersebut, seperti pedagang pakaian dan sayuran. Pembeli tersebut tidak hanya dari masyarakat luar tetapi juga sesama pedagang di Pasar Wage, biasanya pembeli tersebut menjual dagangannya kembali dengan bentuk eceran secara kredit ataupun tunai. (3) Pedagang kecil yakni pedagang yang menjual produknya dalam bentuk satuan secara langsung ke konsumen, di Pasar Wage sendiri sangat banyak ditemui pedagang kecil seperti pedagang kuliner, peralatan dapur, pakaian, dan lain sebagainya. Pedagang akan memberikan harga yang berbeda untuk konsumen yang menjual produknya kembali dengan konsumen akhir. Konsumen yang menjual produk kembali biasanya akan mendapatkan harga yang lebih murah karena pedagang juga memperhitungkan keuntungan konsumen, sedangkan konsumen akhir merupakan

konsumen yang menggunakan produk yang dibeli secara pribadi tanpa dijual kembali. Ada dua bentuk konsumen akhir, yang pertama konsumen baru yakni pembeli yang tergolong baru sifatnya tidak konstan dalam berbelanja pada tempat tertentu. Sedangkan konsumen tetap sebaliknya, yakni pembeli yang cukup sering berbelanja pada tempat tertentu sehingga antar pedagang dan pembeli menjadi akrab. Biasanya konsumen seperti ini memiliki keuntungan tersendiri dengan memperoleh harga yang lebih murah dibanding dengan pembeli yang lainnya.

Kondisi Sosial-Ekonomi Pedagang Pasar Wage Pasca Adanya Relokasi

Relokasi pasar wage direalisasikan pada bulan November 2018 lalu, setelah 4 tahun proses pembangunan dan mengalami beberapa kendala sehingga proses pembangunan tidak berjalan dengan baik bahkan bangunan sempat mangkrak. Pada umumnya relokasi sangat rentan menimbulkan dampak di masyarakat, tidak hanya dapat menimbulkan dampak ekonomi namun juga sosial. Meskipun pada dasarnya relokasi memiliki tujuan yang baik sebagai bentuk perhatian pemerintah untuk memberikan tempat yang layak dan lebih baik dari tempat yang lama, namun kenyataannya dibalik adanya relokasi memiliki berbagai permasalahan yang terjadi. Seperti halnya relokasi yang

dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Nganjuk dengan merelokasi Pasar Wage ke Pasar Wage baru yang berlokasi di Jalan Strenan tepatnya di belakang Pasar Wage lama yang berjarak sekitar 200 meter. Sebelumnya Pasar Wage terletak di Jalan Ahmad Yani sepanjang 600 meter yang merupakan jalan utama antar kota Nganjuk-Kediri. Adanya relokasi Pasar Wage ke bangunan yang baru ini memberikan dampak bagi masyarakat baik pembeli maupun penjual. Kebijakan relokasi tersebut dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Nganjuk setelah adanya pertimbangan dan disesuaikan dengan Perda Kabupaten Nganjuk dalam Peraturan Menteri Pekerjaan Umum nomor 05/PRT/M/2008 tentang pedoman penyediaan dan penataan ruang terbuka hijau di kawasan perkotaan. Setelah separuh bagian Pasar Wage direlokasi ke bangunan baru lahan bekas pasar digunakan sebagai Taman Kota.

Pasar Wage Nganjuk merupakan salah satu pasar dengan pendapatan retribusi terbesar. Retribusi adalah pungutan yang dibebankan kepada pengguna fasilitas umum diberikan kepada pengelola atau pemerintah yang berwenang. Retribusi yang diperoleh nantinya akan diberikan kepada pemerintah sebagai Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pasca adanya relokasi yang

dilakukan pada tahun 2018, pendapatan pedagang menjadi menurun. Berikut adalah pendapatan retribusi Pasar Wage Nganjuk pada tahun 2017-2018.

Tabel 4.1 Data Retribusi Pasar Wage Nganjuk

Bulan	Tahun 2017	Tahun 2018
Januari	52.410.537,50	64.195.956,26
Februari	85.682.037,50	97.737.612,52
Maret	101.009.345,00	131.431.268,78
April	134.718.173,76	166.656.925,04
Mei	175.596.157,51	201.325.631,30
Juni	209.174.813,77	234.427.287,56
Juli	248.385.470,03	275.262.943,82
Agustus	290.692.126,29	291.721.956,32
September	331.804.282,55	291.721.956,32
Oktober	367.968.938,81	298.955.312,58
November	403.550.595,07	340.717.968,84
Desember	447.773.625,00	402.895.498,97

Sumber : Disperindag Nganjuk (Data diolah tahun 2019)

Dari data diatas pendapatan retribusi tahun 2017 dan 2018 mengalami penurunan yang signifikan terjadi dimulai pada bulan September hingga bulan Desember 2018. Menurut salah satu subjek

bernama Jumi menuturkan, jika dampak yang dirasakan pedagang pasca relokasi yakni pasar menjadi sepi. Hal itu disebabkan karena masih adanya Pasar Wage Lama yang letaknya lebih strategis karena berada di tepi jalan. Sedangkan Pasar Wage Baru letaknya berada di dalam, sehingga pengunjung pasar lebih memilih berbelanja di Pasar Lama karena akses yang mudah dijangka. Meskipun setiap pedagang memiliki langganan namun tidak menjamin karena beberapa pembeli tidak mengetahui letak pedagang langganannya di pasar baru sehingga beberapa pembeli beralih berbelanja di Pasar lama.

Selain itu, Dampak sosial yang dirasakan oleh pedagang secara tidak langsung menimbulkan adanya persaingan baik antar pedagang di pasar baru maupun dengan pedagang pasar lama. Persaingan yang muncul antar pedagang pasar baru disebabkan oleh perbedaan luas kios yang tidak merata, terumata pedagang pakaian banyak yang mendapatkan kios hanya separuh bagian, namun ada beberapa pedagang lain yang juga memiliki kios lebih dari satu unit. Sedangkan persaingan yang terjadi antara pedagang pasar lama dengan baru dikarenakan pembeli lebih memilih berbelanja di pasar lama karena akses yang lebih dekat dengan jalan raya. Oleh sebab itu pedagang pasar baru

menginginkan agar semua pedagang pasar lama dapat dipindahkan ke pasar baru. Perbedaan itulah yang kemudian menimbulkan kesenjangan antar pedagang pasar.

Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang Untuk Memperoleh Lapak

Secara umum modal sosial diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mendapatkan suatu barang, materiil, ataupun simbolik yang dapat dinilai berdasarkan hubungan relasi sosial antara individu dengan kelompok. Modal sosial dikonsepsikan sebagai bentuk upaya yang dilakukan oleh masyarakat untuk dapat meningkatkan pemberdayaan dalam hal ekonomi maupun sosial. Prinsip dasar yang dimiliki oleh modal sosial yakni adanya hubungan sosial dimana dalam kelompok masyarakat saling menjunjung nilai-nilai sosial dan budaya sehingga mampu bekerjasama untuk masing-masing individu. Teori modal sosial menitikberatkan pada hubungan antar individu dalam kelompok atau komunitas yang di dalamnya terdapat kepentingan-kepentingan sehingga dapat menghasilkan suatu keuntungan. Pendayaagunaan modal sosial dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya aktual maupun potensial melalui jaringan sosial yang diciptakan oleh masyarakat secara kolektif dan saling bekerjasama (margadinata, 2017:1).

Praktik modal sosial yang dilakukan oleh pedagang Pasar Wage Baru dilatarbelakangi oleh adanya relokasi pasar yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Nganjuk. Relokasi tersebut sebagai upaya untuk merevitalisasi pasar dan untuk meningkatkan fasilitas ekonomi yang lebih baik dengan membangun pasar modern. Pasar Wage dipilih untuk direlokasi karena Pasar Wage merupakan salah satu pasar yang memiliki pendapatan cukup besar yakni mencapai Rp. 447.773.625 pada bulan Desember 2017. Artinya tingkat pembeli di Pasar Wage juga besar dipicu oleh letak pasar yang strategis di pusat Kota Nganjuk sehingga sangat mudah diakses oleh masyarakat baik dari dalam maupun luar kota. Kebijakan relokasi pasar telah lama dicanangkan namun baru terealisasikan pada tahun 2018 pedagang pasar dipindahkan ke pasar baru. Menurut informasi yang didapat dari pedagang yang direlokasi menjelaskan bahwa kebijakan relokasi tersebut tidak serta merta dapat diterima dengan baik oleh pedagang. Pasalnya pasca pedagang pindah ke pasar baru akan berpengaruh pada pendapatan pedagang karena letak pasar yang kurang strategis berjarak cukup dekat dengan pasar lama. Kekhawatiran pedagang tersebut terjadi setelah adanya informasi jika separuh bagian pasar akan direlokasi, namun para pedagang tidak dapat berbuat

banyak hanya mampu menerima kebijakan yang telah dibuat oleh Pemerintah.

Pembangunan Pasar Wage Baru dimulai pada tahun 2015 dan resmi dioperasikan di tahun 2018. Menurut informasi yang didapat dari Petugas pasar menjelaskan jika pembangunan pasar mengalami banyak kendala sehingga target relokasi tidak sesuai dengan rencana awal. Begitu juga dengan perencanaan awal kebijakan relokasi pasar dibuat, Petugas mengakui jika hal tersebut terlalu tergesa-gesa sehingga hasil pembangunannya tidak maksimal. Dampak yang dirasakan oleh pedagang yakni dalam hal ketersediaan kios yang tidak mencukupi dari total pedagang yang dipindahkan sebanyak 992 pedagang dengan kios pasar yang hanya berjumlah sekitar 800 unit, belum lagi luas bangunan kios yang hanya berukuran 3x3 m² sangat minim untuk ukuran pedagang yang membutuhkan ruang lebih sebagai tempat penyediaan barang dagang mereka. Contohnya pedagang kain atau pakaian yang memerlukan tempat yang luas untuk memajang pakaian yang dijual agar dapat menarik pembeli. Hal inilah yang kemudian menjadi permasalahan pedagang karena kurangnya perencanaan pembangunan yang matang berdampak pada stabilitas ekonomi pedagang dan juga kenyamanan warga pasar.

Untuk mengatasi hal tersebut beberapa pedagang memanfaatkan modal sosial mereka agar dapat memperoleh kios sebagai upaya untuk mencukupi kebutuhan tempat mereka berdagang. Konsep modal sosial sendiri dilatarbelakangi oleh ide-ide sederhana seperti (1) keinginan individu untuk mencari peluang informasi, (2) mampu mengenal banyak orang, (3) memperoleh *support* dari orang lain saat mengalami kesulitan, (4) jika ketiga hal tersebut terpenuhi dengan baik maka akan tercapai kehidupan yang sejahtera. Kehidupan bermasyarakat tentu tidak lepas dari adanya modal sosial, meskipun modal sosial yang diperoleh seseorang tidak sama dengan yang lainnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor individu itu sendiri. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi modal sosial ialah sumber daya manusia dalam bentuk ekonomi, fisik, maupun pengetahuan, kemudian adanya relasi dan jaringan sosial. Implementasi pada masing-masing sumber daya tersebut memiliki pola dan proses yang berbeda untuk memperoleh utilitas ekonomi maupun sosial (Fathy, 2019:2). Modal sosial memiliki beberapa manfaat diantaranya, (1) dengan adanya relasi dengan orang lain hubungan keduanya akan lebih efektif, (2) hubungan yang semakin luas mampu membentuk suatu komunitas, (3) mampu meminimalisir adanya kriminalitas, dan (4) mampu

meningkatkan peran masyarakat dalam proses pembangunan.

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kebijakan relokasi melatarbelakangi beberapa pedagang menggunakan modal sosialnya untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya agar dapat melangsungkan usaha yang dijelankannya. Dalam teori modal sosial yang dicetuskan oleh Pierre Bordieu menjelaskan bahwa modal sosial memiliki aspek yang dapat dikonversikan ke dalam nilai ekonomi dan dapat dilembagakan, dengan mendayagunakan sumber daya aktual dan potensial sehingga dapat menjaring relasi yang baik dengan individu lain. Pendayagunaan modal sosial secara terus-menerus akan dapat mempengaruhi seseorang atau individu lain untuk melakukan apa yang diinginkan. Dengan mengandalkan jaringan seseorang akan dapat memperoleh informasi dengan cepat, hubungan antara individu satu dengan yang lain akan ada rasa saling memiliki, dan juga relasi yang dimiliki dapat menjadi tempat untuk menunjukkan identitas diri. Menurut Bordieu, hal terpenting dalam modal sosial yakni setiap individu mampu menguatkan koneksi-koneksi yang didapat. Koneksi yang terjalin nantinya mampu memobilisasi modal yang dimiliki baik dalam bentuk

modal ekonomi, simbolik, ataupun modal budaya (Listiani *et al.*, 2013:79).

Praktik modal sosial yang dilakukan oleh beberapa pedagang Pasar Wage Baru untuk memperoleh lapak didukung oleh modal ekonomi, modal simbolik, dan juga modal budaya. Modal ekonomi pedagang jelas dapat dilihat dari kuantitas dan kualitas barang atau produk yang ditawarkan, selain itu juga dapat dilihat dari gaya hidup pedagang, misalnya pedagang memiliki mobil pribadi yang digunakan untuk mengangkut barang menandakan jika pedagang tersebut memiliki status sosial dengan tingkat ekonomi yang tinggi. Kemudian pedagang yang memiliki modal simbolik, dapat dilihat dari strata yang dimiliki oleh pedagang memungkinkan individu tersebut memiliki kuasa atas kemauan yang hendak dicapai. Beberapa pedagang yang memiliki modal simbolik ini berasal dari keluarga dengan ekonomi menengah keatas, karena modal simbolik juga dipengaruhi oleh tingkat ekonomi maupun kemampuan fisik yang sifatnya setara. Yang terakhir adanya modal budaya yang dimiliki oleh pedagang ditunjukkan dari gaya berbicara, latar belakang pendidikan, gelar, sikap sopan santun, dan interaksi dengan individu lain. Ketiga modal diatas akan saling berkesinambungan antara satu dengan yang lainnya, meskipun ketiganya secara

spesifik tidak harus dimiliki oleh individu secara bersamaan namun akan memiliki pengaruh yang sama ketika modal tersebut dimanfaatkan secara baik.

Pemanfaatan modal sosial yang baik adalah mampu mengembangkan jaringan seluas mungkin. Dengan jaringan tersebut memungkinkan individu untuk dapat menumbuhkan kepercayaan pada setiap anggota dalam ruang lingkungannya. Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting dalam membangun kerja sama antara pedagang dengan pihak-pihak yang berwenang dalam penentuan kios atau lapak. Modal kepercayaan sebagai pondasi pertama untuk membangun hubungan yang baik dengan seseorang. Hubungan ini diharapkan mampu menumbuhkan kerjasama antara pedagang dengan pihak-pihak yang memiliki akses dan kemampuan untuk menjalankan tujuan yang akan dicapai. Menurut informasi yang diperoleh peneliti, hal pertama yang dilakukan oleh pedagang ialah menghubungi pengelola atau koordinator pasar. Koordinator pasar ini merupakan petugas pasar yang terdapat di masing-masing pasar yang memiliki tugas untuk mengatur dan menjalankan peraturan yang telah dibuat oleh Disperindag. Hal tersebut dilakukan karena Pemerintah sebelumnya telah memberi peraturan jika pedagang yang direlokasi akan mendapatkan kios

hanya satu unit saja namun beberapa pedagang merasa tidak cukup karena alasan tertentu. Peran modal sosial disini dimanfaatkan dengan baik oleh pedagang yang menginginkan untuk menambah kiosnya di pasar baru. Dari penelitian ini menunjukkan jika pedagang yang memiliki sumber daya ekonomi, fisik, maupun pengetahuanlah yang akan mendapatkan kios yang diinginkannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Pasar Wage Nganjuk merupakan salah satu pasar yang terletak di pusat Kota Nganjuk yakni berada di Jalan Ahmad Yani, Kota Nganjuk. Letaknya yang berada di tengah kota membuat Pasar Wage sangat banyak diminati oleh masyarakat Nganjuk bahkan pembeli juga berasal dari luar kota. Akses pasar yang mudah karena berada di jalur utama antar Nganjuk-Kediri dan tersedianya angkutan umum yang melintas di jalan tersebut memiliki pengaruh yang besar bagi stabilitas ekonomi pasar. Tidak heran jika Pasar Wage Nganjuk merupakan salah satu pasar dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) tertinggi dari 29 pasar yang berada pada naungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Nganjuk. Namun pada tahun 2015 Pemerintah memiliki kebijakan untuk merevitalisasi Pasar Wage

dengan merelokasi separuh bagian pasar ke tempat yang baru, sedangkan bangunan pasar yang lama akan digunakan sebagai taman terbuka hijau. Pembangunan pasar cukup lama yakni memakan waktu kurang lebih 3 tahun itupun sempat mangkrak karena ada beberapa kendala .

Akhirnya relokasi Pasar Wage Nganjuk dapat dilakukan pada tahun 2018 namun realitasnya dengan adanya relokasi tidak berjalan dengan baik justru banyak permasalahan yang dialami terutama oleh pedagang. Salah satunya adalah kurangnya perencanaan pembangunan pasar yang berdampak pada ketersediaan kios bagi pedagang. Pada bangunan Pasar Wage Baru sendiri direncanakan mampu menampung pedagang sebanyak 800, namun jumlah tersebut naik menjadi 992 pedagang. Menurut informasi yang diperoleh peneliti, penambahan jumlah tersebut dikarenakan adanya pedagang yang belum masuk dalam data yang dihimpun oleh pengelola pasar. Pasca adanya relokasi pasar pedagang juga banyak yang mengeluhkan jika tingkat pendapatan pedagang menurun drastis karena pedagang banyak yang kehilangan pelanggan, selain itu mengenai kios yang diperoleh pedagang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Pasalnya ukuran kios yang diberikan hanya berukuran 3x3 m², hal tersebut dirasa oleh pedagang sangat

tidak cukup untuk digunakan sebagai lapak berdagang mereka. Sehingga beberapa pedagang memilih untuk menambah kios sedangkan dari Disperindag telah memberi peraturan bahwasanya satu pedagang hanya mendapat satu unit saja.

Strategi kepemilikan kios oleh pedagang tidak lepas dari adanya modal sosial. Sesuai dengan teori modal sosial yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu, menurutnya modal sosial merupakan salah satu aset yang dimiliki oleh individu baik dalam bentuk sumber daya ekonomi, pengetahuan, maupun fisik yang dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan secara ekonomi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan jika peran modal sosial yang digunakan oleh pedagang dimanfaatkan untuk memperoleh kios karena beberapa pedagang masih membutuhkannya dengan alasan tertentu. Modal sosial ini dijalankan dengan cara memanfaatkan jaringan dan relasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengelola pasar dengan begitu pedagang akan mendapat akses dengan mudah karena untuk mendapatkan kios juga memerlukan negosiasi dan campur tangan pengelola. Pada realitasnya banyak terjadi kecurangan yang dilakukan oleh pedagang sebagai pemilik kios bahkan juga pengelola pasar yang menyebabkan

beberapa pedagang lain hanya memiliki separuh bagian saja.

Saran

Adanya relokasi pasar ini diharapkan mampu meningkatkan stabilitas ekonomi terutama bagi pedagang di Pasar Wage Nganjuk. Pasca terjadinya relokasi justru pendapatan pedagang sangat menurun. Hal tersebut disebabkan oleh masih adanya Pasar Wage Lama yang letaknya berdekatan dengan Pasar Wage Baru. oelh karena itu menimbulkan kesenjangan antara Pasar lama dan Baru, mayoritas pembeli lebih memilih berbelanja di PAsar Lama. Ditambah kurangnya perencanaan pembangunan pasar yang matang berdampak pada fasilitas pasar yang kurang memenuhi syarat terutama dalam hal ketersediaan kios. Perlu adanya koordinasi dan kebijakan ulang yang lebih matang agar semua pedagang memiliki pendapatan yang stabil, salah satunya dengan memindahkan semua pedagang di Pasar Lama dan Baru pada satu tempat saja.

DAFTAR PUSTAKA

Damsar (2018) *Pengantar Sosiologi Pasar*. 1 ed. Diedit oleh Damsar. Jakarta: Prenadamedia Group.

Fathy, R. (2019) “*Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat*,” *Jurnal Pemikiran Sosiologi*,

6(1), hal. 1. doi: 10.22146/jps.v6i1.47463.

Hasibuan, Nurul Adawiyah. 2017. *Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi ke Pasar Induk di Kota Medan (Studi Kasus Pasar Sutomo Medan)*. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Lexy J, Moleong. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Listiani, W. *et al.* (2013) “*Struktur Modal Pierre Bourdieu Pada Pelaku Kreatif Grafis Fashion Bandung*,” *Seni Rupa*, hal. 76–89.

Margadinata, santa (2017) “*Analisis Penerapan Modal Sosial Pada Pt. Rajawali Inti Probolinggo*,” *Agora*, 5(1).

Marsekaldo, R. *et al.* (2018) “*Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Rawajaya Di Wilayah Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara*,” *Jurnal Administrasi Publik*, 4(52).

Sulaeman, M. M. dan Homzah, S. (2014) “*Pengembangan (Modifikasi) Teori Modal Sosial dan Aplikasinya yang Berbasis Masyarakat Petani Penternak*,” *Jurnal Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran*, hal. 1–13. Tersedia pada:

<http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2014/04/MODIFIKASI-MODAL-SOSIAL-JURNAL.pdf>.

Usman, S. (2018). *Modal Sosial* (S. Usman (ed.); 1 ed.) Pustaka Belajar (Anggota IKAPI).

