

EKSISTENSI MODAL SOSIAL DALAM PASAR BUKU TRADISIONAL

Kirana Candrasari

Universitas Airlangga Surabaya Jawa Timur, Indonesia
Email: kirana.can.sari-2018@feb.unair.ac.id

INFO ARTIKEL

Diterima
21 Februari 2021
Direvisi
2 Maret 2021
Disetujui
15 Maret 2021

Keywords:

Social Capital; Traditional Book Market; Network Marketing

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify a picture of social capital in the traditional book market. How interaction patterns between traders are intertwined and how interactions with customers are established. With a qualitative approach, this study will understand the patterns of social interaction that occur in the traditional book market. The data sources in this study are two, the first, primary data which is data obtained from interviews and observations with 10 traders and 10 buyers in the traditional book market. Second, secondary data, which is built on the study of literature and online data tracing. From this research can be explained that important aspects that indicate the existence of values-the value of social capital such as trust, norms, also networks are known to be very influential in the sustainability of the traditional book market and still show its existence. Social capital can create a safe and comfortable environment in the market, be an alternative to solve problems or conflicts, and can build a marketing network to get loyal customers.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi gambaran modal sosial di pasar buku tradisional. Bagaimana pola interaksi antar pedagang terjalin dan bagaimana interaksi dengan pelanggan terbangun. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan memahami pola interaksi sosial yang terjadi di pasar buku tradisional. Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yang pertama, data primer yang merupakan data yang didapat dari wawancara dan observasi dengan 10 pedagang dan 10 pembeli di pasar buku tradisional. Kedua, data sekunder, yang dibangun berdasarkan studi kepustakaan dan penelusuran data online. Dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa aspek penting yang mengindikasikan adanya nilai-nilai modal sosial seperti kepercayaan, norma, juga jaringan diketahui sangat berpengaruh dalam keberlangsungan pasar buku tradisional dan tetap menunjukkan eksistensinya. Modal sosial dapat menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman di pasar, menjadi alternatif untuk menyelesaikan masalah atau konflik, dan dapat membangun jaringan pemasaran untuk mendapatkan pelanggan yang loyal.

Kata Kunci:

Modal Sosial; Pasar Buku Tradisional; Jaringan Pemasaran

Corresponden Author

Email: kirana.can.sari-2018@feb.unair.ac.id
Artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi

**Pendahuluan**

Pasar sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan (Malano, 2013). Pasar buku tradisional dapat digolongkan sebagai pasar homogen dengan menjual berbagai jenis buku dari buku sekolah berbagai jenjang, buku untuk berbagai jurusan di perguruan tinggi, kamus, novel, komik, majalah, dan buku bacaan lainnya. Mulai buku baru ataupun buku yang sudah pernah terpakai dengan kondisi masih layak untuk dibaca tersedia memenuhi lapak di setiap toko pasar buku tradisional. Selain menjual buku, beberapa toko juga menerima atau mau membeli buku bekas dengan kondisi masih layak dan biasanya buku - buku pelajaran yang sering dicari. Sebagai pasar tradisional, pasar buku seperti ini dalam proses jual beli dapat melalui proses tawar menawar harga, sehingga pembeli masih memiliki kesempatan mendapatkan harga yang lebih murah. Menurut (Muslich, 2010) jual beli menurut istilah atau etimologi adalah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.

Menurut (Kasali, 2018) era disrupsi merupakan era pembaharuan yang membawa masa depan ke masa kini dengan berbagai macam teknologinya. Hal tersebut menjadikan segala tindak perilaku manusia yang awalnya tradisional atau konvensional menjadi modern dan instan. Salah satu pengaruh era disrupsi dapat dilihat pada pasar buku (Fauroni et al., 2020). Seiring perkembangan zaman, pasar buku tradisional selain menghadapi tantangan dengan munculnya toko - toko buku modern yang lebih strategis dan memiliki jaringan pemasaran luas, juga menghadapi tantangan dengan semakin maraknya penjualan buku online melalui platform marketplace seperti

Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lain - lain yang kerap memberi potongan harga, voucher cashback, dan promo gratis ongkir yang menarik bagi pelajar atau mahasiswa sehingga pada akhirnya akan memengaruhi pangsa pasar dan omset penjualan pedagang pasar buku tradisional. Menurut (Sipahutar et al., 2020) bahwa media online dapat dilihat berkali-kali sebanyak yang diinginkan oleh pembaca, selain itu media online sangat praktis dan selalu update informasinya. Dengan adanya hal tersebut salah satu dampak yang akan timbul ialah pasar buku tradisional atau konvensional menjadi menurun eksistensinya, akibat beralih ke penggunaan media online.

Selain itu, temuan (Arimawa & Leasiwal, 2018; Pamardi, n.d.) tentang upaya yang dilakukan pasar tradisional dalam menghadapi pasar modern menyebutkan bahwa Upaya yang dilakukan pasar tradisional untuk mempertahankan eksistensi usahanya yaitu menerapkan sistem grosir dan ecer belum ada strategi pemasaran yang pasti, hanya ada beberapa pedagang yang mau memasarkan produknya secara online, untuk tetap mempertahankan eksistensi usahanya.

Bagaimana pasar buku tradisional menghadapi tantangan zaman tersebut? Sebaiknya, pasar tradisional tak hanya fokus pada permodalan fisik atau finansial semata dalam membentengi eksistensinya, melainkan juga ketersediaan modal sosial. Pasar tradisional mampu membuktikan resistansinya dalam perkembangan zaman. Berdasarkan studi (Syahyuti, 2015) perekonomian pasar tradisional telah membuktikan resistansinya dalam keadaan krisis sekalipun. Itu tentu membuktikan bahwa masyarakat berhasil mendapatkan asal

muasal efektivitas modal sosial dari ekonomi pasar tradisional. Untuk itu, dengan ketersediaan modal sosial yang tumbuh dan terawat akan menjadi salah satu bekal penting keberlanjutan usaha pasar tradisional. Jadi, selain perbaikan infrastruktur pasar atau modal fisik dan modal finansial, modal sosial tentu perlu dipupuk dan dijaga karena ini merupakan bentuk investasi yang sebenarnya dari ketahanan pasar tradisional. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengidentifikasi dan memahami gambaran modal sosial di pasar buku tradisional. Bagaimana pola interaksi antar pedagang serta distributor terjalin dan bagaimana interaksi dengan pelanggan terbangun agar pelanggan merasakan customer experience yang baik dalam bertransaksi di pasar buku tradisional. **Metode Penelitian**

Penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011). Penelitian kualitatif digunakan berdasarkan tujuan penelitian ini yakni untuk memahami pola interaksi sosial yang terjadi di pasar buku tradisional. Bogdan dan Tylor menjelaskan penelitian kualitatif ialah suatu prosedur penelitian dengan hasil data deskriptif berupa kalimat tertulis ataupun lisan dari narasumber dan perilaku yang diamati (Moleong, 2017). Terdapat dua sumber data yang digunakan, yang pertama, data primer yang merupakan data yang didapat dari wawancara dan observasi. Kedua, data sekunder, dibangun berdasarkan studi kepustakaan dan penelusuran data online yang kredibel.

Unit analisis yang digunakan ialah peranan modal sosial dalam keberlangsungan atau eksistensi pasar buku tradisional (Syahra, 2003). Metode interpretasi data menggunakan empat tahapan seperti yang dikemukakan (Miles, M., & Huberman, 2016) yaitu: (1) pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, maupun studi kepustakaan. (2) reduksi data, dalam penelitian ini dilakukan setelah diperoleh

data, kemudian dipilih data - data pokok yang terkait sehingga data penelitian menjadi lebih jelas dan sistematis. (3) penyajian data, data disajikan berupa teks naratif yang mendeskripsikan mengenai subjek penelitian, yakni menggambarkan bagaimana pola interaksi antar pedagang dan pedagang dengan pembeli yang membentuk jaringan pemasaran di pasar buku tradisional yang lebih menekankan pada tiga aspek penting yang mengindikasikan adanya nilai - nilai modal sosial yaitu kepercayaan sosial (trust), norma - norma (norms), dan jaringan (networks). (4) penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, dilakukan uji dengan triangulasi baik sumber yaitu dari informan yang berbeda atau teknik yaitu dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda.

Hasil dan Pembahasan

Di sebagian besar kota, khususnya kota - kota dengan keberadaan institusi pendidikan tinggi yang banyak akan tersedia berbagai sarana pendukung pendidikan, contohnya ialah ketersediaan bahan belajar berupa buku bacaan. Pemerintah daerah sebagai upayanya mendukung lingkungan pendidikan yang memadai, maka akan membangun infrastruktur pendukung seperti perpustakaan umum dan pasar buku. Di antara infrastruktur pendukung pendidikan ini, keberadaan toko buku tradisional merupakan salah satu paling unik dan menarik di setiap kotanya apalagi untuk pelajar atau mahasiswa.



Gambar
Pasar Buku Tradisional

Sebagai pasar tradisional, proses jual beli di pasar ini juga masih menerapkan proses tawar menawar harga. Disini pelanggan juga dapat menjual buku - buku mereka yang sudah pernah dipakai dalam kondisi layak baca. Bahkan beberapa pedagang juga menggunakan sistem barter dimana kita bisa menukarkan buku lama kita dengan buku lain yang kita butuhkan, dan memang hal itulah yang menjadi keunikan dan kelebihan pasar buku tradisional.

Pasar buku tradisional umumnya dapat dikategorikan sebagai pasar homogen berdasarkan barang yang diperjualbelikan. Sebagai pasar yang barang dagangannya homogen pastinya akan terjadi persaingan antar pedagang yang pada akhirnya rentan terhadap munculnya konflik, baik konflik individu maupun konflik sosial. Namun, dalam kelompok masyarakat atau komunitas yang memiliki modal sosial yang kuat, maka hal tersebut dapat menjadi alat untuk menyelesaikan konflik - konflik yang muncul, sehingga keberlangsungan usaha dapat berjalan lancar. Setidaknya terdapat tiga aspek penting yang mengindikasikan adanya nilai - nilai modal sosial yaitu kepercayaan sosial (trust), norma - norma (norms), dan jaringan (networks).

Dari aspek kepercayaan yang didefinisikan sebagai suatu bentuk kemauan untuk mengambil risiko dalam hubungan sosialnya yang didasarkan pada rasa yakin bahwa orang lain akan bersikap seperti yang diharapkan dan akan berperilaku saling mendukung berdasarkan pola tindakannya, atau setidaknya tak akan bertindak merugikan diri dan kelompoknya (Putnam, 1995). Berdasarkan hasil wawancara juga observasi yang dilakukan dengan 10 pedagang di pasar buku tradisional dapat dijelaskan bahwa mereka saling mengenal satu sama lain antar pedagang, kecuali memang yang baru berdagang di pasar atau pedagang baru yang

menggantikan pedagang lama seperti anak yang menggantikan orang tuanya berdagang. Para pedagang juga memiliki grup daring melalui aplikasi WhatsApp untuk memudahkan mereka berinteraksi dan memberikan informasi. Rasa saling percaya juga muncul ketika pedagang meminta tolong pedagang lain untuk menjaga tokonya ketika mereka ada urusan sebentar, seperti menjemput anaknya ke sekolah dan sebagainya. Mereka mengatakan bahwa tolong menolong seperti ini memang dilandaskan pada rasa saling percaya satu sama lain (mutual trust). Tak jarang mereka juga saling berbagi makanan dan bersedia mengasuh anak - anak pedagang lain di tokonya. Ikatan sosial seperti ini memang dapat memengaruhi perilaku para agen dan menjaga kenyamanan di dalam lingkungan usaha. Selain itu, rasa percaya juga muncul diantara pelanggan dengan pedagang, pelanggan seperti para pelajar atau mahasiswa umumnya memiliki toko buku langganan karena telah percaya dengan kualitas barang yang dijual di suatu toko tersebut. Pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth) juga sering terjadi di antara pelanggan yang puas dengan suatu toko buku, sehingga menjadi strategi pemasaran yang kuat bagi toko buku tersebut.

Dari aspek norma - norma (norms), norma sendiri dalam modal sosial dapat diartikan sebagai sekumpulan aturan yang diharapkan dapat dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Menurut Fukuyama, sebagai salah satu unsur modal sosial, norma yang sering berlaku bukan karena dibentuk oleh pemerintah atau birokrat. Melainkan dibentuk melalui sejarah, tradisi, tokoh kharismatik yang membangun sesuatu tata etika dan perilaku dalam suatu masyarakat, yang selanjutnya akan muncul modal sosial untuk memengaruhi tata aturan. Dari hasil wawancara dengan pedagang - pedagang di pasar buku tradisional dapat dijelaskan bahwa mereka memiliki suatu ketentuan yang

mengatur tingkah laku pedagang seperti pedagang dilarang memanggil atau menawarkan dagangannya ketika ada pembeli yang masih berada di depan toko pedagang lain atau sedang melihat - lihat di toko pedagang lain dan untuk sanksi sosial bagi pedagang yang melanggar adalah biasanya mereka ditegur oleh pedagang lain yang lebih tua atau lebih dewasa untuk menghindari konflik. Kalaupun ada konflik, mereka hanya diam - diam atau menjauh diri satu sama lain, tetapi biasanya tidak sampai lama mereka akan baik sendiri dan menyapa kembali, ini terkait dengan rasa percaya yang telah terjalin sehingga modal sosial yang telah terpujuk dapat menjadi alternatif dalam penyelesaian konflik.

Dari aspek jaringan (networks), jaringan sendiri adalah ikatan antar simpul dalam orang atau kelompok yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial) yang diikat dengan kepercayaan. Dengan adanya jaringan sosial memungkinkan adanya koordinasi dan komunikasi yang dapat menumbuhkan rasa saling percaya. Dimana dalam pasar buku tradisional selain pedagang yang mengenal satu sama lain dan memiliki grup daring melalui aplikasi WhatsApp untuk wadah interaksi dan koordinasi, mereka juga rutin menggelar acara di hari - hari besar seperti peringatan hari besar keagamaan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur, berdoa bersama, dan memperkuat solidaritas dan bantuan acara ini juga mereka lakukan dengan iuran tiap toko. Mereka juga melakukan silaturahmi antar pedagang saat - saat hari raya keagamaan untuk mempererat hubungan. Selain menjalin hubungan atau jaringan antar pedagang, para pedagang di toko buku tradisional tentu juga berusaha membangun jaringan dengan pelanggan untuk mendapatkan pelanggan tetap atau loyal seperti menawarkan potongan harga, memenuhi ekspektasi pelanggan seperti jujur dengan isi buku misal kualitas kertasnya, selalu menyediakan buku yang masih layak dibaca dan melayani dengan baik, bertukar

nomor telepon agar terkoneksi dengan pelanggan dan memudahkan pelanggan untuk bertanya langsung tanpa harus datang dahulu ke pasar.

Kesimpulan

Berdasarkan tiga aspek penting yang mengindikasikan adanya nilai - nilai modal sosial yaitu kepercayaan sosial (trust), norma - norma (norms), dan jaringan (networks) dalam pembahasan ini dapat diketahui bahwa modal sosial sangat berpengaruh dalam keberlangsungan pasar buku tradisional dan tetap menunjukkan eksistensinya. Pertama, kepercayaan dapat menumbuhkan rasa tolong menolong antar pedagang dan dapat menciptakan lingkungan pasar yang aman dan nyaman. Selain itu, rasa percaya juga muncul diantara pelanggan dengan pedagang, pelanggan seperti para pelajar atau mahasiswa umumnya memiliki toko buku langganan karena telah percaya dengan kualitas barang yang dijual di suatu toko tersebut. Pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth) juga sering terjadi di antara pelanggan yang puas dengan suatu toko buku, sehingga menjadi strategi pemasaran yang kuat bagi toko buku tersebut. Kedua, norma dapat menjadi pengendali sosial antar pedagang dalam berperilaku dan dapat menjadi solusi dalam menyelesaikan masalah atau konflik yang muncul antar pedagang karena adanya nilai kebersamaan yang dapat menjadi pedoman dan rasa saling percaya antar pedagang seperti, pedagang yang melanggar aturan bersama dengan menawarkan barangnya kepada pembeli yang masih berada di depan toko pedagang lain atau sedang melihat - lihat barang dagangan pedagang lain akan mendapat teguran dari pedagang lain yang lebih tua atau lebih dewasa, dan ketika terjadi konflik pun mereka akan saling diam - diam atau menjauhi namun seiring berjalannya waktu akan saling baik sendiri dan saling menyapa kembali. Ketiga, adanya jaringan antar pedagang memungkinkan adanya koordinasi dan komunikasi yang dapat

menumbuhkan rasa saling percaya seperti pedagang yang saling mengenal dan memiliki grup melalui aplikasi WhatsApp membuat pedagang lebih mudah untuk berinteraksi. Selain itu, para pedagang juga rutin menggelar acara di hari - hari besar seperti peringatan hari besar keagamaan dengan dibantu biaya dari iuran tiap toko. Selain itu, pedagang juga berusaha membangun jaringan dengan pelanggan untuk mendapatkan pelanggan tetap atau loyal dengan menawarkan potongan harga, memenuhi ekspektasi atau keinginan pelanggan, dan bertukar nomor telepon untuk terkoneksi dengan pelanggan dan memudahkan pelanggan untuk bertanya langsung tanpa harus datang ke pasar terlebih dahulu.

BIBLIOGRAFI

- Arimawa, P. S., & Leasiwal, F. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Pundi*, 2(3).
- Fauroni, M. R., Sukamto, S., & Idris, I. (2020). Eksistensi Pasar Buku Wilis Kota Malang di Era Disrupsi. *Indonesian Journal of Social Science Education (IJSSE)*, 2(2), 180–190.
- Kasali, R. (2018). *Self Disruption*. Mizan.
- Malano, H. (2013). *Selamatkan pasar tradisional*. Gramedia Pustaka Utama.
- Miles, M., & Huberman, A. (2016). *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013). Munawir, Ahmad Warson, *Kamus Al-Munawir*.
- Muslich, A. W. (2010). *Fiqh Muamalat*. Amzah.
- Pamardi, U. 2010 . Merencana Pasar Tradisional di Wilayah Yogyakarta. In 2015. Gema Teknik UNS.
- Putnam, R. (1995). D.(1995): Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65–78.
- Sipahutar, C. M., Poerana, A. F., & Nurkinan, N. (2020). PENGALAMAN KOMUNIKASI CURHAT ANONIM BAGI FOLLOWERS@18AUTOBASE DI TWITTER. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 4(2), 56–74.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syahra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5(1), 1–22.
- Syahyuti. (2015). *Peran Modal Sosial (Social Capital) dalam Perdagangan Hasil Pertanian*. Bogor: Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.

Copyright holder :

Kirana Candrasari (2021).

First publication right :

Jurnal Syntax Transformation

This article is licensed under:

