



KOHESI SOSIAL PEDAGANG TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI MODERNITAS



Mawardi | Zulfahmi Bustami | Widi Syaputra

KOHESI SOSIAL PEDAGANG TRADISIONAL

DALAM MENGHADAPI MODERNITAS



KOHESI SOSIAL PEDAGANG TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI MODERNITAS

Mawardi | Zulfahmi Bustami | Widi Syaputra



RAJAWALI PERS
Divisi Buku Perguruan Tinggi
PT RajaGrafindo Persada
D E P O K

Hak cipta 2025, pada penulis

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun,
termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit

01.2025.00590.00.02.001

Mawardi

Zulfahmi Bustami

Widi Syaputra

KOHESI SOSIAL

Pedagang Tradisional dalam Menghadapi Modernitas

x, 172 hlm., 23 cm

ISBN 978-623-08-1980-3

Cetakan ke-1, November 2025

Hak penerbitan pada Rajawali Pers, Depok

Editor : Fitra Lestari Norhiza

Copy Editor : Natasya Artamevia

Setter : Eka Rinaldo

Desain cover : Tim Kreatif RGP

Dicetak di Rajawali Printing

RAJAWALI PERS

PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Anggota IKAPI

Kantor Pusat:

Jl. Raya Leuwinnanggung, No.112, Kel. Leuwinnanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456

Telepon : (021) 84311162

E-mail : rajapers@rajagrafindo.co.id

Perwakilan:

Jakarta-16456 Jl. Raya Leuwinnanggung No. 112, Kel. Leuwinnanggung, Kec. Tapos, Depok, Telp. (021) 84311162. **Bandung**-40243, Jl. H. Kurdi Timur No. 8 Komplek Kurdi, Telp. 022-5206202. **Yogyakarta**-Perum. Pondok Soragan Indah Blok A1, Jl. Soragan, Ngelistharjo, Kasihan, Bantul, Telp. 0274-625093. **Surabaya**-60118, Jl. Rungkut Harapan Blok A No. 09, Telp. 031-8700819. **Palembang**-30137, Jl. Macan Kumbang II No. 10/4459 RT 78 Kel. Demang Lebar Daun, Telp. 0711-445062. **Pekanbaru**-28294, Perum De Indra Land Blok C 1 No. 1, Jl. Kartama Marpoyan Damai, Telp. 0761-65807. **Medan**-20144, Jl. Eka Rasmi Gg. Eka Rossa No. 3A Blok A Komplek Johor Residence Kec. Medan Johor, Telp. 061-7871546. **Makassar**-90221, Jl. Sultan Alauddin Komp. Bumi Permata Hijau Bumi 14 Blok A14 No. 3, Telp. 0411-861618. **Banjarmasin**-70114, Jl. Bali No. 31 Rt 05, Telp. 0511-3352060. **Bali**, Jl. Imam Bonjol Gg 100/V No. 2, Denpasar Telp. (0361) 8607995. **Bandar Lampung**-35115, Perum. Bilabong Jaya Blok B8 No. 3 Susunan Baru, Langkapura, Hp. 081299047094.



PRAKATA

R
AJ
A
Y
M

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. atas segala limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya, sehingga buku referensi yang berjudul *Kohesi Sosial Pedagang Tradisional dalam Menghadapi Modernitas* ini dapat terselesaikan dengan baik. Selawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw. yang telah membawa risalah kebenaran bagi seluruh umat manusia.

Buku ini hadir sebagai upaya untuk mengkaji lebih dalam dinamika kehidupan sosial ekonomi para pedagang tradisional di Pasar Apung Banjarmasin yang memiliki keunikan tersendiri. Tradisi berdagang di atas perahu bukan hanya menjadi identitas kultural, tetapi juga representasi kohesi sosial yang terjalin erat di antara para pedagang. Namun demikian, derasnya arus modernitas membawa tantangan baru yang tidak dapat dihindari. Buku ini mencoba menghadirkan analisis mengenai bagaimana kohesi sosial para pedagang mampu bertahan, bertransformasi, bahkan beradaptasi dalam menghadapi perubahan tersebut.

Buku ini disusun sebagai salah satu bentuk kontribusi akademik dalam mengkaji dinamika sosial-ekonomi masyarakat tradisional di tengah arus modernitas yang semakin kompleks. Fenomena Pasar Apung Banjarmasin bukan hanya mencerminkan aktivitas ekonomi

masyarakat lokal, melainkan juga menyimpan nilai-nilai kohesi sosial yang merepresentasikan kearifan lokal serta identitas budaya masyarakat Banjar. Dalam konteks kajian ilmu sosial dan humaniora, keberadaan pasar apung menjadi laboratorium sosial yang memperlihatkan bagaimana solidaritas, jaringan sosial, dan nilai-nilai kebersamaan dibangun, diperbahalkan, sekaligus diuji oleh perubahan zaman.

Penulis berharap, kehadiran buku ini dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis, baik bagi mahasiswa, dosen, peneliti, maupun pembuat kebijakan. Analisis yang disajikan diharapkan dapat memperkaya literatur akademik, memberikan perspektif baru dalam studi masyarakat lokal, serta menjadi sumber rujukan dalam pengembangan penelitian lanjutan. Selain itu, buku ini diharapkan dapat memberi kontribusi praktis bagi perumus kebijakan, terutama yang berkaitan dengan pelestarian budaya, pemberdayaan ekonomi masyarakat tradisional, dan penguatan kohesi sosial di tengah arus modernisasi.

Secara akademik, buku ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang studi sosial, budaya, dan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan masyarakat lokal dan kearifan tradisional. Secara praktis, buku ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang berpihak pada keberlangsungan ekonomi rakyat kecil, serta menjaga warisan budaya yang menjadi kebanggaan bangsa.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, dorongan, dan bantuan dalam proses penyusunan buku ini, baik berupa data, pemikiran, maupun fasilitas agar terlaksananya penyusunan buku ini. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang diberikan menjadi ladang ibadah serta mendapatkan balasan pahala dari Allah Swt.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan demi penyempurnaan karya akademik di masa mendatang. Semoga buku ini bermanfaat khususnya bagi sivitas akademika, peneliti, serta para pemangku kepentingan yang peduli terhadap keberlanjutan nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat tradisional di Indonesia serta dapat menjadi inspirasi bagi kita semua dalam memahami pentingnya

kohesi sosial dan tantangan modernitas dalam kehidupan masyarakat tradisional.

Pekanbaru, 26 September 2025

Tim Penulis

Mawardi





[Halaman ini sengaja dikosongkan]



DAFTAR ISI

PRAKATA

v

DAFTAR ISI

ix

BAB 1 PENDAHULUAN

1

BAB 2 KOHESI SOSIAL DAN MODERNITAS

9

- A. Aspek-aspek Kohesi Sosial 9
- B. Sistem Ekonomi Pedagang Tradisional 34
- C. Aspek-aspek Modernisasi 86

BAB 3 PEDAGANG PASAR APUNG DI BANJARMASIN

97

- A. Sejarah Pasar Terapung di Kalimantan Selatan 97
- B. Sosial Keagamaan Pedagang Tradisional
Pasar Apung 112

BAB 4 SOLIDARITAS PEDAGANG TRADISIONAL PASAR APUNG DAN PERKEMBANGAN MODERNISASI	119
A. Perkembangan Modernisasi di Sekitar Pasar Apung Banjarmasin	119
B. Solidaritas Pedagang Pasar Apung di Tengah Modernisasi	122
C. Solidaritas Pedagang dalam Menghadapi Modernisasi	128
D. Dilema Pedagang: Antara <i>Profitability</i> dan Tradisi	133
BAB 5 KOHESI EKONOMI PEDAGANG TRADISIONAL PASAR APUNG DALAM MENGHADAPI MODERNITAS	135
A. <i>The Banjarese</i> : Modal Sosial Pedagang Pasar Apung	135
B. “Jukung” atau “Klutuk”: <i>Sense of Togetherness</i> dalam Membangun Kohesi Sosial	137
C. Transformasi Perempuan dalam Kohesi Sosial di Pasar Apung	140
BAB 6 PENUTUP	143
DAFTAR PUSTAKA	147
GLOSARIUM	155
INDEKS	165
BIODATA PENULIS	169

PENDAHULUAN

Louis Moustakas yang mengutip dari banyak sumber menjelaskan bahwa kemungkinan besar, ide-ide pertama seputar kohesi sosial dapat ditelusuri kembali ke tulisan-tulisan Ibn-Khaldun pada abad ke-14. Secara khusus, Ibn-Khaldun mengemukakan gagasan *asabiyah*, yang sering diterjemahkan sebagai perasaan kelompok atau kohesi sosial. Beliau menyajikan *asabiyah* sebagai campuran dari persatuan dan kesadaran kelompok. Inti dari teorinya adalah bahwa dinasti atau peradaban yang berkuasa pada akhirnya akan digantikan karena kelas penguasa menjadi kurang peduli dengan mempertahankan *asabiyah* dan lebih peduli dengan mempertahankan status mereka. Pada gilirannya, ini memungkinkan kelompok-kelompok dengan *asabiyah* yang lebih kuat untuk muncul.

Pada masa yang lebih modern, banyak ilmuwan politik dan ekonom, termasuk Hobbes, Smith, dan Tönnies, telah terlibat dengan kohesi sosial dan konsep-konsep terkait. Dapat dikatakan, karya kontemporer yang paling menonjol dan berpengaruh berasal dari konseptualisasi solidaritas Emile Durkheim. Terutama, Durkheim berpendapat bahwa menjaga ketertiban sosial bertumpu pada salah satu dari dua bentuk solidaritas. Salah satunya adalah melalui solidaritas mekanis yang melekat pada masyarakat tradisional dan skala kecil, di mana kohesi

sosial berasal dari homogenitas karena individu berbagi pekerjaan, pribadi, pendidikan, dan latar belakang agama yang sama.

Yang lainnya adalah melalui solidaritas organik, yang muncul dalam masyarakat yang lebih modern atau kapitalis dan berasal dari saling ketergantungan individu yang melekat sebagai hasil dari pembagian kerja. Dalam nada terkait, Georg Simmel mengamati bahwa individu-individu di masa pra-industri biasanya berinteraksi di antara sejumlah kecil orang yang sama. Sedangkan, dengan meningkatnya kemungkinan transportasi dan komunikasi, individu modern dapat dan memang menghuni berbagai kelompok sosial. Interaksi dengan berbagai kelompok memungkinkan individu membentuk identitas yang semakin unik dan mengakses sumber daya baru, namun juga memberikan peluang bagi konflik tambahan antarkelompok.

Berdasarkan sejarah ini, banyak disiplin ilmu terlibat dalam studi dan konseptualisasi kohesi sosial, yang menyebabkan pemahaman konsep tersebut dipengaruhi oleh batasan disiplin ilmu berdasarkan asumsi teoretis dari suatu disiplin ilmu tertentu.

Sejak tahun 1990-an, telah terjadi pertumbuhan yang luar biasa dalam literatur dan penelitian tentang kohesi sosial. Bahkan, tinjauan baru-baru ini menunjukkan bahwa keluaran akademis mengenai kohesi sosial telah meningkat secara eksponensial selama 25 tahun terakhir.

Perkembangan kohesi sosial pada tahun 1990-an ditandai dengan penekanan pada konsep *saling ketergantungan* dan *keterlibatan* untuk menciptakan rasa memiliki dan solidaritas di antara anggota kelompok, termasuk pemahaman bahwa semua anggota memiliki kontribusi yang berarti untuk pencapaian tugas bersama. Cohen (1994) menekankan bahwa tugas-tugas yang kompleks dan menarik dapat mengurangi kesenjangan status dan meningkatkan inklusi, yang merupakan elemen kunci untuk kohesi sosial yang efektif.

Banyak disiplin ilmu terlibat dalam studi dan konseptualisasi kohesi sosial, yang menyebabkan pemahaman konsep tersebut dipengaruhi oleh batasan disiplin ilmu berdasarkan asumsi teoretis dari suatu disiplin ilmu tertentu. Sejak tahun 1990-an, telah terjadi pertumbuhan yang luar biasa dalam literatur dan penelitian tentang kohesi sosial. Bahkan, tinjauan baru-baru ini menunjukkan bahwa keluaran akademis mengenai kohesi sosial telah meningkat secara eksponensial selama 25

tahun terakhir. Dengan peningkatan keluaran ini, disiplin ilmu akademis lebih lanjut telah memperhatikan topik tersebut, yang menyebabkan perspektif, penyebab, dan hasil tambahan dihubungkan dengan kohesi sosial. Misalnya, sosiolog sering kali memperhatikan jaringan sosial dan hubungan pribadi, sedangkan antropolog telah mencerahkan banyak perhatian untuk menyelidiki bagaimana berbagai ritual mempromosikan identitas kelompok yang kohesif.

Kontribusi lintas disiplin ilmu ini telah memperkaya, mengacaukan, atau bahkan meningkatkan pemahaman kita tentang kohesi sosial. Melalui karya ilmiah ini, beberapa perilaku atau konsep terkait telah dimasukkan dalam definisi kohesi sosial. Di antaranya, nilai-nilai bersama, pengalaman bersama, partisipasi warga negara, saling membantu, kepercayaan terhadap orang lain, jaringan sosial, tatanan sosial, penerimaan terhadap keberagaman, kesejahteraan, kesetaraan, dan mobilitas sosial telah dimasukkan sebagai komponen inti dalam berbagai definisi atau kerangka kerja. Meskipun terdapat perdebatan seputar definisi dan dimensi yang tepat, literatur secara umum sepakat bahwa kohesi sosial terwujud pada tingkat mikro, meso, dan makro masyarakat.

Dengan peningkatan keluaran ini, disiplin ilmu akademis lebih lanjut telah memperhatikan topik tersebut, yang menyebabkan perspektif, penyebab, dan hasil tambahan dihubungkan dengan kohesi sosial. Misalnya, sosiolog sering kali memperhatikan jaringan sosial dan hubungan pribadi, sedangkan antropolog telah mencerahkan banyak perhatian untuk menyelidiki bagaimana berbagai ritual mempromosikan identitas kelompok yang kohesif.

Kontribusi lintas disiplin ilmu ini telah memperkaya, mengacaukan, atau bahkan meningkatkan pemahaman kita tentang kohesi sosial. Melalui karya ilmiah ini, beberapa perilaku atau konsep terkait telah dimasukkan dalam definisi kohesi sosial. Di antaranya, nilai-nilai bersama, pengalaman bersama, partisipasi warga negara, saling membantu, kepercayaan terhadap orang lain, jaringan sosial, tatanan sosial, penerimaan terhadap keberagaman, kesejahteraan, kesetaraan, dan mobilitas sosial telah dimasukkan sebagai komponen inti dalam berbagai definisi atau kerangka kerja. Meskipun terdapat perdebatan seputar definisi dan dimensi yang tepat, literatur secara umum sepakat

bahwa kohesi sosial terwujud pada tingkat mikro, meso, dan makro masyarakat.¹

Bruhn menjelaskan bahwa kohesi sosial merupakan fenomena sosial yang kompleks yang diakibatkan oleh perbedaan geografi, representasi politik, ekonomi, atau *problem sosial* lainnya.² Ia juga sebagai metode untuk mengukur sesuatu yang sangat universal.^{3,4} Teori kohesi sosial banyak merujuk pada teori “solidaritas sosial” Durkheim,⁵ tapi terdapat pula yang merujuk pada *asabiyah* Ibn Khaldun.⁶

Jenson (1998) menggunakan konsep kohesi sosial untuk mencari bukti dari jalinan sosial yang berantakan, perbedaan yang meningkat di antara kelompok sosial ekonomi yang berbeda. Sedangkan Fonseca (2019),⁷ dan Novy, *et al.* (2012),⁸ menggunakan sebagai metode yang tidak banyak digunakan para ahli tentang cara mendekati persatuan dan keragaman yang terjadi di masyarakat.

Beberapa konsep dan teori kohesi sosial di atas sangat relevan sebagai kerangka utama dalam menggali konflik dan perbedaan pandangan serta solidaritas sosial para pedagang tradisional pasar terapung di Banjarmasin dalam mempertahankan eksistensinya ketika menghadapi modernitas.

¹Louis Moustakas, 2023, “Social Cohesion: Definitions, Causes and Consequences”, *Encyclopedia*, 3(3), 1028–1037; <https://doi.org/10.3390/encyclopedia3030075>.

²J. Bruhn, 2009, “The Concept of Social Cohesion”, *In The Group Effect*: 31–48. DOI:10.1007/978-1-4419-0364-8_2.

³R.P. Pahl, 1991, “The Search for Social Cohesion: From Durkheim to the European Commission”, *European Journal of Sociology/Archives Européennes de Sociologie* 32 (2): 345–360. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0003975600006305>.

⁴N.E. Friedkin, 2004, “Social Cohesion”, *Annual Review of Sociology* 30: 409–425. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.30.012703.110625>.

⁵J. Burns, *et al.*, 2018, “Defining Social Cohesion”, *SALDRU Working Paper Number 216*, Cape Town: SALDRU, UCT.

⁶A. Norton & A. de Haan, 2013, “Social Cohesion: Theoretical Debates and Practical Applications with Respect to Jobs”, *Background Paper For The World Development Report*.

⁷X. Fonseca, *et al.*, 2019, “Social cohesion revisited: a new definition and how to characterize it”, *Innovation: The European Journal of Social Science Research* 32 (2): 231–253. DOI: 10.1080/13511610.2018.1497480.

⁸A. Novy, *et al.*, 2012, “Social Cohesion: A Conceptual and Political Elucidation”, *Urban Studies* 49 (9): 1873–1889.

Modernitas merupakan ekspresi dari kondisi dunia, sering kali sebagai pengganti kapitalisme, industrialisasi, rasionalisasi, sekularisasi, media, dan komunikasi masyarakat, atau ciri-ciri ideologis atau institusi.⁹ Modernitas juga berarti gejala orang yang pada hidup saat ini dipaksa untuk berpindah kepada model kehidupan yang dianggap lebih dinamis dan tidak terbatas.¹⁰

Modernitas menciptakan terjadinya kohesi sosial dalam bentuk solidaritas yang diakibatkan oleh konflik dan perbedaan pandangan di berbagai aspek terutama sistem ekonomi yang masih bersifat tradisional, termasuk dalam kehidupan pedagang pasar terapung di Kalimantan Selatan.

Pasar terapung atau pasar apung (*floating market*), dan sebagian kecil menyebutnya pasar “*baralut*” merupakan salah satu kekhasan relasi sosial, ekonomi, dan tradisi di wilayah Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Ia merupakan pasar tradisional warisan budaya masyarakat Banjar yang sudah ada sejak ratusan tahun lalu, sejak zaman Kesultanan Banjar.^{11,12}

Secara sosial ekonomi, pasar terapung ini sangat unik dalam beberapa konteks. Ia berada di aliran sungai Martapura dan Barito, hanya menjual jenis buah-buahan dan makanan, sistem transaksi masih banyak yang menggunakan barter dan tanda akad jual beli, pergerakan pedagang yang tidak terpaku pada satu tempat layaknya lapak di pasar tradisional daratan, dan transaksi tetap di atas perahu.¹³

Terdapat 3 (tiga) pasar terapung yang terkenal di Kalimantan Selatan, yaitu Lok Baintan, Muara Kuin, dan Pasar Terapung Siring (Kompas.com, 2019). Keberadaan pasar terapung pada saat ini mengalami *problem* sosial ekonomi. Bertahan dalam sistem tradisional demi mempertahankan budaya dan menyampingkan tujuan ekonomi,

⁹T. Teo, (ed.), 2014, “Modernity”, *Encyclopedia of Critical Psychology* (pp.1199–1204), Chapter: M, Publisher: Springer, DOI:10.1007/978-1-4614-5583-7-190.

¹⁰S.A. Kravchenko, 2008, “Modernity: The Analysis of Theoretical Approaches”, *Sociology: History, Theory, and Practices* 9: 23–32.

¹¹E. Normelani, 2019, *Kearifan Lokal Pasar Terapung dalam Perspektif Pengembangan Pariwisata*, Malang: Penerbit Kota Tua.

¹²H. Lisbijanto, 2014, *Pasar Apung*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

¹³Ariyadi, 2018a, “Budaya Kosmopolitanisme dalam Praktik Jual Beli di Pasar Terapung pada Kalimantan Selatan”, *At-Taradhi*, 9 (2): 84–90.

Ariyadi, 2018b, “Nilai–Nilai Qurani dan Sunnah Nabi dalam Praktik Jual Beli pada Pasar Terapung di Kalimantan Selatan”, *Anterior Jurnal* 17 (2): 115–124.

atau berhenti karena eksistensinya justru menambah beban sosial ekonomi. Kondisi tersebut merupakan dampak perkembangan modernitas di dalam masyarakat Banjarmasin; *Pertama*, dalam konteks cara pandang mereka tentang aktivitas dan efektivitas berperilaku ekonomi dalam memenuhi kebutuhan pada pilihan yang lebih praktis. *Kedua*, perkembangan pasar daratan yang lebih mudah dari aspek transportasi dan lebih modern.

Kedua fenomena modernitas di atas telah berdampak pada eksistensi pedagang pasar terapung. Dari ketiga pasar terapung, Pasar Terapung Siring sudah tidak banyak mengalami aktivitas para pedagang, sedangkan Lok Baintan dan Muara Kuin masih bertahan (Balitbang Kab. Banjar, tt.).

Data awal di atas menunjukkan temuan awal yang dapat dijadikan alasan penelitian untuk menggali kohesi sosial yang terjadi di antara pedagang sehingga tetap bertahan di Lok Baintan dan Muara Kuin dalam tekanan sistem ekonomi dan persaingan dengan modernitas. Secara teoretis terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang juga memperkuat;

Pertama, terjadi konflik sosial politik di antara kedua pasar terapung. Pasar Lok Baintan secara politik mendapatkan struktur dan eksistensi yang lebih mudah karena mendapat dukungan pemerintah daerah untuk menjadi destinasi favorit wisatawan asing dan lokal.^{14 15} Sedangkan eksistensi Muara Kuin merupakan murni kekuatan dan ketahanan sosial ekonomi pedagang tradisional, bahkan pedagang di Muara Kuin juga menghadapi pengembangan pasar terapung buatan di Siring Tendean.^{16 17}

¹⁴M.A. Hayat & Sanusi, 2019, “Pengembangan Desa Lok Baintan dengan Pemanfaatan Sampah Ilung menjadi Kertas”, *Abdihaz: Jurnal Ilmiah Pengabdian pada Masyarakat* 1 (1): 15–21. DOI: <https://doi.org/10.32663/abdihaz.v1i1.759>.

¹⁵E.W. Abbas, 2021, “Lok Baintan Floating Market: The Ecotourism Potential of Rural Communities”, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 525: 368–371. Proceedings of the 2nd International Conference on Social Sciences Education (ICSSE 2020).

¹⁶T. Herawati, et al., 2014, “Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif”, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora Epigram* 11 (2): 50–62.

¹⁷H.A. Pradana, 2020, “Pengembangan Pariwisata Pasar Terapung Kota Banjarmasin”, *Jurnal Kebijakan Pembangunan* 15 (1): 63–76. DOI: <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.56>.

Kedua, pola kehidupan masyarakat dari sungai sebagai media transportasi utama telah beralih kepada transportasi darat yang mengakibatkan eksistensi pasar terapung tenggelam.

Ketiga, organisasi dan manajemen pasar terapung tidak ada, sehingga asal dan keberadaan para pedagang yang berasal dari berbagai daerah di sekitar secara sosiologis berpotensi pada penciptaan konflik.

Dalam kajian ini pembahasan difokuskan pada dua aspek besar, yaitu tentang:

1. Kohesi sosial pedagang tradisional dalam menghadapi modernitas agar relasi dan solidaritas sosial tetap terjaga di Pasar Terapung Siring Tendean, Muara Kuin, dan Lok Baintan, Banjarmasin, Kalimantan Selatan.
2. Perubahan dan adaptasi apa saja dalam sistem ekonomi para pedagang tradisional Pasar Terapung Siring Tendean, Muara Kuin, dan Lok Baintan, Banjarmasin, Kalimantan Selatan dalam menghadapi modernitas.



[Halaman ini sengaja dikosongkan]

KOHESI SOSIAL DAN MODERNITAS

A. Aspek-aspek Kohesi Sosial

1. Pengertian

Dalam pengertian yang sederhana kohesi sosial adalah keterkaitan dan solidaritas di antara anggota masyarakat atau kelompok yang menjaga kesatuan, kebersamaan, dan kemampuan untuk bekerja sama mencapai tujuan bersama. Konsep ini melibatkan individu yang merasakan rasa memiliki dan terhubung dengan kelompoknya, serta patuh pada norma dan nilai-nilai yang berlaku, sehingga masyarakat dapat berfungsi secara efektif sebagai satu kesatuan.

Kohesi sosial adalah “sebuah atribut deskriptif dari suatu kolektif, yang menunjukkan kualitas kebersamaan kolektif”.¹⁸ Christian Albrekt Larsen, Professor, Centre for Comparative Welfare Studies, Aalborg University, Denmark menyebut kohesi sosial mengacu pada hubungan vertikal dan horizontal antara anggota masyarakat dan negara yang menyatukan masyarakat. Kohesi sosial ditandai dengan serangkaian

¹⁸Gert-Jan Veerman & Eddie Denessen, 2021, “Social cohesion in schools: A non-systematic review of its conceptualization and instruments”, *Cogent Education* 8: 1940633: 1–14. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1940633>.

sikap dan manifestasi perilaku yang mencakup kepercayaan, identitas inklusif, dan kerja sama untuk kebaikan bersama.¹⁹

Lebih lanjut, Larsen menjelaskan bahwa kohesi sosial merupakan istilah yang sulit untuk didefinisikan. Kohesi sosial merupakan kondisi yang dihasilkan dari proses integrasi sosial. Dengan demikian, kohesi sosial sering disebut sebagai “perekat” atau “ikatan” yang menjaga masyarakat tetap terintegrasi. Namun untuk tujuan akademis, penting untuk lebih spesifik tentang apa yang sebenarnya dimaksud dengan istilah “kohesi sosial”. Kohesi sosial sebagai keyakinan yang dianut oleh warga suatu negara bahwa mereka memiliki komunitas moral yang sama, yang memungkinkan mereka untuk saling percaya.²⁰

Pembahasan mengenai kohesi sosial sering kali menyiratkan ketiadaan kohesi sosial, dan bahkan lebih khusus lagi, merosotnya kohesi sosial. Di mana, penurunan kohesi sosial sebagai “erosi sosial”, yang kemudian dapat didefinisikan sebagai semakin sedikit warga negara di suatu negara yang mempunyai keyakinan bahwa mereka memiliki komunitas moral yang memungkinkan mereka untuk saling percaya. Mengikuti definisi-definisi tersebut, yang sejalan dengan asal-usul konsep akademis, kohesi sosial adalah fenomena non-material yang dapat diamati dalam kognisi warga negara. Berdasarkan pemikiran ini, fenomena seperti persamaan kesempatan objektif bagi warga negara, lapangan kerja, dan supremasi hukum memang penting, mungkin lebih penting daripada kohesi sosial, namun hal-hal tersebut bukanlah indikator kohesi sosial.²¹

Dengan demikian, definisi kohesi sosial sebagai tingkat kebersamaan sosial dalam entitas geopolitik yang ditentukan secara teritorial. Kohesi sosial merupakan karakteristik dari ‘kolektif’ yang berada dalam entitas ini, bukan anggota individu. Masyarakat yang kohesif dapat dicirikan oleh hubungan sosial yang dapat diandalkan, keterhubungan emosional yang positif dari para anggotanya dengan

¹⁹Julia Leininger, *et al.*, 2021, “Social Cohesion A New Definition and a Proposal for its Measurement in Africa”, *Discussion Paper/Deutsches Institut für Entwicklungspolitik*, Bonn, hlm. 3.

²⁰Christian Albrekt Larsen, 2013, “Social cohesion: Definition, measurement and developments”, 1–45.

²¹C.A. Larsen, 2014, “Social Cohesion: Definition, Measurement, and Developments”, *Institute for Statskundskab, Aalborg Universitet*.

entitas, dan fokus yang jelas pada kebaikan bersama. Masing-masing dari ketiga domain ini terbentang dalam tiga dimensi, yang dapat diukur secara terpisah. Domain ‘hubungan sosial’ meliputi jaringan sosial para anggota suatu entitas, tingkat kepercayaan terhadap orang lain, dan tingkat penerimaan terhadap keberagaman. Domain ‘keterhubungan’ terdiri dari kekuatan identifikasi dengan entitas, tingkat kepercayaan terhadap institusi, dan tingkat keadilan yang dirasakan. Domain ketiga, ‘fokus pada kebaikan bersama’ mencakup tingkat solidaritas, sejauh mana masyarakat bersedia mengakui aturan-aturan sosial, dan tingkat partisipasi masyarakat.²²

Rob J. Oxoby menjelaskan kohesi sosial merupakan suatu kondisi suatu kelompok atau perekonomian dan dengan demikian memengaruhi lingkungan pengambilan keputusan yang dihadapi oleh masyarakat. Karena kohesi sosial dianggap sebagai investasi dan modal sosial memerlukan kepercayaan, kohesi sosial memengaruhi keputusan investasi dengan mengkarakterisasi sejauh mana, katakanlah, pihak-pihak lain dalam perekonomian mempunyai sikap yang mendukung kepercayaan dan sifat dapat dipercaya. Sederhananya, kohesi sosial menentukan bagaimana suatu perekonomian “bersatu”. Dengan cara ini kohesi sosial memengaruhi insentif untuk berinvestasi dalam modal sosial dengan meningkatkan keuntungan dari investasi tersebut dan mengurangi ketidakpastian yang terkait.²³

Noah E. Friedkin termasuk tokoh yang dengan merujuk pada beberapa referensi terdapat keunikan kohesi sosial yang multi-tafsir dan terkadang sulit untuk diselarasakan satu dengan lainnya. Kohesi sosial telah menjadi subjek penyelidikan dan tinjauan yang terus-menerus baik bagi sosiolog maupun psikolog (Albert, 1953; Bettenhausen, 1991; Carron, 1982; Cartwright, 1968; Doreian dan Fararo, 1998; Drescher, et al., 1985; Evans dan Jarvis, 1980; Hogg, 1992; Kellerman, 1981; Levine dan Moreland, 1990; Lott dan Lott, 1965; McPherson dan Smith-Lovin, 2002; Mudrack, 1989; Shaw, 1981; Stein, 1976).

²²Georgi Dragolov, et al., “Social Cohesion Radar Measuring Common Ground”, *An International Comparison of Social Cohesion Methods Report*, Bertelsmann Stiftung, n.d., hlm. 5. https://aei.pitt.edu/74134/1/Social_cohesion_radar.pdf.

²³Rob J. Oxoby, 2009, “Understanding Social Inclusion, Social Cohesion and Social Capital”, *Economic Research Paper*: 09, July, hlm. 6.

Namun yang terkadang terjadi pada topik yang menarik banyak perhatian, literatur tentang kohesi sosial menjadi semakin membingungkan seiring dengan meningkatnya jumlah peneliti yang meneliti. Sumber utama kebingungan adalah menjamurnya definisi kohesi sosial yang terbukti sulit untuk digabungkan atau diselaraskan. Upaya integratif telah mengatur literatur seputar konstruksi fokus yang berbeda sehingga apa yang dianggap sebagai kohesi berbeda-beda dan apa yang dianggap sebagai anteseden dan konsekuensi kohesi juga bervariasi (Cartwright, 1968; Hogg, 1992; Lott dan Lott, 1965).

Analisis kontemporer terhadap kohesi sosial memperlakukannya sebagai fenomena multidimensi atau sebagai konstruksi laten dengan berbagai indikator (Bollen dan Hoyle, 1990; Drescher, *et al.*, 1985; Evans dan Jarvis, 1980; Hagstrom dan Selvin, 1965; Mudrack, 1989; Piper, *et al.*, 1983). Namun, pendekatan multidimensi/multi-indikator kontemporer terhadap kohesi sosial tidak mengatasi masalah pengintegrasian tingkat individu dan kelompok di mana kohesi sosial telah didefinisikan. Kebingungan definisi dalam literatur kohesi sosial merupakan gejala kompleksitas yang terlibat dalam fenomena tingkat individu dan kelompok yang saling terkait. Menjelaskan mekanisme yang terlibat dalam keterkaitan ini merupakan masalah umum yang menjadi tantangan bagi sosiolog dan ilmuwan sosial lainnya di berbagai bidang substantif (Coleman, 1987).

Model efek kontekstual standar, termasuk model linier hierarki, memungkinkan pengujian hipotesis yang berkaitan dengan efek kondisi tingkat kelompok terhadap sikap dan perilaku individu, namun model ini tidak membahas interaksi mikro-makro di mana individu juga memengaruhi struktur tingkat kelompok atau kondisi agregat.

Oleh karena itu, beberapa kemajuan dalam teori kohesi sosial yang komprehensif dapat diperoleh dengan menguraikan mekanisme sebab akibat dalam kelompok yang secara timbal balik menghubungkan sikap dan perilaku individu dengan kondisi tingkat kelompok di mana mereka berada. Kelompok bersifat kohesif ketika kondisi tingkat kelompok menghasilkan sikap dan perilaku keanggotaan yang positif dan ketika interaksi antarpribadi anggota kelompok bekerja untuk mempertahankan kondisi tingkat kelompok tersebut. Dengan demikian,

kelompok yang kohesif mampu mempertahankan diri dalam hal menghasilkan daya tarik dan keterikatan keanggotaan yang kuat.²⁴

Therbon (1999) sebagaimana dikutip oleh Yitzhak Berman dan David Phillips terdapat perbedaan di antara tiga dimensi yang menjadi dasar definisi kohesi sosial. Hal-hal tersebut adalah kepercayaan khususnya terhadap institusi; perasaan memiliki berdasarkan integrasi sosial individu, dan tempat yang diberikan kepada mereka dalam masyarakat; dan kemauan untuk menunjukkan solidaritas (dalam hal kontribusi sosial dan fiskal) dengan masyarakatnya.

Therbon juga menekankan bahwa ‘berbagi nilai-nilai bersama’ tidak cukup untuk mewujudkan kohesi sosial. Ia mengatakan bahwa kohesi mungkin didasarkan, di luar nilai-nilai umum, pada inovasi, kreativitas atau praktik kemasyarakatan yang dihasilkan dari kebutuhan hidup sehari-hari. Ini mungkin juga merupakan jenis penyatuan sektarian, berdasarkan disiplin dan kepatuhan.²⁵

Dalam Itumeleng Mekoa and Dauda Busari dijelaskan secara luas bahwa tulisan-tulisan tentang konsep kohesi sosial memiliki fokus utama yang dijalankan secara menyeluruh mulai dari individu hingga komunitas dan negara. Kohesi sosial merupakan konsep inti dalam disiplin sosiologi yang hanya dapat dibandingkan dengan disiplin ilmu ekonomi dan pembuatan kebijakan lainnya.

Konsep masyarakat yang kohesif saat ini semakin banyak dimanfaatkan, terutama dalam dokumenter lembaga-lembaga terkait pemerintah, hampir di seluruh dunia. Politisi serta komentator isu-isu sosial dari ideologi yang berbeda telah menetapkan beberapa kesenjangan, atau persepsi kesenjangan terhadap definisi konsep kohesi sosial yang muncul dari peningkatan ketimpangan pendapatan (Wilkinson dan Pickett, 2009; OECD, 1997) meningkatnya tingkat kejahatan dan pengangguran (Jenson, 1998; OECD, 1997); kurangnya sistem keluarga tradisional (Fukuyama, 2004); peningkatan migrasi di seluruh dunia (Council of Europe, 2004); peningkatan pesat dalam tantangan politik identitas dan meningkatnya budaya individualisme

²⁴Noah E. Friedkin, 2004, “Social Cohesion”, *Annu. Rev. Sociol.* 30: 409–425. doi: 10.1146/annurev.soc.30.012703.110625.

²⁵Yitzhak Berman & David Phillips, 2004, “Indicators for Social Cohesion”, *Paper submitted to the European Network on Indicators of Social Quality of the European Foundation on Social Quality, Amsterdam, June*, hlm. 6.

sebagai lawan komunalisme dan pertumbuhan isu pengagungan diri oleh ras dan bangsa di dunia (Reich, 2010; Touraine, 2000).

Namun banyak pakar berpendapat bahwa konsep kohesi sosial sedang mengalami kemunduran— sebuah pendirian yang sangat didukung, diteliti, dan diperkuat oleh studi Putnam (2000) tentang memudarnya konsep modal sosial di Amerika, temuan ini menyamakannya dengan kemunduran dalam kohesi sosial di seluruh penjuru dunia. Istilah kohesi sosial secara samar-samar digunakan untuk menunjukkan adanya ikatan sosial yang menyatukan masyarakat dan membantu menumbuhkan komunitas yang terintegrasi dan stabil. Oleh karena itu, hal ini menyiratkan bahwa kohesi sosial membentuk atau mendorong tujuan mulia yang patut diperjuangkan.

Kohesi sosial sebagai sebuah konsep dapat digambarkan sebagai sebuah konsep yang mendapat penerimaan yang sangat besar dan pada saat yang sama disalahgunakan secara serius. Beauvais dan Jenson (2002); Bernard (1999) termasuk di antara banyak ilmuwan yang telah mengeksplorasi atau mensurvei pemanfaatannya saat ini dan telah menerima banyak hal. Namun mereka menemukan istilah yang lebih halus untuk menggambarkannya sebagai ‘konstruksi semu’ ‘multi-dimensi’ yang, meskipun mengabaikan prinsip-prinsip ilmiah, telah mendorong pemanfaatan kebijakan dan tampaknya menyempurnakannya sebagai istilah yang dapat diterima (Beauvais dan Jenson, 2002).

Dengan cara bagaimana suatu konsep didefinisikan secara tepat akan selalu menjadi berbeda dalam beberapa cara tertentu secara jelas dari makna yang tampaknya kontekstual ke makna kontekstual lainnya, bergantung pada isu-isu yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskannya. Hal ini tidak diragukan lagi adalah apa yang terjadi ketika para pembuat kebijakan menggunakan konsep tersebut dan dengan demikian, adopsi konsep tersebut menjadi tidak terelakkan terlepas dari tradisi panjang landasan teoretis yang sangat serius yang dapat menjadi subjek sosiologi dan filsafat politik.²⁶

Regina Berger-Schmitt menguraikan konsep kohesi sosial menjadi dua dimensi. (1) Dimensi pertama dapat disingkat menjadi dimensi

²⁶Itumeleng Mekoa & Dauda Busari, 2018, “Social Cohesion: Its Meaning and Complexities”, *Journal of Social Sciences*, Vol. 14: 107–115.

ketimpangan. Hal ini berkaitan dengan tujuan mendorong persamaan kesempatan dan mengurangi kesenjangan dan perpecahan dalam masyarakat. Hal ini juga mencakup aspek pengucilan sosial. (2) Dimensi kedua dapat disingkat menjadi dimensi modal sosial. Hal ini menyangkut tujuan memperkuat hubungan, interaksi, dan ikatan sosial serta mencakup seluruh aspek yang secara umum dianggap sebagai modal sosial suatu masyarakat.²⁷

Kohesi sosial mengacu pada ikatan atau “perekat” yang menyatukan masyarakat. Mempelajari kohesi sosial memiliki tradisi panjang di berbagai disiplin ilmu-ilmu sosial. Sebagai karakteristik mendasar suatu masyarakat, kohesi sosial merupakan subjek eksplisit filsafat politik sejak abad ke-17. Penelitian tentang topik ini dalam masyarakat modern didasarkan pada sosiologi (Émile Durkheim, Max Weber, Georg Simmel).

Meskipun tidak banyak perhatian terhadap kohesi sosial dalam ilmu-ilmu sosial selama era pasca-Perang Dunia Kedua, konsep ini muncul kembali pada tahun 1990-an sebagai reaksi terhadap neoliberalisme (Hino, Langer, Lonsdale, dan Stewart, 2019).

Penelitian menekankan dua aspek kohesi sosial yang berbeda pada tahun 1990an. Para peneliti di AS berfokus pada nilai-nilai bersama, kepercayaan, dan jaringan sosial, sedangkan penelitian di Eropa menekankan pada kesetaraan dan akses terhadap hak-hak sosial. Selama dekade terakhir, penelitian tentang kohesi sosial semakin beragam, sementara kekhawatiran tentang apa yang dimaksud dengan kohesi sosial masih tetap ada.

Secara geografis, minat ilmiah meluas dari negara-negara berpenghasilan tinggi ke wilayah berkembang, khususnya Afrika dan Asia. Secara tematis, minat terhadap relevansi dan dampak kohesi sosial terhadap pembangunan sosial dan hasil-hasil lainnya meningkat pada tahun 2000an. Banyak dari penelitian ini yang diwujudkan dalam dunia kebijakan. Misalnya, Organisasi untuk Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) dan Komisi Ekonomi untuk Amerika Latin dan Karibia mengembangkan penelitian di lembaga-lembaga pemerintah di wilayah utara (Abrahams, 2016).

²⁷Jane Jenson, 2010, *Defining and Measuring Social Cohesion*, UK: Commonwealth Secretariat and United Nations Research Institute for Social Development, hlm. 3–4.

Sebagai hasil dari berkembangnya literatur tentang kohesi sosial, beberapa upaya telah dilakukan untuk mensintesis bidang penelitian ini dan mengidentifikasi persamaan untuk mendefinisikan dan menganalisis kohesi sosial (Chan, To, dan Chan, 2006; Schiefer dan van der Noll, 2016).²⁸

2. Debat Teori Kohesi Sosial

Kohesi sosial memiliki sejarah teoretis yang kaya. Kohesi sosial kurang lebih merupakan turunan langsung dari gagasan Tönnies tentang *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*, solidaritas mekanis dan organik Durkheim, serta integrasi normatif Parsons. Dalam interpretasinya yang paling radikal, hal ini mencakup solidaritas sosial, kesejahteraan sosial kolektif, dan aspirasi egaliter.

Durkheim menganggap kohesi sosial sebagai ciri keteraturan suatu masyarakat dan mendefinisikannya sebagai saling ketergantungan antara anggota masyarakat, kesetiaan, dan solidaritas bersama. Bagi Durkheim, “pembagian tugas-tugas manusia yang berbeda-beda secara terus-menerus merupakan unsur utama solidaritas sosial”. Dari perspektif Durkheim, masyarakat yang kohesif bergantung pada kesetiaan bersama, yang mana warga negara berutang satu sama lain dan pada akhirnya kepada negara karena mereka terikat oleh ikatan saling ketergantungan.

Talcott Parsons peka terhadap apa yang dilihatnya sebagai bahaya liberalisme yang berlebihan dan ia menekankan pentingnya kehadiran seperangkat nilai-nilai dan norma-norma bersama yang memungkinkan anggota masyarakat untuk mengidentifikasi dan mendukung tujuan dan sasaran bersama, dan berbagi seperangkat tujuan bersama. Prinsip-prinsip moral dan kode perilaku yang digunakan untuk melakukan hubungan satu sama lain.²⁹

Kemungkinan besar, gagasan pertama seputar kohesi sosial dapat ditelusuri kembali ke tulisan Ibn-Haldun pada abad ke-14 [15,16]. Secara khusus, Ibnu Haldun mengemukakan gagasan *asabiyah* yang

²⁸Julia Leininger, et al., 2021, “Social Cohesion A New Definition and a Proposal for its Measurement in Africa”, *Discussion Paper/Deutsches Institut für Entwicklungspolitik*, Bonn, hlm. 2–3.

²⁹Yitzhak Berman & David Phillips, 2004, “Indicators for Social Cohesion”, *Paper submitted to the European Network on Indicators of Social Quality of the European Foundation on Social Quality, Amsterdam, June*, hlm. 4.

sering diterjemahkan sebagai perasaan kelompok atau kohesi sosial. Ia menghadirkan *asabiyah* sebagai perpaduan antara persatuan dan kesadaran kelompok.

Inti dari teorinya adalah bahwa dinasti atau peradaban yang berkuasa pada akhirnya akan tergantikan karena kelas penguasa menjadi kurang peduli dalam mempertahankan *asabiyah* dan lebih peduli dalam mempertahankan status mereka. Pada gilirannya, hal ini memungkinkan munculnya kelompok-kelompok dengan *asabiyah* yang lebih kuat.³⁰

Kohesi sosial merupakan konsep inti dalam sosiologi, yang mungkin bisa disamakan dengan konsep pasar bagi para ekonom, sehingga mustahil untuk menilai literatur luas dalam lingkup makalah ini—dan, mungkin, seperti yang dikatakan Alejandro Portes pada tahun 1998 tentang gagasan tersebut, modal sosial—tidak mewujudkan gagasan yang benar-benar baru bagi sosiologi. Dalam banyak kasus, pertanyaan tentang kohesi sosial muncul dalam literatur ilmu sosial sebagai respons terhadap transformasi yang dianggap merusak tatanan sosial. Minat terhadap kohesi sosial biasanya ditelusuri kembali ke Emile Durkheim, khususnya *De La Division Du Travail Social*.

Referensi sebelumnya dapat ditemukan dalam tulisan Ibnu Khaldun, yang dianggap oleh sebagian orang sebagai bapak sosiologi (abad ke-15), dan konsep *asabiyah*-nya secara umum diterjemahkan sebagai kohesi sosial. Ditulis pada saat terjadi berbagai konflik, Khaldun memandang *asabiyah* sebagai solidaritas kelompok-kelompok kecil (suku), yang memiliki kekuatan untuk mendorong integrasi sosial yang lebih luas, melalui beberapa tahapan, yang dapat (telah) dibandingkan dengan peran budaya dalam konflik memfasilitasi integrasi imigran.

Namun Khaldun pesimistik mengenai kemampuan kelompok-kelompok kecil tersebut untuk mempertahankan solidaritas mereka setelah mereka memperoleh kendali (melalui penaklukan) atas formasi sosial yang lebih besar. Begitu suatu suku menjadi fondasi dinasti yang berkuasa, ia menganggap disintegrasi suku tersebut, selama periode tiga hingga empat generasi, sebagai hal yang tidak dapat dihindari.

Proses industrialisasi dan perkembangan kapitalis tentu juga memunculkan tulisan-tulisan Marx dan Lenin. Apa yang Durkheim

³⁰L. Moustakas, 2023, “Social Cohesion: Definitions, Causes and Consequences”, *Encyclopedia*, 3, 1028–1037. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia3030075>.

(lihat di bawah) lihat sebagai modalitas solidaritas yang berbeda, dikonseptualisasikan terutama sebagai konflik kelas oleh Marx, dan konflik yang terutama berakar pada struktur ekonomi sebagai pendorong utama dari apa yang Marx lihat sebagai kemajuan masyarakat yang tak terelakkan, melalui serangkaian tahapan.

Pandangan-pandangan ini terus memberikan pengaruh, terutama gagasan Marx tentang perkembangan dialektika (perbedaan sebagai pendorong perubahan), dan gagasan tentang tahapan-tahapan pembangunan, khususnya di Tiongkok (walaupun di sana digabungkan dengan konseptualisasi yang agak berbeda mengenai peran masyarakat). negara untuk menjaga kohesi).

Fokus Marx pada struktur ekonomi menggambarkan fenomena agama (candu) dan budaya sebagai hal sekunder, sebagai kesadaran palsu, sementara sebagian besar sosiologi berikutnya memandang nilai simbolik dengan lebih serius sebagai kekuatan pengikat masyarakat (khususnya, penekanan Berger dan Luckman pada bahwa apa yang didefinisikan sebagai nyata adalah nyata dalam konsekuensinya). Selain itu, asumsi Marx bahwa jaringan sosial akan menyatu dengan perekonomian modern telah diperdebatkan sebagai inti analisis sosiologis.³¹

Emile Durkheim (1893) menyatakan bahwa konsep kohesi sosial tidak mempunyai definisi yang jelas dan juga tidak mungkin diukur secara langsung. Dalam pandangannya, “kesetiaan dan solidaritas timbal balik” adalah faktor kunci dalam kohesi sosial. Menurut Durkheim, ada dua jenis solidaritas: solidaritas mekanis dan solidaritas organik. Solidaritas mekanis mengacu pada keseragaman tradisional nilai-nilai dan keyakinan kolektif. Solidaritas organik merupakan hasil hubungan modern antarindividu yang mampu bekerja sama sekaligus mengembangkan kepribadian yang otonom bahkan kritis terhadap tradisi. Lebih dari satu abad setelah Durkheim memaparkan pemikiran inspiratifnya mengenai kohesi sosial, konsep ini mendapatkan popularitas yang luar biasa. Namun kohesi sosial masih dianggap sebagai konsep yang sulit diukur, sulit dicapai, dan sampai batas tertentu kebal terhadap kebijakan publik.³²

³¹Mark Granovetter, 2005, “The Impact of Social Structure on Economic Outcomes”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 19, No. 1, 33–50.

³²Menno Fenger, 2012, “Deconstructing Social Cohesion: Towards An Analytical Framework For Assessing Social Cohesion Policies”, *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 3 (2), pp. 39–54.

Jeannette menyatakan tidak ada “definisi standar” dan tidak ada pemahaman yang jelas tentang istilah tersebut di mana pun di dunia. Bahkan dalam organisasi seperti Uni Eropa, yang mengalokasikan sejumlah besar dana melalui Dana Struktural dan Kohesi untuk memperkuat kohesi ekonomi dan sosial di dalam Uni Eropa, kami menemukan bahwa kohesi sosial ditentukan oleh berbagai jenis ancaman politik, ekonomi atau sosial, bukan oleh ancaman kekakuan konseptual.³³

Daniel Nowack dan Sophia Schoderer mendefinisikan kohesi sosial sebagai ciri laten suatu entitas sosial, seperti kelompok atau masyarakat, yang muncul dari tingkat mikro, meso, dan makro, serta terdiri dari sejumlah dimensi.³⁴

Pertama, kohesi sosial pada intinya memberikan keterhubungan emosional, atau “rasa memiliki”, dengan mendefinisikan siapa yang menjadi bagian dari komunitas sosial. Oleh karena itu, bagian konstitutif dari kohesi sosial adalah keanggotaan komunitas atau masyarakat. Hal ini mengambil bentuk yang dirasakan pada tingkat mikro oleh individu, namun juga bentuk di mana keanggotaan dinegosiasikan pada tingkat makro dalam komunitas atau masyarakat.

Kedua, kebanyakan ilmuwan sosial lebih dari itu dengan berpendapat bahwa, individu-individu dalam masyarakat yang kohesif secara sosial perlu memiliki ikatan antarpribadi yang positif dan kuat. Ikatan yang dicirikan oleh rasa saling percaya, toleransi, dan timbal balik biasanya dikonseptualisasikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kohesi sosial.

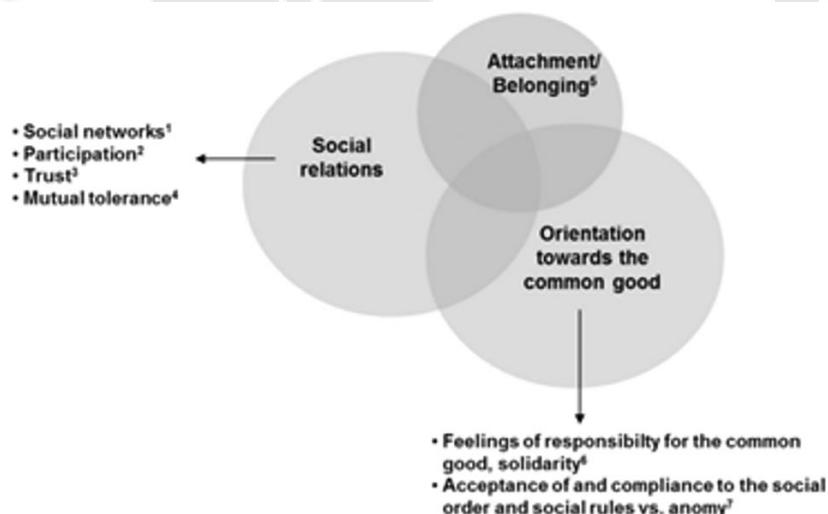
Ketiga, sejumlah ilmuwan sosial menekankan bahwa kohesi sosial ditandai dengan gagasan bahwa masyarakat dan komunitas lebih dari sekadar jumlah anggota individu. Menurut pandangan ini, perasaan membentuk kolektif sosial yang lebih besar perlu ditegakkan. Agar kohesi sosial dapat muncul dan bertahan, maka individu perlu mengarahkan tindakan dan perilakunya demi kebaikan

³³M. Sharon Jeannotte, 2003, “Social Cohesion: Insights from Canadian Research”, Presented at the Conference on Social Cohesion Hong Kong – November 29, p. 2.

³⁴Daniel Nowack & Sophia Schoderer, 2020, “The Role of Values for Social Cohesion: Daniel Nowack Sophia Schoderer Theoretical Explication and Empirical Exploration”, *Discussion Paper*/Deutsches Institut für Entwicklungspolitik 6, p. 3.

bersama masyarakat. Tiga aspek kohesi sosial yang paling umum ini—rasa memiliki, ikatan interpersonal yang positif, dan orientasi terhadap kebaikan bersama—juga diterapkan dalam komunitas pembuat kebijakan, meskipun dokumen kebijakan tentang kohesi sosial biasanya mencakup sejumlah aspek tambahan, seperti: inklusi ekonomi, kesetaraan atau partisipasi politik.³⁵

Bernard menjelaskan kohesi sosial sebagai sebuah *quasi concept*, yaitu salah satu konstruksi mental hibrid yang semakin mengusulkan kepada kita para politikus untuk secara bersamaan mendeteksi kemungkinan konteks mengenai pembacaan realitas dan memalsukannya. Ketidakjelasan konstruksi hibrid itulah yang membuat mereka mudah beradaptasi dalam berbagai situasi, namun juga menyulitkan untuk menentukan apa sebenarnya yang dimaksud dengan konstruksi tersebut. Memang benar, lebih dari 15 tahun kemudian, tampaknya terdapat konteks khususnya mengenai kurangnya definisi dan konseptualisasi yang jelas tentang kohesi sosial.³⁶



Gambar 2.1 Social Cohesion

³⁵Daniel Nowack & Sophia Schoderer, 2020, “The Role of Values for Social Cohesion: Daniel Nowack Sophia Schoderer Theoretical Explication and Empirical Exploration”, *Discussion Paper/Deutsches Institut für Entwicklungspolitik* 6, p. 3.

³⁶David Schiefer & Jolanda van der Noll, 2016, “The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review”, *Social Indicators Research*, Vol. 127, No. 1: 1–25.

David Schiefer dan Jolanda van der Noll menekankan beberapa poin penting dalam kohesi sosial sebagai berikut.

- a. Kuantitas dan kualitas hubungan sosial dan jaringan sosial.
- b. Partisipasi politik (misalnya jumlah pemilih) dan partisipasi sosial budaya (*civic engagement*).
- c. Horizontal (antarindividu), vertikal (dalam lembaga).
- d. Sikap antarkelompok, jarak sosial.
- e. Persepsi diri sebagai bagian integral dari kelompok, persepsi terhadap kelompok sosial sebagai bagian penting dari diri/identitas seseorang.
- f. Bertindak demi kebutuhan dan keuntungan kelompok, sambil membatasi kebutuhan dan tujuan pribadi.
- g. Pengakuan terhadap institusi masyarakat dan kepatuhan terhadap ‘aturan main’ hidup bersama (serta aturan untuk mengubah tatanan sosial) versus penyimpangan dan pelanggaran norma.³⁷

3. Pemahaman dan Konsep

Kohesi sosial diartikan sebagai ikatan yang mengikat orang-orang dalam suatu masyarakat.³⁸ Kohesi sosial dalam suatu masyarakat dapat melemah karena berbagai faktor yang menyebabkan terjadinya disintegrasi sosial. Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya disintegrasi sosial, salah satunya adalah proses individualisasi. Individualisasi adalah proses di mana seorang individu menjadi terlepas dari masyarakat, hidup sendiri atau terpisah dari orang lain dalam komunitas. Masyarakat modern dan industri didasarkan pada kapitalisme dan sistem pasar bebas di mana persaingan dan kepentingan pribadi berada pada puncaknya. Durkheim, sosiolog Prancis abad ke-17 mengemukakan bahwa masyarakat modern dan industri akan kehilangan norma dan berakhir dengan bunuh diri karena individualisme dan egoisme yang didorong oleh pengejaran kekayaan materi yang tiada henti.³⁹

³⁷David Schiefer & Jolanda van der Noll, 2016, “The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review”, *Social Indicators Research*, Vol. 127, No. 1: 1–25.

³⁸Joep De Hart, Loek Halman, & Paul Decker, 2013, *Religion and Civil Society in Europe*, London: Springer Science & Business Media.

³⁹Emile Durkheim, 2006, *Suicide: A Study In Sociology*, United Kingdom: Penguin Classics.

Masyarakat modern dan industri didasarkan pada kapitalisme dan sistem pasar bebas di mana perekonomian berputar antara produksi dan konsumsi.⁴⁰

Pekerja didorong untuk memproduksi lebih banyak untuk produktivitas yang lebih tinggi dan konsumen didorong untuk menggunakan lebih banyak. Untuk meningkatkan konsumsi, masyarakat didorong untuk membeli dan mengonsumsi produk melalui berbagai iklan produk. Di wilayah perkotaan yang kebutuhan materialnya jauh lebih besar dibandingkan wilayah pedesaan, masyarakatnya lebih sibuk dan menghabiskan lebih banyak waktu di tempat kerja dibandingkan rekan senegaranya di pedesaan. Oleh karena itu, masyarakat di kota menghabiskan lebih sedikit waktu dengan anggota masyarakat di mana mereka tinggal, dan bahkan lebih sedikit lagi waktu dengan pasangan dan anak-anak mereka.⁴¹

Kohesi sosial seperti yang ditekankan oleh Carron dan Brawley adalah kecenderungan suatu kelompok untuk bersatu ketika bekerja menuju suatu tujuan atau untuk memuaskan kebutuhan emosional para anggotanya. Definisi ini mencakup aspek-aspek penting dari keterpaduan, termasuk multidimensi, sifat dinamis, landasan instrumental, dan dimensi emosional.⁴²

Kohesi sosial berbeda dengan individualisme yang pada gilirannya mendefinisikan pencarian kepentingan individu daripada kepentingan bersama atau kolektif. Individualisme juga diartikan sebagai cara orang mengutamakan tujuan pribadi daripada tujuan bersama atau kolektif. Transformasi suatu masyarakat menjadi masyarakat modern dan perkotaan memengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan masyarakat tempat mereka tinggal. Urbanisasi menghasilkan tatanan sosial yang di dalamnya terdapat ikatan-ikatan tradisional masyarakat seperti ruang bersama, hubungan kekerabatan yang erat, nilai-nilai agama, dan moral yang sama digantikan oleh anonimitas, individualisme, dan kompetisi.⁴³

⁴⁰Ross Poole, 1991, *Morality and Modernity*, Routledge: New York.

⁴¹Zygmunt Bauman, 2013, *The Individualized Society*, Cambridge: Polity Press.

⁴²Albert V. Carron & Lawrence R. Brawley, 2000, "Cohesion: Conceptual and Measurement Issues", *Journal of Small Group Research*, Vol. 31, No. 1, pp. 89–106.

⁴³Ade Kearns & Ray Forrest, 2000, *Social Cohesion and Multilevel Urban Governance*, *Journal of Urban Studies*, Vol. 37, No. 5–6, 995–1017.

Fukuyama mengatakan, kohesi sosial terbentuk karena adanya kebutuhan bersama akan rasa aman. Ketika kebutuhan tersebut dipenuhi dengan cara lain, kohesi sosial mulai melemah.⁴⁴

Kohesi sosial adalah sebuah konsep yang memiliki sejarah. Ini bukan sekadar sebuah konsep akademis atau kata yang mencakup banyak hal. Regina Berger-Schmitt menguraikan konsep kohesi sosial menjadi dua dimensi, (1) Dimensi pertama dapat disingkat menjadi dimensi ketimpangan. Hal ini berkaitan dengan tujuan mendorong persamaan kesempatan dan mengurangi kesenjangan dan perpecahan dalam masyarakat. Hal ini juga mencakup aspek pengucilan sosial. (2) Dimensi kedua dapat disingkat menjadi dimensi modal sosial. Hal ini menyangkut tujuan memperkuat hubungan, interaksi, dan ikatan sosial serta mencakup seluruh aspek yang secara umum dianggap sebagai modal sosial suatu masyarakat.⁴⁵

Hijau, et al. (2009) "mendefinisikan konsep kohesi sosial dalam studi-studi terkini dan oleh para pembuat kebijakan atau pakar entah bagaimana dicirikan oleh kecanduan pada beberapa istilah dan konsep tertentu. Ringkasnya, definisi-definisi tersebut memunculkan beberapa tantangan yang memunculkan sejumlah konseptualisasi atau adopsi kohesi sosial yang diyakini sebagai faktor pendukung terciptanya masyarakat yang dapat dikatakan kohesif. Hal ini umumnya mencakup ciri-ciri yang berkaitan dengan perilaku individu dan sikap sosial, yang terdiri dari ciri-ciri komunitas yang sudah mapan yang diketahui wajib bagi masyarakat yang kohesif.

Sikap dan perilaku masyarakat yang umumnya dimunculkan atau dilontarkan meliputi: tujuan dan nilai-nilai bersama (yang mencakup kebebasan, demokrasi, kesetaraan, kebebasan, meritokrasi, dll.) Ini juga mencakup ciri-ciri seperti:

- a. Memiliki rasa memiliki yang menerjemahkan atau memberikan kemiripan identitas bersama (termasuk identitas nasional, tidak

⁴⁴Francis Fukuyama, 2000, *The Great Disruption: Human Nature and The Reconstitution of Social Order*, New York: Touchstone; Mohd Arip Kasmo, et al., 2015, "The Role of Religion in Social Cohesion within the Contemporary Muslim Society in Malaysia: Revisited", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6, No. 1, 168–174.

⁴⁵Regina Berger-Schmitt, 2002, "Considering Social Cohesion in Quality of Life Assessments: Concepts and Measurement", *Social Indicators Research*, 58(3): 403–428.

adanya impunitas, penghormatan terhadap supremasi hukum dan inklusivitas).

- b. Kemampuan bertoleransi dan menghargai perasaan dan pendapat individu suku, ras, budaya, agama serta menghindari budaya impunitas dalam sistem.
- c. Adanya rasa saling percaya dan percaya pada individu lain yang dapat meningkatkan kepercayaan antarpersonal dan institusi.
- d. Memiliki kerja sama yang bersifat sipil, penyelenggaraan pemerintahan yang baik dan pemberantasan korupsi.
- e. Partisipasi aktif dalam hal-hal yang menyangkut kepentingan nasional.
- f. Menghormati konstitusi dengan mematuhi dan menghormati hukum (untuk memastikan rendahnya atau tidak adanya kejahanatan di masyarakat).⁴⁶

Beauvais dan Jenson meneliti lima kemungkinan konsepsi kohesi sosial yang berbeda:

- a. Kohesi sosial dapat dilihat sebagai budaya sipil dan nilai-nilai bersama.
- b. Kohesi sosial dapat dipandang sebagai kontrol sosial dan ketertiban sosial.
- c. Kohesi sosial dapat berfungsi sebagai bentuk solidaritas sosial dan membantu mengurangi kesenjangan kekayaan.
- d. Kohesi sosial dapat dianggap sebagai bentuk modal sosial dan jaringan sosial.
- e. Kohesi sosial sebagai tempat identitas dan keterikatan. Dalam arti tertentu, kelima konsepsi ini bahkan lebih luas lagi.⁴⁷

⁴⁶Itumeleng Mekoa & Dauda Busari, 2018, “Social Cohesion: Its Meaning and Complexities”, *Journal of Social Sciences*, 14 (1): 107–115. Andy Green, Jan Germen Janmaat, & Christine Han, 2009, *Regimes of Social Cohesion: Centre for Learning and Life Chances in Knowledge Economies and Societies*, London: Institute of Education, University of London.

⁴⁷Caroline Beauvais & Jane Jenson, 2002, “Social Cohesion: Updating the State of The Research”, *CPRN Discussion Paper No. F 22*, Canadian Policy Research Networks, Ottawa.

Konsep kohesi sosial bersifat relatif dan merupakan konsep yang agak sulit untuk didefinisikan. Banyak sarjana yang menawarkan definisi yang berbeda-beda, namun tantangan utama yang terlihat dalam definisi tersebut adalah banyaknya definisi yang didasarkan pada orientasi atau ideologi masing-masing sarjana. Masalah lain yang ditimbulkan oleh definisi konsep ini adalah sifat multi-level dan multi-dimensi. Para sarjana kohesi sosial kontemporer telah menentang cara untuk memperlakukan konsep sebagai sebuah fenomena dengan fitur multi-dimensi atau sebagai semacam konsep yang berpotensi membangun struktur berdasarkan banyak indeks yang berbeda-beda.

Para akademisi dan pembuat kebijakan dengan suara bulat mencapai konsensus bahwa, “Kohesi Sosial” sebagai sebuah konsep, semakin populer. Meskipun konsep ini banyak ditemukan di banyak literatur, konsep kohesi sosial masih merupakan konsep yang sangat tidak jelas sehingga makna pastinya berbeda-beda antara satu pakar dengan pakar lainnya.

Meskipun beberapa cendekiawan atau peneliti memahami konsep ini sebagai sinonim dari kepercayaan, solidaritas, dan perdamaian; banyak pihak lain yang cenderung berpandangan bahwa konsep tersebut dapat memasukkan istilah-istilah seperti inklusivitas, kemiskinan, dan modal sosial. Para sosiolog telah mengaitkan atau menyelaraskan konsep tersebut dengan gagasan yang mencakup integrasi sosial dan integrasi sistem. Untuk melanjutkan pencarian definisi yang jelas, para sosiolog telah berupaya menyederhanakan tantangan yang terdapat dalam definisi tersebut.

Mereka menyoroti minat dalam mengembangkan teori umum kohesi sosial yang dihadapkan pada kerangka kerja kompleks yang melibatkan berbagai definisi kohesi sosial dan menggunakan literatur khusus mengenai dimensi kohesi sosial tertentu (misalnya, pergantian keanggotaan, komitmen organisasi, identifikasi kategoris, hubungan interpersonal, keterikatan, struktur jaringan) dan mendorong jalur penyelidikan yang terfokus pada jenis kelompok tertentu (misalnya, keluarga, sekolah, unit militer, dan tim olahraga).

Kebingungan teoretis yang ditunjukkan oleh sarjana lain secara kritis diarahkan pada pandangan kritis terhadap konsep kohesi yang dapat dipandang tidak lebih dari sekadar “konsep semu” atau “konsep kenyamanan” yang dapat dilihat cukup fleksibel untuk memungkinkan

penyesuaian, lika-liku dan juga menawarkan ruang bagi kebutuhan-kebutuhan yang terkait dengan tindakan politik dalam aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, tujuan artikel ini adalah untuk memberikan analisis mendalam tentang bagaimana konsep kohesi sosial didefinisikan dan diterapkan dalam literatur, dengan mempertimbangkan dua tradisi yang digunakan dalam menganalisis kohesi sosial. Yang pertama berasal dari disiplin ilmu-ilmu sosial seperti Ilmu Politik, Sosiologi, Psikologi Sosial, dll. Setelah disiplin ilmu sosial adalah pendekatan-pendekatan yang lebih baru dan semakin signifikan yang dirumuskan oleh para pembuat kebijakan.⁴⁸

Kohesi sosial dipandang sebagai ciri suatu masyarakat yang berhubungan dengan hubungan dan hubungan antarunit-unit masyarakat seperti individu, kelompok, perkumpulan, serta unit teritorial.⁴⁹

Sosiolog Emile Durkheim adalah orang pertama yang menggunakan konsep kohesi sosial. Dia menganggap kohesi sosial sebagai ciri keteraturan suatu masyarakat dan mendefinisikannya sebagai saling ketergantungan antara anggota masyarakat, loyalitas dan solidaritas bersama. Aspek-aspek yang sering disebutkan dalam menggambarkan kohesi sosial adalah kekuatan hubungan sosial, nilai-nilai bersama dan komunitas penafsiran, perasaan akan identitas bersama dan rasa memiliki terhadap komunitas yang sama, kepercayaan antaranggota masyarakat, serta besarnya kesenjangan.⁵⁰

Jaringan kohesi sosial dari Inisiatif Penelitian Kebijakan Pemerintah Kanada mendefinisikan kohesi sosial sebagai proses berkelanjutan dalam mengembangkan komunitas yang memiliki nilai-nilai bersama, tantangan bersama, dan kesempatan yang sama di Kanada, berdasarkan rasa percaya, harapan, dan timbal balik di antara seluruh warga Kanada.⁵¹

⁴⁸Itumeleng Mekoa & Dauda Busari, "Social Cohesion: Its Meaning and Complexities", *Journal of Social Sciences*, 14 (1): 107–115.

⁴⁹McCracken, 1998, "Social Cohesion and Macroeconomic Performance. Centre for the Study of Living Standards (CSLS)", Conference: *The State of Living Standards and the Quality of Life*, October 30–31, Ottawa, Ontario/Canada.

⁵⁰ F. Woolley, 1998, "Social Cohesion and Voluntary Activity: Making Connections. Centre for the Study of Living Standards (CSLS)", Conference: *The State of Living Standards and the Quality of Life*, October 30–31, Ottawa, Ontario/Canada.

⁵¹Regina Berger-Schmitt, 2002, "Social Cohesion as an Aspect of the Quality of Societies: Concept and Measurement", *EuReporting Working Paper No. 14*.

Kohesi sosial mempunyai banyak definisi formal (untuk tinjauan global lihat Jensen 1998, Pemerintah Kanada 1999, dan Ritzen 2001). Judith Maxwell (1996: 13), misalnya, berpendapat bahwa kohesi sosial mengacu pada proses membangun nilai-nilai bersama dan komunitas penafsiran, mengurangi kesenjangan dalam kekayaan dan pendapatan, dan secara umum memungkinkan orang untuk memiliki perasaan bahwa mereka terlibat dalam hal-hal yang sama. Perusahaan, menghadapi tantangan bersama, dan bahwa mereka adalah anggota komunitas yang sama.⁵²

4. Kompleksitas Teori Kohesi Sosial

Mulai tahun 1980, OECD menjadi pemimpin dalam menyebarkan klaim di antara anggotanya dan komunitas kebijakan bahwa ‘kebijakan sosial di banyak negara menciptakan hambatan terhadap pertumbuhan’ (dikutip dalam Deacon, *et al.*, 1997: 71). Namun, pada awal tahun 1990-an, muncul kekhawatiran mengenai stabilitas dan batasan penyesuaian struktural, baik di negara-negara OECD maupun di negara lain. Kohesi sosial menjadi kata kunci dalam diskusi kebijakan dan muncul peringatan akan perlunya menyeimbangkan perhatian terhadap restrukturisasi ekonomi dengan kehati-hatian terhadap kohesi masyarakat untuk mempertahankan restrukturisasi tersebut.

Pada tahun 1996, konferensi tingkat tinggi OECD, Beyond 2000: *The New Social Policy Agenda*, diakhiri dengan seruan kepada para anggotanya untuk menerapkan ‘pendekatan investasi sosial untuk negara kesejahteraan di masa depan’ dan pengeluaran sosial baru yang difokuskan pada bidang-bidang di mana keuntungan dapat dimaksimalkan bentuk kohesi sosial dan partisipasi aktif dalam masyarakat dan pasar tenaga kerja (OECD, 1997).

Kohesi sosial dalam konteks ini tidak didefinisikan dan kita harus memahami penggunaannya bahwa pada dasarnya itu berarti stabilitas sosial. Uni Eropa (UE) juga menyatakan bahwa kohesi ekonomi dan sosial Eropa merupakan tujuan kebijakan utama. Hal ini ditegaskan dalam Perjanjian Maastricht pada tahun 1992 dan ditegaskan kembali ketika Agenda Lisbon diumumkan pada tahun 2000. Bagi UE, dan juga

⁵²William Easterly, Jozef Ritzan, & Michael Woolcock, 2006, “Social Cohesion, Institutions, and Growth”, *Center for Global Development*, Working Paper Number 94 August, p. 4.

bagi OECD, kohesi sosial adalah sesuatu yang harus diperjuangkan, yang diciptakan melalui kebijakan sosial yang “dimodernisasi”, redistribusi regional dan bentuk pemerintahan baru yang melibatkan warga negara yang lebih aktif dan mekanisme untuk mengidentifikasi praktik terbaik. Melalui peninjauan jangka menengah dan penyesuaian strategi Lisbon pada tahun 2005, arah kebijakan telah diubah, namun tujuan keseluruhannya tetap ada.

Kohesi sosial, sebagaimana didefinisikan oleh Direktorat Jenderal Kohesi Sosial Dewan Eropa, adalah sebuah konsep yang mencakup nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang bertujuan untuk memastikan bahwa semua warga negara, tanpa diskriminasi dan setara, memiliki akses terhadap hak-hak sosial dan ekonomi yang mendasar. Kohesi sosial adalah sebuah konsep utama yang selalu mengingatkan kita akan perlunya perhatian dan kewaspadaan kolektif terhadap segala bentuk diskriminasi, ketidaksetaraan, marginalitas, atau pengucilan.

Dewan Eropa tidak melihat kohesi sosial sebagai konsep homogenisasi yang hanya didasarkan pada bentuk-bentuk integrasi sosial tradisional, namun penting, seperti: identitas, berbagi budaya yang sama, menganut nilai-nilai yang sama. Ini adalah konsep masyarakat terbuka dan multikultural.

Makna dari konsep ini dapat berbeda-beda sesuai dengan lingkungan sosial politik di mana konsep tersebut berkembang. Dari sudut pandang operasional, strategi kohesi sosial mengacu pada tindakan apa pun yang memastikan bahwa setiap warga negara, setiap individu, dalam komunitasnya, memiliki peluang akses:

- a. sarana untuk menjamin kebutuhan dasar mereka;
- b. untuk maju;
- c. terhadap perlindungan dan hak-hak hukum; dan
- d. terhadap martabat dan kepercayaan sosial.

Kurangnya akses terhadap bidang-bidang ini berarti bertentangan dengan kohesi sosial.⁵³ Kompleksitas kohesi sosial di Indonesia terletak

⁵³Council of Europe, 2001, *Promoting the Policy Debate on Social Exclusion from a Comparative Perspective*, Strasbourg: Trends in Social Cohesion, No. 1; Jane Jenson, 2010, “Defining and Measuring Social Cohesion”, Commonwealth Secretariat and United Nations Research Institute for Social Development, P. 3–5.

pada tantangan menjaga keutuhan bangsa di tengah keragaman suku, agama, budaya, dan kondisi geografis yang luas. Faktor-faktor yang memengaruhi kompleksitas ini meliputi kesenjangan ekonomi, masalah korupsi, ketidaksetaraan sosial, serta munculnya konflik dan polarisasi politik yang dapat merapuhkan rasa kebersamaan dan saling percaya antarindividu dan kelompok.

Faktor-faktor yang memengaruhi kohesi sosial adalah sebagai berikut.

a. Keragaman Budaya dan Etnis

Indonesia adalah negara yang sangat beragam secara budaya, etnis, dan agama, yang membutuhkan upaya ekstra untuk menyatukan dan menerima perbedaan tersebut sebagai kekuatan, bukan pemecah belah.

b. Kesenjangan Sosial dan Ekonomi

Ketidaksetaraan dalam kesejahteraan dan kemiskinan dapat memicu erosi sosial dan konflik, sehingga merusak rasa solidaritas dan kepercayaan dalam masyarakat.

c. Polarisasi Politik dan Korupsi

Ketegangan politik dan persepsi publik yang kurang baik terhadap penegakan hukum terhadap korupsi dapat memperburuk kondisi sosial dan menimbulkan perpecahan.

d. Pengaruh Media Sosial

Dalam era digital, penyebaran informasi melalui media sosial dapat memperkuat polarisasi, menyebarkan mis-informasi, dan mengancam kohesi sosial. Adapun cara memperkuat kohesi sosial di Indonesia, antara lain:

- a. Menumbuhkan Kepedulian dan Saling Membantu: Mengembangkan semangat gotong royong, kepedulian sosial, serta rasa saling percaya dan terikat antaranggota masyarakat.
- b. Menghargai Keragaman: Menciptakan lingkungan di mana keragaman agama, budaya, dan ras diterima, dihargai, dan dipandang sebagai aset bangsa.
- c. Membangun Keteraturan dan Kepatuhan: Memastikan masyarakat taat pada norma dan peraturan sosial yang berlaku untuk memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas.

- d. Melalui Musyawarah dan Mufakat: Mempraktikkan musyawarah untuk mencapai mufakat, yang dapat memupuk saling menghormati, pengertian, dan kompromi antaranggota masyarakat.
- e. Memperkuat Kesejahteraan: Mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi serta memastikan terpenuhinya kebutuhan dasar masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang aman dan sejahtera.

Kohesi sosial atau merupakan sebuah keterikatan sosial tentunya akan tercapai jika hubungan antara anggota kelompok saling mendukung dan memiliki rasa persamaan dalam visi-misinya, hal tersebut tidak akan terjadi bila antarsesama kelompok atau hubungan saling tidak mendukung. Oleh karena itu, hubungan antara anggota kelompoklah yang menjadi tekanan utamanya, tetapi semua yang menyatu padu. Menurut We Tenri menyatakan bahwa kohesi sosial dapat didefinisikan sebagai perekatan dibangun oleh suatu komunitas berdasarkan ikatan kefamilia, klan, geneologi dalam bingkai ke-etnikan.

5. Dimensi Kohesi Sosial

Berbagai upaya telah dilakukan untuk menentukan dimensi kohesi sosial. Secara kolaboratif, Jaringan Penelitian Kebijakan Kanada dan Inisiatif Penelitian Kebijakan Pemerintah Kanada mengeksplorasi dimensi kohesi sosial sebagaimana ditunjukkan dalam empat dokumen kebijakan Pemerintah Kanada, Pemerintah Prancis, OECD, dan *Club of Rome*. Lima dimensi diidentifikasi, yaitu:

- a. Kepemilikan-Isolasi yang berarti nilai-nilai bersama, identitas, perasaan komitmen.
- b. Inklusi-Eksklusi yang menyangkut kesetaraan peluang akses.
- c. Partisipasi-Non-Keterlibatan.
- d. Pengakuan-Penolakan yang membahas masalah menghormati dan menoleransi perbedaan dalam masyarakat pluralis.
- e. Legitimasi tidak sahnya institusi yang bertindak sebagai mediator konflik dalam masyarakat pluralis.⁵⁴

⁵⁴ P. O' Connor, 1998, "Mapping Social Cohesion. Canadian Policy Research Networks", CPRN Discussion Paper No. F | 01, Ottawa, (ftp://ftp.cprn.org/family/msc_e.pdf).

Upaya lain untuk memetakan kohesi sosial menghasilkan tiga kategori permasalahan yang tercakup dalam konsep tersebut:

- a. Ikatan yang mengikat, seperti nilai, identitas, budaya.
- b. Perbedaan dan perpecahan, kesenjangan dan ketidakadilan, keragaman budaya, perpecahan geografis.
- c. Perekat sosial yang mengacu pada asosiasi dan jaringan, infrastruktur, nilai-nilai, dan identitas.⁵⁵

Secara umum, ada dua tradisi untuk menganalisis kohesi sosial dalam sastra. Yang *pertama* adalah dari disiplin ilmu sosial akademis, sosiologi, dan (lebih tepatnya) psikologi sosial pada khususnya. Pendekatan lainnya telah dikembangkan oleh para pembuat kebijakan dan para analis yang lebih berorientasi pada kebijakan. Kita akan melihat kedua tradisi ini secara bergantian, walaupun penekanan kita akan tertuju pada tradisi yang terakhir, karena tradisi ini lebih relevan dalam konteks kita saat ini untuk mengembangkan definisi operasional.

Wacana akademik tentang kohesi sosial seperti yang disarankan oleh para intelektual asal-usul ‘kohesi sosial’ dapat ditelusuri setidaknya pada zaman Emile Durkheim, salah satu pendiri sosiologi modern. Sampai batas tertentu, tradisi ini masih bertahan dalam sosiologi kontemporer, beberapa contoh terkini adalah Berger (1998) dan Gough dan Olofsson (1999). Salah satu ciri utama dari karya-karya ini adalah bahwa kohesi sosial sering kali dianalisis dalam kaitannya dengan pertanyaan yang lebih luas mengenai integrasi, stabilitas, dan disintegrasi sosial.

Buku Berger yang telah diedit berisi analisis rinci tentang konflik normatif (misalnya, konflik etnis dan gerakan separatis) dalam masyarakat modern, serta kemungkinan pengaturan kelembagaan yang dapat memediasi konflik-konflik ini.

Dalam pengantar buku mereka yang telah diedit, Gough dan Olofsson (1999) memperjelas bahwa tujuan utama mereka adalah untuk menghubungkan tema integrasi sosial dan pengucilan sosial. Karakteristik utama dari analisis mereka adalah bahwa analisis ini sebagian besar dilakukan pada tingkat sistemis, dengan sedikit

⁵⁵Regina Berger-Schmitt, 2002, “Social Cohesion as an Aspect of the Quality of Societies: Concept and Measurement”, *EuReporting Working Paper No. 14*.

rujukan eksplisit pada data empiris pada tingkat individu. Faktanya, bab substantif pertama dari buku ini dikhkususkan untuk memetakan perdebatan meta-teoretis dalam sosiologi mengenai struktur-berpusat versus aktor-berpusat.

Keasyikan dengan pertanyaan-pertanyaan yang relatif abstrak dan analisis yang sistematis menyiratkan bahwa karya-karya ini, betapapun pentingnya karya-karya tersebut, hanya memberikan sedikit petunjuk mengenai bagaimana kohesi sosial dapat didefinisikan dan dioperasionalkan. Buku Berger, misalnya, berbicara tentang batas kohesi sosial tanpa mendefinisikan secara eksplisit apa yang dimaksud dengan kohesi sosial.

Sebagian besar buku Gough dan Olofsson, seperti yang mereka kemukakan di bagian pendahuluan, berfokus pada topik-topik seperti keterikatan, pengucilan sosial, integrasi sosial dan integrasi sistem, bukan pada kohesi sosial itu sendiri. Satu pengecualian besar terhadap tren ini adalah Lockwood (1999), yang telah memberikan definisi eksplisit tentang kohesi sosial yang mendapat banyak perhatian dalam literatur.

Menurut Lockwood, kohesi sosial mengacu pada keadaan jaringan primer yang kuat (seperti kekerabatan dan organisasi sukarela lokal) di tingkat komunal. Kohesi sosial bersama dengan integrasi sipil (tatanan kelembagaan pada tingkat makro-masyarakat), mewakili dua tingkat integrasi sosial, yang berkaitan dengan hubungan yang teratur atau konflikual antaraktor dalam masyarakat (Lockwood, 1992; dikutip dalam Gough dan Olofsson, 1999: 5).

Dari sini Lockwood telah menyarankan beberapa kemungkinan ukuran kohesi sosial dan integrasi sipil suatu masyarakat (Lockwood, 1999: 69–92). Pada titik ini, penting untuk dicatat bahwa kohesi sosial, seperti yang digunakan Lockwood, mewakili salah satu ujung dari dua ekstrem. Kebalikan dari kohesi sosial adalah pembubaran sosial. Demikian pula kebalikan dari integrasi sipil adalah korupsi sipil. Kerangka kerja Lockwood adalah kerangka yang penting dan berwawasan luas. Faktanya, beberapa indikator kohesi sosial yang dikemukakannya, seperti altruisme umum (seperti kepercayaan dan kesediaan untuk membantu, orang-orang di luar jaringan utama seseorang) juga akan diadopsi ke dalam definisi kita di kemudian hari (Lockwood, 1999: 69).

Namun, fokusnya terutama bersifat negatif, atau pada apa yang disebut patologi sosial. Hal ini terbukti dalam serangkaian langkah-langkah kohesi sosial (atau pembubaran sosial), yang mencakup hal-hal seperti ada atau tidaknya kejahatan, kerusuhan perkotaan, dan kerangka keluarga yang memang dapat berfungsi sebagai mekanisme peringatan dini yang berguna terhadap potensi konflik sosial gangguan. Sebaliknya, kerangka kerja yang kami usulkan akan lebih netral dan mencoba memberikan keseimbangan yang melaporkan tanda-tanda positif dan negatif yang terkait dengan tingkat kohesi masyarakat. Selain sosiolog, beberapa karya psikolog sosial juga patut dicermati. Di sini kontribusi terbesar mereka adalah pada konsep kohesi itu sendiri.

Mereka berpendapat bahwa ada dua perspektif terhadap kohesi: objektif dan persepsi. Yang pertama mengacu pada beberapa atribut objektif kelompok secara keseluruhan, dan ini melibatkan beberapa ukuran gabungan berdasarkan kedekatan masing-masing anggota yang dilaporkan sendiri dengan anggota lain dalam kelompok.

Di sisi lain, kohesi yang dirasakan adalah fungsi dari masing-masing anggota dan persepsinya mengenai posisinya dalam kelompok. Hal ini, pada gilirannya, bergantung pada (1) Rasa memiliki individu terhadap kelompok dan (2) Perasaan “moral” (yaitu respons emosional) yang terkait dengan keanggotaan dalam kelompok. Rasa memiliki merupakan hal mendasar bagi keberadaan kelompok, sedangkan “moral” mempunyai implikasi langsung pada motivasi anggota kelompok.

Memang benar bahwa analisis Bollen dan Hoyle mengenai kohesi bersifat umum dan definisi mereka tidak diarahkan secara khusus pada kohesi di tingkat masyarakat. Namun kerangka kerja mereka, terutama perspektif yang dirasakan, sangat relevan dengan analisis kohesi sosial. Seperti yang akan kita bahas nanti dalam buku ini, hal-hal seperti rasa memiliki memang merupakan unsur dari konsep kohesi sosial. Ringkasnya, literatur akademis telah memberikan banyak wawasan mengenai konseptualisasi kohesi sosial, meskipun definisi yang memuaskan dan operasional masih menunggu.

Hal ini sebagian besar disebabkan oleh perbedaan minat penelitian para ilmuwan di berbagai disiplin ilmu. Kebanyakan sosiolog pada akhirnya tertarik pada pertanyaan sistemik mengenai integrasi dan stabilitas sosial, dan akibatnya hanya memberikan perhatian sekilas pada definisi kohesi sosial itu sendiri. Psikolog sosial, di sisi lain, telah

memberikan beberapa kerangka kerja yang berguna untuk mengukur kohesi kelompok. Namun diperlukan modifikasi yang tepat sebelum kerangka kerja ini dapat diadopsi untuk menganalisis kohesi di tingkat masyarakat.⁵⁶

B. Sistem Ekonomi Pedagang Tradisional

1. Pengertian Sistem Ekonomi

Sistem ekonomi adalah suatu sistem yang mengatur serta menjalin hubungan ekonomi dengan antarmanusia dengan seperangkat kelembagaan dalam tatanan kehidupan bermasyarakat atau bernegara. Sistem ekonomi suatu negara dikatakan bersifat khas (unik) jika berbeda dengan sistem ekonomi yang ada di negara lain, hal ini bisa dilihat dari tiga aspek, yaitu:

- a. Sistem pemilikan sumber daya atau faktor-faktor produksi;
- b. Keluwesan masyarakat untuk saling berkompetisi satu sama lain dan untuk menerima imbalan atas prestasi kerjanya; dan
- c. Kadar peranan pemerintah dalam mengatur, mengarahkan, dan merencanakan kehidupan bisnis dan perekonomian pada umumnya.⁵⁷

Di Indonesia, sistem ekonomi yang dianut adalah Sistem Ekonomi Pancasila atau disebut juga sistem ekonomi campuran, yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 Pasal 33. Sistem ini merupakan perpaduan antara prinsip ekonomi pasar dengan peran pemerintah yang signifikan, bertujuan untuk mencapai kemakmuran rakyat melalui asas kekeluargaan dan gotong royong, serta menguasai cabang-cabang produksi vital untuk kepentingan masyarakat. Pembangunan ekonomi dengan sistem Pancasila berarti mengutamakan kemakmuran masyarakat secara merata, bukan hanya untuk individu atau golongan tertentu.

⁵⁶Joseph Chan, Ho-Pong To, & Elaine Chan, 2006, “Reconsidering Social Cohesion: Developing A Definition and Analytical Framework For Empirical Research”, *Social Indicators Research* 75: 273–302, hlm. 274–277.

⁵⁷Nurhadi, 2018, “Paradigma Idiologi Sistem Ekonomi Dunia”, *Al-Fikra: Jurnal Ilmiah Keislaman*, Vol. 17, No. 1: 97–129.

Namun ekonomi Pancasila juga memberikan peluang dengan sistem ekonomi campuran yaitu sistem ekonomi yang mengombinasikan elemen ekonomi pasar (yang mengalokasikan sumber daya) dengan pengaturan dan intervensi pemerintah untuk memastikan pemerataan dan keberlanjutan pembangunan.

Di Indonesia, terdapat pula istilah yang disebut dengan sistem ekonomi kerakyatan. Sistem ekonomi kerakyatan yaitu suatu sistem ekonomi yang menempatkan kedaulatan rakyat sebagai kekuatan utama, berorientasi pada kemaslahatan bersama, dan berlandaskan nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945. Sistem ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan ekonomi, serta pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan.

Prinsip utama dari sistem ekonomi kerakyatan adalah sebagai berikut.

- a. Kedaulatan Rakyat. Masyarakat memiliki peran sentral dan kedaulatan dalam bidang ekonomi.
- b. Kesejahteraan Bersama (Kemaslahatan). Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh rakyat.
- c. Partisipasi Aktif. Masyarakat berpartisipasi dalam produksi, konsumsi, serta pengawasan jalannya ekonomi.
- d. Pemberdayaan UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi tulang punggung sistem ini karena memiliki peran besar dalam perekonomian nasional.

Peran UMKM dalam sistem ekonomi dan pembangunan ekonomi Indonesia sangatlah besar. Data KADIN tahun 2023, menunjukkan peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha, menjadikan UMKM sebagai sektor yang mendominasi struktur ekonomi Indonesia.⁵⁸ Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut.

⁵⁸<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.



Sumber: Kementerian UMKM

Gambar 2.2 UMKM di Indonesia

Menurut data Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang tercatat di Indonesia sampai 31 Desember 2024. Namun, jumlah ini belum mencakup UMKM dari sektor usaha pertanian, pemerintahan, jasa, dan lainnya.

Jumlah UMKM per sektor usaha yang sudah tercatat di Kementerian UMKM hingga 31 Desember 2024.

- 1) Perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor: 14.433.048 unit.
- 2) Penyediaan akomodasi, makanan, minuman: 6.400.667 unit.
- 3) Industri pengolahan: 4.164.542 unit.
- 4) Jasa lainnya: 1.906.799 unit.
- 5) Pengangkutan dan pergudangan: 1.169.310 unit.
- 6) Konstruksi: 307.519 unit.
- 7) Penyewaan dan sewa guna usaha tanpa hak opsi, ketenagakerjaan, agen perjalanan, dan penunjang usaha lainnya: 289.650 unit.
- 8) Pertambangan dan penggalian: 196.841 unit.
- 9) Pengelolaan air, air limbah, pemulihan material sampah, dan remediensi: 164.111 unit.

- 10) Pendidikan: 162.659 unit.
- 11) Kesehatan manusia dan aktivitas sosial: 156.183 unit.
- 12) *Real estate*: 142.526 unit.
- 13) Kesenian, hiburan, dan rekreasi: 129.547 unit.
- 14) Aktivitas profesional, ilmiah, teknis: 124.287 unit.
- 15) Pengadaan listrik, gas, uap/air panas, udara dingin: 82.504 unit.
- 16) Keuangan dan asuransi: 57.589 unit.

Kategori UMKM pada dasarnya dikelompokan berdasarkan besarnya modal usaha saat pendirian. Bila modal usahanya mencapai maksimal satu miliar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), maka dikategorikan kelas Usaha Mikro. Usaha dengan modal usaha lebih dari satu miliar rupiah sampai dengan lima miliar rupiah masuk dalam kelas Usaha Kecil. Usaha dengan modal usaha lebih dari lima miliar rupiah sampai dengan sepuluh miliar rupiah masuk dalam kelas Usaha Menengah. Lebih besar dari ini, maka menjadi kelas Usaha Besar.⁵⁹

UMKM yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini.

Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian.

⁵⁹<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

Selaku penyelenggara negara, pemerintah dapat membantu para pelaku UMKM agar lebih berkembang lagi. Pemerintah Republik Indonesia telah membantu para UMKM dengan cara memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pertumbuhan KUR sebesar Rp178,07 triliun atau kurang lebih 16,25% pada tahun 2020 dan sebesar Rp192,59 triliun atau kurang lebih 8,16% pada tahun 2021. Ini juga membuktikan, para pelaku UMKM sangat membutuhkan suntikan dana dalam mengembangkan usahanya.

Pemerintah juga telah melakukan pemberian kredit kepada para pelaku usaha mikro yang berada di lapisan terbawah dan belum difasilitasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau non-perbankan. Berdasarkan data dari Badan Layanan Umum (BLU), Pusat Investasi Pemerintah (PIP), dan Penyaluran Usaha Mikro (UMi) sejak 2017 sampai dengan 2022 telah mencapai Rp26,2 triliun kepada 7,4 juta debitur. Ini membuktikan, masih banyaknya para pelaku usaha mikro yang belum terfasilitasi oleh KUR dari perbankan.

Pemerintah Indonesia sebaiknya berpihak dan fokus kepada para pelaku UMKM agar mudah mendapatkan kegiatan pemberdayaan UMKM, baik dari sisi permodalan maupun dari sisi pengembangan kapasitas usaha. Sektor UMKM yang terbukti mampu menyerap jumlah tenaga kerja yang besar juga merupakan solusi untuk mengurangi jumlah pengangguran. Tren positif ini yang perlu terus dijaga pertumbuhannya agar sektor UMKM dalam skala yang besar mampu mengatasi masalah pengangguran di Indonesia.⁶⁰

Dalam sumber lain dijelaskan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penopang ekonomi nasional karena UMKM mencakup sekitar 99% total unit usaha di Indonesia, berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional hingga 60,51%, serta menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Saat ini, kontribusi UMKM kepada ekspor nasional saat ini baru mencapai sekitar 15,7% dari total ekspor nasional, masih di bawah Singapura (41%) dan Thailand (29%).

Pemerintah telah melaksanakan berbagai dukungan pembiayaan yang dapat dimanfaatkan UMKM untuk menunjang kegiatan ekspor,

⁶⁰<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-Kontribusi -umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>.

antara lain melalui pembiayaan Ultra Mikro (UMi), Kredit Usaha Rakyat (KUR), PNM Mekaar, dan PNM Ulaam. Di samping itu, pemerintah sudah menugaskan khusus kepada Lembaga Pembiayaan Ekspor Impor (LPEI) untuk menyediakan pembiayaan bagi UMKM ekspor, di antaranya melalui Fasilitas Pembiayaan Modal Kerja Ekspor (PMKE) yang menyediakan kebutuhan modal kerja khusus ekspor, serta memfasilitasi penjaminan dan asuransi.

Dukungan program penguatan kapasitas UMKM ekspor, termasuk pembiayaan serta inovasi seperti pelatihan dan pendampingan berbasis digital, berperan penting untuk memperluas basis UMKM ekspor. Penyusunan *database* UMKM ekspor juga menjadi penting agar program dapat disinergikan dan tepat sasaran.

Peningkatan akses informasi pasar melalui keterlibatan perwakilan Indonesia di negara lain, diaspora Indonesia, serta lembaga di negara mitra juga perlu ditingkatkan untuk mendorong ekspor produk UMKM kita. Maka itu, pemerintah mengapresiasi program WikiExport yang merupakan kerja sama KADIN dengan Jepang yang fokus pada pemanfaatan teknologi untuk menghubungkan UMKM dengan para pelaku usaha dan *buyer* Jepang.⁶¹

2. Sistem Ekonomi Pedagang Tradisional

a. Pengertian Pedagang Tradisional

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mal, plaza, pusat perdagangan, maupun sebutan lainnya.⁶²

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan

⁶¹<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5885/menko-airlangga-pemerintah-dukung-bentuk-kolaborasi-baru-agar-umkm-indonesia-jadi-bagian-rantai-pasok-industri-global>.

⁶²Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007.

kebutuhannya, sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.⁶³

Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri, dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Secara logis dengan adanya kegiatan ini akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.⁶⁴

Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.⁶⁵

Jadi, berdasarkan pernyataan di atas pasar adalah area tempat jual beli barang/jasa dengan penjual lebih dari satu orang yang didalamnya terjadi proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) sehingga menetapkan harga dan jumlah yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Pasar berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk pelayanan bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai segi atau bidang, di antaranya:

1) Segi Ekonomi

Merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk mewadahi kebutuhan sebagai *demand* dan *supply*.

Pada sumber lain dijelaskan dari aspek ekonomi, pasar memiliki tiga fungsi utama: sebagai sarana distribusi untuk penyaluran barang dan jasa, sebagai pembentukan harga melalui interaksi antara permintaan dan penawaran, dan sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan *brand awareness* kepada konsumen.

⁶³Menteri Perdagangan Republik Indonesia.

⁶⁴Guhfron A. Mas'adi, 2002, *Fiqh Muamalah Konseptual*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, hlm. 119.

⁶⁵Cyril S. 1981, Belshaw, *Tukar-Menukar Tradisional dan Pasar Modern*, Jakarta: Gramedia.

2) Segi Sosial Budaya

Merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.

Dalam sumber lainnya dijelaskan bahwa dari aspek sosial budaya, pasar berfungsi sebagai pusat interaksi sosial, tempat masyarakat melakukan kontak dan komunikasi langsung, serta menjadi wadah pelestarian tradisi dan nilai-nilai lokal. Pasar juga berperan sebagai tempat terjadinya perpindahan budaya melalui interaksi antarindividu dari latar belakang berbeda dan mendukung kesejahteraan masyarakat melalui peluang ekonomi yang diciptakannya.

3) Arsitektur

Menunjukkan ciri khas daerah yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki. Dalam sumber lainnya dijelaskan dari aspek arsitektur, fungsi pasar meliputi penciptaan ruang sosial dan ekonomi yang efisien dan adaptif, penyampaian identitas budaya lokal melalui estetika bangunan dan tata ruang, serta peningkatan sirkulasi dan konektivitas untuk mendukung aktivitas jual beli dan interaksi sosial. Arsitektur pasar juga harus mencerminkan dan mendukung penggunaan ruang oleh masyarakat, mempertimbangkan aspek fungsional, estetika, dan adaptabilitas untuk pasar modern maupun tradisional.

Berikut adalah rincian fungsi pasar dari aspek arsitektur.

1) Ruang Fungsional dan Ekonomi

Arsitektur pasar harus dirancang untuk mendukung aktivitas jual beli barang dan jasa, termasuk penyediaan ruang untuk penjual (kios, lapak) dan pembeli, serta ruang untuk distribusi produk.

Pasar adalah tempat penting untuk interaksi sosial masyarakat, dan arsitektur yang baik dapat menyediakan ruang-ruang yang memfasilitasi interaksi ini, baik antara penjual dan pembeli maupun di antara sesama pengunjung pasar.

Tata ruang yang baik akan menciptakan jalur sirkulasi yang jelas, memudahkan pergerakan pengguna pasar, dan mendukung akses serta konektivitas antarbagian pasar.

2) Ruang Identitas Budaya

Arsitektur pasar dapat berfungsi sebagai *landmark* atau ikon yang mencerminkan identitas budaya dan tradisi suatu daerah. Dengan memperhatikan kebiasaan penjual dan pembeli, arsitektur pasar tradisional dapat menelusuri citra lokal melalui pola penggunaan ruang dan akses bangunan yang ada.

3) Ruang Adaptif dan Inklusif

Desain pasar yang adaptif memungkinkan ruang tersebut untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan aktivitas yang berkembang, baik untuk pasar tradisional maupun modern.

Arsitektur dapat dirancang untuk mendukung pemberdayaan masyarakat sekitar, memberikan ruang bagi usaha kecil dan menengah, serta membuka lapangan pekerjaan.

4) Kualitas Estetika dan Lingkungan

Aspek estetika dalam desain pasar sangat penting untuk kenyamanan pengguna dan untuk memperkuat citra kawasan. Tata ruang, pemilihan material, dan desain pencahayaan menjadi elemen arsitektur yang menciptakan lingkungan pasar yang nyaman bagi semua penggunanya.

Dalam sumber lain dijelaskan fungsi dari pasar sebagai tempat penyaluran distribusi, atau proses penyaluran barang dan jasa hingga ke tangan konsumen atau pembeli. Peran dari pasar yang berguna bukan hanya bagi produsen dan konsumen saja, tapi juga bagi suatu negara. Hal ini karena pasar merupakan suatu dasar berjalannya perekonomian di suatu negara. Berikut penjelasan mengenai peran dari pasar, yaitu:

1) Peran Pasar bagi Produsen

Pasar menjembatani produsen dalam memperlancar penjualan hasil produksi, serta pasar menjadi tempat untuk memperkenalkan suatu barang yang kita produksi. Produsen juga bisa mendapatkan barang atau jasa yang bisa digunakan untuk keperluan produksi.

Dalam sumber lain, peran pasar bagi produsen adalah sebagai sarana untuk menjual hasil produksi, promosi produk, mendapatkan bahan baku, menentukan harga, dan mendapatkan informasi pasar mengenai kebutuhan konsumen. Pasar membantu produsen memperlancar distribusi barang dan jasa, menguji produk baru,

serta memperoleh informasi langsung dari konsumen untuk perbaikan produk.

- a) Tempat Penjualan dan Distribusi Hasil Produksi
 - (1) Pasar adalah tempat produsen dapat menyalurkan barang dan jasa yang mereka hasilkan kepada konsumen.
 - (2) Ini juga merupakan sarana untuk distribusi yang lancar, memperpendek jarak antara produsen dan konsumen.
- b) Sarana Promosi dan Informasi
 - (1) Produsen dapat menggunakan pasar untuk memperkenalkan dan menginformasikan produk baru mereka kepada konsumen.
 - (2) Interaksi di pasar membantu meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan memberikan informasi mengenai kualitas serta harga produk.
- c) Mendapatkan Bahan Baku Produksi

Pasar, khususnya pasar industri atau pasar sumber daya produksi, menjadi tempat produsen untuk mencari dan memperoleh berbagai bahan baku, mesin, dan alat yang dibutuhkan untuk proses produksi.
- d) Pembentukan Harga dan Pengendalian Produksi
 - (1) Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, sehingga terjadi kesepakatan harga yang mengarah pada pembentukan harga keseimbangan.
 - (2) Pasar juga membantu produsen mengetahui dan mengatur jumlah produksi serta persediaan barang yang akan dijual.
- e) Sumber Informasi dan Umpan Balik Konsumen
 - (1) Dengan adanya pasar, produsen bisa mendapatkan informasi penting mengenai perilaku konsumen, kebutuhan, keinginan, dan preferensi mereka.
 - (2) Pasar juga menjadi tempat untuk menguji respons konsumen terhadap produk baru dan mendapatkan umpan balik langsung untuk perbaikan produk di masa mendatang.

2) Peranan Pasar bagi Konsumen

Pasar menjadi peran yang penting bagi konsumen. Dengan adanya pasar konsumen menjadi lebih mudah dalam memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan. Jika pasar semakin luas, maka konsumen akan semakin mudah untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan.

Peranan pasar bagi konsumen adalah sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa, memudahkan konsumen menemukan produk yang dibutuhkan dengan harga yang beragam, memungkinkan perbandingan harga dan kualitas, serta menyediakan sarana untuk menawarkan sumber daya yang dimiliki konsumen.

Dalam sumber lain, fungsi pasar konsumen maka pasar konsumen memainkan peran yang sangat vital dalam ekosistem bisnis, karena di sinilah interaksi antara produsen dan konsumen terjadi.

Memahami fungsi pasar konsumen tidak hanya membantu pelaku bisnis dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, tetapi juga memberikan wawasan tentang kebutuhan dan preferensi konsumen.

Pasar konsumen memiliki beberapa fungsi penting dalam ekosistem bisnis, yaitu:

a) Penghubung antara Produsen dan Konsumen Akhir

Pertama, pasar konsumen berperan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen akhir. Tanpa adanya pasar ini, produsen akan kesulitan menyalurkan produk mereka kepada orang-orang yang membutuhkan.

b) Indikator Keberhasilan Strategi Pemasaran

Kedua, pasar konsumen berfungsi sebagai indikator keberhasilan strategi pemasaran. Melalui analisis pasar, perusahaan dapat melihat apakah produk mereka diterima dengan baik atau membutuhkan penyesuaian.

c) Segmentasi Pasar

Ketiga, pasar konsumen membantu perusahaan dalam melakukan segmentasi pasar. Dengan memahami karakteristik konsumen, Anda dapat membuat strategi pemasaran yang

lebih tepat sasaran. Misalnya, jika target *market* Anda adalah remaja, pendekatan pemasaran akan berbeda dengan target *market* orang dewasa.

Berikut adalah jenis-jenis pembelian dalam pasar konsumen.

a) Pembelian Berdasarkan Faktor Budaya

Budaya memainkan peran besar dalam membentuk preferensi dan kebiasaan pembelian konsumen. Faktor ini mencakup nilai-nilai, kepercayaan, adat istiadat, dan kebiasaan yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Sebagai contoh, di beberapa wilayah, masyarakat lebih memilih pakaian yang tertutup atau tradisional sebagai bentuk penghormatan pada nilai budaya setempat. Sebaliknya, masyarakat di daerah perkotaan mungkin lebih menyukai gaya berpakaian yang lebih kasual dan modern. Selain itu, faktor budaya juga memengaruhi pilihan produk makanan, minuman, atau bahkan barang elektronik. Karena preferensi yang diwariskan bisa berbeda antara satu budaya dengan budaya lainnya.

b) Pembelian Berdasarkan Faktor Sosial

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial konsumen. Keluarga, teman, dan bahkan *influencer* dapat memengaruhi pilihan produk. Misalnya, seorang penggemar klub sepak bola mungkin akan membeli *merchandise* yang direkomendasikan oleh pemain idolanya. Dalam hal ini, pasar konsumen menjadi dinamis karena preferensi konsumen terus berkembang mengikuti tren sosial.

c) Pembelian Berdasarkan Faktor Pribadi

Setiap individu memiliki karakteristik unik yang memengaruhi keputusan pembeliannya. Faktor-faktor seperti usia, pekerjaan, dan status ekonomi memainkan peran penting.

Preferensi pembelian akan berbeda antara orang yang berusia muda dengan orang yang lebih dewasa, atau antara mereka yang bekerja di kantor dengan mereka yang bekerja di lapangan. Sebagai contoh, seorang eksekutif muda mungkin lebih memilih makan siang di restoran, sementara pekerja

lapangan lebih memilih warung makan. Faktor pribadi ini menunjukkan bahwa setiap konsumen memiliki kebutuhan dan preferensi yang unik sesuai dengan kondisi kehidupan dan kepribadiannya.

d) Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, dan keyakinan. Motivasi seseorang untuk membeli produk tertentu bisa dipicu oleh keinginan untuk meningkatkan kualitas hidup atau sekadar untuk mendapatkan kepuasan.

Persepsi konsumen terhadap suatu merek, yang terbentuk dari pengalaman masa lalu atau rekomendasi orang lain juga akan memengaruhi pilihannya. Keyakinan dan sikap terhadap suatu produk, apakah dianggap positif atau negatif, juga berperan dalam keputusan pembelian. Misalnya, konsumen yang pernah mengalami pengalaman positif dengan suatu merek akan cenderung setia dan kembali membeli produk tersebut di masa depan.

3) Peranan Pasar bagi Pembangunan

Peranan pasar bagi pembangunan yaitu menunjang kelancaran pembangunan yang sedang berlangsung. Peran pasar dalam meningkatkan pembangunan ini dengan membantu menyediakan berbagai macam barang dan jasa yang bermanfaat bagi pembangunan. Yang tentunya pasar bisa dijadikan sumber pendapatan pemerintah untuk membiayai pembangunan melalui pajak dan retribusi. Contohnya pasar yang menyediakan barang material.

Dalam sumber lain dijelaskan peranan pasar bagi pembangunan sangat sentral karena berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi, menciptakan kesempatan kerja, menyediakan bahan dan jasa pembangunan, menjadi sumber pendapatan negara melalui pajak dan retribusi, serta memperlancar distribusi barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat dan negara. Pasar juga mendorong keseimbangan antara permintaan dan penawaran sehingga pembangunan dapat berjalan dengan efektif dan merata.

Pasar memiliki arti penting bagi pembangunan, terutama di bidang ekonomi. Berikut adalah peran dan fungsi pasar bagi pembangunan negara.

- a) Memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh barang dan jasa yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.
 - b) Memberikan kemudahan bagi produsen untuk memperoleh bahan yang dibutuhkan dalam produksi, dan memberikan kemudahan untuk memasarkan produk yang dihasilkan.
 - c) Memberikan kemudahan bagi pemerintah untuk memperoleh dan menjual barang atau jasa, serta menjadi sumber penerimaan pemerintah melalui pajak dan retribusi.
- 4) Peranan Pasar bagi Sumber Daya Manusia atau SDM

Perdagangan yang terjadi di pasar membutuhkan tenaga kerja yang jumlahnya tidak sedikit. Maka dengan ini semakin luasnya suatu pasar, maka semakin besar pula tenaga kerja yang dibutuhkan. Berarti pasar juga ikut membantu dalam mengurangi pengangguran di dalam negeri dengan memanfaatkan sumber daya manusia, serta membuka lapangan pekerjaan. Di pasar produsen bisa berinteraksi langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil barang yang diproduksi ke konsumen.

Peranan pasar bagi Sumber Daya Manusia (SDM) adalah sebagai penyedia lapangan kerja melalui berbagai aktivitas perdagangan dan usaha di dalamnya, yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar sehingga menekan angka pengangguran. Selain itu, pasar juga berperan sebagai mekanisme alokasi tenaga kerja, yaitu mempertemukan pencari kerja dengan perusahaan yang membutuhkan keahlian mereka untuk menentukan upah. Lebih lanjut dijelaskan pasar bagi sumber daya manusia atau SDM adalah sebagai berikut.

- a) Penciptaan Lapangan Kerja

Kegiatan ekonomi di pasar, baik itu perdagangan maupun usaha wiraswasta, akan membutuhkan tenaga kerja yang signifikan, sehingga membuka peluang kerja baru bagi masyarakat.

b) Pengurangan Pengangguran

Dengan semakin banyaknya pasar dan ramainya aktivitas di dalamnya, semakin besar pula potensi penyerapan tenaga kerja, yang pada akhirnya membantu menekan tingkat pengangguran.

c) Alokasi Sumber Daya Manusia

Pasar berfungsi sebagai tempat bertemu penawaran dan permintaan tenaga kerja. Hal ini memungkinkan perusahaan yang membutuhkan SDM dengan keahlian tertentu untuk mendapatkan tenaga kerja yang sesuai, dan bagi individu untuk menemukan pekerjaan sesuai keterampilan mereka.

d) Penetapan Upah

Interaksi antara penawaran dan permintaan tenaga kerja di pasar juga akan menentukan tingkat upah yang diterima oleh SDM, yang menjadi penentu nilai ekonomi dari keahlian mereka.

e) Sarana Pengenalan Produk dan Jasa

Pasar juga bisa menjadi sarana bagi produsen untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk serta jasa yang mereka hasilkan, yang secara tidak langsung juga membutuhkan SDM yang terampil dalam bidang produksi, pemasaran, dan penjualan

5) Pasar sebagai Pembentuk Harga

Pasar menjadi tempat yang lengkap dalam penjualan barang-barang atau jasa. Pembeli biasanya akan menawar harga barang yang sudah ditetapkan oleh penjual. Penjual sudah memikirkan berapa laba yang akan didapatkan dari barang tersebut, serta pembeli juga sudah mempertimbangkan kegunaan barang tersebut dan sesuai dengan keadaan keuangannya. Ketika tawar-menawar sudah mencapai kesepakatan bersama, maka barang atau jasa telah memiliki harga sebenarnya. Dengan itu pasar bisa disebut sebagai pembentukan harga.

6) Sarana untuk Promosi Barang

Pasar menjadi tempat memperkenalkan atau mempromosikan barang atau jasa penjual. Promosi dilakukan dengan memberikan informasi manfaat, keunggulan serta fungsinya pada konsumen.

Dengan promosi membuat barang atau jasa yang akan kita jual menjadi lebih dikenal. Apalagi untuk saat ini mempromosikan barang sangat mudah, bisa dengan menyebarkan brosur, memasang spanduk, dan masih banyak lagi.

7) Pasar sebagai Distribusi

Di mana pasar berfungsi memperlancar penyaluran suatu barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan ini hubungan produsen bisa terjalin baik dalam mempromosikan produknya ke konsumen.

8) Pasar sebagai Penetapan Nilai atau *Set Value*

Pasar merupakan penggerak ekonomi di suatu negara. Maka harga pada suatu barang merupakan ukuran suatu nilai pada pasar.

9) Untuk Mengorganisir Produksi

Faktor-faktor produksi yang ada di pasar mendorong produsen untuk memproduksi barang yang lebih efisien.

10) Menyelenggarakan Penjatahan atau *Rationing*

11) Mempertahankan Kebutuhan dan Mempersiapkan Kebutuhan di Masa Mendatang

Di pasar Anda dapat mendapatkan berbagai macam barang serta jasa. Anda akan dengan mudah mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan dengan harga yang terjangkau untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Selain itu, pasar juga menyediakan berbagai macam bahan makanan.⁶⁶

b. Pengertian Pasar Tradisional

Alfarisi Andriansyah dari Politeknik Negeri Jakarta menulis “*Mengungkap Fakta Unik Pasar sebagai Warisan Kebudayaan dan Kesenian*” dalam Kompasiana.com (6 Juli 2023), bahwa pasar tradisional dalam sejarahnya didirikan berdasarkan tradisi dan telah ada selama berabad-abad. Pasar tradisional memiliki karakteristik yang khas, seperti memiliki area atau bangunan tertentu, memiliki penjual tetap yang menjual berbagai macam produk, serta sering kali mempertahankan praktik tawar-menawar dalam proses transaksi.

⁶⁶https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pasar/?srsltid=AfmBOoqDwfifldEya-ftSblrKJ9n6eOmTEdF3WcNedDiFw_GVgsyrc2

Pasar tradisional biasanya menawarkan berbagai jenis barang dagangan, termasuk makanan segar, bahan makanan, rempah-rempah, pakaian, kerajinan tangan, peralatan rumah tangga, dan barang kebutuhan sehari-hari lainnya.

Di pasar tradisional, terdapat interaksi langsung antara penjual dan pembeli, di mana penjual dapat memberikan informasi tentang produk, memberikan saran, atau bahkan menceritakan cerita tentang barang dagangan mereka.

Pasar tradisional telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat sejak zaman dahulu. Di dalamnya, tersembunyi berbagai fakta menarik yang mengungkap warisan budaya, keberagaman produk lokal, dan kreativitas seni yang tak ternilai. Meskipun perkembangan pasar modern yang pesat, pasar tradisional terus eksis dan mempertahankan pesonanya yang unik. Mari kita telusuri lebih detail beberapa fakta menarik tentang pasar tradisional yang mungkin belum Anda ketahui.

Pasar tradisional adalah warisan budaya yang berharga. Di setiap kota atau desa, Anda akan menemukan pasar tradisional yang khas dengan arsitektur, penataan ruang, dan nuansa yang berbeda-beda. Pasar tradisional menyediakan tempat bagi masyarakat untuk berinteraksi, berbelanja, dan menjual barang dagangan. Warisan ini melekat erat pada identitas suatu komunitas dan menjadi saksi perkembangan zaman.

Salah satu daya tarik utama pasar tradisional adalah ragam produk lokal yang ditawarkan. Setiap pasar memiliki spesialisasinya sendiri, mulai dari bahan makanan segar, rempah-rempah, kain tradisional, kerajinan tangan, hingga peralatan rumah tangga. Penjual di pasar tradisional sering kali merupakan ahli dalam bidang tertentu, yang menjaga keaslian produk dan memberikan nasihat berharga kepada para pembeli.

Berbelanja di pasar tradisional adalah pengalaman yang tak terlupakan. Anda akan merasakan kehangatan dan keceriaan dari interaksi langsung dengan penjual. Anda dapat merasakan tekstur, mencium aroma, dan memilih sendiri barang yang ingin Anda beli. Berbeda dengan pasar modern yang cenderung steril dan formal, pasar tradisional menawarkan atmosfer yang hidup dan berwarna-warni.⁶⁷

⁶⁷https://www.kompasiana.com/alfarisiandriansyah8753/64a6d6f9e1a16710c040e952/mengungkap-fakta-unik-pasar-sebagai-warisan-kebudayaan-dan-kesenian?page=&page_images=1

Sejak lama pasar tradisional memegang peranan penting dalam memajukan dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi rakyat. Fungsi penting pasar tradisional di samping sebagai muara dari produk-produk masyarakat di sekitarnya (lokal), juga merupakan lapangan kerja yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. Hasil-hasil pertanian yang dihasilkan petani secara langsung dapat dibawa ke pasar. Untuk membawa hasil-hasil pertanian tadi dibutuhkan tenaga kerja. Tenaga kerja tidak semata membawa hasil petani ke pasar, namun ketika para pedagang membeli hasil-hasil pertanian, pedagang membutuhkan tenaga angkut, tenaga kerja tadi sekaligus dimanfaatkan sebagai kuli panggul.

Pada hakikatnya pasar tradisional bergerak pada sektor informal, oleh karena itu siapa saja memiliki peluang untuk mendapatkan pekerjaan di pasar. Untuk bekerja di tempat ini tidak dibutuhkan syarat-syarat khusus, tidak seperti pada sektor formal, seperti menjadi pegawai perkantoran yang cukup banyak syarat-syarat formal yang harus dipenuhi untuk dapat diterima bekerja, misalnya kualifikasi pendidikan, umur, pengalaman, dan sebagainya. Sementara bekerja di sektor informal yang paling penting mempunyai kemauan keras, ulet tidak mudah putus asa, dan sedikit modal untuk merintis usaha.

Dalam regulasi di Indonesia, terdapat beberapa peraturan yang menjelaskan tentang pengertian dan batas-batas pasar tradisional. Dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Pasar Desa, Pasal 1 angka 10 dijelaskan:

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar-menawar.

Sedangkan dalam Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasal 1 angka 2 dijelaskan:

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama

dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Prasasto Satwiko menjelaskan pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.⁶⁸ Pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha skala kecil, menengah, dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.⁶⁹

Pasar tradisional merupakan pasar yang paling sederhana karena tidak terdapat peraturan yang ketat selain aturan antarpedagang saja. Hal inilah yang memudahkan masuk keluarnya para penjual ke dalam pasar tradisional. Aturan pasar tradisional tersebut sangat memungkinkan pedagang yang berbeda untuk menjual komoditas yang sama, misalnya sayur, ikan ataupun bahan-bahan dapur, karenanya pasar tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pasar persaingan sempurna. Kelonggaran hukum dan peraturan pasar tradisional tersebut dapat memberi dampak tersendiri, baik itu negatif maupun positif bagi penjual maupun pembeli. Salah satunya adalah mudahnya akses penjual untuk masuk dalam pasar di samping harga relatif lebih murah.⁷⁰

Pasar tradisional adalah tempat secara fisik di mana para penjual dan pembeli berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Secara fisik, pasar tradisional terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-

⁶⁸Prasasto Satwiko, 1984, *Renovasi Pasar Beringhardjo*, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

⁶⁹Peraturan Bupati Sleman Nomor 11 Tahun 2015 tentang Kriteria Pasar Tradisional

⁷⁰Adhi Moersid, 2003, *Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan*, Palembang: Forum Musda IAI Cabang Sumatra Selatan.

bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.⁷¹

Dari beberapa pengertian di atas, pasar tradisional adalah tempat pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar-menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa, dan lain-lain. Selain itu juga menjual kue tradisional dan makanan nusantara lainnya. Sistem yang terdapat pada pasar ini dalam proses transaksi adalah pedagang melayani pembeli yang datang ke stan mereka, dan melakukan tawar-menawar untuk menentukan kata sepakat pada harga dengan jumlah yang telah disepakati sebelumnya. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Pasar tradisional dewasa ini oleh sebagian masyarakat lebih diidentikkan dengan tempat yang kumuh, semrawut, becek, pengap, bau, dan sumpek. Pada daerah-daerah tertentu, pasar tradisional juga sering dituduh sebagai sumber kemacetan, sebab para pedagang sering memanfaatkan sempadan jalan sebagai tempat menggelar barang dagangannya akibatnya laju kendaraan menjadi terganggu. Tidak hanya itu saja, pasar tradisional juga kerap dikaitkan dengan soal pencitraan. Sebagian kalangan masyarakat, terutama masyarakat menengah ke atas dan kalangan remaja, terdapat kesan menghindari berbelanja di pasar tradisional. Berbelanja di pasar tradisional bagi kalangan mereka dapat menurunkan gengsi. Kondisi pasar tradisional yang demikian membuat

⁷¹Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, dan Pengendalian*, Edisi VI. Jilid I, Terj. Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga.

sebagian masyarakat memilih berbelanja di pasar modern, seperti: mal, supermarket, minimarket, hipermarket, dan sejenisnya.

Memang sulit dipungkiri akhir-akhir ini, bahwa masyarakat dengan gaya hidup modern lebih suka berbelanja di pasar-pasar dengan sistem pengelolaan yang lebih tertata, bersih, nyaman, dan strategis. Berbelanja di pasar modern dianggap jauh lebih bergengsi bagi kalangan masyarakat tertentu dan kaum remaja dibandingkan dengan berbelanja di pasar tradisional. Akibatnya berbelanja di pasar tradisional menjadi pilihan kedua atau bisa sama sekali ditinggalkan para pelanggannya.

Agar jangan hal itu sampai terjadi, maka sangat urgensi dilakukan berbagai upaya terutama bagi pedagang untuk meningkatkan kualitas layanan (SDM), sementara itu keterlibatan pemerintah dalam pembinaan dan sistem pengelolaan mutlak diperlukan, sehingga citra buruk/negatif terhadap pasar tradisional dapat ditekan atau dihilangkan sama sekali. Beberapa perbedaan pasar modern dan pasar tradisional dapat dilihat pada tabel berikut.⁷²

Tabel 2.1 Karakteristik Pasar

No	Karakteristik	Pasar Modern	Pasar Tradisional
1	Pengelolaan	<ul style="list-style-type: none">Dikelola oleh suatu perusahaan (grup atau perseorangan).Pengelolaan secara profesional.	<ul style="list-style-type: none">Dikelola oleh pemerintah kota (Dinas/PD Pasar).Terdiri dari unit-unit usaha kecil yang dimiliki perseorangan bersifat tradisional.
2	Organisasi	Ada manajemen pengelolaan yang jelas.	Ada koperasi pedagang pasar.
3	Kondisi Fisik Tempat Usaha	<ul style="list-style-type: none">Bangunan permanen umumnya dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas memadai.Kebersihan dan kenyamanan konsumen lebih diutamakan.Pengaturan rak barang cukup baik.	<ul style="list-style-type: none">Bangunan temporer, semi permanen atau permanen.Kebersihan tidak terjaga dengan baik.Gang antarkios terlalu sempit.Fasilitas parkir tidak memadai.

⁷²Galuh Oktavia, 2007, *Redesain Pasar Jongke Surakarta*, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

No	Karakteristik	Pasar Modern	Pasar Tradisional
4	Barang	<ul style="list-style-type: none"> • Barang yang dijual hampir sama dengan pasar tradisional, tapi barang tahan lama lebih menonjol. • Mutu barang terjamin. • Barang ditata berdasarkan jenisnya. • Barang dapat dipilih sendiri oleh pembeli/konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Barang yang dijual adalah barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari. • Umumnya barang yang dijual lebih segar dan bervariasi. • Harga lebih murah, dapat ditawar. • Penataan barang seadanya.
5	Hubungan Penjual dan Pembeli	<ul style="list-style-type: none"> • Interaksi antara penjual dan pembeli terbatas. • Transaksi bersifat ekonomis dan efisien. 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat interaksi antara penjual dan pembeli. • Terjadi proses tawar-menawar.
6	Waktu Kegiatan	Dimulai rata-rata dari pukul 09.00 s.d. 22.00 WIB.	Pada umumnya dimulai dari pukul 06.00 s.d. 18.00 WIB.
7	Mekanisme Perolehan Komoditas	Memiliki akses langsung ke produsen.	Diperoleh melalui pasar induk.
8	Lokasi	Strategi lokasi dipertimbangkan dengan matang.	Tumbuh tanpa perencanaan, lokasi di tempat-tempat yang strategis dan mudah dijangkau.

Dalam sumber lainnya dijelaskan perbedaan utama pasar modern dan pasar tradisional terletak pada sistem penetapan harga, di mana pasar modern menerapkan harga tetap tanpa tawar-menawar, sementara pasar tradisional mengizinkan negosiasi. Selain itu, pasar modern umumnya memiliki fasilitas lengkap dan terorganisir seperti AC dan area parkir, sedangkan pasar tradisional lebih sederhana. Pasar modern sering kali menggunakan sistem pembayaran non-tunai dan penjualan melalui kasir, sedangkan pasar tradisional mengutamakan transaksi tunai dan interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Dijelaskan pula bahwa perbedaan pasar modern dan pasar tradisional tidak hanya terletak pada bentuk fisiknya, tetapi juga pada beberapa aspek lainnya. Pasar tradisional identik dengan suasana yang lebih akrab, lalu ada proses tawar-menawar dengan para pedagang kecil. Sementara pasar modern menawarkan kenyamanan dengan sistem harga tetap, fasilitas yang lebih lengkap, serta suasana belanja yang lebih tertata. Memahami perbedaan ini dapat membantu konsumen menentukan pilihan yang mereka butuhkan.

Perbedaan pasar modern dan pasar tradisional tersebut dapat dilihat pada beberapa aspek berikut.⁷³

Tabel 2.2 Perbedaan Pasar Modern dan Tradisional

Unsur dan Jenisnya	Persamaan dan Perbedaan
Jenis Produk atau Barang yang Dijual	Pasar tradisional menjual produk segar tanpa kemasan, langsung dari petani atau pedagang. Pilihan barangnya lebih beragam dan berasal dari sumber lokal. Sebaliknya, pasar modern menjual barang-barang dalam kemasan, dengan standar kualitas yang lebih seragam. Produk segar seperti sayur dan daging pun biasanya sudah dikemas rapi.
Profil Penjual	Di pasar tradisional, umumnya didominasi oleh pedagang UMKM atau individu yang berjualan mandiri dengan modal sendiri. Beberapa juga merupakan perantara yang membeli langsung dari petani atau peternak. Pasar modern dikelola oleh perusahaan besar yang menampung berbagai merek ternama. Meskipun ada juga yang menyediakan ruang bagi UMKM untuk berjualan secara lebih profesional.
Sistem Jual Beli	Di pasar tradisional, pembeli harus menanyakan harga dan menawar untuk mendapatkan harga terbaik. Sedangkan di pasar modern, semua barang sudah memiliki harga tetap dan langsung bisa dipilih oleh pembeli.
Fasilitas	Pasar tradisional cenderung lebih sederhana, sering kali becek, panas, dan tidak tertata rapi. Pasar modern umumnya dirancang lebih nyaman, dengan kebersihan terjaga, pendingin ruangan, rak tertata rapi, serta fasilitas tambahan seperti troli belanja dan toilet.
Kebersihan dan Lokasi	Pasar modern lebih bersih karena memiliki petugas kebersihan dan sistem pengelolaan sampah yang baik. Sebaliknya, pasar tradisional sering kali terkesan kurang teratur, tetapi tetap menjadi pilihan karena faktor lain, seperti harga lebih murah dan produk yang masih segar.
Interaksi dengan Pelanggan	Pasar tradisional lebih banyak melibatkan interaksi langsung antara pembeli dan penjual. Di pasar modern, interaksi lebih minim karena informasi produk sudah tersedia secara jelas.

⁷³<https://kumparan.com/ragam-info/7-perbedaan-pasar-modern-dan-pasar-tradisional-dari-produk-sampai-transaksinya-24Y1saHcSmq/full>.

Unsur dan Jenisnya	Persamaan dan Perbedaan
Sistem Transaksi	Berdasarkan buku <i>Transformasi Digital pada Pasar Tradisional</i> , Dyah Sri Wulandari, Agustina Hotma Uli Tumanggor, (2024), harga produk yang dijual di pasar tradisional bisa ditawar. Pembayarannya pun kebanyakan masih menggunakan uang tunai atau <i>cash</i> . Di pasar modern, sistem transaksi dan pembayaran dilakukan secara terpusat, yaitu di kasir. Metode pembayaran yang bisa digunakan juga lebih variatif, mulai dari uang tunai, kartu, sampai dompet digital.

Pada saat ini pasar modern menjadi suatu fenomena yang semakin mendominasi pemandangan ekonomi di berbagai negara. Secara umum, pasar ini berfokus pada kenyamanan, efisiensi, dan pengalaman belanja yang menyeluruh. Pasar maju mencakup berbagai bentuk, mulai dari supermarket, hipermarket, hingga pusat perbelanjaan terintegrasi yang menawarkan berbagai produk dan layanan.

Pasar modern bukan hanya tempat untuk berbelanja, tetapi juga mencakup inovasi dalam hal penyajian produk, pengelolaan stok, dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Ketersediaan teknologi, sistem informasi, dan manajemen rantai pasok yang efisien menjadi ciri khas dari pasar ini. Beberapa ciri-ciri pasar modern yang membuatnya begitu menarik bagi para pembeli di antaranya adalah sebagai berikut.

1) Tata Ruang yang Nyaman dan Rapi

Salah satu ciri khas pasar ini adalah tata ruang yang dirancang dengan nyaman dan rapi. Dengan pengelolaan yang profesional, pasar modern membagi ruangnya menjadi beberapa bagian sesuai dengan jenis barang yang dijual. Hal ini memberikan keteraturan dan kemudahan bagi pembeli untuk menemukan produk yang mereka cari.

2) Produk Lengkap dan Berkualitas

Pasar modern tidak hanya menyediakan produk kebutuhan pokok, tetapi juga menghadirkan berbagai macam produk lainnya. Keberagaman produk ini tidak hanya mencakup kebutuhan sehari-hari tetapi juga produk dengan kualitas yang terjamin. Konsumen dapat yakin bahwa produk yang dibeli di pasar modern memenuhi standar kualitas yang tinggi.

3) Harga yang Transparan

Kejelasan harga merupakan prioritas di pasar modern. Harga produk sudah ditetapkan dan tertera jelas pada label, memberikan kejelasan kepada pembeli. Dengan demikian, konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga produk dari berbagai toko, memastikan bahwa mereka mendapatkan nilai terbaik.

4) Pembayaran yang Beragam

Pasar modern memberikan kemudahan dalam hal pembayaran dengan menyediakan berbagai metode pembayaran. Mulai dari tunai, kartu kredit, kartu debit, hingga *e-money*, konsumen memiliki fleksibilitas untuk memilih metode pembayaran yang paling sesuai dengan preferensi mereka.

5) Fasilitas yang Lengkap

Fasilitas yang lengkap menjadi daya tarik tambahan dari pasar maju. Area parkir yang memadai, toilet yang bersih, musala, dan ruang bermain anak adalah fasilitas-fasilitas yang tersedia untuk memastikan kenyamanan pembeli selama berbelanja.⁷⁴

3. Ciri-ciri Pasar Tradisional

Banyak penjelasan dan tulisan yang mengungkap tentang ciri-ciri pasar tradisional. Dari beberapa tulisan tersebut maka dapat disimpulkan tentang beberapa dari ciri khas pasar tradisional adalah sebagai berikut.

a. Berdasarkan Jenis Kegiatan

1) Pasar Induk

Pasar Induk adalah pasar yang merupakan pusat distribusi yang menampung hasil produksi petani yang dibeli oleh para pedagang tingkat grosir kemudian dijual kepada para pedagang tingkat eceran untuk selanjutnya diperdagangkan di pasar-pasar eceran diberbagai tempat mendekati para konsumen. Pasar ini lebih besar dari pasar grosir, merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian.

⁷⁴<https://www.bee.id/blog/ciri-ciri-pasar-modern-contoh-perbedaan-pasar-tradisional/>.

Penentuan pasar induk akan mengikuti ketetapan peraturan daerah masing-masing. Pemerintah daerah akan melihat pada kesiapan infrastruktur daerahnya, oleh karena itu pasar induk bisa saja dibangun karena belum ada sebelumnya, atau ditunjuk bergiliran karena dalam satu daerah terdapat pasar besar yang memiliki memenuhi syarat menjadi pasar induk.

Pasar induk memiliki syarat minimal fasilitas seperti pasar tradisional besar lain, di antaranya: Kantor Pasar Ruang khusus peneraan/tera ulang alat, Ukur Takar Timbang dan Perlengkapannya (UTTP), tempat ibadah, pos jaga keamanan dan ketertiban, penerangan jalan umum, Mandi Cuci Kakus (MCK), lahan parkir, dan bongkar muat barang, Tempat Pembuangan Sampah Sementara (TPSS), instalasi *hydrant/reservoar*, dan instalasi listrik tempat khusus pemasangan papan reklame/iklan/promosi.

Hal yang membedakan dari pasar tradisional lain adalah akses pasar. Akses pasar induk harus dekat ke pasar-pasar tradisional lainnya, atau dekat dengan sentra produksi para petani dan peternak. Beberapa contoh pasar induk di Indonesia adalah Pasar Induk Tanah Tinggi di Tangerang (pusat pasokan buah dan sayuran), Pasar Induk Among Tani di Kota Batu (pasar produk pertanian dan UMKM terbesar di Indonesia), dan Pasar Rau di Serang (pusat pasar tradisional utama di Serang). Contoh lainnya adalah Pasar Tanah Abang di Jakarta, yang merupakan pusat grosir tekstil terbesar di Asia Tenggara.



Gambar 2.3 Pintu Masuk Blok F Pasar Tanah Abang

Pasar Induk Among Tani Kota Batu adalah sebuah pasar besar yang terletak di Jalan Dewi Sartika, Kelurahan Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Sesuai namanya, Pasar Induk Among Tani menjadi pasar utama yang menjadi pusat penyalur barang kebutuhan untuk pasar lain, sehingga menjadi tempat usaha perdagangan partai besar (grosir).

Pasar ini akan menampung produk-produk pertanian yang dihasilkan oleh masyarakat Kota Batu, sekaligus menjadi wadah bagi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) milik masyarakat setempat. Pembangunan Pasar Induk Kota Batu yang dimulai sejak Desember 2021 sebagai upaya menyokong perekonomian masyarakat di Kota Batu.

Pasar Induk Among Tani Kota Batu dibangun di atas lahan seluas 34.060 meter persegi dengan luas bangunan 34.042 meter persegi. Adapun daya tampung Pasar Induk Among Tani Kota Batu mencapai 2.630 unit, yang terdiri dari 1.716 kios dan 914 los.

Dibangun setinggi tiga lantai, bagian bangunan juga dibagi menjadi tiga yaitu lantai 1 sebagai zona basah, lantai 2 sebagai zona kering, dan lantai 3 sebagai zona makanan dan kuliner.



Gambar 2.4 Tampak Depan Pasar Induk Among Tani

Bangunan pasar modern ini juga dibangun dengan konsep Bangunan Gedung Hijau dengan dilengkapi fasilitas penunjang, seperti

rumah pompa dan GWT, rumah gardu, kantor metrologi, pos *security*, TPS, saluran drainase, pagar keliling, dan lanskap. Pasar Induk Among Tani juga dilengkapi eskalator, tangga darurat, dan jalur pejalan kaki yang ramah difabel (*ramp difabel*).

2) Pasar Eceran

Pasar eceran yaitu pasar di mana terdapat permintaan dan penawaran barang secara eceran. Pengertian perdagangan eceran adalah kegiatan usaha yang melibatkan transaksi penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan maupun eceran untuk dikonsumsi pribadi dan tidak diperjualbelikan kembali. Perdagangan eceran ini biasanya jumlah produk yang dijual adalah satuan. Biasanya, para pengusaha perdagangan eceran ini membeli produk barang atau jasa dalam jumlah banyak dari produsen untuk dijual kembali pada konsumen akhir dalam satuan yang lebih kecil.



Gambar 2.5 Contoh Jual Beli di Pasar Tradisional

Beberapa ahli menjelaskan tentang pengertian pasar atau sistem perdagangan eceran, sebagai berikut.

- a) Berman dan Evans menjelaskan perdagangan eceran adalah suatu usaha bisnis yang berusaha memasarkan barang dan jasa kepada konsumen akhir yang menggunakananya untuk keperluan pribadi dan rumah tangga.

- b) Philip Kotler mengartikan perdagangan eceran sebagai sebuah penjualan eceran meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi bukan bisnis.
- c) Levy dan Weitz mengartikan perdagangan eceran adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga.
- d) Fandi Tjiptono mengartikan perdagangan eceran adalah merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga dan bukan untuk keperluan bisnis.

3) Pasar Grosir

Grosir adalah istilah terkait pada sebuah badan usaha yang menjual komoditas barang tertentu dalam jumlah besar. Barang grosir akan didistribusikan kepada pelanggan, baik pengecer, lembaga, perusahaan, hingga konsumen rumah tangga yang melakukan pembelian dalam jumlah besar. Secara tidak langsung, para pedagang grosir dijadikan sebagai perantara distribusi oleh para produsen. Karena itulah, produk-produk yang dijual di toko grosir biasanya dibanderol dengan harga grosir yang lebih murah.

Pasar grosir adalah pasar tempat barang diperjualbelikan dalam jumlah besar, berfungsi sebagai perantara dalam rantai pasokan antara produsen dan pengecer. Pasar ini memungkinkan pembelian dalam jumlah besar dan melibatkan perantara, sehingga menawarkan peluang untuk negosiasi harga. Pasar ini juga menyediakan beragam produk dan sering kali terpusat di lokasi-lokasi tertentu, beberapa di antaranya berspesialisasi dalam jenis produk tertentu.

Selain itu, pasar grosir berperan sebagai pusat distribusi, memfasilitasi arus barang yang efisien di berbagai industri dan sektor. Hal ini meningkatkan hubungan bisnis, menghubungkan produsen ke pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya menguntungkan perekonomian.

Pada dasarnya setidaknya ada tiga macam grosir yang harus kalian ketahui, di antaranya dibedakan berdasarkan dengan jenis barang yang dijual, luas daerah, dan kegiatannya.

a) Jenis Grosir Berdasarkan Barang yang Dijual

Berdasarkan barang yang dijual, pedagang grosir dibagi menjadi dua jenis lagi yaitu:

- (1) *The Specialist Wholesaler*, termasuk pedagang yang menjual barang tertentu saja dan tidak menyimpan stok barang. Biasanya mereka sangat tahu spesifik barang yang akan mereka jual nantinya.
- (2) *The General Line Wholesaler*, bisa dibilang termasuk pedagang grosir yang menjual berbagai jenis barang dan umumnya memilih garis tertentu serta menjual sejumlah merek, misalnya obat-obatan, bahan makanan, tekstil, dan lainnya.

b) Macam-macam Grosir Sesuai dengan Luas Daerah Usahanya

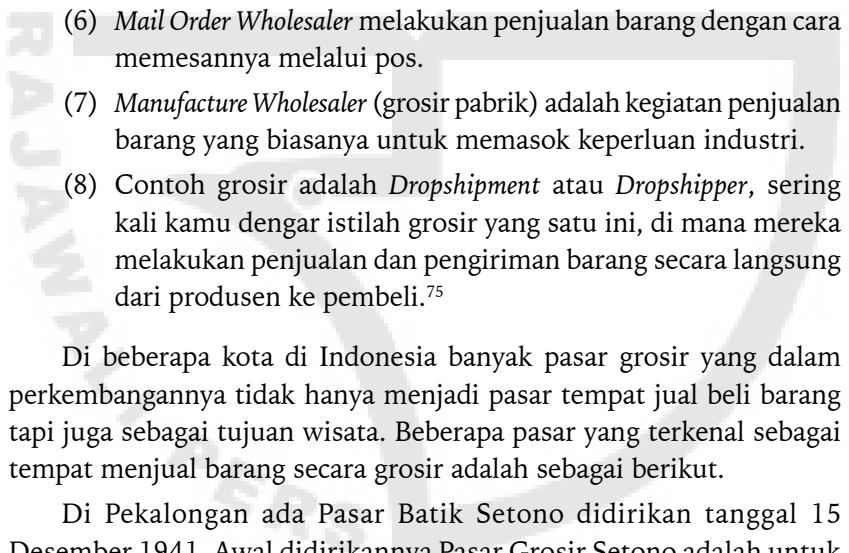
Jenis grosir yang kedua disesuaikan dengan luas daerah usahanya. Ada yang berdagang secara internasional, regional, lokal, dan lain sebagainya.

- (1) *The Regional Wholesaler* adalah grosir yang memiliki wilayah pemasaran di semua daerah dalam satu provinsi atau negara bagian tertentu.
- (2) *The Local Wholesaler* adalah daerah grosir yang mempunyai luas wilayah dalam satu kota tertentu, misalnya kabupaten atau kota. Umumnya mereka hanya menjual barang ke pengecer lokal.
- (3) *The International Wholesaler* adalah sistem grosir yang bergerak di bidang perdagangan ekspor dan impor seperti mengimpor barang dari berbagai negara dan menyimpannya di gudang mereka yang nantinya akan dikirim ke penjual berbeda pula.
- (4) Sedangkan *The National Wholesaler* mempunyai luas wilayah pemasaran di semua daerah di dalam satu negara dan mereka akan mendistribusikan barang tersebut hingga penjuru negeri.

c) Tipe Grosir Berdasarkan Lapangan Kegiatan

Macam-macam grosir berdasarkan lapangan kegiatannya, dibagi lagi menjadi delapan jenis, di antaranya:

- (1) *The Whole Collector* adalah pedagangan grosir yang bergerak untuk menghimpun barang tertentu untuk keperluan pribadinya atau pesanan dari orang lain.

- 
- (2) *The Limited Function Wholesaler*, termasuk grosir yang bisa melakukan sebagian jasa yang seharusnya dilakukan oleh pihak grosir secara penuh.
 - (3) *The Service Wholesaler*, kegiatan usaha yang sepenuhnya melaksanakan aktivitas pembelian serta penjualan yang dijalani oleh grosir.
 - (4) *Truck Wholesaler* adalah kegiatan penjualan barang dengan cara memberikan suatu jasa layanan pengiriman barang.
 - (5) *Cash Carry Wholesaler*, masuk ke dalam aktivitas penjualan barang secara tunai dan tidak memberikan jasa layanan antarbarang.
 - (6) *Mail Order Wholesaler* melakukan penjualan barang dengan cara memesannya melalui pos.
 - (7) *Manufacture Wholesaler* (grosir pabrik) adalah kegiatan penjualan barang yang biasanya untuk memasok keperluan industri.
 - (8) Contoh grosir adalah *Dropshipment* atau *Dropshipper*, sering kali kamu dengar istilah grosir yang satu ini, di mana mereka melakukan penjualan dan pengiriman barang secara langsung dari produsen ke pembeli.⁷⁵

Di beberapa kota di Indonesia banyak pasar grosir yang dalam perkembangannya tidak hanya menjadi pasar tempat jual beli barang tapi juga sebagai tujuan wisata. Beberapa pasar yang terkenal sebagai tempat menjual barang secara grosir adalah sebagai berikut.

Di Pekalongan ada Pasar Batik Setono didirikan tanggal 15 Desember 1941. Awal didirikannya Pasar Grosir Setono adalah untuk menampung pengusaha kecil dan menengah untuk memasarkan produksi batik di Kota Pekalongan karena sebelumnya produksi batik yang berada di Kota Pekalongan justru banyak dijual di luar kota. Pasar Grosir Setono menempati bangunan yang dulunya adalah bekas pabrik tekstil yang sudah lama tidak beroperasi. Saat ini Pasar Grosir Setono merupakan tujuan wisata belanja yang sudah beroperasi sejak awal tahun 2000. Lokasinya yang strategis dan

⁷⁵<https://jubelio.com/grosir-adalah/>.

didukung dengan fasilitas yang baik membuat objek wisata ini telah layak untuk dikunjungi.⁷⁶

Di Surabaya adalah Pasar Turi. Terletak tak jauh dari PGS, Pasar Turi merupakan pusat grosir Surabaya yang sudah ada sejak zaman kolonial Belanda. Tak heran jika pasar ini juga sangat populer di kalangan masyarakat lokal maupun di kanca internasional, karena Pasar Turi termasuk pasar grosir murah dan terbesar se-Asia Tenggara.

Terdapat dua segmen di Pasar Turi, di mana tiap segmennya memiliki tiga lantai. Lantai 1 diisi dengan para penjual makanan dan minuman khas Surabaya maupun jajanan tradisional. Lantai 2 dan 3 diisi dengan pedagang pakaian, sepatu, tas, elektronik, peralatan rumah tangga, dan masih banyak lagi ragam jualan yang lain.

Di Yogyakarta ada Pasar Beringharjo. Pasar Beringharjo menjadi sebuah bagian dari Malioboro yang sayang untuk dilewatkan. Bagaimana tidak, pasar ini telah menjadi pusat kegiatan ekonomi selama ratusan tahun dan keberadaannya mempunyai makna filosofis. Pasar yang telah berkali-kali dipugar ini melambangkan satu tahapan kehidupan manusia yang masih berkutat dengan pemenuhan kebutuhan ekonominya. Selain itu, Beringharjo juga merupakan salah satu pilar ‘Catur Tunggal’ (terdiri dari Kraton, Alun-Alun Utara, Kraton, dan Pasar Beringharjo) yang melambangkan fungsi ekonomi.

Di Cirebon ada Pasar Tegal Gubug. Pasar Tegal Gubug yang berada di Desa Tegal Gubug, Kabupaten Cirebon, selalu ramai dikunjungi para pembeli, baik grosiran maupun eceran. Meski tak buka setiap hari, pasar yang diklaim sebagai pasar terbesar se-Asia Tenggara itu tak pernah sepi setiap kali beroperasi. Pasar Tegal Gubug hanya dibuka empat hari seminggu, yaitu pada Senin, Selasa, Jumat, dan Sabtu. Pembeli yang datang tak jarang berbelanja dalam jumlah besar.

⁷⁶<https://virtualltour.pekalongankota.go.id/index.php/obyek/desc/4>.



Gambar 2.6 Tampak Depan Pasar Gosir Tegal Gubug

Setiap kali buka, kondisi jalan di sepanjang Pasar Tegal Gubug selalu macet oleh kendaraan berbagai jenis. Hari pasaran di pasar ini adalah hari Senin dan hari Jumat untuk grosir, sedangkan hari Selasa dan Sabtu untuk eceran. Bagi para pedagang grosiran, Tegal Gubug sudah tidak asing lagi, banyak para pedagang yang berasal dari luar kota, pulau, bahkan pedagang dari Negeri Jiran Malaysia dan juga Brunei yang menjual barang dagangannya di pasar ini, karena terkenal sangat murah dan lebih murah dari grosir pakaian di Tanah Abang. Di pasar ini banyak pakaian atau busana yang dijual secara grosir seperti, jilbab, kain, songkok, peci, dan aneka busana lainnya.

Di Jakarta ada Pasar Tanah Abang. Pasar Tanah Abang adalah salah satu pasar grosir tekstil terbesar di Asia Tenggara, terletak di Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat, dan merupakan salah satu pasar tertua di Jakarta yang dibangun sejak 1735. Pasar ini terbagi menjadi beberapa blok seperti Blok A, B, C, dan F, yang menawarkan berbagai produk tekstil dan pakaian dengan harga grosir.

b. Berdasarkan Lokasi dan Kemampuan Pelayanan

Pasar tradisional juga dapat dibagi berdasarkan pada lokasi dan kemampuan pelayanan. Jenis-jenis pasar jika didasarkan pada lokasi

dan kemampuan pelayanan maka pasar dibagi ke dalam macam-macam sebagai berikut.

1) Pasar Regional

Pasar regional merupakan suatu wilayah geografis yang mencakup beberapa negara, kota, atau daerah yang memiliki karakteristik, kebiasaan, dan preferensi konsumen yang serupa. Dalam konteks UMKM, pasar regional menawarkan peluang yang sangat menarik yaitu pertumbuhan bisnis dan peningkatan daya saing yang signifikan. Pasar regional biasanya terletak di lokasi yang strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai keluar kota, serta barang yang diperjualbelikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Salah satu contoh dari pasar regional yang ada di Indonesia yaitu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Tanjung Lesung di Provinsi Banten. Namun, ada banyak pasar regional yang bisa dipelajari lebih dalam.

2) Pasar Kota

Pasar kota yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan lengkap. Melayani 200.000–220.000 penduduk. Yang termasuk pasar ini adalah pasar induk dan pasar grosir.

Dalam sumber lain dijelaskan pasar kota (regional) adalah pasar yang berada di pusat kota dengan radius lingkup pelayanannya mencapai seluruh wilayah kota dan berada di akses jalan regional kota. Terdapat pula yang disebut dengan Pasar Sub Kota adalah pasar yang berada di wilayah pusat kota dan berada dekat dengan jalan utama dengan radius pelayanan 1.600–2.000 m.



Gambar 2.7 Pintu Depan Pasar Beringharjo Yogyakarta

Contoh pasar kota di Indonesia sangat beragam, seperti Pasar Tanah Abang (pusat tekstil grosir di Jakarta), Pasar Beringharjo (pasar bersejarah di Yogyakarta), Pasar Tomohon (pasar unik dengan daging satwa liar di Sulawesi Utara), Pasar Senen (pusat pakaian bekas dan kue tradisional di Jakarta), dan Pasar Terapung Muara Kuin (pasar unik di atas sungai di Banjarmasin). Selain itu, pasar kota juga dapat berupa pasar modern seperti supermarket, mal, dan minimarket seperti Alfamart dan Indomaret.

3) Pasar Wilayah (Distrik)

Pasar wilayah yaitu pasar yang terletak di lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan cukup lengkap. Melayani 10.000-15.000 penduduk.

Dalam sumber lain dijelaskan pasar wilayah (distrik) atau sering juga disebut pasar lokal adalah tempat jual beli produk yang melayani kebutuhan masyarakat dalam satu wilayah atau daerah tertentu di dalam suatu negara, seperti di dalam satu kota atau kecamatan. Pasar ini mencakup area yang lebih luas daripada pasar desa, tetapi lebih sempit dari pasar regional atau global, dengan fokus pada transaksi produk yang dihasilkan dan dikonsumsi di daerah itu sendiri.

Pasar wilayah ini beroperasi dalam batas-batas geografis yang spesifik, seperti sebuah kecamatan atau kota. Sedangkan tujuannya adalah untuk melayani kebutuhan dan penawaran dalam wilayah tersebut, memperpendek jarak antara produsen dan konsumen lokal. Produk yang diperjualbelikan umumnya adalah barang dan jasa yang dihasilkan atau dibutuhkan oleh masyarakat di daerah tersebut. Contohnya jenis pasar ini adalah Pasar Klewer di Solo adalah contoh pasar lokal yang melayani kebutuhan masyarakat di sekitarnya, atau Pasar Beringharjo di Yogyakarta yang juga melayani kebutuhan wilayah di sekitarnya.

4) Pasar Lingkungan

Pasar lingkungan yaitu pasar yang terletak di lokasi strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai pelayan meliputi permukiman saja, serta barang yang diperjualbelikan kurang lengkap. Melayani 10.000- 15.000 penduduk saja. Contoh dari pasar lingkungan yaitu pasar eceran.

Dalam sumber lain ditulis istilah “pasar lingkungan” dapat memiliki dua arti berbeda: *pertama*, dalam konteks pemasaran, lingkungan pasar adalah semua kekuatan dan faktor di luar perusahaan yang memengaruhi kemampuannya untuk melayani pelanggan dan membangun hubungan yang berhasil dengan mereka. *Kedua*, dalam konteks konservasi, pasar lingkungan adalah pendekatan inovatif untuk meningkatkan pendanaan bagi konservasi lingkungan di lahan pribadi, seperti dalam perdagangan kredit karbon atau ekosistem.

Pemerintah daerah yang mengembangkan pasar lingkungan adalah pemerintah daerah Tangerang Kota. Tangerang telah menggagas program pembuatan pasar lingkungan sejak tahun 2016 dan telah berhasil mendorong masyarakat untuk berbelanja ke pasar.

Pada tahun 2016, tercatat telah terbangun lima unit pasar lingkungan di Benda (Jurumudi), Larangan (Larangan Utara), Pinang (Kunciran Indah), Jatiuwung (Manis Jaya), dan Periuk (Periuk Jaya).

Memasuki tahun 2017, pembangunan pasar lingkungan kembali ditingkatkan dan berhasil membangun 11 unit yang tersebar di beberapa wilayah di antaranya Periuk (Gebang Raya), Karang Tengah (Pondok Bahar), Karawaci (Cimone), Cibodas (Cibodas Baru), Cipondoh

(Cipondoh Indah), Karawaci (Nambo Jaya), Periuk (Rusunawa Gebang Raya), Batuceper (Batuceper), Periuk (Sangiang Jaya), Karawaci (Pabuaran Tumpeng), dan Karawaci (Nusa Jaya).

5) Pasar Khusus

Yaitu pasar yang terletak di lokasi yang strategis, bangunan permanen/semi permanen, dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan terdiri dari satu macam barang khusus seperti pasar bunga, pasar burung, atau pasar hewan.

Dalam sumber lain dijelaskan pasar khusus (atau pasar khusus *niche*) adalah pasar yang berfokus pada penjualan satu jenis barang atau layanan tertentu, menargetkan kelompok pelanggan yang sangat spesifik dengan kebutuhan atau keinginan yang unik. Contohnya adalah pasar hewan, pasar rombongan (barang bekas), pasar bunga, pasar sepeda, atau pameran yang hanya menjual satu jenis produk seperti mesin fotokopi.

Beberapa contoh pasar hewan besar di Indonesia meliputi Pasar Bolu di Toraja Utara, Sulawesi Selatan, yang terkenal sebagai pasar kerbau terbesar di dunia, Pasar Sarang Halang di Tanah Laut, Kalimantan Selatan, pasar hewan terbesar di Kalimantan, Pasar Beringkit di Bali, pasar terbesar dan tersibuk di Bali, serta Pasar Payakumbuh di Sumatra Barat sebagai salah satu pasar hewan terbesar di Sumatra, di mana juga terdapat Pasar Hewan Lumajang di Jawa Timur, dan Pasar Hewan Jonggol di Jabodetabek.

Contoh pasar burung besar di Indonesia adalah Pasar Burung Pramuka di Jakarta Timur dan Pasar Burung Satria di Denpasar. Pasar Burung Pramuka dikenal sebagai pasar burung terbesar di Jakarta dengan ratusan kios yang menjual berbagai jenis burung peliharaan dan hias, sementara Pasar Burung Satria juga menjadi pusat perdagangan burung di Denpasar.

Di Indonesia, setidaknya terdapat 42 pasar burung yang telah diamati sejak 2018 sampai Juni 2021 oleh sebuah organisasi pembela satwa liar, Garda Animalia, berhasil mengungkap praktik perdagangan burung dilindungi secara ilegal di pasar-pasar tersebut. Ada ribuan ekor burung dilindungi yang dijual secara bebas di pasar-pasar tersebut.

Lima pasar burung yang paling banyak menjual burung dilindungi adalah Pasar Burung Sukahaji, Bandung dengan temuan 1.166 ekor burung dilindungi, diikuti Pasar Burung Pramuka, Jakarta Timur dengan temuan 663 ekor burung, serta Pasar Burung Curug, Tangerang, dengan temuan 429 ekor burung dilindungi. Posisi keempat ditempati Pasar Burung Cirebon, Jawa Barat dengan 394 ekor burung, dan posisi kelima ada Pasar Burung Jatinegara, Jakarta Timur dengan jumlah burung dilindungi yang dijual mencapai 329 ekor.



Gambar 2.8 Pasar Burung Curug Tangerang

Adapun lima jenis burung dilindungi yang paling banyak diperjualbelikan adalah gelatik jawa dengan jumlah 565 ekor, diikuti oleh tiong emas dengan 465 ekor, jalak blambangan 291 ekor, cica daun besar 255 ekor, dan curik bali 194 ekor.

Koordinator Pemantauan dan Perdagangan Satwa Garda Animalia, Robby Padma, sangat menyayangkan masih tingginya praktik perdagangan burung dilindungi secara ilegal. Bahkan, banyak yang menjajakan barang dagangannya secara terbuka. Ini menunjukkan masih lemahnya penegakan hukum yang dilakukan oleh aparat penegak hukum dalam mencegah perdagangan burung dilindungi.⁷⁷

⁷⁷<https://kumparan.com/pandangan-jogja/terungkap-5-pasar-penjualan-burung-dilindungi-terbesar-di-indonesia-1wWou6DeKAr/1>.

c. Berdasarkan Waktu Kegiatan

Jenis pasar berdasarkan waktu kegiatan meliputi Pasar Harian (setiap hari), Pasar Mingguan (sekali seminggu), Pasar Bulanan (sekali sebulan), Pasar Tahunan (sekali setahun), dan Pasar Temporer (waktu tidak tentu, seperti bazar). Pasar ini berbeda dalam frekuensi pelaksanaan dan jenis barang yang ditawarkan, dari kebutuhan pokok sehari-hari hingga produk khusus seperti pameran.

Jenis pasar berdasarkan waktu kegiatan juga dapat dibagi ke dalam waktu operasional dalam waktu 24 jam sebagaimana pembagian berikut.

- 1) Pasar siang hari yang beroperasi dari pukul 04.00–16.00.
- 2) Pasar malam hari yang beroperasi dari pukul 16.00–04.00.
- 3) Pasar siang malam yang beroperasi 24 jam non stop.
- 4) Pasar darurat, yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penentapan kepala daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu. Seperti: Pasar Murah Idulfitri dan Pasar Maulid.

Contoh pasar tradisional yang buka 24 jam adalah Pasar Gamping Yogyakarta. Pasar Gamping adalah salah satu pasar tradisional terbesar dan tertua di Kabupaten Sleman, Yogyakarta, yang telah menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat sejak masa Kerajaan Mataram Lama, bahkan diperkirakan sudah ada sebelum pembagian Kerajaan Mataram menjadi dua kerajaan. Pasar ini berlokasi strategis di Jalan Wates KM 3,5–5, Desa Ambarketawang, Kecamatan Gamping, dan memiliki luas sekitar 1,5 hektar.



Gambar 2.9 Tampak Pintu Masuk Pasar Gamping

Pasar Gamping tetap menjadi pasar tradisional yang hidup dan dinamis, melayani kebutuhan masyarakat dengan layanan hampir 24 jam dan menjadi bagian tak terpisahkan dari sejarah dan kehidupan ekonomi di Yogyakarta. Pasar Gamping bukan hanya pusat perdagangan, tetapi juga saksi sejarah perkembangan ekonomi dan sosial masyarakat Yogyakarta dari masa ke masa. Keberadaannya yang berdekatan dengan Gunung Gamping, sumber batu kapur penting untuk pembangunan Keraton Yogyakarta, menambah nilai historis kawasan ini.

Pasar ini juga menjadi cermin semangat juang para pedagang dan pengais rejeki yang berusaha memenuhi kebutuhan hidup dan keluarganya dengan kerja keras. Selain itu, pasar ini memberikan pilihan belanja yang ekonomis dan lengkap bagi masyarakat, dengan harga buah segar yang lebih murah dibandingkan toko maupun pedagang pinggir jalan.

Pasar Gamping dikenal sebagai pasar yang hampir buka 24 jam, terutama di bagian belakang yang melayani kebutuhan pokok dan bahan makanan segar sejak dini hari. Hal ini membuat pasar ini menjadi andalan warga sekitar dan pedagang yang membutuhkan pasokan cepat dan segar.⁷⁸

⁷⁸<https://sonobudoyo.jogjaprov.go.id/id/tulisan/read/pasar-gamping-pasar-24-jam-yang-setia-dari-masa-ke-masa>.

d. Berdasarkan Status Kepemilikan

1) Pasar Pemerintah

Pasar pemerintah yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah. Secara umum Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.

Dalam sumber lain disebutkan pasar pemerintah yaitu pasar di mana konsumen utamanya adalah unit-unit pemerintah (pusat, provinsi, daerah, atau kota) yang membeli atau menyewa barang dan jasa dari sektor swasta untuk menjalankan fungsi-fungsi utamanya, seperti penyediaan layanan publik dan kebutuhan administrasi negara. Motif pembeliannya adalah untuk mendukung fungsi dan pelayanan publik, bukan untuk keuntungan.

Dalam sumber lain dijelaskan pasar pemerintah adalah pasar yang pembeli utamanya adalah organisasi pemerintah federal, negara bagian, dan lokal. Mereka membeli barang atau jasa dari perusahaan swasta.

Terdapat istilah yang sering disebutkan bersamaan dengan pasar pemerintah yaitu pasar institusional, namun sesungguhnya keduanya memiliki pengertian yang berbeda.

Pasar pemerintah mencakup lembaga-lembaga yang didanai pemerintah dan melakukan pembelian yang membantu menjalankan fungsi-fungsi langsung pemerintah. Hal ini membentuk karakteristik yang tidak biasa dari pasar pemerintah. Sedangkan pasar institusional mencakup organisasi yang menyediakan layanan kesehatan bagi masyarakat atau berkontribusi bagi masyarakat—sekolah, rumah sakit, panti jompo, dan penjara. Lembaga-lembaga ini sering kali bersifat swasta dan beroperasi dengan donasi dari sponsor dan dana.

Contoh pasar tradisional milik pemerintah adalah seperti Pasar Mardika Maluku di Ambon dan Pasar Sindhu Sanur di Denpasar, yang konstruksi, penataan, dan pengelolaannya berada di bawah kewenangan dinas pemerintah daerah terkait, yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan.



Gambar 2.10 Komplek Pasar Mardika Ambon

Pasar Mardika, Ambon dibangun oleh kontraktor PT. Wijaya Karya Bangunan Gedung dan asetnya telah diserahkan kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Maluku untuk dikelola, menjadikannya sebagai pasar rakyat modern pertama yang berstatus milik pemerintah. Sedangkan Pasar Sindhu, Sanur merupakan contoh pasar yang ditata, dibangun, dan dikelola di bawah kewenangan Pemerintah Kota Denpasar.

2) Pasar Swasta

Pasar swasta yaitu pasar yang dimiliki dan dikuasai oleh badan hukum yang diizinkan oleh pemerintah daerah. Dalam sumber lain dijelaskan pasar swasta adalah pasar tradisional milik pihak swasta yang telah mendapatkan izin pengelolaan dari pemerintah untuk beroperasi, di mana kegiatan jual beli dilakukan oleh pedagang swasta dan pengelolaannya juga diatur oleh pihak swasta. Pasar ini merupakan kebalikan dari pasar pemerintah yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah, serta pasar liar yang tidak memiliki campur tangan pemerintah maupun swasta.

Pasar swasta tetap harus memiliki izin dari pemerintah untuk beroperasi, namun kepemilikan dan pengelolaannya dimiliki dan dikelola oleh individu atau badan swasta.

Contoh pasar tradisional milik swasta antara lain adalah Pasar Thomas di Jakarta Pusat, beberapa pasar yang dikelola perorangan seperti Pasar Emper di Jakarta Pusat, serta pasar-pasar lokal yang diinisiasi dan dikelola oleh komunitas atau badan usaha swasta. Pengelolaan oleh swasta bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan modernisasi pasar tradisional agar tetap eksis dan mampu bersaing dengan pasar modern.



Gambar 2.11 Salah Satu Kios di Pasar Thomas Jakarta Pusat

3) Pasar Campuran

Pasar campuran merupakan pasar yang dimiliki oleh pihak pemerintah dan swasta. Contoh dari pasar campuran adalah Pasar Gede Surakarta. Pasar Tradisional ini merupakan tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar.

Sebagai kota yang mengandalkan sektor perdagangan, keberadaan pasar rakyat merupakan hal yang tidak mungkin ditinggalkan. Pasar

rakyat bahkan menjamur di Kota Surakarta. Tercatat, ada 44 pasar tradisional yang sampai sekarang ini tetap hidup dan lestari dengan menampung lebih dari ribuan pedagang.

Ke-44 pasar tradisional yang ada di Kota Solo pada dasarnya menyajikan hampir semua kebutuhan sehari-hari masyarakat. Namun, dalam perkembangannya, terdapat semacam “kesepakatan” antara penjual dan pembeli sesuai hukum pasar yang berlaku yang kemudian menyebabkan sejumlah pasar memiliki kekhasan jenis dagangannya.

4) Pasar Liar

Pasar liar yaitu pasar yang aktivitasnya di luar pemerintahan daerah, yang kehadirannya disebabkan karena kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar tidak merata, biasanya dikelola oleh perorangan atau ketua RW.⁷⁹

Dalam sumber lain dijelaskan pasar liar adalah pasar yang timbul secara tidak tepat juga dapat menimbulkan masalah. Terbentuknya pasar pada tempat yang tidak seharusnya akan menjadi masalah karena akan menimbulkan masalah baru seperti mengganggu aktivitas warga lainnya serta merusak pemandangan atau nilai estetika daerah. Pasar yang demikian sering terbentuk secara dadakan di suatu tempat terutama di sekitar pasar tradisional.

Bagi sebagian kelompok masyarakat pasar liar justru menjadi solusi, karena adanya jaminan harga lebih murah. Bagi masyarakat yang berpendapatan rendah, pasar liar bisa menjadi pilihan. Hal ini memunculkan pemikiran pemerintah, salah satunya untuk turut serta mengatasi kemacetan di sekitar area, dengan cara menurunkan pekerja pemerintah dalam menertibkan pedagang pasar.

4. Keunikan Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli di mana terjadi tawar-menawar dengan harga yang terjangkau, barang-barang yang dijual pun biasanya merupakan barang kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, sayuran, buah-buahan, daging, ikan, dan makanan matang lainnya. Pasar tradisional mempunyai ciri khas

⁷⁹Galuh Oktavia, 2007, *Redesain Pasar Jongke Surakarta*, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

yaitu interaksi antara penjual dan pembeli lebih luwes, artinya terdapat interaksi yang lebih dekat jika dibandingkan interaksi di pasar modern.

Dari aspek kebersihan lingkungan pasar tradisional mempunyai ciri khas tersendiri yaitu tempatnya yang kotor, bau, dan kumuh serta saling berdempetan dari pedagang satu dan lainnya. Keunikan dari pasar tradisional ini terdapat pada pedagang kaki lima yang sengaja membuka lapaknya di sepanjang trotoar jalan. Ada yang sengaja membuka lapaknya hanya dengan beralaskan tikar. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian.⁸⁰

Dalam perkembangan pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli. Tapi juga menjadi pusat kehidupan sosial dan budaya yang lekat dengan keseharian masyarakat. Di sana, orang-orang tidak sekadar bertransaksi. Namun, sekaligus membangun relasi, bertukar cerita, dan menjaga tradisi yang diwariskan turun-temurun.

Suasana ramai, interaksi hangat antara penjual dan pembeli, hingga ragam barang yang ditawarkan, menjadikan pasar tradisional memiliki daya tarik yang khas.⁸¹ Dalam sumber lain dijelaskan beberapa keunikan pasar tradisional di antaranya sebagai berikut.

- a. Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Tawar-menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- b. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
- c. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada

⁸⁰https://www.klikwarta.com/keunikan-pasar-tradisional-pada-zaman-sekarang#google_vignette.

⁸¹https://harian.disway.id/read/894786/menjelajah-pasar-tradisional-dunia-kuliner-budaya-dan-keunikan-tiap-sudutnya#google_vignette.

tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimpor hingga keluar pulau atau negara.⁸²

Beberapa keunikan pasar tradisional lainnya adalah sebagai berikut.

- a. Kemampuan pasar tradisional dalam menyerap komoditi lokal dari kawasan sekitarnya.
- b. Berfungsi sebagai *supplier* untuk berbagai input pertanian, perumahan, serta kebutuhan pokok masyarakat secara luas.
- c. Pasar tradisional memiliki segmentasi pasar tersendiri, yang membedakannya dari pasar modern.
- d. Para pedagang yang beroperasi di pasar, umumnya kaum wanita sehingga sangat bermanfaat bagi peningkatan kesempatan berusaha untuk kaum wanita, dalam arti wanita umumnya memiliki keunggulan dibandingkan dengan pria dalam melayani konsumen.
- e. Potensi pasar akan semakin penting karena *market turn over* yang cukup cepat dengan sistem pembayaran tunai.⁸³

Dalam sumber lain dituliskan pasar tradisional telah lama menjadi magnet bagi wisatawan lokal maupun internasional. Dalam suasana yang khas dan unik, pasar tradisional menghadirkan pengalaman yang memperkaya pengetahuan budaya dan memberikan gambaran mendalam tentang kehidupan sehari-hari masyarakat lokal. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika pasar tradisional sering menjadi tujuan wisata yang menarik, menawarkan nilai budaya, dan keunikan yang tak tertandingi.

Salah satu daya tarik utama pasar tradisional adalah keberadaan produk lokal dan tradisional yang jarang ditemukan di tempat lain. Wisatawan dapat menemukan beragam barang seperti pakaian adat, kerajinan tangan, makanan khas, rempah-rempah, dan bahan-bahan segar. Memilih dan membeli barang-barang ini memberikan pengalaman yang autentik dan menghadirkan rasa keaslian budaya setempat. Selain itu, wisatawan juga dapat terlibat langsung dengan penjual, belajar tentang cara penggunaan produk, dan mendapatkan rekomendasi kuliner dari penjual yang berpengetahuan.

⁸²Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

⁸³Adhi Moersid, 2003, *Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan*, Palembang: Forum Musda IAI Cabang Sumatra Selatan.

Tidak hanya itu, pasar tradisional juga menciptakan atmosfer yang hidup dan riuh. Di antara lorong-lorong sempit, wisatawan akan merasakan kehidupan lokal yang sibuk dan berenergi. Suara riuh penjual, alunan musik tradisional, serta aroma rempah-rempah dan makanan yang menggoda, semuanya menghadirkan pengalaman multisensori yang tak terlupakan.

Pengunjung dapat merasakan getaran dan semangat yang memenuhi pasar tradisional, menciptakan kenangan yang berkesan, dan menghidupkan suasana lokal. Selain itu, pasar tradisional juga menjadi jendela budaya dan tradisi lokal.

Sering kali, pasar tradisional menjadi tempat di mana acara budaya, pertunjukan seni, dan festival diadakan. Wisatawan dapat menyaksikan tarian tradisional, musik khas daerah, atau demonstrasi kerajinan tangan yang menggambarkan kekayaan seni dan kebudayaan setempat. Melalui pengalaman ini, wisatawan dapat memahami lebih dalam nilai-nilai, adat istiadat, dan sejarah budaya yang melekat pada pasar tradisional.

Tidak hanya itu, pasar tradisional juga menawarkan kesempatan bagi wisatawan untuk terlibat secara langsung dalam kehidupan lokal. Wisatawan dapat berinteraksi dengan penjual, mendengarkan cerita dan pengetahuan yang mereka bagikan, serta belajar tentang cara hidup dan kebiasaan sehari-hari masyarakat setempat. Ini membuka peluang untuk membangun hubungan yang lebih intim dengan komunitas lokal dan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang kehidupan masyarakat.

Dalam era globalisasi dan modernisasi, pasar tradisional juga berperan penting dalam pelestarian budaya lokal. Mereka menjadi tempat di mana kearifan lokal dan keterampilan tradisional terus dilestarikan dan diwariskan dari generasi ke generasi. Melalui dukungan dan minat wisatawan, pasar tradisional dapat terus berkembang dan berperan dalam menjaga keberlanjutan budaya setempat.

Dalam kesimpulannya, pasar tradisional menawarkan pengalaman wisata yang tak terlupakan dengan keberagaman produk lokal, atmosfer hidup, pertunjukan seni, dan interaksi langsung dengan masyarakat setempat. Pasar tradisional membawa keunikan budaya yang memikat dan memberikan wawasan mendalam tentang kehidupan lokal. Dengan kunjungan dan dukungan wisatawan, pasar tradisional dapat terus

menjadi penjaga kekayaan budaya dan menjadi daya tarik wisata yang tak tergantikan.⁸⁴

Di Indonesia perdagangan satwa liar untuk konsumsi, seperti di Provinsi Sulawesi Utara perdagangan satwa liar tersebar di beberapa wilayah di antaranya di Kab. Minahasa dan Kota Manado, hal yang sama juga terdapat di Provinsi Kalimantan Barat perdagangan satwa liar di Kota Pontianak dapat ditemukan baik dalam kondisi hidup maupun sebagai bahan pangan.

Sulawesi Utara menjadi area dengan pasar daging satwa liar yang terbesar dan terbanyak di kawasan Asia Tenggara. Konsumsi daging satwa liar dianggap sebagai bagian dari budaya Sulawesi Utara, daging satwa liar dihidangkan dalam perayaan keagamaan, pesta, dan acara keluarga. Di samping itu daging satwa liar dikonsumsi untuk bahan pangan penghasil protein pengganti daging serta beberapa satwa liar dipercaya berkhasiat untuk menyembuhkan penyakit.

Bushmeat membuat beberapa wilayah di Sulawesi Utara terkenal, bahkan dijadikan sebagai salah satu daya tarik wisata. Satwa liar yang diperdagangkan antara lain kelelawar/paniki/kalong, tikus hutan, babi hutan, ular piton, yaki (monyet hitam Sulawesi), biawak, anjing, dan kucing. Bahkan satwa endemik Sulawesi seperti paniki yaki atau *acerodon celebencis* dan yaki diperdagangkan dengan bebas guna memenuhi kebutuhan konsumsi. Penjualan daging satwa liar akan meningkat di akhir pekan, penjualan di *weekend* (Sabtu dan Minggu) mencapai angka penjualan Senin sampai hari Jumat, demikian juga akan meningkat penjualan di hari besar keagamaan seperti Natal dan Paskah.⁸⁵

5. Transformasi Kegiatan Pasar Tradisional

Kegiatan usaha pasar tradisional sudah dikenal masyarakat sejak dahulu kala. Namun dalam beberapa dekade terakhir aktivitas di pasar tradisional mulai mengalami perubahan sejak munculnya pasar modern. Munculnya pasar modern menurut Reardon dan Hopkins (2006)

⁸⁴<https://jurnalpost.com/pasar-tradisional-keunikan-budaya-yang-memikat-daya-tarik-wisata/55540/>.

⁸⁵Liana & Witno, 2021, "Perdagangan Satwa Liar Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Sulawesi Utara", *Jurnal Penelitian Kehutanan Bonita*, Vol. 3 No. 1 Juli, 28–34.

disebabkan adanya deregulasi sektor bisnis ritel yang bertujuan untuk meningkatkan investasi asing langsung.⁸⁶

Aspek-aspek transformasi kegiatan pasar tradisional adalah sebagai berikut.

a. Transformasi Digitalisasi

- Integrasi *E-commerce*: Pasar tradisional menjalin kerja sama dengan platform *e-commerce* (seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak) untuk menjual produk secara daring dan menjangkau pelanggan yang lebih luas.
- Pembayaran Digital (QRIS): Pedagang menggunakan QRIS untuk memfasilitasi transaksi yang lebih cepat, aman, dan transparan bagi pembeli.
- Peningkatan Literasi Digital: Pemerintah dan komunitas digital memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pedagang untuk meningkatkan keterampilan digital mereka.

b. Revitalisasi Fisik dan Penataan Ruang

- Perbaikan Sarana dan Prasarana: Pembangunan dan perbaikan fisik pasar tradisional dilakukan untuk menciptakan lingkungan yang lebih modern, tertata, bersih, dan nyaman.
- Penataan Ruang Modern: Pasar tradisional diubah menjadi lebih dari sekadar tempat transaksi, dengan penambahan zona ekonomi kreatif, pusat kuliner modern, dan ruang untuk komunitas.

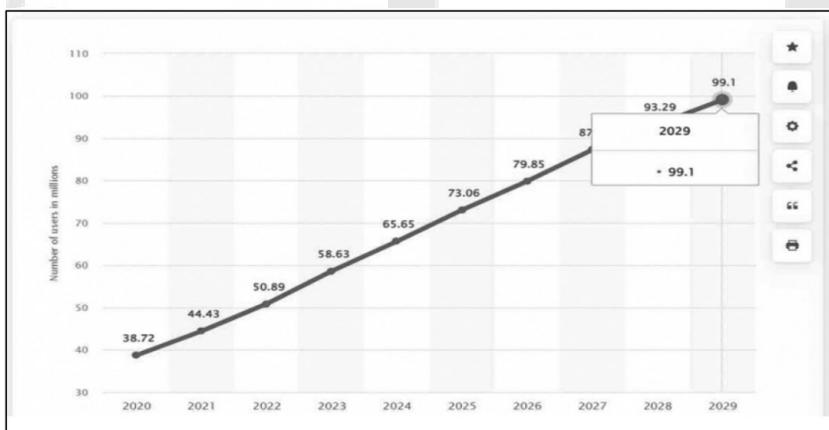
c. Peningkatan Kualitas Pengelolaan dan Pelayanan

- Manajemen Profesional: Penataan ulang manajemen pasar agar menjadi profesional dan akuntabel untuk meningkatkan daya saing.
- Inovasi Produk dan Jasa: Pedagang berinovasi dalam jenis dagangan, seperti menghadirkan kuliner kekinian atau produk kreatif, untuk menarik minat generasi muda.
- Pelayanan yang Meningkat: Kualitas pelayanan pedagang ditingkatkan agar lebih baik dan profesional.

⁸⁶Suryanto, et al., 2018, “Traditional Market Issues”, *International Conference on Business, Economic, Social Sciences and Humanities (ICOBEST 2018)*, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol. 225: 533–537.

Dalam sumber lain dijelaskan transformasi kegiatan pasar tradisional meliputi integrasi teknologi digital melalui platform *e-commerce* dan QRIS, revitalisasi fisik, dan manajemen pasar agar lebih modern dan profesional, pengembangan fungsi pasar menjadi ruang komunitas atau destinasi UMKM, serta pemanfaatan keunikan pasar sebagai daya tarik wisata untuk meningkatkan perekonomian daerah, dan daya saing pedagang.

Maraknya *e-commerce* yang mulai bermunculan di Indonesia telah merevolusi cara orang berbelanja dan bisnis beroperasi, menawarkan banyak kemudahan dan peluang bagi konsumen dan pedagang. Dengan terus berkembangnya teknologi dan perilaku konsumen, *e-commerce* diperkirakan akan terus tumbuh dan beradaptasi dengan berbagai inovasi. Beberapa contoh *e-commerce* yang sering digunakan di Indonesia yaitu Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, Blibli, Ralali, JD.ID, Upwork, Freelancer, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.13 Jumlah Pengguna *e-Commerce* di Indonesia Tahun 2020–2029
(dalam juta)

Digitalisasi proses bisnis memungkinkan perusahaan untuk beroperasi lebih efisien, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas. Selain itu dengan bertambahnya pasar dalam bentuk digital juga membuka berbagai peluang kerja, baik di bidang teknologi maupun di sektor pendukung seperti logistik, pemasaran, dan layanan pelanggan sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pengguna *e-commerce* dari tahun 2020 hingga sekarang mengalami peningkatan yang sangat pesat.⁸⁷ Untuk itu agar tidak tergerus oleh perkembangan digital pada saat ini, para pedagang dalam pasar tradisional harus melirik pasar digital sebagai sumber pendapatan terbaru. Banyak pasar tradisional mulai memanfaatkan platform *e-commerce* untuk menjual produk mereka secara daring, memungkinkan mereka menjangkau pelanggan yang lebih luas. Pedagang di pasar tradisional kini memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, berbagi informasi, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.⁸⁸

Teknologi industri 4.0 terus mengubah banyak sektor, termasuk pasar tradisional. Oleh karena itu, para pelaku usaha mulai menyesuaikan diri dengan arus digitalisasi. Mereka menggunakan media sosial dan *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, mereka belajar teknologi agar dapat berjualan lebih efisien. Akhirnya, mereka mulai mengubah cara kerja dan strategi pemasaran. Namun demikian, tidak semua pedagang mampu mengikuti perubahan tersebut. Contohnya, pedagang baju bekas di Pasar Wage mulai kehilangan pelanggan. Hal ini terjadi karena konsumen memilih toko *online* yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan. Selain itu, tampilan visual produk digital jauh lebih menarik. Akibatnya, omzet pedagang pasar terus menurun dari waktu ke waktu.

Lebih lanjut, banyak pedagang pasar menghadapi kesulitan bersaing dengan penjual *online*. Misalnya, Wulan, seorang pedagang, merasa kewalahan menghadapi tren digital. Ia menyadari pelanggan lebih menyukai transaksi cepat melalui aplikasi belanja. Sementara itu, pedagang *online* mempromosikan produk dengan konten kreatif dan respons cepat. Maka dari itu, pendekatan modern ini menarik perhatian konsumen dengan lebih efektif.

Di sisi lain, tren *thriftng* di media sosial semakin memperkuat dominasi pedagang *online*. Mereka menyajikan produk dengan gaya kekinian yang memikat pembeli muda. Sebaliknya, banyak pedagang pasar belum memahami cara promosi digital secara maksimal. Bahkan,

⁸⁷<https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>.

⁸⁸<https://www.kompasiana.com/aditya10/66fb6217c925c402bf51e9f2/transformasi-pasar-tradisional-di-era-digital>.

beberapa dari mereka belum bisa menggunakan aplikasi jual beli dengan lancar. Akibatnya, jurang kompetensi ini makin melemahkan daya saing mereka.

Selain tantangan teknologi, pedagang pasar juga menghadapi kendala cuaca. Misalnya, hujan deras membuat mereka menutup lapak lebih awal dari biasanya. Di saat bersamaan, toko *online* tetap melayani konsumen tanpa gangguan waktu dan tempat. Maka dari itu, pedagang pasar makin tertinggal dalam persaingan. Oleh karena itu, mereka perlu mencari solusi yang tepat. Meski begitu, pedagang pasar tetap memiliki peluang besar untuk bangkit. Mereka bisa meningkatkan penjualan jika menguasai keterampilan digital secara optimal. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengadakan pelatihan digital secara rutin dan tepat sasaran. Selain itu, komunitas digital dapat membantu promosi dan menyediakan pendampingan usaha. Dengan demikian, kolaborasi ini mampu menguatkan daya saing pedagang tradisional.

Sebagai penutup, transformasi digital memang menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Jika pedagang mau belajar dan beradaptasi, mereka tetap bisa bertahan dan berkembang. Terlebih lagi, dukungan pemerintah dan masyarakat akan mempercepat proses ini. Maka dari itu, pasar tradisional seperti Pasar Wage masih memiliki harapan. Intinya, kolaborasi, pelatihan, dan semangat belajar menjadi kunci sukses menghadapi era digital.⁸⁹

Contoh pasar tradisional yang sudah modern di Indonesia adalah Pasmod Bintaro dan Pasar Anyar di Tangerang. Pasar-pasar ini telah mengalami penataan untuk menjadi lebih modern dengan fasilitas yang nyaman, tata letak yang rapi, kebersihan yang terjaga, dan penataan area pedagang sesuai jenis produk, sehingga tetap menjadi pusat perbelanjaan kebutuhan rumah tangga tanpa harus berbelanja di mal.

Di Tangerang, terdapat Pasar Bandeng di Karawaci. Keberadaan pasar yang awalnya tradisional, kini tampil modern. Berdiri dua lantai, pasar Bandeng banyak menjual kebutuhan warga mulai dari perkakas rumah tangga, bahan pokok, dan kebutuhan lainnya yang beroperasi mulai pagi hingga sore hari. Salah seorang pedagang, Juned mengaku semenjak menjadi pasar modern kini pengunjung lebih

⁸⁹<https://ftmm.unair.ac.id/adaptasi-atau-tertinggal-transformasi-pedagang-pasar-di-era-digital/>.

ramai, terutama di hari Sabtu dan Minggu. Diakuinya, omzet dalam sehari ia bisa mengantongi sekitar 2 juta hingga 2,5 juta rupiah. Pasar Bandung memiliki dua lantai, di lantai bawah diisi oleh pedagang yang berjualan mulai dari sayur-mayur, bumbu, telur, ayam, daging dan lainnya. Sedangkan lantai dua diisi oleh pedagang yang berjualan alat-alat rumah tangga.

C. Aspek-aspek Modernisasi

1. Pengertian Modernisasi

Modern adalah serapan kata dari Bahasa Latin (*modernus*) yang dapat diartikan “sekarang” (Jerman: *Jetzeit*). Melalui pengertian tersebut, maka akan didapati makna bahwa suatu zaman yang disebut modern adalah masa yang di mana seseorang memiliki semangat yang diperbarui. Jadi, jika didapati seseorang atau masyarakat yang hidup pada masa modern namun memiliki pola pikir terbelakang, maka dapat dikatakan sebagai kaum primitif. Abad modern bermula pada abad ke-19 yang merupakan bentuk nyata dari adanya semangat zaman yang bercorakkan pola pemikiran rasionalisme dan inovatif.⁹⁰

Dasman menjelaskan bahwa istilah modernisme berasal dari kata modern, yang berarti baru, terbaru, mutakhir, atau memodernkan, membuat menjadi modern 10 kemudian diakhiri dengan isme, menunjukkan adalah paham, atau disebut juga sebagai paham kemodernaan, sebenarnya istilah ini bermula diperkirakan sekitar tahun 1888 ditemukan di sebuah apresiasi di Meksiko oleh Ricahrdo Cantores dan tahun 1890 istilah ini berkembang menjadi moderno dan modernismo, sebagai kerangka di Amerika Latin untuk emansipasi dan otonomi, budaya, dari Spanyol. Sementara itu menurut ahli sosiologi istilah modern, modernism, modernitas, modernisasi, dan modernisme berasal dari sebutan institusi ide dan perilaku yang muncul dari kemerosotan masyarakat pertengahan (*medieval society*) di Eropa walaupun benih modernitas itu telah bersemai ratusan tahun sebelumnya, barulah pada abad ke-19 kehidupan modern itu benar-benar terwujud. Perubahan besar tersebut menjadi momentum

⁹⁰Maulin Permata, et al., 2023, “Perkembangan Peradaban Islam Masa Modern”, *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 5 No. 2, 368–374.

penting sebagaimana disebut Karl Polayanyi (1973), semua yang mapan hubungan-hubungan yang kaku yang tetap yang syarat dengan muatan pikiran dan pandangan prasangka yang begitu kuat, disapu bersih, semua diganti oleh pikiran-pikiran baru. Semua yang lama lenyap dibawa angin, semua yang suci menjadi tidak suci, dan manusia akhirnya berhadapan langsung dengan kondisi-kondisi nyata dalam kehidupan mereka sendiri dan hubungan-hubungan mereka satu sama lain.

Pada umumnya kriteria modern ini adalah apabila ada sesuatu yang baru, lain dengan biasanya berada dan bahkan bertentangan dengan kebiasaan-kebiasaan yang lama, oleh karena itu sesuatu bisa disebut modern, apabila ada gerakan atau dinamika untuk menolak atau meninggalkan hal-hal yang dianggap sebagai masa lalu dan menganut hal-hal yang dianggap baru. Adorno misalnya, memberikan pandangan bahwa “modernisme dapat didefinisikan sebagai tidak adanya aturan yang dipaksakan terhadap praktik-praktik estetik yang berasal dari luar, atau disebut sebagai rasionalitas estetis”, kemudian pengertian modernis meliputi gagasan bahwa tujuan mementingkan pengetahuan sebagaimana dikatakan Giddens (1987) adalah memengaruhi kondisi manusia agar menjadi lebih baik, modernitas berarti upaya terus-menerus perbaikan kehidupan dan upaya mencapai kemajuan. Begitu pula pendapat Cheal (1991), modernitas adalah keyakinan yang ideal dan kemungkinan kemajuan berarti “meyakini bahwa keadaan esok harus selalu lebih baik daripada hari ini, yang kemudian berarti harus siap mengubah keteraturan yang sudah ada untuk mencapai kemajuan”, dengan kata lain harus siap membongkar tradisi (*dekonstruktion of tradition*).⁹¹

Pengertian modernitas berasal dari perkataan “modern” dan makna umum dari perkataan modern adalah segala sesuatu yang bersangkutan dengan kehidupan masa kini. Lawan kata modern adalah kuno, yaitu segala sesuatu yang berurusan dengan masa lampau. Jadi, modernitas adalah pandangan yang dianut untuk menghadapi masa kini. Selain sifat pandangan, modernitas juga merupakan sikap hidup yang dianut dalam menghadapi kehidupan masa kini.⁹²

⁹¹Dasman, 2012, “Modernisme Barat dan Dampaknya pada Masyarakat Global”, *Al-Mishbah*, Vol. 8, No. 2, 185–206.

⁹²Neneng Munajah, 2021, “Agama dan Tantangan Modernitas”, *Tahdzib Al Akhlak*, Vol. 4, No. 1: 83–92.

Modernisasi atau sifat dan keadaan modern merupakan suatu keterkaitan keadaan di mana segala sistem kemasyarakatan yang bersifat tradisional dilepaskan menjadi tatanan yang mengimplikasikan rasionalitas dan perbedaan. Modernisasi sering kali dikaitkan dengan westernisasi karena praktiknya didasarkan pada negara Barat. Menurut Sosiolog Sorjono Soekanto, modernisasi mencakup segala aspek sesuatu yang tradisional ke arah pola-pola ekonomis dan politik yang menjadi ciri-ciri negara-negara Barat stabil. Sebagai contoh adalah modernisasi *fashion* (gaya, berdandan, berbusana) yang sedang berkembang saat ini di Indonesia. Sejak pertama hingga munculnya *fashion* baru di Indonesia, negara-negara asing selalu muncul di balik penemuan *fashion* di Indonesia. Sebelumnya hanya dikenal kain persegi panjang yang hanya menutupi tubuh bagian bawah untuk pria, dan untuk wanita kain lilit penutup dada, dan kain penutup bagian tubuh bawah. Hingga akhirnya dikenal pakaian-pakaian Barat atau “modern”, seperti kemeja, celana, dasi, topi, dan atribut Barat lainnya.⁹³

Peradaban Barat mempunyai pengaruh besar terhadap modernitas, oleh karena peradaban Barat pada saat sekarang ini, merupakan peradaban yang dominan di dunia, sebagaimana pula Islam pada abad 6 sampai dengan abad 16 mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan peradaban Barat. Oleh sebab itu, untuk mengenal dan mengembangkan modernitas, sangat tidak mungkin tanpa mengetahui unsur-unsur utama peradaban Barat.⁹⁴

2. Prinsip-prinsip Ekonomi Modern

Peradaban modern telah mengantarkan kejayaan masyarakat Eropa dan Amerika (sering disebut dengan Barat) dalam kejayaan sosial, politik, serta ekonomi. Pada saat ini, peta peradaban dunia didominasi oleh pengaruh peradaban Eropa dan Amerika. Di bidang ekonomi, Eropa dan Amerika telah menjadi pengendali mayoritas perdagangan dunia. Beberapa negara di dunia ketiga yang dapat menjadi penyeimbang ekonomi global, rata-rata atas dasar dukungan politik Barat juga, seperti Jepang dan Korea. Hanya sedikit negara yang dapat menjadi

⁹³Soerjono Soekanto, 2006, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, hlm. 304.

⁹⁴Neneng Munajah, 2021, “Agama dan Tantangan Modernitas”, *Tahdzib Al Akhlak*, Vol. 4, No. 1: 83–92.

bagian penting dalam proses industrialisasi global jika harus keluar dari *mainstream* Barat. Contohnya adalah kekuatan ekonomi Tiongkok.

Pada saat ini (tahun 2018), sedang terjadi perseteruan hebat antara Amerika yang dipimpin oleh Presiden Donald Trump versus Presiden Tiongkok Xi Jinping terkait dengan perdagangan dan ekonomi global. Namun dalam tulisan ini, penulis hanya fokus pada menelusuri aspek fundamental bagaimana Barat dapat menghadirkan ekonomi yang sangat fantastis dan berpengaruh besar terhadap tata kelola kehidupan secara umum. Penulis melihat, kebangkitan ekonomi Barat merupakan buah dari kemajuan peradaban yang dibangun.

Peradaban ekonomi Barat sangat didukung oleh pluralisme sebagai satu ciri khas masyarakat modern dan kelompok sosial yang dinomorsatukan oleh masyarakat dan politik Barat, dan dijadikan sebagai jalur kemudi utama kemajuan dalam ilmu pengetahuan, masyarakat, dan perkembangan ekonomi. Hal ini sangat terlihat pada perusahaan, badan-badan politik dan ekonomi, perhimpunan ilmiah yang tersebar di seluruh dunia tanpa batas politik dan geografis.

Oleh karenanya Islam dan ilmu pengetahuan dalam konteks kebangkitan kembali (*Islamic revival*) tidak mungkin dapat dilepas dari kecerdasan kita dalam “membaca” ilmu pengetahuan modern yang notabene bersumber dari Eropa dan Amerika.

Sejarah telah mencatat kebesaran ilmuan Islam modern seperti Sayyid Ahmad Khan (1232–1316/1817–1898) dari India, Jamaluddin al-Afghani (1254 H/1838 M.), Muhammad Abduh (Mesir, 1849–1905), dan Muhammad Rasyid Ridha (1865–1935) tidak lepas dari respons mereka terhadap perkembangan Eropa, dan mereka berani bersinggungan secara langsung dengan masyarakat Eropa.

Tokoh-tokoh Islam berpengaruh besar Indonesia, seperti Nurcholis Madjid, M. Amin Rais, Ahmad Syafi'i Ma'arif (tahun 1980an), Bachtiar Effendi, dan Rizal Mallarangeng (1990an), juga merupakan produk Barat (Amerika). Gus Dur walaupun bukan alumni Barat, tapi sangat memahami dan banyak belajar dari ilmuan Barat.

Demikian juga dengan beberapa pemikir Ekonomi Islam Kontemporer, seperti M. Umer Chapra, Abdullah Saeed, Syed Nawab Haedar Naqvi, merupakan ilmuan yang menimba ilmu di Barat atau negara non-muslim.

Peluang untuk mendapatkan dan mempelajari tentang politik, sains, dan kemanusiaan negara Barat, termasuk di bidang ekonomi menjadi mutlak untuk kebangkitan ilmu pengetahuan Islam dan pembekalan bagi ilmuan ekonomi Islam.

Peluang terbesar Islam untuk menghadirkan sebuah sistem pengetahuan yang dapat diterima Barat adalah menempatkan Islam sebagai sistem ajaran yang pluralis dan spiritualis. Hal ini merujuk pada masyarakat Barat yang sedang mengalami krisis spiritualitas akibat dari budaya individual dan liberalisasi ilmu pengetahuan, di mana terjadi pemisahan antara ilmu pengetahuan dan ajaran Gereja.

Akan tetapi untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi Islam di belahan negara Barat terdapat tantangan besar dikarenakan masyarakat Barat banyak telah menyangka masyarakat muslim kurang inklusif, dan bahkan radikal. Pada aspek lain, masyarakat Barat sangat positivistik, tidak dapat menerima suatu proses ilmu pengetahuan tanpa adanya nilai-nilai empiris dan eksperimental.

Kebangkitan ilmu pengetahuan Islam harus dapat menjawab tantangan dan titik sentral *problem* modernisasi yang sangat lekat dengan materialisme dan sekularisme.⁹⁵ Hal ini mendorong manusia muslim untuk memusatkan ilmu pengetahuan dan informasinya sebagai sumber strategis pembaruan. Tidak terpenuhinya kebutuhan ini akan menimbulkan dan keterasingan oleh dunia modern.⁹⁶

Dari kondisi masyarakat modern yang positivistik, menjadi tugas wajib Islamisasi ilmu pengetahuan harus mengalami *redesign*. Dibutuhkan desain ulang, ilmu pengetahuan yang dihadirkan bukan hanya sebagai norma kewajiban bagi setiap muslim, tapi sebagai ilmu yang teoretis, dapat dipelajari, dan diperaktikkan oleh setiap orang yang membutuhkannya.

3. Modernisasi Teknologi Informasi dan Pasar Tradisional

Islam harus dibangkitkan dalam arti tidak hanya ajaran yang dapat dipahami oleh segala aspek tapi juga Islam dapat menghadirkan suatu

⁹⁵Alaf Gaufar, 1982, *Tantangan Islam*, terj.: Anas Mahyudin, Bandung: Pustaka, hlm. 210.

⁹⁶Mansur Isna, 2001, *Diskursus Pendidikan Islam*, Yogyakarta: Global Media Utama, hlm. 47.

ilmu pengetahuan yang multidimensional, canggih, dan berbasis teknologi informasi. Teknologi Informasi (TI) atau *Information Technology* (IT) adalah penggunaan komputer, perangkat telekomunikasi, dan jaringan untuk mengelola, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan data dan informasi dalam berbagai bentuk (teks, gambar, suara, video). Tujuan utamanya adalah meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan akses informasi di berbagai sektor seperti bisnis, pendidikan, dan layanan publik.

Perjalanan teknologi informasi telah melewati berbagai fase transformatif yang mencerminkan kemajuan pesat dalam inovasi dan adopsi teknologi. Setiap era membawa perubahan fundamental dalam cara manusia berinteraksi dengan informasi dan teknologi.

Evolusi teknologi informasi telah mengalami percepatan signifikan dalam beberapa dekade terakhir:

- a. Era 1940-1950: Kemunculan Komputer Generasi Pertama
 - Ditandai dengan penemuan ENIAC (*Electronic Numerical Integrator and Computer*).
 - Menggunakan tabung vakum sebagai komponen utama.
 - Ukuran fisik yang sangat besar dengan kemampuan komputasi terbatas.
 - Konsumsi listrik yang tinggi dan sering mengalami *overhead*.
- b. Era 1960-1970: Pengembangan Sistem Operasi dan Bahasa Pemrograman
 - Lahirnya sistem operasi UNIX yang revolusioner.
 - Pengembangan bahasa pemrograman seperti BASIC dan Pascal.
 - Mulai digunakannya transistor sebagai pengganti tabung vakum.
 - Kemunculan *mini computer* untuk kebutuhan bisnis.
- c. Era 1980-1990: Revolusi PC dan Internet
 - Peluncuran IBM PC dan Apple Macintosh.
 - Standarisasi protokol TCP/IP untuk komunikasi internet.
 - Pengembangan sistem operasi Windows dan MacOS.
 - Awal era komputasi personal dan demokratisasi teknologi.

- d. Era 2000-2010: *Cloud Computing* dan *Mobile Technology*
 - Adopsi massal layanan berbasis *cloud*.
 - Revolusi *smartphone* dengan peluncuran iPhone.
 - Perkembangan media sosial dan *e-commerce*.
 - Transformasi model bisnis menjadi *digital-first*.
- e. Era 2010-sekarang: AI, *Big Data*, dan IoT
 - Implementasi *machine learning* dan *deep learning*.
 - Pengolahan *big data* untuk *insight* bisnis.
 - Integrasi perangkat IoT dalam kehidupan sehari-hari.
 - Adopsi *blockchain* dan teknologi desentralisasi.⁹⁷

Komponen teknologi informasi memiliki beberapa elemen utama yang bekerja secara terintegrasi adalah sebagai berikut.

- a. Perangkat Keras (*Hardware*): Komputer, server, ponsel, dan perangkat elektronik lainnya.
- b. Perangkat Lunak (*Software*): Aplikasi, sistem operasi, dan perangkat lunak yang digunakan untuk memproses informasi.
- c. Jaringan Komunikasi: Infrastruktur seperti internet yang memungkinkan pertukaran data antara perangkat.
- d. Sistem Basis Data: Sistem untuk menyimpan, mengambil, dan mengelola data.
- e. Layanan Berbasis *Cloud*: Penyimpanan dan pemrosesan data melalui internet, seperti layanan penyimpanan *cloud*.

Dalam sumber lainnya dijelaskan teknologi informasi adalah istilah yang merujuk pada penggunaan komputer, perangkat lunak, jaringan, dan infrastruktur telekomunikasi untuk memproses, menyimpan, mentransmisikan, dan mengelola data atau informasi.

Teknologi ini melibatkan berbagai perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) yang memungkinkan manusia untuk mengakses dan mengelola informasi dengan cara yang lebih cepat, efisien, dan aman. Teknologi informasi mencakup komputer, server, jaringan, dan perangkat *mobile*. Dalam lingkup lebih lengkap,

⁹⁷<https://www.mastersystem.co.id/in/whats-new/article/teknologi-informasi-adalah>.

teknologi informasi juga mencakup internet, media sosial, aplikasi, dan perangkat penyimpanan. Fungsi dari seluruh teknologi ini adalah untuk menjalankan berbagai aktivitas, mulai dari komunikasi, hiburan, pendidikan, hingga bisnis.

Saat dunia berubah digital, teknologi informasi adalah juga seperangkat pengelolaan data dan informasi secara *real-time*, seperti email, Google Drive, dan media sosial.⁹⁸ Di era digital ini, teknologi informasi menjadi tulang punggung operasional berbagai sektor, mulai dari bisnis, pendidikan, hingga layanan publik. Kemampuannya dalam mengotomatisasi proses dan mempercepat pengambilan keputusan menjadikannya komponen vital dalam perkembangan organisasi modern. Era modern, era teknologi-informasi, era *runaway world*; bahasanya Antonio Giddens. Dunia yang berlari cepat tidak terkendali (*runaway world*), dan masyarakat yang hidup di dunia tersebut tidak bisa menghindari dari risiko-risiko social (*risk community*).⁹⁹

Dunia yang berlari tunggang-langgang dengan cepat, karena begitu berjelnya arus informasi dari seluruh penjuru dunia dengan fasilitas piranti lunak yang bernama internet. Publikasi melalui media digital dan piranti lunak menjadi keniscayaan dalam pengembangan Islam ke depan. Bahkan jika merujuk pada Giddens, Islam harus dapat menjawab pada pergerakan dunia yang terus bergerak sebagaimana *juggernaut* (panser raksasa). Panser yang akan masuk dalam setiap sudut komunikasi lintas suku, ras, agama, dan usia.

Model komunikasi dan berita dalam media sosial yang tanpa sensor yang dapat menghentikannya. Kemudian muncul beragam media sosial yang memberikan berita-berita yang kejam, intoleran, agresif, dan *bullying*. Istilah masa kini yang berarti penindasan, perundungan, perisakan atau pengintimidasi, penggunaan kekerasan, ancaman atau paksaan untuk menyalahgunakan atau mengintimidasi orang lain.

Kondisi tersebut merupakan tantangan bagi Islam sebagai keyakinan beragama, rujukan sosial, dan gaya hidup pada saat ini. Ulama Islam harus tidak saja menjadi pencetak ahli ilmu pengetahuan Islam, tapi harus mendorong terciptanya umat Islam yang menjadi *brainware*,

⁹⁸<https://vida.id/id/blog/teknologi-informasi>.

⁹⁹Antonio Giddens, 1999, *The Run Away Wolrd; How Globalization Reshaping our Lives*, New York: Routledge, hlm. 9.

teknokrat di bidang teknologi perangkat lunak atau ahli teknologi informasi. Media-media piranti keras (*hardware*) dan piranti lunak (*software*) akan menjadi bagian sejarah dalam kebangkitan peradaban ilmu pengetahuan Islam, semakin maju atau semakin tertindas.

Tantangan Islam dalam teknologi informasi, sebagai produsen infrastruktur Islam masih sangat jauh tertinggal. Dari aspek konsumen atau pengguna, umat Islam sedang terjebak pada pergeseran komunikasi melalui media sosial dari media riil. Tapi inilah peluang realistik, umat Islam setidaknya menjadi masyarakat pengguna yang baik dan beretika.

Masyarakat Islam Indonesia sedang menghadapi tantangan tersebut. Media sosial dan media komunikasi virtual berbasis internet sedang menciptakan kotak-kotak Islam semakin banyak dan sulit menyatu satu sama lain. Tantangan tersebut juga menimpa pada pasar tradisional. Modernisasi pasar tradisional adalah upaya untuk membuat pasar tradisional tetap relevan di era digital dan menghadapi gempuran pasar modern dengan mengintegrasikan teknologi dan sistem digital, serta memperbaiki fasilitas dan tata kelola untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung, efisiensi pedagang, dan pendapatan daerah. Strategi modernisasi meliputi penerapan sistem pembayaran digital seperti QRIS, penggunaan aplikasi informasi pasar (seperti SIMPASAR dan e-Retribusi), pengembangan infrastruktur, serta pemanfaatan media sosial, dan platform *e-commerce* untuk pemasaran digital.

Pasar tradisional perlu beradaptasi dengan tren belanja *online* yang semakin populer, terutama di kalangan generasi muda. Gaya hidup konsumen yang lebih mengutamakan kenyamanan dan jaminan kualitas di pasar modern membuat banyak masyarakat beralih, sehingga berdampak pada penurunan omzet pedagang tradisional. Oleh karena itu pasar tradisional harus bersaing dengan pasar modern yang menawarkan kenyamanan, kebersihan, dan sistem pembayaran yang praktis, hal yang menjadi kelemahan pasar tradisional yang sering kali sempit dan kurang tertata.

Transformasi yang dilakukan di pasar tradisional dengan mengembangkan teknologi informasi dan digitalisasi tetap harus memperhatikan dampak atau tantangan dari perkembangan teknologi informasi tersebut, yaitu:

- a. Keamanan Siber
 - Ancaman *Malware*: Virus, *worm*, dan trojan yang dapat merusak sistem.
 - Pencurian Data: Risiko kebocoran informasi sensitif perusahaan.
 - Serangan *Ransomware*: Ancaman enkripsi data dan permintaan tebusan.
- b. Adaptasi Teknologi
 - Resistensi Perubahan: Tantangan dalam mengubah *mindset* dan kebiasaan kerja.
 - Kurva Pembelajaran: Waktu dan *resources* untuk pelatihan karyawan.
 - Biaya Implementasi: Investasi awal yang signifikan untuk infrastruktur.
- c. Infrastruktur
 - Kebutuhan *Bandwidth*: Kapasitas jaringan yang memadai untuk operasional.
 - Pemeliharaan Sistem: *Maintenance* rutin dan *upgrade* berkala.
 - Skalabilitas: Kemampuan sistem untuk berkembang sesuai kebutuhan.¹⁰⁰

Selain daripada itu, secara sosiologi pedagang di pasar tradisional mayoritas ibu-ibu dan nenek-nenek yang secara umum tidak memiliki pengetahuan modernisasi di dalam transaksi digital.

¹⁰⁰<https://www.mastersystem.co.id/in/whats-new/article/teknologi-informasi-adalah>.



[Halaman ini sengaja dikosongkan]



KOHESI EKONOMI PARA PEDAGANG TRADISIONAL PASAR APUNG DALAM MENGHADAPI MODERNISASI

A. *The Banjarese: Modal Sosial Pedagang Pasar Apung*

Kampung Banjarmasin pada awalnya adalah tempat tinggal orang-orang Melayu yang dipimpin oleh Patih Masih (sebagai kepala kampung). Kampung ini terletak di antara Sungai Barito dan Sungai Martapura. Ia juga merupakan tempat pertukaran barang antara komunitas Melayu dengan Dayak Ngaju dan menjadi tempat kegiatan perdagangan.

Kemudahan transportasi antara daerah hulu dan muara sungai berdampak pada berkumpulnya para pedagang dari berbagai daerah untuk melakukan transaksi perdagangan. Dalam perkembangan, di sekitar pasar muncul bangunan-bangunan tempat penyimpanan barang-barang komoditas perdagangan dan rumah-rumah para pedagang. Pada akhirnya, di kampung Banjarmasin lahirlah masyarakat pedagang dan ia menjelma menjadi kota dagang.¹³⁶

Kebudayaan Banjar merupakan kebudayaan yang sangat unik dan menarik. Ada beberapa sikap dan pemikiran menarik seputar persoalan tabu yang berkembang di masyarakat. Tradisi pantangan-pantangan yang diwariskan secara turun-temurun memberikan pengaruh yang

¹³⁶Ita Syamtasiyah Ahyat, 2012, "Perkembangan Islam di Kesultanan Banjarmasin", *Jurnal Lektor Keagamaan*, Vol. 10, No. 2: 233–248.

dahsyat karena diulang-ulang dan diserap ke dalam alam bawah sadar. Pertukaran kepercayaan terhadap nilai-nilai (*value*) berdasarkan cerita rakyat yang berkembang di masyarakat Banjar mewarnai kaidah (norma) kehidupan bermasyarakat dan berbudaya dan pada gilirannya akan membentuk suatu sistem kebudayaan yang berkelanjutan dan terus dinamis mengikuti perkembangan zaman.¹³⁷

Dalam Abdrurrahman dan Abdurrahman dijelaskan bahwa nilai budaya tersebut tidak terlepas dari jati diri masyarakat Banjar, yaitu suku yang mayoritas anggotanya menganut agama Islam. Masalahnya, Islam merupakan bagian sentral dari identitas masyarakat Banjar. Agama mempunyai potensi dalam pengembangan identitas, agama menjadi aspek penting dalam matriks sosiohistoris tempat terbentuknya identitas. Namun generasi muda yang benar-benar humanis akan terus memperluas identitas agama para elit ke dalam hubungan ras, untuk isu-isu masa depan yang akan mencakup keseimbangan dalam diri manusia antara stabilitas teknologi dan masalah etika serta hal-hal utama. Islam menawarkan pandangan dunia, norma sosial, hubungan, dan pengalaman yang memengaruhi pembentukan konsep diri.

Selain itu, suku Banjar mempunyai budaya yang unik dan berbeda dari kebanyakan budaya etnis lain di Indonesia, yaitu budaya sungai. Hal ini tidak terlepas dari letak geografis suku Banjar Kalimantan Selatan yang terdiri dari dataran rendah dan tinggi. Di dataran rendah banyak terdapat sungai-sungai kecil dan besar. Sedangkan dataran tinggi di pegunungan ditumbuhi semak-semak yang sangat lebat. Kesulitan medan pegunungan dan hutan yang harus dilalui menyebabkan penduduk lebih memilih tinggal di dataran rendah sehingga lebih memilih pemukiman di sekitar sungai. Pemilihan tempat ini tentunya diimbangi dengan pemanfaatan sungai sebagai jalur transportasi dan penggerak perekonomian.¹³⁸

¹³⁷Rahmat Sholihin, *et al.*, 2020, “Taboo in Banjarese Culture (an Anthropological and Quranic Analysis)”, *Al-Ulum* Vol. 20 No. 2: 334–349.

¹³⁸Abdurrahman & Muhammad Abdurrahman, 2019, “Banjarese: Self-Concept, Identity And River Culture”, *Khatulistiwa Journal of Islamic Studies*, Vol. 9, No. 2: 43–64.

B. “*Jukung*” atau “*Klutuk*”: *Sense of Togetherness* dalam Membangun Kohesi Sosial

Masyarakat banjar secara turun-temurun dan menjadikan sungai dan *jukung* sebagai bentuk dari kearifal lokal. *Jukung* yang lahir sebagai kearifan lokal masyarakat dalam menciptakan sarana atau transportasi yang berguna untuk menopang aktivitas keseharian mereka di daerah air.¹³⁹ ¹⁴⁰ ¹⁴¹

Jukung merupakan alat transportasi air yang sering digunakan masyarakat sebelum adanya kapal besar dan jalur darat. Melalui tahapan perkembangan zaman modern dengan munculnya teknologi yang semakin maju, *jukung-jukung* jenis tertentu dalam batas-batas tertentu pula masih sanggup bertahan. Sudah sejak lama *jukung* Banjar beroperasi di perairan sungai-sungai Kalimantan Selatan dalam berbagai fungsi. *Jukung* sebagai alat transportasi, untuk berjualan atau berdagang, mencari ikan, menambang pasir dan batu, mengangkut hasil pertanian, angkutan barang dan orang, dan jasa lain-lain.

Dari berbagai jenis *jukung* Banjar menurut fungsinya sebagaimana diuraikan maka sarana ini beroperasi di beberapa alur sungai-sungai Barito, Martapura, Riam, Nagara, Amandit atau Tabalong dari masa ke masa. Sebagian di antaranya sudah tidak berfungsi lagi, antara lain karena terdesak oleh adanya kapal-kapal besar dan kecil yang beroperasi di sungai, adanya *speed boat* serta dibangunnya prasarana jalan dan jembatan yang bisa dilewati oleh kendaraan roda dua maupun roda empat. Sampai kapan dan sejauh mana *jukung-jukung* Banjar itu dapat bertahan dalam eksistensinya, agaknya sukar untuk diramalkan dengan pasti. Namun *jukung* Banjar tersebut telah memperkaya prasarana daerah ini dalam arti aset budaya daerah Banjar.

Jukung adalah sebutan untuk perahu tradisional khas Banjar. Dahulu *jukung* mempunyai peranan penting bagi masyarakat daerah

¹³⁹Bambang Subiyakto, 2005, “Arti Penting Perairan Bagi Transportasi Masyarakat Banjar”, *Jurnal Kebudayaan Kandil* 3 (9): 56–67.

¹⁴⁰Arif Rahman Hakim, *et al.*, 2002, “Jukung Sewangi: Representasi Identitas Lokal Perahu Tradisional Dari Kalimantan Selatan”, *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan* 12 (2): 1–9.

¹⁴¹Dimas Asto Aji An’Amta, *et al.*, 2023, “Peran Modal Sosial pada Pengrajin Perahu Pulau Sewangi Kabupaten Barito Kuala”, *Entita: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial* Vol. 5 No. 1: 43–60.

Banjar, tapi sekarang budaya *jukung* semakin memudar dan diabaikan oleh masyarakat Kalimantan itu sendiri. Ini disebabkan karena pengaruh globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat pada alat transportasi darat dan udara sehingga alat transportasi tradisional seperti *jukung* kurang diminati dan tidak mampu bersaing lagi dengan alat transportasi darat dan udara. Banjar yang dikenal sebuah pulau dengan seribu sungai sudah barang tentu mengenal *jukung* ini sejak zaman dahulu kala. Budaya *jukung* sebenarnya dikenal pada 2000 SM, ketika migrasi pertama bangsa proto-melayu (melayu tua) dari sungai Mekong, Yunan, China Selatan ke Kalimantan.

Diduga bangsa proto-melayu yang telah mengenal logam tersebut adalah nenek moyang suku Dayak. Baru pada abad 6-7 M pembuatan *jukung* yang memiliki beragam jenis semakin berkembang di Kalimantan. *Jukung* dibuat selaras dengan kondisi alam Kalimantan pada waktu itu. Yang paling tua jenisnya diperkirakan adalah *jukung* sudur dan menjadi pondasi terciptanya *jukung-jukung* jenis baru. Perkembangan *jukung* yang sampai ke Kalimantan Selatan akhirnya menjadi identitas budaya saat berdirinya kerajaan Dipa di Amuntai, lalu kerajaan Daha di Negara, Hulu Sungai Selatan hingga, kerajaan Banjar di Kuin, yang menjadi tonggak lahirnya suku Banjar. Budaya sungai dan alat transportasinya tidak bisa dipisahkan dalam sistem sosial masyarakat Banjar ketika itu.

Pada saat ini, dibanding angkutan umum di darat, betapa sulitnya menunggu taksi kelotok yang reguler mengangkut penumpang terutama sore hingga menjelang petang hari. Jauh ke belakang dalam sejarah Banjar tempo dulu, saat *jukung* (kini menjadi prototipe kelotok) banyak berseliweran di sungai, tentu tidak sesulit sekarang. Minimnya akses darat membuat *jukung* menjadi alat transportasi penting kala itu. Bahkan lebih jauh lagi sebelum lahirnya suku Banjar, *jukung* telah digunakan sebagai alat transportasi penting dalam penyebaran penduduk dari pesisir menuju pedalaman Kalimantan.

Seorang Denmark yang menjadi urang Banjar, Erik Petersen (kini almarhum), banyak meneliti masalah *jukung*. Benar saja jika sebuah idiom menyebut “tidak ada orang Banjar jika tidak ada *jukung*”. Sebab sejarah mencatat, Kerajaan Banjar di Kuin lahir setelah Pangeran Samudera lari mengasingkan diri menggunakan *jukung* dari Daha di Negara.

Jarkasi (2012), budayawan Kalimantan Selatan, menyebut budaya *jukung* sebagai harmoni dalam kehidupan masyarakat Banjar. Harmoni dan kearifan hidup dengan alam khususnya sungai yang tidak terasa lagi saat sekarang. Orang dulu memelihara sungai karena digunakan untuk jalan bepergian dengan *jukung*. *Jukung* sekarang mulai dipinggirkan dan terbukti kelestarian sungai menjadi terabaikan. Lantas apakah orang diajak kembali menggunakan *jukung*? Tidak harus begitu, hanya menegaskan bahwa dengan mengangkat kembali nilai budaya sungai yang positif berarti juga turut mengembalikan sungai ke fungsi sesungguhnya. Aneh jika *jukung* sebagai salah satu budaya sungai, pusaka warisan nenek moyang yang menyimpan kekayaan kearifan tidak ternilai justru dianggap biasa oleh masyarakat Banjar.

Levang maupun Potter (2000) menelusuri pengembalaan orang Banjar menuju Malaysia dan Tembilahan dilakukan dengan menaiki kapal angkutan penumpang milik Belanda. Analisis Djantera Kawi (2002), penghentian orang Banjar menggunakan *jukung* besar sekelas pinisi orang Bugis karena adanya kekalahan perang dan penghentian perhubungan perdagangan langsung dengan pihak luar di pulau lain, kecuali perdagangan hanya dilakukan di Banjarmasin. Kondisi ini menyebabkan pola migrasi orang Banjar dengan menggunakan *jukung* akhirnya dalam jarak yang relatif dekat, sehingga pergerakan keluar pulau tidak efektif lagi.¹⁴²

Budaya *jukung* merupakan harmoni dalam kehidupan masyarakat Banjar. Namun harmoni dan kearifan hidup dengan alam khususnya sungai yang tidak terasa lagi saat sekarang. Orang dulu memelihara sungai karena digunakan untuk jalan bepergian dengan *jukung*. Memang di beberapa tempat dan kawasan *jukung* mulai dipinggirkan dan kelestarian sungai mulai terabaikan dengan berbagai perubahan cara pandangan dan kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat di pinggiran sungai.

Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti dengan menaiki kapal dari Dermaga Siring Tendean sampai kawasan sungai di Lok Baintan, budaya *jukung* sebagai salah satu budaya sungai, pusaka

¹⁴²Djantera Kawi, 2002, *Penelitian Kekerabatan dan Pemetaan Bahasa-Bahasa Daerah di Indonesia: Provinsi Kalimantan Selatan*, Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.

warisan nenek moyang yang menyimpan kekayaan kearifan masih banyak berjalan dan dilakukan oleh masyarakat pinggiran sungai, termasuk oleh anak-anak kecil yang sedang menaikinya.

C. Tranformasi Perempuan dalam Kohesi Sosial di Pasar Apung

Dalam Delhey dijelaskan:

Social cohesion can be understood as the degree to which a “sense of togetherness” is manifest in a collectivity of people, of which trust is an essential component.¹⁴³

Berdasarkan pada pernyataan di atas dapat dipahami bahwa kohesi sosial sebagai sejauh mana “rasa kebersamaan” terwujud dalam suatu kolektivitas masyarakat, di mana kepercayaan merupakan komponen penting. Hasil penelitian Hendraswati menunjukkan bahwa etos kerja pedagang perempuan Pasar Apung Lok Baintan di Sungai Martapura terlihat pada sifat dan karakteristik mereka dalam berusaha, seperti sifat kejujuran, menghargai waktu, kerja keras, dan mandiri. Latar belakang tumbuhnya etos kerja pedagang Pasar Apung Lok Baintan, dipengaruhi oleh faktor dari dalam yaitu pendidikan, keyakinan terhadap agama mereka, kultur atau budaya yang sudah ada sejak dahulu, dan dampak dari kerja keras. Faktor luar yang memengaruhi etos kerja mereka adalah motivasi antarsesama pedagang dan pembinaan dari pemerintah. Hasil penelitian disimpulkan bahwa etos kerja pedagang perempuan Pasar Apung Lok Baintan sangat baik dan memenuhi kriteria etos kerja yang tinggi, sebagaimana dikemukakan oleh para ahli, dan etos kerja mereka juga dilandasi oleh nilai dan keyakinan agama serta budaya luhur.¹⁴⁴

Sungai oleh masyarakat Banjar dipandang sebagai sumber daya alam yang sangat penting, masyarakat dapat memanfaatkan sungai-sungai yang banyak terdapat di pulau Kalimantan untuk berbagai keperluan kehidupan. Keberadaan sungai, danau, dan rawa-rawa di

¹⁴³Jan Delhey, et al., 2018, “Social Cohesion and Its Correlates: A Comparison of Western and Asian Societies”, *Comparative Sociology* 17: 426–455.

¹⁴⁴Hendraswati, 2016, “Etos Kerja Pedagang Perempuan Pasar Terapung Lok Baintan di Sungai Martapura”, *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 1(1): 97–115. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v1i1.22>.

sekitar lingkungan masyarakat Banjar merupakan salah satu tempat yang menyediakan sumber makanan yang cukup digemari.

Selain untuk keperluan sehari-hari seperti mandi, cuci, dan memasak makanan serta minuman, masyarakat Banjar juga sering memanfaatkan sungai sebagai jalur perhubungan dan komunikasi antardesa atau kampung serta berdagang. Belum adanya infrastruktur jalan darat yang bagus yang menghubungkan antarkampung, membuat sungai merupakan jalur perhubungan yang sangat vital bagi kehidupan masyarakat Banjar.¹⁴⁵

Ditambahkan oleh Sugiyanto, dari kehidupan di pinggir atau di sepanjang bantaran sungai-sungai inilah masyarakat Banjar membangun peradabannya dengan menyelaraskan kehidupan dan mempergunakan kebudayaannya untuk hidup berdampingan serta mengelola dan memanfaatkan lingkungan alam sekitarnya sehingga masyarakat Banjar terkenal dengan budaya sungainya yang sangat kental.

Salah satu budaya sungai yang masih bertahan adalah kegiatan perdagangan di atas sungai yang sering kali disebut dengan pasar apung. Pasar apung merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pedagang di atas perahu. Perahu ini biasanya dalam istilah Banjar disebut dengan *jukung*. Pasar apung di Kalimantan Selatan ada dua, yaitu Pasar Apung Muara Kuin yang terletak di Kelurahan Alalak Selatan Banjarmasin Utara dan Pasar Apung Lok Baintan di Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar.

Pasar dalam persepektif antropologi budaya, khususnya dalam antropologi ekonomi selain tempat untuk mencari nafkah demi pemenuhan kehidupan ekonomi keluarga, pasar memberi kesempatan untuk menciptakan “dunia baru”, khususnya bagi perempuan. Keterlibatan perempuan di kancang perdagangan khususnya pasar apung dikarenakan adanya tuntutan pemenuhan dasar keluarga yang tidak tercukupi oleh suami. Hal lain yang mendukung perempuan berdagang di pasar terapung karena adanya dukungan, peluang, dan kesempatan anak mulai mandiri serta dirasakan pula makna positif bagi mereka secara pribadi.

¹⁴⁵B. Sugiyanto., 2006, “Sungai dan Genealogi Budaya Banjar”, *Jurnal Kebudayaan*, Edisi 7 Tahun II, Lembaga Kajian Keislaman dan Kemasyarakatan.

Makna positif yang dirasakan perempuan pedagang pasar terapung merupakan makna hidup yang memberikan makna dalam setiap situasi, bahkan dalam penderitaan dan kepedihan sekalipun. Makna adalah sesuatu yang dirasakan penting, benar, berharga, dan didambakan serta memberikan nilai khusus bagi seseorang dan layak dijadikan tujuan hidup. Setiap manusia selalu mendambakan hidupnya bermakna, dan selalu berusaha mencari dan menemukannya. Makna hidup apabila berhasil ditemukan dan dipenuhi akan menyebabkan kehidupan ini berarti dan mereka yang berhasil menemukan dan mengembangkannya akan merasakan kebahagiaan sebagai ganjarannya sekaligus terhindar dari keputusasaan.¹⁴⁶



¹⁴⁶Sukma Noor Akbar, 2013, "Kebermaknaan Hidup Dan Gambaran Perempuan Pedagang Pasar Terapung Lokbaintan Martapura", *Prosiding Seminar Nasional Psikologi (SEMPSI)*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang: A30–A43.

6

PENUTUP

Kohesi sosial pedagang tradisional dalam menghadapi modernitas agar relasi dan solidaritas sosial tetap terjaga di Pasar Apung Siring Tendean, Muara Kuin, dan Lok Baintan Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

- a. Kohesi sosial antarpedagang pasar apung tetap terjalin dalam menjaga harmonisasi persaingan untuk mencari pembeli. Bahkan di antara pedagang juga masih menjaga tradisi barter untuk menciptakan barang jualan yang lebih variatif sehingga dapat menciptakan keuntungan bagi para penjual. Walaupun kohesi sosial tersebut masih terjadi yang lebih lokal hanya pada antara pedagang pasar apung di lingkungan pasar masing-masing, antarpedagang di Muara Kuin tidak sampai ke pedagang di Lok Baintan. Sedangkan kasus pedagang Pasar Apung Siring Tendean tidak terlalu tercipta kohesi sosial karena mereka merupakan pedagang yang hanya berjualan di hari Sabtu dan Minggu, juga dominasi tempat jualannya lebih di halaman dermaga Menara Pandang. Suasana pasar apung tidak terasa bagi pembeli yang terjadi di Muara Kuin dan Lok Baintan yang menyatu dengan pembeli dalam suasana *jukung* atau kapal klutuk yang terus mondar-mondir di antara kapal yang ditumpangi.

Solidaritas antarpedagang pada ketiga pasar apung yang didominasi para ibu-ibu lebih mudah dalam bahasa Emile Durkheim sebagai solidaritas mekanik yaitu datang dari suasana yang sama dan profesi yang sama, yang penjual hasil perkebunan dan sayur-mayur juga makanan-makanan ringan khas Banjarmasin. Pada dasarnya secara teoretis, bisa juga disebut sebagai solidaritas “organik” karena mereka disatukan oleh kesamaan profesi dan tidak hidup dalam satu wilayah atau desa yang sama, namun dalam penelitian ini disimpulkan sebagai solidaritas mekanik karena para pedagang tidak tercipta dalam suatu organisasi yang mengatur keberlangsungan mereka untuk melanjutkan dan meneruskan profesi pedagang pasar apung sekaligus sebagai kekuatan tradisi di Banjarmasin. Solidaritas antarpedagang juga tercipta karena kesamaan suku Banjar yang melekat pada seluruh pedagang dari bahasa dan perilaku menjadikan antarpedagang memiliki kepedulian satu sama lain untuk menjalankan aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan tanpa menciptakan ketidaknyamanan dan ketidaksukaan antarpedagang.

Perubahan dan adaptasi apa saja dalam sistem ekonomi para pedagang tradisional Pasar Apung Muara Kuin, Lok Baintan, dan Siring Tendean Banjarmasin, Kalimantan Selatan dalam menghadapi modernitas. Perubahan mencolok ada Pasar Apung Muara Kuin yang menjadi beban sebagai pasar apung tertua di Banjarmasin dan berlokasi dekat dengan perkampungan kota. Sehingga persaingan dengan pasar ritel dan toko modern lebih dekat, di mana hal tersebut menjadi tantang bagi seluruh penjual di Pasar Apung Muara Kuin dalam menentukan pilihan berdagang sebagai profesi atau sebagai pekerjaan sampingan yang memiliki risiko kerugian.

Sedangkan pedagang Pasar Apung Lok Baintan tidak banyak mengalami perubahan dan keberadaannya masih terjaga dari Dermaga Lok Baintan di waktu pagi dan menyusur di tengah sungai Martapura menjelang siang hari jam delapan-an sampai jam sebelas-an. Pada saat ini, Lok Baintan menjadi pasar apung teramai dibandingkan dengan Muara Kuin dan Siring Tendean, jalan menuju ke lokasi yang lebih ke pedalaman, serta pedagang yang masih banyak terlibat menjadikan faktor modernitas terlalu

bersentuhan dan menggangu langsung terhadap keberadaan, aktivitas, dan keberlanjutan pada Pasar Apung Lok Baintan.

Pasar Apung Siring Tendean sebagai pasar apung yang lebih dominan proyek struktural dari pemerintah daerah untuk mendorong pariwisata daerah tidak banyak mengalami perubahan dari aspek tradisi, sistem, dan barang-barang yang dijual di Pasar Apung Muara Kuin dan Lok Baintan. Bahasa, gaya, dan pedagang yang mayoritas perempuan juga mendominasi pada Pasar Apung Siring Tendean. Namun yang menjadi persoalan adalah para pedagang cenderung sebagai pedagang musiman karena jualan hanya di hari Sabtu dan Minggu, juga gairah dan suasana pasar yang tidak mengapung pada kapal klutuk sebagaimana di kedua pasar apung lainnya yaitu Muara Kuin dan Lok Baintan.

- b. Adaptasi pedagang pasar apung secara keseluruhan adalah sistem perdagangan yang pada awalnya adalah transaksi antara pedagang dan masyarakat lokal kemudian berkembang transaksi antara pedagang lokal dengan para wisatawan, utamanya di Lok Baintan dan Siring Tendean. Kondisi ini tentu memberikan tantangan lain bagi seluruh pedagang untuk menunjukkan eksistensi dan nilai baik kepada calon pembeli untuk dapat membeli barang-barang yang diperdagangkan. Adapun adaptasi dengan perkembangan pasar modern terjadi utamanya pada pasar Muara Kuin dan Siring Tendean, sedangkan untuk Pasar Apung Lok Baintan ditemukan kenyamanan terhadap keberlangsungan mereka masih terjamin dan terjaga utamanya karena tumbuh solidaritas sosial di antara pada pedagang.



[Halaman ini sengaja dikosongkan]



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman & Muhammad Abduh. (2019). "Banjarese: Self-Concept, Identity, and River Culture". *Khatulistiwa Journal of Islamic Studies*, Vol. 9, No. 2: 43–64.
- Ahyat, Ita Syamtasiyah. (2012). "Perkembangan Islam di Kesultanan Banjarmasin". *Jurnal Lektor Keagamaan*, Vol. 10, No. 2: 233–248.
- An'Amta., Dimas Asto Aji., et al. (2023). "Peran Modal Sosial pada Pengrajin Perahu Pulau Sewangi Kabupaten Barito Kuala". *Entita: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial* Vol. 5 No. 1: 43–60.
- Ardy, Tjung & Benny Poerbantane. (2014). "Pasar Terapung di Banjarmasin, Kalimantan Selatan". *Jurnal Edimensi Arsitektur* Vol. II, No. 1: 336–342.
- Azra, Azyumardi. (2003). *Islam Nusantara: Jaringan Global dan Lokal*. Bandung: Mizan.
- Basuni, Ahmad. (1986). *Nur Islam di Kalimantan Selatan*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Bauman, Zygmunt (2013). *The Individualized Society*. Cambridge: Polity Press.

- Beauvais, Caroline & Jane Jenson. (2002). "Social cohesion: Updating the state of the research". *CPRN Discussion Paper No. F 22*. Canadian Policy Research Networks, Ottawa.
- Berger-Schmitt, Regina. (2002). "Considering Social Cohesion in Quality of Life Assessments: Concepts and Measurement". *Social Indicators Research*, 58(3): 403–428.
- Berger-Schmitt, Regina. (2002). "Social Cohesion as an Aspect of the Quality of Societies: Concept and Measurement". *EuReporting Working Paper No. 14*.
- Berman, Yitzhak & David Phillips. (2004). "Indicators For Social Cohesion". *Paper submitted to the European Network on Indicators of Social Quality of the European Foundation on Social Quality*, Amsterdam, June.
- Carron, Albert V & Lawrence R. Brawley. (2000). "Cohesion: Conceptual and Measurement Issues". *Journal of Small Group Research*, Vol. 31, No. 1: 89–106.
- Chan, Joseph., et al. (2006). "Reconsidering Social Cohesion: Developing A Definition and Analytical Framework For Empirical Research". *Social Indicators Research* 75: 273–302.
- Chiara, J.D. & M.J. Crosbie. (2001). *Time Saver Standart For Building Types*. Singapore: McGraw – Hill Book Co.
- Council of Europe. (2001). "Promoting the Policy Debate on Social Exclusion from a Comparative Perspective". Strasbourg: Trends in Social Cohesion, No. 1.
- Cyril S. Belshaw. (1981). *Tukar-Menukar Tradisional dan Pasar Modern*. Jakarta: Gramedia.
- Delhey, Jan., et al. (2018). "Social Cohesion and Its Correlates: A Comparison of Western and Asian Societies". *Comparative Sociology* 17: 426–455.
- Dragolov, Georgi., et al. (n.d.). "Social Cohesion Radar Measuring Common Ground". *An International Comparison of Social Cohesion Methods Report*, Bertelsmann Stiftung. https://aei.pitt.edu/74134/1/Social_cohesion_radar.pdf.
- Durkheim, Emile. (2006). *Suicide: A Study In Sociology*. United Kingdom: Penguin Classics.

- Easterly, William., *et al.* (2006). "Social Cohesion, Institutions, and Growth". *Center for Global Development*, Working Paper Number 94 August.
- Fatoni, Abdurrahman. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fenger, Menno. (2012). "Deconstructing Social Cohesion: Towards An Analytical Framework For Assessing Social Cohesion Policies". *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 3 (2): 39–54.
- Friedkin, Noah E. (2004). "Social Cohesion". *Annu. Rev. Sociol.* 30: 409–425. doi: 10.1146/annurev.soc.30.012703.110625.
- Fukuyama, Francis. (2000). *The Great Disruption: Human Nature and The Reconstitution of Social Order*. New York: Touchstone.
- Gaufar, Alaf. (1982). *Tantangan Islam*, terj.: Anas Mahyudin. Bandung: Pustaka.
- Giddens, Antonio. (2000). *The Run Away Wolrd; How Globalization Reshaping our Lives*. New York: Routledge.
- Granovetter, Mark. (2005). "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes". *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 19, No. 1: 33–50.
- Green, Andy., *et al.* (2009). *Regimes of Social Cohesion: Centre for Learning and Life Chances in Knowledge Economies and Societies*. London: Institute of Education, University of London.
- Gulo, W. & Yovita Hardiwati. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Hadi, Sutrisno. (2002). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hakim, Arif Rahman., *et al.* (2022). "Jukung Sewangi: Representasi Identitas Lokal Perahu Tradisional dari Kalimantan Selatan". *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan* 12 (2):1–9.
- Hanafiah, H.M. (2015). "Akad Jual Beli Dalam Tradisi Pasar Terapung Masyarakat Banjar". *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 15(1): 201–217.
- Hart, Joep De., *et al.* (2013). *Religion and Civil Society in Europe*. London: Springer Science and Business Media.
- Herdiansyah, Haris. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.

- Hiliadi, Wardiani. (2016). "Nilai-nilai Tradisi Baayun Mulud Sebagai Kearifan Lokal Di Banjarmasin Kalimantan Selatan". *Civic Edu Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, Vol. 1, No.1: 19–26.
- Isna, Mansur. (2001). *Diskursus Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Global Media Utama.
- Jeannotte, M. Sharon. (2003). "Social Cohesion: Insights from Canadian Research". *Presented at the Conference on Social Cohesion Hongkong – November 29*.
- Jenson, Jane. (2010). "Defining and Measuring Social Cohesion". *Commonwealth Secretariat and United Nations Research Institute for Social Development*, 3–5.
- Jenson, Jane. (2010). *Defining and Measuring Social Cohesion*. UK: Commonwealth Secretariat and United Nations Research Institute for Social Development.
- Kasmo, Mohd Arip., et al. (2015). "The Role of Religion in Social Cohesion within the Contemporary Muslim Society in Malaysia: Revisited". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol 6, No 1: 168–174.
- Kearns, Ade & Ray Forrest. (2000). "Social Cohesion and Multilevel Urban Governance". *Journal of Urban Studies*, Vol. 37, No. 5–6: 995–1017.
- Koentjaraningrat. (Ed.). (1991). *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, dan Pengendalian*. Edisi VI. Jilid I, terj. Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.
- Larsen, C.A. (2014). "Social Cohesion: Definition, Measurement, and Developments". *Institute for Statskundskab, Aalborg Universitet*.
- Larsen, Christian Albrekt. (2013). "Social Cohesion: Definition, Measurement, and Developments". 1–45.
- Leininger, Julia., et al. (2021). "Social Cohesion a New Definition and a Proposal for its Measurement in Africa". *Discussion Paper/Deutsches Institut für Entwicklungspolitik*, Bonn.
- Lisbijanto, Herry. (2014). *Pasar Apung*. Edisi 2. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mas'adi, Ghufron A. (2002). *Fiqh Muamalah Konseptual*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- McCracken, M. (1998). "Social Cohesion and Macroeconomic Performance. Centre for the Study of Living Standards (CSLS)". *Conference: The State of Living Standards and the Quality of Life*, October 30–31. Ottawa, Ontario/Canada.
- Mekoa, Itumeleng & Dauda Busari. (2018). "Social Cohesion: Its Meaning and Complexities". *Journal of Social Sciences*, Vol. 14: 107–115.
- Milles, Mathew B. & A. Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*, Terj.: Tjetjep Rohendi. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Minahan, James B. (2012). *Ethnic Groups of South Asia and the Pacific: An Encyclopedia*. Santa Barbara: ABC-CLIO.
- Moersid, Adhi. (2003). *Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan*. Palembang: Forum Musda IAI Cabang Sumatra Selatan.
- Moersid, Adhi. (2003). *Pasar Tradisional di Persimpangan Jalan*. Palembang: Forum Musda IAI Cabang Sumatra Selatan.
- Moustakas, L. (2023). "Social Cohesion: Definitions, Causes and Consequences". *Encyclopedia*, 3, 1028–1037. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia3030075>.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press, hlm. 13.
- Muksin, Ahmad & Noor Rahmini. (2021). "Faktor-faktor yang Memengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Terapung di Kawasan Wisata Siring Tendean Kota Banjarmasin". *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan* Vol. 4 No. 1: 197–213.
- Mulkhan, Abdul Munir. (2003). "Dakwah Kultural: Citra Organisasi Pembasmi TBC di Masyarakat Transisi". *SKH Republika*, Dialog Jumat, edisi 27 Juni (1–2).
- Mulunga., et al. (2014). "Review of Social Inclusion, Social Cohesion and Social Capital in Modern Organization, Global". *Journal of Management and Business Research*, 14 (3): 1–7.
- Munajah, Neneng. (2021). "Agama dan Tantangan Modernitas". *Tahdzib Al Akhlak*, Vol. 4, No. 1: 83–92.
- Noor, Yusliani. (2013). "Islamisasi Banjarmasin (Abad XV-XIX)". *Socius: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pembelajaran Ilmu Pendidikan Sosial*, Vol 2, No 1: 1–13.

- Noor, Yusliani. (2016). *Islamisasi Banjarmasin abad ke-15 sampai ke-19*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Normelani, Ellyn. (2016). “River, Culture and Tourism in Lok Baintan, South Kalimantan”. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, Vol.4, No. 2: 57–62.
- Nowack, Daniel & Sophia Schoderer. (2020). “The Role of Values for Social Cohesion: Daniel Nowack Sophia Schoderer Theoretical Explication and Empirical Exploration”. *Discussion Paper/Deutsches Institut für Entwicklungspolitik* 6.
- Nurdiyana. (1984): 36.
- Nurhadi. (2018). “Paradigma Idiologi Sistem Ekonomi Dunia”. *Al-Fikra: Jurnal Ilmiah Keislaman*, Vol. 17, No. 1: 97–129.
- O’ Connor, P. (1998). “Mapping Social Cohesion”. *Canadian Policy Research Networks, CPRN Discussion Paper* No. F 01. Ottawa. (ftp://ftp.cprn.org/family/msc_e.pdf).
- Oktavia, Galuh. (2007). *Redesain Pasar Jongke Surakarta*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Peraturan Bupati Sleman Nomor 11 Tahun 2015 tentang Kriteria Pasar Tradisional.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007.
- Poole, Ross. (1991). *Morality and Modernity*. Routledge: New York.
- Pradana, Herry A. (2020). “Pengembangan Pariwisata Pasar Terapung Kota Banjarmasin”. *Jurnal Kebijakan Pembangunan* Vol. 15 No. 1: 63–76.
- Putro, Herry Porda Nugroho. (2009). *Sungai di Kalimantan Selatan dalam Perspektif Sejarah*. Banjarmasin: FKIP UNLAM.
- Raksha, Vishav., et al. (2018). “Modernity, Culture & Society”. *Directorate of Distance Education University of Jammu*.
- Rob J. Oxoby. (2009). “Understanding Social Inclusion, Social Cohesion and Social Capital”. *Economic Research Paper*: 09, July, 2009, hlm. 6.
- Rusmaniah., et al. “Banjarese Cultural Values on the Floating Market as the Foundation of the Religious Character of the Community”. In.:

- D. Iswandi., *et al.* (Eds.): ACEC 2022, ASSEHR 768 (2023): 597–603.
https://doi.org/10.2991/978-2-38476-096-1_64.
- Rusydi, M. (2011). “Tradisi Basunaturang Banjar: “Membaca” Makna Antropologis dan Filosofis”. *Al-Banjari*, Vol. 10, No. 2: 205–222.
- Sakbar, Sukma Noor. (2013). “Kebermaknaan Hidup dan Gambaran Perempuan Pedagang Pasar Terapung Lokbaintan Martapura”. *Proceeding Seminar Nasional Psikologi (SEMPSI)*. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat.
- Sarwoko, Endi. (2008). “Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang”. *Modernisasi*, Vol. 4, No. 2: 97–115.
- Satwiko, Prasasto. (1984). *Renovasi Pasar Beringhardjo*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Schiefer, David & Jolanda van der Noll. (2016). “The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review”. *Social Indicators Research*, Vol. 127, No. 1: 1–25.
- Schwaner. (2001). *Pergustian dan Tumenggung, Akar Sosial, Politik, Etnis dan Dinasti, Perlawanan di Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah 1859-1906*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Setiadi, Amos. (t.t.). “Revitalisasi Pasar Terapung sebagai Sarana Berkelanjutan Permukiman Berbasis Air”. *Booklet*, Kota Banjarmasin, <https://e-journal.uajy.ac.id/22246/2/BOOKLET%20PasarTerapung.pdf>.
- Setiadi, Amos & Shellyana Junaed. (2018). “Revitalisasi Pasar Terapung di Banjarmasin sebagai Sarana Berkelanjutan Kota”. *Prosiding Konferensi Nasional Teknik Sipil 12*, 18–19 September: 19–27.
- Sholihin, Rahmat., *et al.* (2020). “Taboo in Banjarese Culture (an Anthropological and Quranic Analysis)”. *Al-Ulum* Vol. 20 No. 2: 334–349.
- Singarimbun, Masri & Effendi Sofian. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soekanto, Soerjono. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Subiyakto, Bambang. (2005). “Arti Penting Perairan Bagi Transportasi Masyarakat Banjar”. *Jurnal Kebudayaan Kandil* 3 (9): 56–67.

- Sudjana, Nana. (1989). *Penelitian dan Penilaian*. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suryanto., et al. (2018). "Traditional Market Issues". *International Conference on Business, Economic, Social Sciences, and Humanities (ICOBEST 2018)*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Vol. 225: 533–537.
- Umar, Husein. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Veerman, Gert-Jan & Eddie Denessen. (2021). "Social Cohesion in Schools: A Non-systematic Review of its Conceptualization and Instruments". *Cogent Education* 8: 1940633: 1–14. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1940633>.
- Wenas, Daniel Erico & Benny Poerbantanaoe. (2023). "Pasar Modern di Kota Banjarmasin". *Jurnal Edimensi Arsitektur*, Vol. XI, No. 1: 649–656.
- Woolley, F. (1998). "Social Cohesion and Voluntary Activity: Making Connections". *Centre for the Study of Living Standards (CSLS), Conference: The State of Living Standards and the Quality of Life*, October 30–31, Ottawa, Ontario/Canada.



GLOSARIUM

Akulturasi: suatu proses sosial yang timbul manakala suatu kelompok manusia dengan kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur dari suatu kebudayaan.

Altruisme: perhatian terhadap kesejahteraan orang lain tanpa memperhatikan diri sendiri.

Anonimitas: (Yunani ἀνώνυμία, (*ano-nymia*), yang berarti “tanpa nama” atau dalam Inggris “*unnamed* atau *namelessness*”) atau biasanya mengacu kepada seseorang yang sering berarti bahwa identitas pribadi, informasi identitas pribadi orang tersebut tidak diketahui

Anteseden: sesuatu yang mendahului atau menjadi sebab terjadinya sesuatu. Kata ini sering digunakan dalam beberapa bidang dengan makna yang agak berbeda sesuai konteksnya, misalnya konteks bahasa, psikologi, hukum, dan lain sebagai.

Arsitektur: ilmu dan seni merancang serta membangun suatu bangunan atau lingkungan fisik agar dapat memenuhi fungsi, nilai estetika, dan kenyamanan penggunanya.

Aruh Ganal: upacara adat suku Dayak Meratus di Kalimantan Selatan yang bersifat sakral dan besar (*ganal* = besar). Upacara ini dilakukan sebagai ungkapan rasa syukur kepada Tuhan (*Ranying Hatalla*/ Tuhan Yang Maha Esa) dan para leluhur atas hasil panen padi yang

melimpah, serta untuk memohon keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan masyarakat.

'Ashabiyah (عصبية): istilah dalam pemikiran Islam klasik, khususnya dalam karya Ibn Khaldun, yang berarti solidaritas kelompok, semangat kebersamaan, atau ikatan sosial yang menyatukan suatu komunitas.

Asimilasi: proses sosial dan budaya di mana dua kelompok atau lebih yang berbeda latar belakangnya (misalnya suku, ras, budaya, atau agama) berinteraksi intensif dalam waktu lama, sehingga perbedaan di antara mereka semakin berkurang dan akhirnya membentuk pola kebudayaan baru yang menyatukan unsur-unsur lama dan baru.

Badan Usaha Milik Daerah: badan usaha yang didirikan oleh pemerintah daerah (provinsi/kabupaten/kota), di mana modalnya sebagian besar atau seluruhnya berasal dari kekayaan daerah yang dipisahkan, dan dikelola untuk memberikan manfaat bagi masyarakat serta meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

Badan Usaha Milik Negara: badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan, dan berfungsi sebagai pelaku ekonomi sekaligus alat negara untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat serta memperoleh keuntungan.

Barter: sistem pertukaran barang dan/atau jasa secara langsung tanpa menggunakan alat tukar (uang). Dalam sistem ini, seseorang menukar barang yang dimilikinya dengan barang lain yang dibutuhkan, berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

Budaya Jujuran: tradisi adat masyarakat Banjar (Kalimantan Selatan) dalam prosesi pernikahan, yang berupa pemberian atau penyerahan sejumlah harta/benda dari pihak keluarga laki-laki kepada pihak keluarga perempuan. Tradisi ini sudah ada sejak lama dan menjadi bagian penting dari rangkaian perkawinan adat Banjar.

Bullying: tindakan penindasan, kekerasan, atau perilaku agresif yang dilakukan secara sengaja dan berulang-ulang oleh seseorang atau sekelompok orang terhadap orang lain yang dianggap lebih lemah, baik secara fisik, psikologis, maupun sosial.

Eksklusi: suatu keadaan atau proses di mana seseorang atau sekelompok orang dikeluarkan, dipinggirkan, atau tidak dilibatkan

dari suatu sistem sosial, ekonomi, politik, atau budaya tertentu. Secara umum, eksklusi berarti pengecualian atau ketiadaan akses terhadap hak, kesempatan, maupun sumber daya yang seharusnya bisa dimiliki semua orang.

Entitas Geopolitik: suatu kesatuan atau unit politik yang memiliki wilayah, penduduk, serta sistem pemerintahan tertentu, dan keberadaannya dipandang dari perspektif geografi politik. Dengan kata lain, entitas geopolitik mencakup negara, wilayah, atau kawasan yang eksistensinya dipengaruhi oleh faktor geografis (letak, batas wilayah, sumber daya alam, posisi strategis) serta faktor politik (kedaulatan, kekuasaan, dan hubungan internasional).

Erosi Sosial: proses melemahnya nilai, norma, ikatan, dan solidaritas sosial dalam suatu masyarakat. Istilah ini menggambarkan kondisi ketika struktur sosial yang selama ini menjadi perekat kehidupan bersama mengalami keretakan, sehingga mengurangi rasa kebersamaan, kepercayaan, dan kohesi sosial.

Gerakan Separatis: adalah gerakan suatu kelompok masyarakat yang ingin memisahkan diri dari suatu negara, wilayah, atau pemerintahan yang sah, untuk membentuk negara baru atau bergabung dengan negara lain. Kata separatis berasal dari bahasa Latin *separatus* yang berarti “memisahkan”.

Hikayat Banjar: merupakan sebuah karya sastra klasik dalam bentuk hikayat yang berisi sejarah asal-usul Kerajaan Banjar di Kalimantan Selatan. Hikayat ini menceritakan perjalanan berdirinya kerajaan, silsilah raja-raja, hubungan politik, peperangan, hingga pengaruh Islam dalam perkembangan Banjar.

Hikayat Lembu Mangkurat: salah satu karya sastra tradisional Banjar yang berbentuk hikayat, berisi kisah tentang raja Banjar pertama, Sultan Suriansyah, yang sebelum memeluk Islam bernama Raden Samudra. Dalam hikayat ini, tokoh Raden Samudra digambarkan dengan gelar Lembu Mangkurat, yang menjadi simbol kekuasaan dan legitimasi politik dalam sejarah Banjar.

Hikayat Raja-raja Banjar: naskah klasik berbahasa Melayu yang berisi kisah tentang asal-usul, silsilah, dan sejarah kerajaan Banjar di Kalimantan Selatan. Naskah ini ditulis sekitar abad ke-19 dan

dianggap sebagai salah satu sumber sejarah terpenting mengenai perkembangan politik, sosial, dan budaya masyarakat Banjar.

Homogenitas Islam: keadaan atau konsep yang menggambarkan keseragaman dalam ajaran, nilai, atau identitas umat Islam yang bersumber dari pokok ajaran yang sama, yakni Al-Qur'an dan Sunnah. Homogenitas ini menekankan bahwa, meskipun umat Islam tersebar di berbagai belahan dunia dengan latar belakang budaya yang berbeda, mereka tetap memiliki dasar keyakinan, rukun iman, dan rukun Islam yang seragam.

Identitas Inklusif: identitas diri atau kelompok yang bersifat terbuka, menerima, dan menghargai keberagaman tanpa menghilangkan jati diri utama. Identitas ini memungkinkan seseorang atau komunitas tetap berpegang pada nilai, keyakinan, atau budaya yang dimilikinya, tetapi sekaligus mampu hidup berdampingan secara harmonis dengan orang atau kelompok yang berbeda.

Industrialisasi: adalah proses perubahan sosial-ekonomi di mana kegiatan ekonomi masyarakat beralih dari sektor agraris (pertanian) ke sektor industri (manufaktur, pabrik, dan teknologi). Industrialisasi biasanya ditandai dengan meningkatnya produksi barang secara massal, penggunaan mesin, dan pertumbuhan kota-kota industri.

Integrasi Sosial: adalah proses penyatuhan berbagai unsur masyarakat yang berbeda, baik suku, agama, budaya, maupun status sosial menjadi suatu kesatuan yang harmonis. Intinya, integrasi sosial adalah proses membangun persatuan dalam keberagaman

Integrasi Sosial Tradisional: proses penyatuhan dan keterikatan antaranggota masyarakat yang berlangsung secara alami dan diwariskan turun-temurun berdasarkan adat istiadat, norma, nilai budaya, dan kearifan lokal. Integrasi ini biasanya terbentuk di masyarakat tradisional yang ikatannya lebih kuat pada hubungan kekerabatan, gotong royong, dan solidaritas komunitas.

Integratif: berasal dari kata *integration* (integrasi) yang berarti menyatukan atau menggabungkan berbagai bagian menjadi satu kesatuan yang utuh dan harmonis. Jadi, *integrative* adalah sifat, proses, atau pendekatan yang berorientasi pada pemersatuhan, penyatuhan, dan keterpaduan.

Islamic Revival atau kebangkitan Islam merupakan istilah yang merujuk pada gerakan atau fenomena kebangkitan kembali kesadaran umat Islam untuk kembali kepada ajaran Islam yang murni (Al-Qur'an dan Sunnah) serta penerapannya dalam kehidupan pribadi, sosial, politik, dan budaya.

Jarak Sosial: ukuran atau gambaran tentang tingkat kedekatan maupun keterpisahan hubungan antarindividu atau kelompok dalam masyarakat. Konsep ini menunjukkan sejauh mana seseorang atau kelompok merasa dekat, mau berinteraksi, atau justru menjaga jarak dengan pihak lain karena faktor tertentu.

Jujuran: istilah untuk mahar atau maskawin dalam perkawinan adat Banjar Kalimantan Selatan. Namun *jujuran* berbeda dengan mahar dalam Islam, mahar adalah kewajiban syariat, sedangkan *jujuran* adalah adat istiadat. *Jujuran* biasanya berupa sejumlah uang atau barang berharga yang diminta pihak keluarga mempelai perempuan dari pihak mempelai laki-laki. Dalam praktiknya, *jujuran* tidak hanya dimaknai sebagai "harga" pengantin perempuan, melainkan sebagai simbol tanggung jawab, penghormatan, dan kesanggupan calon suami dalam menafkahi rumah tangga.

Kapitalisme: suatu sistem ekonomi yang menekankan pada kepemilikan pribadi atas alat-alat produksi seperti tanah, modal, pabrik, dan teknologi serta pengelolaan ekonomi yang didorong oleh mekanisme pasar. Ciri-ciri utama kapitalisme antara lain kepemilikan pribadi individu, kebebasan pasar, persaingan bebas dan sebagainya.

Kearifan Lokal: segala bentuk pengetahuan, nilai, norma, tradisi, kebiasaan, serta praktik budaya yang berkembang dan diwariskan secara turun-temurun dalam suatu masyarakat, yang terbukti mampu mengatur kehidupan sosial, menjaga keseimbangan lingkungan, serta menjadi pedoman dalam menghadapi perubahan zaman kebersamaan kolektif.

Kohesi Sosial: istilah yang digunakan untuk menggambarkan tingkat keterikatan, solidaritas, dan rasa kebersamaan dalam suatu kelompok atau masyarakat. Atau dalam definisi umum, kohesi sosial berarti kekuatan yang membuat individu-individu dalam masyarakat merasa menjadi bagian dari satu kesatuan,

sehingga tercipta rasa saling percaya, saling mendukung, dan keinginan untuk hidup rukun serta bekerja sama.

Kohesif: sifat atau keadaan yang melekat erat, terpadu, menyatu, dan saling terikat sehingga membentuk kesatuan yang utuh. Kata ini berasal dari kata dasar *kohesi* (perpaduan/keterikatan), lalu diberi akhiran -if yang memberi makna “bersifat kohesi”. Sesuatu disebut *kohesif* bila bagian-bagiannya saling mendukung, tidak tercerai-berai, dan bekerja bersama secara harmonis.

Komunalisme: paham, sikap, atau perilaku sosial yang lebih mengutamakan kepentingan kelompok, komunitas, atau golongan daripada kepentingan individu. Dalam sosiologi, komunalisme dipahami sebagai orientasi hidup yang menekankan kerja sama, solidaritas, dan kepemilikan bersama.

Modernisasi: proses perubahan sosial, budaya, ekonomi, dan politik menuju kondisi yang dianggap lebih maju, rasional, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Modernisasi berarti pergeseran masyarakat dari cara-cara tradisional menuju cara-cara baru yang lebih efisien, logis, dan berbasis ilmu pengetahuan serta teknologi. Ciri-cirinya antara lain, rasionalitas, individual, spesialisasi, teknologi maju, mobilitas tinggi, dan sekularisasi.

Modernitas: kondisi, keadaan, atau cara hidup yang mencerminkan nilai-nilai, pola pikir, dan gaya hidup modern. Bedanya dengan modernisasi; Modernisasi → proses perubahan menuju hal yang modern, sedangkan Modernitas → hasil atau keadaan yang sudah modern itu sendiri. Anthony Giddens mengatakan modernitas adalah gaya hidup, organisasi sosial, dan sistem ekonomi-politik yang muncul di Eropa sejak abad ke-17, ditandai dengan rasionalitas, industrialisasi, dan kapitalisme.

Pasar Lingkungan: pasar yang melayani kebutuhan masyarakat dalam lingkup kecil, biasanya terbatas pada satu desa, kelurahan, atau beberapa RT/RW di sekitarnya. Pasar ini bersifat tradisional, dengan skala transaksi kecil, dan lebih berfungsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari warga setempat.

Pasar Pemerintah: pasar yang didirikan, dikelola, dan diawasi oleh pemerintah, baik pusat maupun daerah, untuk menyediakan fasilitas perdagangan bagi masyarakat. Tujuan utamanya bukan

semata-mata mencari keuntungan, tetapi lebih kepada pelayanan publik agar masyarakat, khususnya pedagang kecil dan menengah, memiliki ruang usaha yang terjangkau.

Pasar Regional: pasar yang melayani kebutuhan masyarakat dalam lingkup suatu wilayah regional (lebih luas dari pasar lokal atau pasar wilayah). Pasar ini biasanya menjadi pusat perdagangan besar, tempat bertemunya pedagang dari berbagai daerah, bahkan antarprovinsi, dengan skala transaksi yang lebih besar.

Pasar Swasta: pasar yang didirikan, dikelola, dan dibiayai oleh pihak swasta (perorangan, kelompok, atau perusahaan), bukan oleh pemerintah. Seluruh kegiatan operasional pasar, mulai dari pembangunan, pengelolaan fasilitas, penarikan biaya sewa kios/lapak, hingga aturan internal pasar, ditentukan oleh pengelola swasta tersebut.

Pasar Terapung: pasar tradisional yang berlangsung di atas air, biasanya sungai atau danau, dengan menggunakan perahu (*jukung/klotok*) sebagai tempat berjualan dan bertransaksi. Pasar ini menjadi salah satu bentuk ekonomi rakyat yang khas, terutama di wilayah yang kehidupan masyarakatnya sangat bergantung pada jalur air.

Pasar Terapung Siring: pasar tradisional khas Kalimantan Selatan yang berada di tepi Sungai Martapura, Banjarmasin, tepatnya di kawasan Siring Tendean. Pasar ini menjadi salah satu destinasi wisata budaya dan ekonomi yang populer di kota Banjarmasin.

Pasar Wilayah: pasar yang melayani kebutuhan masyarakat dalam suatu wilayah tertentu, biasanya lebih luas daripada pasar lokal atau pasar desa. Pasar ini menjadi pusat perdagangan utama bagi beberapa kecamatan atau bahkan kabupaten, sehingga perannya cukup strategis dalam distribusi barang dan jasa.

Patologi Sosial: istilah dalam sosiologi yang merujuk pada gejala atau perilaku menyimpang dalam masyarakat yang dianggap melanggar nilai, norma, atau hukum yang berlaku, serta dapat menimbulkan gangguan bagi keteraturan sosial. Secara sederhana, patologi sosial bisa disebut sebagai penyakit masyarakat.

Problem Sosial: kondisi dalam masyarakat yang dianggap tidak sesuai dengan harapan, nilai, atau norma sosial yang berlaku, sehingga

menimbulkan kesulitan, hambatan, atau kerugian bagi banyak orang dan memerlukan solusi bersama.

Rasionalisasi: proses menjadikan sesuatu lebih masuk akal, logis, dan efisien berdasarkan pertimbangan akal budi (ratio), bukan sekadar tradisi, emosi, atau kepercayaan tanpa dasar. Menurut Max Weber, rasionalisasi adalah proses sosial di mana cara berpikir tradisional digantikan oleh cara berpikir rasional yang berorientasi pada efisiensi, kalkulasi, dan aturan formal.

Fenomena Sosial: segala bentuk gejala, peristiwa, atau kejadian yang muncul dalam kehidupan masyarakat dan dapat diamati serta dikaji secara ilmiah. Ciri-cirinya bersifat nyata, berkaitan dengan interaksi sosial, bisa diamati dan diteliti, serta dipengaruhi faktor budaya, ekonomi, politik, dan lingkungan.

Homogenitas: keadaan atau sifat yang menunjukkan keseragaman, kesamaan, atau keteraturan dalam suatu kelompok, objek, atau sistem. Kata ini berasal dari “*homogen*” yang berarti sama jenisnya. Homogenitas menggambarkan tingkat kesamaan atau tidak adanya perbedaan yang mencolok dalam suatu kumpulan.

Homogenitas Islam dapat dipahami sebagai kondisi ketika suatu masyarakat memiliki keseragaman dalam aspek keagamaan Islam, baik dalam keyakinan, nilai, norma, maupun praktik ibadahnya. Keseragaman ini bisa dilihat dari akidah, syariat, budaya keislaman, hingga identitas sosial.

Identitas Inklusif merupakan identitas yang menerima, menghargai, dan merangkul perbedaan dalam masyarakat, baik perbedaan agama, suku, budaya, bahasa, maupun pandangan hidup. Identitas ini tidak bersifat eksklusif (tertutup dan hanya mengutamakan kelompok sendiri), melainkan terbuka untuk berinteraksi dan hidup berdampingan dengan kelompok lain. Ciri-cirinya mengakui keberagaman sebagai bagian dari kehidupan sosial. Fleksibel dalam beradaptasi dengan perbedaan tanpa kehilangan jati diri utama dan tidak diskriminatif terhadap identitas atau kelompok lain.

Masyarakat Pluralis: masyarakat yang terdiri dari berbagai kelompok sosial dengan perbedaan latar belakang seperti etnis, agama, bahasa, budaya, atau tradisi, namun hidup bersama dalam satu kesatuan sosial dan politik. Pluralisme bukan hanya keberagaman, tetapi

juga pengakuan, penghargaan, dan penerimaan terhadap perbedaan tersebut.

Solidaritas Bersama: bentuk ikatan sosial yang lahir dari rasa kebersamaan, kesetiaan, dan kepedulian antarindividu dalam suatu kelompok atau masyarakat. Berbeda dengan sekadar hubungan formal, solidaritas bersama muncul dari kesadaran kolektif bahwa setiap orang saling membutuhkan dan memiliki tujuan yang sama. Konsep ini dekat dengan istilah *kohesi sosial*, yaitu daya ikat yang membuat masyarakat tetap bersatu.

Solidaritas Sosial: rasa kesatuan, keterikatan, dan kebersamaan antarindividu atau kelompok dalam masyarakat yang mendorong mereka untuk saling membantu, bekerja sama, dan menjaga keharmonisan hidup. Intinya solidaritas sosial menjadi lem perekat masyarakat agar tetap utuh meski penuh perbedaan.



[Halaman ini sengaja dikosongkan]

INDEKS

A

Akulturasi, 115, 155
altruisme umum, 32
Anonimitas, 22, 155
Anteseden, 12, 155
Arsitektur, 41-42, 50, 98, 100, 121, 125, 147, 154-155
Aruh Ganal, 114, 155
Asabiyah, 4, 156
Asimilasi, 102, 156

B

Badan Usaha Milik Daerah, 52-53, 76, 156
Badan Usaha Milik Negara, 52-53, 76, 156
barter, 5, 104, 106, 112, 127, 143, 156

berasimilasi, 113

Budaya *Jujuran*, 117, 156

Bullying, 93, 156

D

Daerah Aliran Sungai, 98, 101
Desa Alalak Selatan, 131
Domain, 11
Duta Mall, 121

E

eksklusi, 156-157
Emile Durkheim, 1, 17-18, 21, 26, 31, 144

G

Giddens, 87, 93, 149, 160

H

- hardware*, 92, 94
Hikayat Banjar, 124, 157
Hikayat Lembu Mangkurat, 124, 157
Hikayat Raja-raja Banjar, 124, 157
Horizontal, 9, 21
Hypermarket, 120

I

- Ibnu Khaldun, 17
ikatan, 10, 14-16, 19-21, 23, 30-31, 131, 156-157, 163, 170
industrialisasi, 5, 17, 89, 158, 160
inklusi, 2, 20
Integratif, 12, 158
Islamic Revival, 89, 159

J

- jujuran*, 117, 156, 159

K

- Kalimantan Selatan, ix, 5, 7, 70, 97-101, 108-109, 111-114, 117, 122-127, 130, 132-133, 136-139, 141, 143-144, 147, 149-150, 152-153, 155-157, 159, 161
kebersamaan kolektif, 9, 159
kekerabatan, 22, 32, 139, 158
kepemilikan, 74-75, 159-160
Kerajaan Mataram, 72, 123

kohesif, 3, 10, 12-13, 16, 19, 23, 160

kohesi sosial, iv, v, vi, vii, ix, x, 1-7, 9-33, 137, 140, 143, 157, 159, 163

Kompleksitas Teori, 27

komunalisme, 14, 160

konstruksi, 12, 14, 20, 36, 74

kontemporer, 1, 12, 25, 31, 89

Kotawaringin, 124

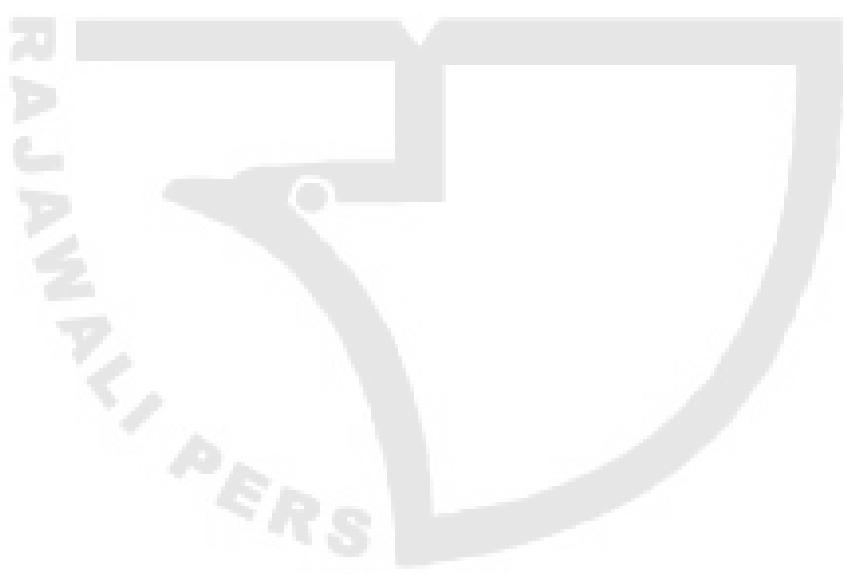
L

- legitimasi, 30, 157
Lok Baintan, 5-7, 104-108, 122, 127, 132-134, 139-141, 143-145, 152

M

- media, 5, 7, 21, 29, 84, 90, 92-94, 100, 127, 149-150
minimarket, 54, 68, 120-121
Modernisasi, vi, ix, x, 76, 80, 86, 88, 90, 94-95, 119, 122, 128, 135, 153, 160
modernitas, iv, v, vii, ix, x, 4-7, 9, 86-88, 119-120, 122, 143-144, 151, 160, 170-171
Muara Kuin, 5-7, 68, 100-103, 105, 122, 127, 130-131, 133, 141, 143-145

- P**
- Paguyuban, 134
pasar, v, vi, ix, x, 4-7, 17, 21-22, 27, 34-35, 39-63, 65-86, 90, 94-95, 97-113, 117, 119-135, 140-145, 147-154, 159-161, 169-171
pasar lingkungan, 69-70, 160
pasar pemerintah, 74-75, 160
Pasar Regional, 67, 69, 161
Pasar Swasta, 75, 161
pasar terapung, ix, 4-7, 68, 97-109, 117, 123-125, 127-130, 132-134, 140-142, 147, 149, 151-153, 161
Pasar Terapung Siring, 5-7, 101, 161
Pasar Wilayah, 68-69, 161
patologi sosial, 33, 161
Profitability, x, 133
psikolog, 11, 33
- R**
- Renovasi, 52, 153
- S**
- Social Policy*, 18, 27, 149
software, 92, 94
solidaritas, vi, x, 1-2, 4-5, 7, 9, 11, 13, 16-18, 24-26, 29, 119, 122, 125-126, 128, 143-145, 156-160, 163
- Sungai Martapura, 5, 98, 104, 106, 108-109, 123-124, 127, 130, 132-133, 135, 140, 144, 161
supermarket, 54, 57, 68, 120-121
- T**
- The Banjarese*, x, 135
Toko Modern, 52, 120, 144
tradisi, v, x, 5, 14-15, 18, 26, 31, 41-42, 50, 78, 80, 87, 98, 105, 112, 114-115, 117, 122, 124, 126, 128, 133, 135, 143-145, 149-150, 153, 156, 159, 162
Transformasi, 17, 22, 81-83, 85, 92, 94, 125
Transmart Carrefour, 121
- U**
- Urbanisasi, 22



[Halaman ini sengaja dikosongkan]

BIODATA PENULIS



Mawardi, lahir di Pulau Payung Kecamatan Kampar (sekarang Kecamatan Rumbio Jaya) tanggal 09 Agustus 1971. Putra pertama dari lima bersaudara dari pasangan H. Syamsuar (alm) dan Hj. Nur'aini. Pendidikan Dasar diawali di desa kelahiran sendiri, kemudian melanjutkan ke Ponpes Daarun Nahdhalah Thawalib Bangkinang dan Ponpes Madrasah Tarbiyah Islamiyah Candung Bukit Tinggi Sumatra Barat. Gelar S1 diperoleh pada

Fakultas Syariah IAIN Sultan Syarif Qasim Pekanbaru pada tahun 1998 yang sekarang sudah menjadi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Gelar magister diperoleh pada Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dengan konsentrasi Ekonomi Islam, tahun 2003. Kemudian program doktoral pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2019.

Penulis juga telah mengikuti berbagai pelatihan profesional seperti TOT Perbankan, Sekolah Pasar Modal Syariah, dan Pelatihan Muamalah Maliyah. Sebagai seorang tenaga pengajar yang sudah berkarier semenjak tahun 1999, juga pernah diberikan jabatan tambahan sebagai Kepala Labor Bank Mini Syariah, Ketua Jurusan Ekonomi Islam, dan

Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

Dalam mendukung pengembangan Ekonomi Syariah penulis telah berhasil menerbitkan beberapa karya baik berupa buku referensi, jurnal yang berhubungan dengan tema-tema Ekonomi Syariah. Karya ilmiah yang telah dipublikasikan lima tahun terakhir antara lain: *Mafhum Muwafaqah dan Implikasinya terhadap Masalah-masalah Furu'iyyah (Jurnal Hukum Islam, 2021)*, *Analysis of Mustahik Empowerment Program in Indonesia: The Case of Non-State Zakat Organization (IJIEF, 2022)* *The Crucial History of Sharia Banking Law Development in Indonesia (al-Manahij, 2023)*, *Islamic Economic Values of Traders in Traditional Markets in Riau, Indonesia (IJR, 2024)*, *Modernitas dan Ekonomi Syariah: Praktik dan Etika Pedagang Pasar Tradisional Tembilahan (Rajawali Press, 2024)*, *Navigating Modernity: Ethical Practices and Islamic Economic Values Among Traditional Second-Hand Goods Traders (Ecohumanism, 2025)*, dan *Halal Supply Chain strategy in the Leather Industry using the Quadruple Helix Model, (USIM, 2025)*.

Di samping sebagai tenaga pengajar, penulis juga aktif di berbagai organisasi kemasyarakatan seperti DPW IAEI Provinsi Riau, MUI, dan Tarbiyah Islamiyah. Kemudian juga berdakwah di bawah naungan Ikatan Masjid Indonesia (IKMI) Riau.

--- 000 ---



Zulfahmi, lahir di Sungai Tanang Kecamatan Kampar tanggal 01 Januari 1971. Putra Ketiga dari H. Bustami dan Hj. Bunsuimah (almh). Setelah tamat pendidikan dasar di kampung halaman, melanjutkan pendidikan ke Pondok Pesantren Daarun Nahdhah Thawalib Bangkinang sampai dengan tahun 1991 dan kemudian S1 diperoleh pada Fakultas Syariah IAIN Sultan Syarif Qasim Pekanbaru pada tahun 1995 yang sudah berubah menjadi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, selanjutnya gelar magister diperoleh pada Program Pascasarjana IAIN Sulthan Syarif

Qasim Pekanbaru pada tahun 2001 dengan konsentrasi Syariah. Kemudian S3 pada *School of Humanities of University Sciences of Malaysia* tahun 2016. Kariernya diawali sebagai dosen tetap pada Fakultas Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau sejak tahun 1997 sampai sekarang.

Karya ilmiah, antara lain: *Al-Takhthith wa al-tadbir al-siyasiy li jama'ah al-ihwan al-muslimin fi Mashr ba'da suquth Husniy Mubarak*, *al-tafsir al-'ilmiy lada al-hai'ah al'almiyyahli al-i'jaz al-'ilmiy fi al-Qur'an wa al-sunnah al-tab'i'ah li Rabithah al-'Alam al-Islamiy: Dirasah ta'shiliyyah mahajiyah, Maqashid al-Syari'ah fi Jami'ah al-Zaytunah*: (Dirasah li juhud al-'ulama fi ta'shiliyy maqashid al-syari'ah lada jami'ah al-Zaytunah fi Tunis), *al-Tatharruf al-Diniy min manzhuri al-maqashid al-syari'ah kifahan wa 'ilajan, A Critical on the Application of Istislah in the Compilation of Islamic law Indonesia, Mafhum Muwafaqah dan Implikasinya terhadap Masalah Furu'iyyah, Modernitas dan Ekonomi Syariah: Praktik dan Etika Pedagang Pasar Tradisional Tembilahan (Rajawali Press, 2024)*, dan *Navigating Modernity: Ethical Practices and Islamic Economic Values Among Traditional Second-Hand Goods Traders (Ecohumanism, 2025)*.

--- 000 ---



Widi Syaputra, S.T., lahir di Bangkinang pada tanggal 7 Juni 1995. Beliau menempuh pendidikan strata satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan jurusan Teknik Industri, dan berhasil meraih gelar sarjana teknik. Setelah itu, beliau melanjutkan pendidikan ke jenjang magister (S2) di Universitas Riau dengan konsentrasi Agribisnis, yang saat ini masih dalam tahap penyelesaian studi.

Selain berfokus pada pendidikan akademik, Widi Syaputra juga aktif dalam kegiatan penelitian. Beliau tergabung dalam tim riset bersama salah satu profesor di UIN Suska Riau, khususnya dalam bidang kajian yang berkaitan dengan pembangunan daerah dan pengembangan potensi lokal.

Tidak hanya di dunia akademik, beliau juga mengabdikan diri dalam bidang pendampingan sertifikasi halal. Saat ini, ia dipercaya menjadi pendamping sertifikasi halal di kawasan Provinsi Riau. Melalui peran ini, beliau turut berkontribusi membantu para pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk memperoleh sertifikasi halal dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Dengan latar belakang keilmuan, pengalaman riset, serta pengabdian di masyarakat, Widi Syaputra terus berkomitmen mengembangkan diri serta berkontribusi dalam bidang akademik maupun praktis, demi mendukung pembangunan berkelanjutan di daerah.



KOHESI SOSIAL PEDAGANG TRADISIONAL DALAM MENGHADAPI MODERNITAS

Buku *Kohesi Sosial Pedagang Tradisional dalam Menghadapi Modernitas* ini menghadirkan kajian mendalam mengenai dinamika sosial-ekonomi pedagang tradisional yang beraktivitas di pasar apung, sebuah warisan budaya yang menjadi ikon khas Kalimantan Selatan. Dalam era modernitas yang ditandai dengan perkembangan teknologi, perubahan pola konsumsi, dan ekspansi pasar modern, keberadaan pasar apung menghadapi tantangan serius. Namun, di tengah arus perubahan tersebut, para pedagang tradisional menunjukkan ketangguhan melalui praktik kohesi sosial yang terus terjaga.

Kohesi sosial dalam konteks pasar apung bukan sekadar ikatan ekonomi, melainkan keterhubungan emosional, solidaritas, dan jaringan sosial yang diwariskan lintas generasi. Buku ini membahas bagaimana nilai kebersamaan, gotong royong, dan kearifan lokal menjadi modal sosial yang memperkuat eksistensi pedagang. Di sisi lain, modernitas membawa konsekuensi berupa pergeseran perilaku konsumen, persaingan dengan pasar modern, hingga transformasi gaya hidup masyarakat urban.

Dengan pendekatan multidisipliner, buku ini menguraikan interaksi antara tradisi dan modernitas, mengkaji bagaimana pedagang mampu beradaptasi tanpa kehilangan identitas budaya. Analisis yang dihadirkan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga reflektif, sehingga pembaca diajak memahami nilai strategis pasar apung dalam pembangunan ekonomi berbasis kearifan lokal.

Buku referensi ini sangat relevan bagi akademisi, mahasiswa, peneliti, serta pemangku kebijakan yang menaruh perhatian pada isu sosial-ekonomi, kebudayaan, dan pelestarian pasar tradisional di tengah arus modernitas.



RajaGrafindo Persada

PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Jl. Raya Leuwinanggung No. 112
Kel. Leuwinanggung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456
Telp 021-84311162
Email: rajapers@rajagrafindo.co.id
www.rajagrafindo.co.id



UIN SUSKA RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

RAJAWALI PERS
DIVISI BUKU PERGURUAN TINGGI

