

Modal Sosial Pedagang Toko Kelontong Madura di Perantauan

Fenda Nuradifa Cikha Puspitasari^{1*} dan Agus Machfud Fauzi²

^{1,2} Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH- Unesa

fenda.19007@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Madura grocery store is one of the businesses that the majority of Madurese overseas do. The phenomenon of the spread of Madura grocery stores to be precise in the Ketintang Village is certainly a highlight, because establishing a Madura grocery store requires social capital. Within social capital there are elements consisting of values and norms, trust, and networks to become a step towards the sustainability of a Madura grocery store. The purpose of this study is to analyze the three elements of social capital in the form of values and norms, trust, and networks that are applied to Madurese grocery store traders overseas. This research was conducted in the Ketintang Village, Gayungan District, Surabaya. This study used a qualitative method by collecting data by purposive sampling. The theory applied in this study is Fukuyama's social capital. The selection of research subjects chose Madura grocery store traders who have lived and traded for more than one year and are from the area of Sumenep Regency. Data collection techniques applied in the form of observation, interviews, and documentation. The results of the study explain that the values and norms of Madurese grocery store traders are the result of the inspiration of Madurese immigrants who originate from the holy book of the Koran, culture and traditions, so that they become capital in building trust and networks. Trust built by traders is useful for building trust between buyers in one transaction and fellow traders to maintain social interaction. However, the network itself is still weak among merchants because the establishment of a Madura grocery store in the Ketintang sub-district is dominated by kinship networks and there is no community to shelter the existence of the Madurese grocer in the Ketintang sub-district.

Keywords : Madura Grocery Store, Social Capital, Overseas

Abstrak

Toko kelontong Madura menjadi salah satu usaha yang mayoritas digeluti oleh orang Madura di perantauan. Fenomena tersebarnya toko kelontong Madura tepatnya di Kelurahan Ketintang tentu menjadi sorotan, sebab dalam mendirikan toko kelontong Madura diperlukan adanya modal sosial. Di dalam modal sosial terdapat elemen-elemen yang terdiri dari nilai dan norma, kepercayaan, serta jaringan untuk menjadi langkah keberlangsungan toko kelontong Madura. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa tiga elemen dari modal sosial yang berupa nilai dan norma, kepercayaan, serta jaringan yang diterapkan pada pedagang toko kelontong Madura di perantauan. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Ketintang, Kecamatan Gayungan, Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data secara purposive sampling. Teori yang diterapkan pada penelitian ini ialah modal sosial Fukuyama. Pemilihan subjek penelitian memilih pedagang toko kelontong Madura yang telah menetap dan berdagang lebih dari satu tahun dan asal daerah dari Kabupaten Sumenep. Teknik pengumpulan data yang diterapkan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian memaparkan bahwa nilai dan norma pada pedagang toko kelontong Madura merupakan hasil dari pengilhaman perantau Madura yang berasal dari kitab suci Al-quran, kultur, dan tradisi, sehingga menjadi modal dalam membangun kepercayaan dan jaringan. Kepercayaan yang dibangun oleh pedagang berguna untuk membangun rasa percaya antar pembeli pada saat bertransaksi dan sesama pedagang untuk memelihara interaksi sosial. Namun pada jaringan sendiri masih lemah pada sesama pedagang karena berdirinya toko kelontong Madura di Kelurahan Ketintang didominasi jaringan kekeluargaan serta tidak ditemukan komunitas sebagai penyangga keberadaan pedagang toko kelontong Madura di Kelurahan Ketintang. Kata Kunci: Toko Kelontong Madura, Modal Sosial, Perantauan

1. Pendahuluan (500-750 kata)

Indonesia memiliki banyak etnisitas yang tersebar di pelosok daerah dan memiliki karakteristik masing-masing dalam aspek sosial, budaya, politik, maupun ekonomi. Terdapat beberapa etnis yang memiliki nama besar hingga dikenal oleh masyarakat luar daerahnya, salah satunya Etnis Madura. Etnis Madura menjadi salah satu etnis yang menarik untuk dibahas dalam segi budaya merantainya. Hal ini dilatarbelakangi kondisi ekonomi masyarakat Madura yang masuk dalam kategori miskin. Menurut data dari Badan Pusat Statistik yang memuat jumlah penduduk miskin di Jawa Timur dengan rentang tahun 2019-2021, Kabupaten Sampang masuk dalam

peringkat pertama dalam wilayah Pulau Madura. Pada 2021, jumlah kemiskinan di Kabupaten Sampang sebesar 23.723 jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2021). Jumlah kemiskinan tersebut, ikut dipengaruhi oleh kondisi geografis Pulau Madura yang berada di marginal Pulau Jawa bagian timur. Kondisi tersebut tampak wilayah yang kecil, tandus, kering, dan kondisi tanah yang kurang subur. Kendati demikian, masih terdapat masyarakat Madura yang tetap bertahan di tanah kelahirannya untuk bertahan hidup dengan kondisi yang kurang dan bekerja sebagai pekerja di ladang dan petani garam. Selain itu, faktor pendidikan yang masih rendah dan minimnya masyarakat Madura yang mengenyam pendidikan formal turut andil pada situasi kemiskinan di Madura.

Kondisi yang memprihatinkan, masyarakat Madura berinisiatif untuk merantau di wilayah-wilayah tertentu, sebagaimana sejarah yang ditulis oleh Kuntowijoyo tentang Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris Madura pada 1850-1940. Pada masa itu, kondisi geografis Madura dikelilingi tegalan. Tegalan di Madura memiliki karakteristik berupa tandus dan sukar pemerolehan air karena faktor musim yang tidak menentu. Kondisi tegalan yang terbatas, masyarakat Madura memilih menanam tanaman yang tidak membutuhkan banyak air, seperti: jagung, palawija, dan tembakau. Akan tetapi, usaha masyarakat tidak membuahkan hasil karena cuaca yang dinamis, sehingga hasil panen yang sedikit dan berujung gagal panen. Kondisi inilah menjadi motivasi masyarakat Madura untuk merantau di luar wilayahnya, terutama di Jawa Timur (Irfani, 2023).

Sejarah merantaunya masyarakat Madura membuktikan bahwa mereka bukan mengalami kesulitan dalam memperoleh pekerjaan, namun keterbatasan sumber daya alam di daerahnya. Sehingga, pola ekonomi pada masyarakat Madura yang berawal dari pengelola lahan beralih menjadi pekerja informal. Daerah-daerah yang menjadi incaran masyarakat Madura bermigrasi semakin luas bahkan merata di kota-kota di Jawa Timur. Dari situlah, muncul kegigihan masyarakat Madura dalam memperoleh penghidupan yang lebih baik. Masyarakat Madura tidak pernah pandang bulu bentuk pekerjaan apa yang akan dilakoninya. Asal sumber penghasilannya halal, bagi mereka cukup. Akhirnya, sering ditemui masyarakat Madura yang merantau menjalani pekerjaan informal seperti seperti berdagang Sate Madura, berdagang bubur kacang ijo, juragan rongsok dan besi, tukang cukur, menjual penyetan, serta tentunya membuka toko kelontong Madura.

Peredaran toko kelontong Madura tepatnya di Surabaya sudah merayap hingga sudut kota. Usaha toko kelontong yang mana menjadi elemen penting dalam rotasi kehidupan rumah tangga, menjadikan usaha tersebut cukup menjanjikan untuk dijalankan. Kelurahan Ketintang, Kecamatan Gayungan menjadi salah satu contoh daerah yang menjadi sasaran orang Madura untuk membuka usaha toko kelontong Madura. Berdirinya satu toko dengan toko kelontong lainnya menjadi salah satu keunikan dan menjadi pembeda dengan model toko kelontong konvensional. Jika fenomena tersebut dilihat dari permukaan saja, tentu mengkhawatirkan bila mengalami gesekan antara toko kelontong Madura dengan toko kelontong Madura lainnya. Maka, didalam relasi antar pemilik toko kelontong Madura dengan lainnya memiliki modal sosial. Menurut Fukuyama, tentu adanya kepercayaan yang menjadi tolok ukur tingkat modal sosial. ia menganggap bahwa kepercayaan memiliki keterkaitan dengan asal budaya, terutama pada etika dan moral yang dimiliki oleh masyarakat bertautan. Berdiri toko kelontong, tidak serta merta berdiri tanpa adanya sangkut paut kelompok kepentingan. Fukuyama menjelaskan bahwa keberhasilan ekonomi, memang memerlukan keberadaan ekonomi dan kerja sama yang demokratis. Akan tetapi, hal itu tidak bisa berjalan tanpa adanya peranan habitus dalam budaya tradisional. Peranan tersebut, memunculkan seperangkat nilai dan norma untuk menumbuhkan perilaku jujur pada anggota kelompok (Syahra, 2003).

Pada fenomena di atas, terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, yang pertama tentang “*Diaspora Madura: Analisis Modal Sosial Dalam Usaha Sektor Informal Oleh Imigran Madura Di Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor, Jawa Barat*” Penelitian yang

dikemas oleh Yakob Arfin Tyas Sasongko dan Ekawati S. Wahyuni meninjau dengan hasil bahawasanya modal sosial memiliki peran pada usaha informal yang mana perkembangannya pada lingkup migran Madura. Modal sosial yang dibahas berupa kepercayaan, norma, serta jaringan soasial. Kepercayaan yang dimiliki oleh migran Madura yang berkulat pada sesama migran etnis Madura dan di luar etnis Madura, tingkat kepercayaanya rendah. Lalu, norma yang harus ditaati oleh migran etnis Madura ialah saling menghargai usaha satu sama lain agar menghindari konflik antar etnis di perantauan. Terakhir, jaringan sosial yang dimiliki terbilang sempit, akan tetapi tali yang paling berpengaruh dalam memperoleh modal sosial ialah teman kerja dan komunitas migran Madura (Sasongko & Wahyuni, 2015).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti memiliki tujuan untuk mengkaji modal sosial yang dimiliki oleh pedagang toko kelontong Madura di perantauan. Modal sosial yang digunakan menggunakan kacamata analisis dari Francis Fukuyama. Sehingga, fokus penelitian yang diangkat yakni Modal Sosial Pedagang Toko Kelontong Madura di Perantauan.

2. Kajian Pustaka

2.1 Teori Modal Sosial Fukuyama

Teori modal sosial yang menurut Fukuyama sebagai kapabilitas yang hadir dari bentuk kepercayaan general pada suatu kelompok masyarakat. Kondisi kelompok masyarakat yang dimaksud Fukuyama, terdapat aspek-aspek krusial dalam modal sosial. Kepercayaan yang menjadi tolok ukur dalam modal sosial. Norma dan nilai menjadi pendukung dalam modal sosial Fukuyama karena terdapat keterikatan adanya kepercayaan. Jaringan Sosial merupakan hasil adanya kepercayaan individu terhadap invidu lain dan dilandasi adanya nilai dan norma, mampu membentuk jalinan kerja antara dua belah pihak atau lebih. Oleh sebab itu, parameter kepercayaan pada suatu kelompok masyarakat tidak lepas dari norrna dan nilai budaya yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (Fukuyama, 2002).

Historis dalam gagasan modal sosial Fukuyama, membuktikan bahwa keterkaitan kepercayaan, nilai dan norma, serta jaringan sosial bisa menjadikan sebagai konsep teori untuk menkaji modal sosial yang dimiliki pedagang toko kelontong Madura di perantauan. Aspek dari modal sosial bisa bedah secara terperinci, sebagai berikut:

1) Kepercayaan (*Trust*)

Aspek kepercayaan dalam modal sosial merupakan perekat kerjasama dalam kelompok masyarakat. adanya kepercayaan, menjadikan individu mau untuk bergabung dalam sebuah usaha agar berjalan efektif. Kepercayaan dibangun atas pondasi seperti kejujuran, kesetiaan, dan keteguhan dalam melaksanakan modal sosial (Fukuyama, 2002). Adanya pondasi tersbut, mampu mengikat antar anggota masyarakat agar mau bekerja sama agar menjadi masyarakat transenden .

2) Nilai dan Norma (*Norms*)

Aspek nilai dan norma merupaka perkumpulan pengertian, nilai dan norma budaya, pengharapan, serta tujuan yang diamini oleh seluruh kelompok masyarakat. Mulanya nilai dan norma yang dimkasud oleh Fukuyama ialah berasal dari budaya dan agama (Fukuyama, 2002). Muatan yang terkandung pada nilai dan norma yang sebagian besar kelompok masyarakat yakini berupa aturan yang mengatur segala aktivitas dan tingkah laku di dalamnya. Terwujudnya nilai dan norma pada kelompok masyarakat adanya pertukaran yang bersifat mengulang dan menjadi sebuah habitus yang saling menguntungkan. Sehingga, keberadaan nilai dan norma pada kelompok masyarakat harus ditaati dan memuat sanksi bila dilanggar.

3) Jaringan (*Networks*)

Aspek jaringan merupak kerkaitan antara individu dengan kelompok masyarakat. Keuntungan jaringan dalam modal sosial mampu memberikan manfaat pada pengelolaan sumberdaya bersama agar mempermudah mengatur serta mempererat kerja sama. Selain itu, jaringan menjadi salah satu kunci utama untuk membentuk kepercayaan (Nafiqoh, 2015). Sebab, jaringan dan kepercayaan hadir untuk menangani sebuah fenomena yang membutuhkan peranan aktor dalam memecahkan masalah.

2.2 Toko Kelontong

Toko kelontong merupakan salah satu UMKM yang menjadi tulang punggung keluarga di Indonesia. Secara definisi, toko kelontong merupakan toko yang menjual aneka kebutuhan rumah tangga dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Sejarah hadirnya toko kelontong tidak serta merta hadir di tengah masyarakat. Berawal dari pedagang keliling yang menjajakan dagangannya dengan alat bunyi-bunyian yang berbentuk tambur kecil dengan memiliki tali biji di sisi kanan dan kiri. Fungsi tali tersebut untuk membunyikan alat tersebut dengan memutar gagang agar berbunyi untuk menarik pelanggan. Bunyi-bunyian tersebut terciptalah suara khas *klothok-klothok*, pertanda pedagang kelontong lewat (M. A, 2019). Alat bunyi-bunyian tersebut pertama kali diperkenalkan dari pedagang Tionghoa pada era dahulu sebagai ciri khasnya. Artinya, toko kelontong hadir di Indonesia pada abad 19. Namun demikian, eksistensi pedagang kelontong keliling memilih membuka usaha sendiri secara permanen, agar barang dagangan yang ditawarkan lebih lengkap dan hadir di sela-sela lingkungan rumah masyarakat.

2.3 Budaya Merantau Masyarakat Madura

Madura merupakan salah satu suku yang bermukim di Pulau Madura. Secara administratif, Pulau Madura masuk pada bagian dari Provinsi Jawa Timur. Karakteristik yang terasa pada Suku Madura yakni dialognya yang menggunakan bahasa Madura asli. Pada 2022, populasi penduduk Madura sebanyak kurang lebih 4 juta penduduk, yang mana telah meliputi kabupaten: Sampang; Bangkalan; Sumenep; dan Pamekasan (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2023). Banyaknya jumlah penduduk yang menduduki area Pulau Madura, terdapat keunikan yang telah dikenal oleh khalayak umum, yakni budaya merantaunya. Budaya merantau yang dilakukan oleh orang Madura tidak serta merta merantau begitu saja, terdapat historis yang menjadi latar belakangnya.

Kuntowijoyo dalam karyanya tentang Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris Madura pada 1850-1940, menjabarkan bahwa dulunya Pulau Madura sebagai wilayah yang gersang. Kondisi gersang ini menjadikan dilematika masyarakat Madura untuk bisa terus bertahan hidup. Mereka memanfaatkan kondisi gersangnya lingkungan dengan bercocok tanam sebagai petani jagung, palawija, bahkan tembakau. Namun, usaha-usaha yang telah dikerahkan oleh masyarakat Madura tidak membuahkan hasil yang memuaskan, meskipun telah membuat irigasi untuk sumber pengairan lahan gersang tersebut. terpaksa, sebagian masyarakat Madura memilih untuk merantau di luar tanah kelahirannya (Irfani, 2023).

Pada 1806, Masyarakat Madura memilih merantau di Jawa Timur tepatnya daerah Probolinggo, Pasuruan, dan Situbondo. Hal ini disebabkan adanya pembukaan area perkebunan pada ketiga daerah tersebut yang menjadikan masyarakat Madura merantau. Pembukaan perkebunan tersebut, masyarakat Madura akhirnya memperoleh pekerjaan sebagai buruh di perkebunan. Dari situlah, masyarakat Madura yang lain ikut termotivasi untuk mengikuti jejak saudara persukuan untuk merantau. Masa itu, sudah tercatat lebih dari 20 ribu jiwa dari Sumenep yang bermigrasi ke tiga lokasi tersebut. Jumlah migrasi tersebut belum termasuk yang bermigrasi

secara ilegal, tidak tercatat di pemerintahan. Banyaknya jumlah migrasi masyarakat Madura, juga didorong dengan akses transportasi penyeberangan kala itu. Tarif yang dikenakan sekali jalan sebesar 25-30 sen atau setara upah buruh harian (Irfani, 2023).

Historis itulah menjadikan landasan banyaknya masyarakat Madura yang merantau di luar. Daerah yang menjadi daya tarik untuk merantau yakni Jabodetabek, Yogyakarta, Surabaya, dan bahkan daerah-daerah yang mana memiliki tingkat strategis dalam memperoleh penghidupan yang lebih baik. Layaknya masyarakat perantau dari Madura yang membuka usaha toko kelontong Madura yang memilih lokasi-lokasi yang memungkinkan toko tersebut terus hidup.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif merupakan metode untuk mempelajari perilaku manusia dengan cara penelitian yang mendalam secara keseluruhan (Salim & Syahrur, 2012). Pada penelitian ini peneliti ingin melihat lebih dalam mengenai bagaimana wujud modal sosial yang diterapkan oleh pedagang toko kelontong Madura di perantauan tepatnya di Kelurahan Ketintang denganacamata modal sosial Fukuyama.

Kriteria subjek penelitian ini yakni pemilik atau pengelola toko kelontong Madura di Kelurahan Ketintang dengan minimal berdagang satu tahun. Selain itu pemilik atau pengelola toko kelontong Madura merupakan asal daerah dari Sumenep. Teknik analisis data yang diterapkan pada penelitian ini berupa penelitian kualitatif yang terdapat tiga proses, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada fase awal, poin penelitian masih bias dan belum tampak jelas. Sedangkan observasi penelitian masih bersifat general dan luas. Sehingga perlu adanya proses-proses agar poin penelitian dan observasi berstruktur agar memperoleh data yang lebih terperinci (Salim & Syahrur, 2012).

4. Hasil dan Pembahasan

Fukuyama memberikan sumbangsih pemikiran tentang modal sosial yang merupakan kemampuan yang timbul adanya kepercayaan general pada sebuah masyarakat atau kelompok-kelompok tertentu. Kepercayaan tertransmisikan adanya nilai dan norma yang dimiliki secara kolektif pada suatu masyarakat yang mana memungkinkan terjalin kerjasama. Nilai dan norma (*norms*) yang terbangun, menjadi landasan timbulnya sebuah kepercayaan dan didukung adanya jaringan. Timbulnya nilai dan norma tidak terciptakan melalui kelembagaan formal saja, namun didominasi oleh kultur, tradisi, sejarah, dan aktor yang berpengaruh agar mampu memberikan pengaruh yang sesuai dengan apa yang mereka ilhami. Dari situlah muncul modal sosial spontan untuk mengatur pola perilaku individu maupun kelompok masyarakat. Keberadaan nilai dan norma, memiliki keterikatan adanya jaringan. Hal ini dibuktikan dengan dukungan antar dua elemen tersebut untuk mewujudkan keberhasilan dalam modal sosial. Jaringan memiliki posisi sebagai jembatan penghubung antara dua belah pihak yang memiliki kepentingan yang sama. Jaringan juga menjadi pembantu bila terdapat salah satu pihak yang memerlukan bantuan agar pihak sebelah mampu membantunya. Namun, jika jaringan sendiri tidak ada dalam hubungan kolektif dua belah pihak, tentu kepercayaan sendiri juga tidak tumbuh diantara mereka.

Kedudukan kepercayaan (*trust*) memberikan pengaruh kepada sesama kelompok masyarakat secara signifikan. Bila kepercayaan sendiri masih rendah, nilai dan norma serta jaringan tidak bisa berjalan dengan baik. Perlu diingat bahwasanya modal sosial Fukuyama terbagi dalam dua tingkatan kepercayaan yakni *high trust* dan *low trust*. Dua tingkatan ini memiliki perbandingan yang berbeda. Secara umum, masyarakat dengan kepercayaan tinggi akan memiliki kepercayaan yang baik disaat orang lain dipersilakan bergabung dan ikut serta dalam kepengurusan, sedangkan masyarakat yang

kepercayaan yang rendah akan memiliki rasa skeptis kepada orang yang tidak dikenal untuk bergabung dalam kepengurusan. Biasanya, orang dengan kepercayaan yang rendah lebih mengutamakan keluarga dekat atau sahabat untuk bergabung.

Fenomena pedagang toko kelontong Madura di perantauan bisa dibedah dengan tiga elemen modal sosial dari Fukuyama, sebagai berikut:

4.1 Nilai dan Norma (*Norms*) pada Pedagang Toko Kelontong Madura di Kelurahan

Ketintang

Nilai dan Norma menurut Fukuyama merupakan suatu pengendalian atau kontrol pada kelompok masyarakat. Kedudukan nilai dan norma pada modal sosial memiliki sifat yang harus dipatuhi dan dijalankan dengan baik guna terhindar dari suatu yang merugikan pihak yang bersangkutan. Sifat nilai dan norma yang diterapkan pada pedagang toko kelontong Madura berupa nilai norma informal. Nilai dan norma informal merupakan aturan dan komitmen yang disepakati antara pedagang dan pembeli atau sesama pedagang. Bentuk informalnya mengarah pada aturan tersirat. Koneksi nilai dan norma pada pedagang toko kelontong Madura bisa dirasakan saat interaksi ekonomi antara pedagang dan pembeli serta sesama antar pedagang toko kelontong Madura di Kelurahan Ketintang.

Nilai dan norma memiliki sifat resiprositas yang mana terdapat keterikatan adanya hak serta kewajiban kedua belah pihak yang mampu menggaransi keuntungan yang didapat adanya sesuatu aktivitas. Secara tidak langsung, bila terdapat pihak yang menyimpang dari nilai dan norma yang bersifat resiprositas, akan mendapatkan efek buruk dari tindakannya. Biasanya timbul konflik persaudaraan. Hal ini berkesinambungan adanya latar belakang orang Madura yang berpegang teguh pada kandungan kitab suci Al-Quran yang mana berisikan tentang berlaku baik terhadap sesama, kerja keras, tidak mudah menyerah, berlaku jujur, dan tidak curang. Tentu, hal ini menjadi patokan pedagang toko kelontong Madura dalam menjalankan usaha berdagangnya dengan tidak asal-asalan. Bila mana pedagang toko kelontong Madura tidak menerapkan perilakunya sesuai kitab suci, maka efeknya akan terasa pada diri pedagang.

Pembedahan nilai dan norma pada toko kelontong Madura bisa ditinjau dari sisi pedagang dengan pembeli dan antar pedagang toko kelontong Madura.

a. Nilai Dan Norma Antara Pembeli dan Pedagang Toko Kelontong Madura di Kelurahan Ketintang

Pada kelima subjek mulai dari Khairul, Heti, Idris, Kia, dan Anwar, telah menerapkan nilai dan norma yang berdasarkan ajaran agama berupa keramahan. Keramahan sendiri mengarah pada pelayanan yang baik terhadap pembeli. Tentu tidak semua toko kelontong mampu menerapkan keramahan pada pembeli. Mengingat stigma masyarakat terhadap orang Madura yang masih menanggapi orang yang keras dan judes, menjadi kelima subjek peneliti harus mengubah perlahan stigma masyarakat melalui transaksi ekonomi. Nilai dan norma menurut Schwartz mengarah pada *security* yang merupakan nilai dan norma yang mengandung keselarasan dan kestabilan masyarakat dalam relasi antar individu maupun kelompok. Selain itu, subjek kedua yakni Heti juga memiliki pemahaman nilai dan norma menurut Schwartz yakni *universalism* yang mana memiliki bentuk apresiasi dengan pembeli menggunakan cara memberikan bingkisan kepada pembeli sebagai bentuk royaltis pedagang dengan pembeli atas menjadi pelanggan tetap.

Selain itu, dalam pencarian temuan data, kelima subjek pedagang toko kelontong Madura juga memberikan *treatment* berupa mengajak berbincang dengan pembeli. *Treatment* seperti ini hanya bisa mereka terapkan disaat pembeli terlihat mau diajak berbincang dan lama di toko. Secara nilai, hal itu baik untuk dilakukan agar memperoleh

kepercayaan antara dua belah pihak, sehingga pembeli mau datang berbelanja di toko mereka lagi. Dari kelima subjek tersebut, dianggap berhasil dalam membangun kepercayaan agar meningkatkan omzet toko dan menjalin silaturahmi dengan pembeli. Sebab, kepercayaan menjadi kunci utama dalam mengakumulasi modal sosial agar tetap berjalan.

b. Nilai dan Norma Antar Pedagang Toko Kelontong Madura di Kelurahan Ketintang

Pedagang toko kelontong Madura di perantauan memiliki nilai dan norma yang bersifat kolektif. Akan tetapi, nilai dan norma pada pedagang tidak dibangun dalam satu komunitas. Nilai dan norma mereka berasal dari budaya dan agama di daerah asalnya. Mereka mengilhami bahwasanya orang yang ingin menjalankan sebuah usaha atau pekerjaan, selalu dikaitkan pada nilai kitab suci Al-Quran berupa sifat jujur dan tidak bersikap curang. Dari nilai-nilai tersebut, membentuk sebuah norma yang tersirat. Peneliti menemukan jawaban unik dari subjek keempat yakni Kia yang mana ia menjelaskan bahwa setiap tindak tanduk mereka tidak lepas dari tradisi kultur seperti setiap ingin merantau, harus menemukan hari baik agar usahanya lebih berkah dan terhindar dari marabahaya. Hal ini menjadikan identitas bahwa orang Madura sendiri memiliki sifat yang taat setiap ajaran dari leluhurnya.

Pengungkapan nilai dan norma menurut kelima subjek tersebut, Fukuyama melihat bahwa nilai dan norma yang ada pada pedagang toko kelontong Madura merupakan hasil ikatan asal daerah. Ikatan asal daerah yang memiliki separangkat aturan, mampu menjadi bekal pedagang toko kelontong Madura untuk pergi merantau. Hal itu telah mereka terapkan sebagaimana aturan itu ada, seperti keramahan, kerja keras, jujur, dan tidak melakukan kecurangan. Aturan tersebut menjadi bekal dalam membangun sebuah *trust* terhadap sesama pedagang toko kelontong Madura di Kelurahan Ketintang.

4.2 Kepercayaan (*Trust*) pada Pedagang Toko Kelontong Madura di Kelurahan Ketintang

Kepercayaan atau *trust* menurut Fukuyama merupakan salah satu elemen dalam modal sosial yang memiliki kedudukan penting. Pada toko kelontong Madura, kepercayaan terjalin adanya *trust* pihak-pihak yang terlibat, terutama dengan pembeli. Namun, tak ayal juga *trust* antar pedagang toko kelontong Madura juga ikut andil. Kepercayaan hadir tidak begitu saja, namun adanya interaksi karena kebutuhan masing-masing. Kepercayaan ini memang tidak lepas dari kaitan etika dan moral yang berlaku. Sebab, kepercayaan pada orang Madura memang tidak lepas dari kultur yang dimiliki masyarakat yang ada di kampung halamannya.

Pembagian kepercayaan sendiri terbagi dalam dua tingkatan menurut pengelolaan suatu kelompok. Kepercayaan dimulai dengan adanya *high trust* dan *low trust*. *High trust* sendiri merupakan tingkatan kepercayaan yang didasari adanya masyarakat kelompok yang mau berproses di luar lingkup keluarga, serta ikut andil dalam penciptaan kelembagaan atau jaringan bisnis. Sedangkan *low trust* merupakan tingkatan kepercayaan yang didasari adanya masyarakat kelompok yang sukar berproses di luar dan bersifat familistik. Familistik sendiri mengarah kepada kepercayaan kelompok yang mengacu pada klan tertentu. Sehingga tingkat kepercayaan terhadap orang yang bukan berasal dari satu klan itu rendah. Dalam toko kelontong Madura, status dari tiga merupakan pengelola toko kelontong Madura. Pemilik dari toko yang mereka kelola sebagian berasal dari saudara kandung, saudara sepupu, dan teman dekat. Hal ini bisa disimpulkan bahwasanya tingkatan *trust* di dalam toko kelontong Madura masuk pada tingkatan *low trust*. Alasannya, mereka membangun kepercayaan masih

berdasarkan kekeluargaan dan sukar percaya dengan orang lain meskipun berada dalam satu klan.

Selain membangun kepercayaan dalam membangun kehidupan toko kelontong Madura, perlu adanya membangun kepercayaan antara pembeli dan sesama pedagang toko kelontong Madura di Kelurahan Ketintang.

a. Kepercayaan Anantara Pembeli dan Pedagang Toko Kelontong Madura di Kelurahan Ketintang

Kepercayaan yang dibangun antara pembeli dan pedagang toko kelontong Madura dimulai dari pelayanan yang ramah. Hal tersebut menjadi kunci utama dalam memberikan kenyamanan kepada pembeli agar mau kembali ke tokonya. Menurut subjek ke empat yakni Kia, mengungkapkan bahwasanya orang-orang masih terbawa stigma jika orang Madura merupakan orang berwatak keras dan judes. Padahal, karakteristik tersebut sudah menjadi khas dan bukan berkonotasi negatif. Sehingga menurut subjek keempat, harus membangun kepercayaan dengan melayani ramah dengan pembeli agar kedepannya orang-orang tidak terbelenggu pada stigma negatif orang Madura.

Selanjutnya kepercayaan dibangun pada pembeli dan pedagang toko kelontong Madura berupa memberikan barang secara percuma atau pemberian THR menjelang hari raya. Hal ini dilakukan oleh subjek kedua yakni Heti. Tindakan yang dilakukan ada pembeli biasanya memberikan gratiskan berupa minyak goreng atau biskuit saat menjelang hari raya namun khusus pembeli yang membeli barangnya dalam jumlah besar. Alasannya ialah agar pembeli tetapnya tetap menaruh kepercayaan dan mau kembali membeli di tokonya.

Selain royaltis pedagang dengan pembeli, terdapat kepercayaan yang diberikan yakni memberi pinjaman atau utang kepada pembeli. Dari kelima subjek, bervariasi responnya terhadap pemberian pinjaman atau utang pada pembeli. Ada beberapa tipe pedagang: pertama, tidak berani memberikan pinjaman karena pernah mengalami kejadian buruk berupa tidak mau membayar hutangnya; kedua, ada yang memberi pinjaman namun hanya tetangga dekat toko atau orang yang dikenal dekat; ketiga, memberikan pinjaman asal berkomitmen dengan perjanjian dengan pedagang dan pembeli.

b. Kepercayaan Antar Pedagang Toko Kelontong Madura di Kelurahan Ketintang

Kepercayaan yang dibangun antar pedagang kelontong Madura tumbuh saat mereka tidak terusik satu sama lain. Keberadaan toko kelontong Madura yang dalam satu lingkup terdiri lebih dari satu, menjadikan mereka membuat kesepakatan tersirat. Menurut subjek pertama yakni Khairul, kepercayaan dengan pedagang lainnya muncul saat akan membuka toko yang sama, harus tidak berdekatan dan memiliki jarak tiga tiang litrik dari tokonya. Hal ini berguna agar tidak terjadi gesekan dan konflik.

Selain itu, kepercayaan antar pedagang toko kelontong Madura ialah bersaing secara sehat. Dari kelima subjek memvalidasi bahwa kepercayaan muncul ketika toko satu sama lain akan bersaing secara sehat meskipun identitas yang mereka miliki sama. Bagi mereka, selama toko satu dengan lainnya tidak berbuat hal negatif, maka rasa kepercayaan antar pedagang akan terjalin, meskipun interaksi sosialnya terbatas. Ranah kepercayaan antar pedagang, membuktikan bahwa tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh sesama pedagang pada di tingkat *low trust*. Melihat peraturan tersirat dalam pengaturan jarak pendirian toko kelontong Madura, masih muncul perasaan was-was akan persaingan. Meskipun dari kelima subjek mengatakan persaingan adalah hal wajar, tentu kepercayaan antara mereka masih rendah. Padahal, persamaan daerah asal rantau seharusnya memiliki tingkat

kepercayaan tinggi dalam modal sosial mereka. Namun pada faktanya, semakin jauh lokasi mernatu yang dituju, tingkat kepercayaan juga tinggi. Artinya, bagi mereka yang merantau di lingkup Surabaya, tingkat kepercayaan tidak terlalu tinggi bahkan cenderung rendah karena mereka masih memiliki sanak famili dan tidak terlalu bergantung pada pedagang toko kelontong Madura.

4.3 Jaringan (*Networks*) pada Pedagang Toko Kelontong Madura di Kelurahan Ketintang

Jaringan dianggap sebagai relasi antar pihak yang bersangkutan yang memiliki tujuan-tujuan yang bisa dilalui lewat relasi kekeluargaan, persahabatan, atau komunitas. Pembentukan jaringan tidak terlalu sulit, melalui komunikasi, pihak-pihak yang memiliki tujuan sama akan membantuk sebuah jaringan kecil yang menjadi landasan adanya modal sosial. Pada pedagang toko kelontong Madura di perantauan terbentuk adanya tawaran dari saudara atau teman yang telah merintis usaha pertama kali. Dari kelima subjek, hanya tiga subjek yakni Idris, Kia, dan Anwar yang masuk dalam jaringan toko kelontong Madura yang dibuat oleh pemiliknya. Mereka sekadar pengelola toko dan buka pemilik. Sisanya, Khairul dan Heti merupakan pemilik pribadi toko kelontong Madura yang dikelolanya. Menurut tiga dari lima subjek yang merupakan pengelola toko, mereka bergabung dalam jaringan toko kelontong Madura dari bos atau juragan. Jaringan ini memiliki kapasitas kecil dengan artian hanya beberapa toko saja yang dimiliki oleh bos atau juragan mereka. Menurut penuturan dari subjek keempat yakni Kia, bosnya sendiri memiliki ritel atau cabang dimilikinya sebanyak tiga buah yang berlokasi di Kenjeran, Dukuh Menanggal, dan di Ketintang yang ia kelola. Dari situlah, jaringan yang mereka ikuti bersifat familistik yang mana mereka bergabung atas hubungan kekeluargaan atau kekerabatan. Hubungan tersebut menjadikan jaringan toko kelontong Madura tidak bisa seluas jaringan toko swalayan karena minimnya kepercayaan juragan toko kelontong Madura terhadap orang asing. Selin itu, pembagian hasil dari jaringan ritel toko kelontong Madura pada tiga subjek memiliki pembagian yang sama. Pemerolehan omzet sebulan akan disisihkan sebanyak 10% untuk upah bagi hasil dengan pemilik serta pengelola toko. Sisa pemerolehan omset akan dirotasikan untuk membeli barang dagangan yang kurang atau habis di persediaan toko.

Pada umumnya, jaringan pada modal sosial, tumbuh adanya kelembagaan atau komunitas untuk menggaet pihak-pihak yang mau terlibat. Kekurangan dari jaringan ini ialah tidak ada komunitas yang khusus membina toko kelontong Madura di perantaun di Surabaya. Alasan dari kelima subjek tersebut ialah lokasi dari tempat merantau dengan kampung halaman cukup dekat dan pertemuan antar pedagang toko dilakukan saat pulang kampung atau hari raya keagamaan. Akan tetapi, bukan berarti toko kelontong madura di perantauan tidak terdapat komunitas yang menjadikan *bridging social capital*, namun hanya di beberapa daerah saja seperti Jabodetabek atau Yogyakarta yang memiliki komunitas toko kelontong Madura di perantauan. Alasan yang didapatkan dari salah satu subjek, mengatakan bahwa komunitas pedagang toko kelontong Madura memiliki kuasa yang lemah. Hal ini berdasarkan karena mereka merantau yang masih dalam radius yang dekat dan rata-rata sanak familinya juga membuka toko yang tidak jauh dari radar toko kelontong miliki para subjek.

Kesimpulan

Toko kelontong Madura merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari dan dikelola oleh orang Madura asli. Eksistensi toko kelontong Madura tepatnya di Kelurahan Ketintang, dikenal oleh banyak masyarakat karena kedatangan perantau dari Madura. Dalam migrasi tersebut, tentu

diperlukannya modal sosial agar mampu beradaptasi dan menjalankan usaha toko. Pedagang toko kelontong Madura yang menjadi aktor utama dalam menerapkan modal sosial. Fukuyama sebagai tokoh yang memberikan pemikirannya dalam modal sosial, tentu terdapat beberapa elemen-elemen sebagai penunjang penerapan modal sosial di toko kelontong Madura. Pertama, nilai dan norma memiliki landasan utama yang mana toko kelontong Madura harus memiliki berupa kerja keras, keramahan, tidak berbuat curang, dan bersaing secara sehat. Kedua, kepercayaan juga menjadi kunci dalam meraih *trust* dari pembeli. *Trust* tersebut memuat bersikap ramah, memberikan pelayanan yang ramah, kenyamanan, dan bersaing secara sehat antar toko kelontong Madura. Terakhir, jaringan yang menjadi jembatan antara pembeli atau pedagang lainnya. Namun jaringan pada tidak terdeteksi, sebab jaringan sendiri terbentuk adanya relasi pedagang dengan jaringan kecilnya, yakni pemilik toko. Lalu, jaringan antar pedagang cukup lemah sebab penyebaran toko kelontong Madura di Ketintang bukan disebabkan adanya komunitas antar toko kelontong Madura, namun karena usaha perseorangan.

Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2021). *Jumlah Penduduk Miskin menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Ribun Jiwa), 2019-2021*. <https://jatim.bps.go.id/indicator/23/421/1/jumlah-penduduk-miskin-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur.html>
- [2] Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur (Jiwa), 2021-2023*. <https://jatim.bps.go.id/indicator/12/375/1/jumlah-penduduk-provinsi-jawa-timur.html>
- [3] Fukuyama, F. (2002). *Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran* (2 ed.). CV. Qalam Yogyakarta..
- [4] Irfani, F. (2023, Februari 17). Budaya Merantau Madura: Mengakar Sejak Dulu, Dipicu Kemiskinan. Dalam *Narasi Explains*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ghYvofzmGR8>
- [5] M. A, K. A. (2019, Juli 10). *Asal Muasal Hadirnya Nama Toko Kelontong*. Good News From Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/07/10/asal-muasal-hadirnya-nama-toko-kelontong>
- [6] Nafiqoh, N. (2015). Modal Sosial dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi pada Kelompok Tani Ternak Sumber Rejeki Desa Tawangrejo Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(2), 211–217.
- [7] Salim, & Syahrudin. (2012). *Metodologi penelitian Kualitatif*. Citapustaka.
- [8] Sasongko, Y., & Wahyuni, E. S. (2015). Diaspora Madura: Analisis Modal Sosial Dalam Usaha Sektor Informal Oleh Migran Madura Di Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor, Jawa Barat. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 1(1). <https://doi.org/10.22500/sodality.v1i1.9390>
- [9] Syahra, R. (2003). *Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi*. 5(1).