

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kota-kota besar yang cukup pesat dan ketertinggalan daerah pedesaan menyebabkan terjadi perpindahan penduduk dari desa ke kota. Perpindahan penduduk dari desa ke kota mengakibatkan penambahan jumlah penduduk di perkotaan. Penambahan jumlah penduduk yang selalu meningkat berdampak pada lapangan pekerjaan yang tersedia di perkotaan. Akibatnya lapangan pekerjaan yang tersedia di perkotaan tidak dapat menampung sebagian besar tenaga kerja. Tenaga kerja lebih banyak dibandingkan lapangan pekerjaan berdampak munculnya masalah sosial pada sektor-sektor pekerjaan di Perkotaan. Sektor pekerjaan di Perkotaan seakan-akan dibagi menjadi dua garis besar yakni sektor formal dan sektor informal. Tetapi yang selalu menjadi permasalahan di Perkotaan ialah ketenaga kerjaan pada sektor informal.

Sektor informal ialah lingkungan usaha tidak resmi atau lapangan pekerjaan yang diciptakan dan diusahakan sendiri oleh pencari kerja. Bisa diartikan pula unit usaha kecil yang melakukan kegiatan produksi dan/atau distribusi barang dan jasa untuk menciptakan lapangan kerja dan penghasilan bagi mereka yang terlibat unit tersebut. Bekerja dengan keterbatasan, baik modal, fisik, tenaga, maupun keahlian (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Perdebatan pada sektor informal selalu dikaitkan dengan keberadaan pedagang kaki lima. Meskipun sektor informal tidak hanya terpaut pada pedagang kaki lima, misalnya tukang becak, tukang ojek, tukang jahit, toko kecil, dan lain sebagainya. Pedagang kaki lima adalah usaha sektor informal yang jumlahnya banyak. Bahkan di mana pun selalu ada pedagang kaki lima, umumnya di pusat-pusat keramaian.

Menurut Mustafa (2008:09), besarnya jumlah pedagang kaki lima perkotaan sebagai bagian dari sektor informal, terutama di pusat-pusat keramaian perdagangan, baik di lokasi kawasan pertokoan maupun di tempat-tempat strategis lainnya tampak mengarah pada terjadinya pasar dengan pola tradisional, yaitu pasar yang timbul hanya karena adanya peluang transaksi antara pembeli dan penjual.

Pedagang kaki lima yang terbentuk pasar dadakan maupun permanen sama halnya dengan pasar-pasar lainnya. Pasar menurut Geertz (1992: 30) adalah suatu pranata ekonomi dan sekaligus gaya hidup dari kegiatan perekonomian atau mata pencaharian yang mencakup segala aspek masyarakat dan membentuk suatu kebudayaan serta kehidupan sosial dengan sendirinya. Pasar menurut Damsar (2009:110) ialah suatu tatanan yang terstruktur dalam sosial masyarakat dengan tujuan sebagai pemecah persoalan kebutuhan dasar ekonomi manusia dalam bentuk distribusi barang dan jasa.

Keberadaan pedagang kaki lima sebagai bentuk usaha sektor informal banyak ditemui di berbagai tempat. Pedagang kaki lima menyediakan berbagai

macam kebutuhan manusia, dari berjualan kebutuhan pokok manusia seperti makanan, pakaian, perabotan rumah tangga hingga penyediaan jasa dan masih banyak lagi. Pedagang kaki lima menggunakan fasilitas trotoar yang seharusnya menjadi jalur pejalan kaki. Ada pula yang bukanya sampai memakai bahu jalan raya. Tidak heran jika pedagang kaki lima menjadi sorotan pemerintah kota. Dalam mengatasi persoalan tersebut, pemerintah kota biasanya melakukan penertiban dan merelokasi pedagang kaki lima agar tertata rapi dan enak dipandang.

Hingga kini tidak pernah selesai perseteruan antara pedagang kaki lima dan pemerintah kota dalam hal penataan kota. Menurut Yustika dalam Alisjahbana (2006:40), sesungguhnya para pedagang kaki lima yang menjajakan dagangannya di berbagai sudut kota adalah kelompok masyarakat marginal dan tidak berdaya. Dikatakan marginal sebab mereka rata-rata tersisih dari arus kehidupan kota. Sedangkan dikatakan tidak berdaya karena mereka biasanya tidak terlindungi oleh hukum dan seringkali menjadi objek penertiban dan penataan kota.

Pedagang kaki lima dianggap masyarakat marginal dan tidak berdaya cukup menggambarkan bahwa pada sektor usaha ini menemui berbagai persoalan atau kendala. Di luar persoalan yang dihadapi, pedagang kaki lima merupakan alternatif sektor usaha dengan modal kecil, dan dapat mengurangi angka pengangguran. Keterlibatan sektor informal khususnya pedagang kaki lima dalam perekonomian di Indonesia sangat berarti. Biasanya pelaku usaha pedagang kaki

lima adalah yang tidak memiliki pekerjaan, pendidikan yang rendah, dan modal yang relatif kecil.

Penelitian Prasasti dalam Raharjana (2003:69) menemukan dua faktor yang dapat mendukung perkembangan usaha kecil. Yang pertama, faktor internal adalah kemampuan pada diri seseorang untuk maju, seperti misalnya etos kerja yang tinggi, kemampuan manajemen yang baik, serta keberanian untuk berinovasi. Yang kedua, faktor eksternal adalah berupa kondisi lingkungan yang dapat mempengaruhi kondisi usaha yang ada, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti misalnya modal dari pemerintahan atau lembaga non-pemerintahan, luasnya permintaan akan barang, kemudahan dalam mendapatkan bahan baku dan sebagainya.

Penelitian yang lain oleh Raharjana yang dibahas dalam Ahimsa Putra (2003:63-133) menemukan strategi dalam usaha konveksi dalam dimensi moral dan rasional. Strategi moral pengusaha adalah lebih mengarah pada hubungan pengusaha dengan pihak lain, diantaranya mendidik orang lain menjadi pengusaha, melibatkan santri dalam proses produksi, serta menciptakan hubungan langganan. Sedangkan strategi rasional adalah lebih mengarah pada keuntungan ekonomis pengusaha, diantaranya menyerahkan pekerjaan kepada buruh, memproduksi model yang sedang laku di pasar, dan mempermainkan harga.

Tidak menutup mata bahwa pada sektor usaha pedagang kaki lima berjalan dengan lancar. Sama halnya dengan usaha kecil lainnya, pedagang kaki lima juga mengalami adanya persoalan-persoalan yang dihadapi. Pengusaha kecil maupun

pedagang dituntut untuk semakin kreatif dalam menghadapi atau menyiasati persoalan yang tengah dihadapi dan bahkan yang akan dihadapi.

Kota Surabaya menjadi salah satu kota besar di Indonesia yang penuh dengan pedagang kaki lima. Menurut Alisjahbana (2006:40), perkembangan pedagang kaki lima di Surabaya sangat pesat pasca krisis ekonomi dan menyebabkan ruang-ruang terbuka serta fasilitas publik seperti trotoar beralih fungsi menjadi lahan PKL. Ada juga yang secara perlahan-lahan menjadi pasar yang bersifat dadakan maupun permanen.

Pasar TP Pagi merupakan hasil proses pembentukan pasar dari paguyuban pedagang kaki lima yang bersifat dadakan. Pasar TP Pagi beroperasi pada pagi hari antara pukul 06.00 hingga pukul 10.00. Pedagang Pasar TP Pagi ini berjualan di tempat yang terbuka. Pedagang Pasar TP Pagi ini layaknya seperti pedagang kaki lima pada umumnya yang berjualan di ruas-ruas Jalan Pahlawan dan sekitarnya. Pedagang pakaian jumlahnya hampir 80% di Pasar TP Pagi. Sehingga Pasar TP Pagi terkenal dengan pasar pakaian oleh para pengunjungnya. Selain pedagang pakaian, ada pedagang yang berjualan makanan-minuman, perabotan rumah tangga, mainan anak-anak, asesoris, dan lain-lain. Pedagang-pedagang ini hanya sebagai pelengkap pedagang pakaian di Pasar TP Pagi, khususnya pada hari minggu.

Di Pasar TP Pagi, pedagangnya mayoritas dari kalangan menengah ke bawah sehingga modal mereka relatif kecil dalam pengembangan usaha. Pasar TP Pagi telah menjadi sumber pendapatan bagi pedagang yang berjualan di sana.

Pedagang pakaian sering merasa kesulitan mendapatkan modal dalam upaya mengembangkan usaha dagangannya.

Peralatan dagang diperoleh pedagang pakaian dari memanfaatkan barang bekas, seperti terpal dan plastik. Pedagang hanya membeli alat peraga, payung, dan *kastok*. Peralatan yang digunakan pedagang pakaian masih tradisional. Pedagang pakaian membutuhkan tempat untuk penyimpanan peralatan dan barang dagangan yang jumlahnya banyak. Hal ini membuat pedagang pakaian bingung untuk mencari tempat penyimpanan. Apalagi ditambah rumah yang jaraknya jauh dari pasar. Rumah mereka tidak bisa menampung semua peralatan dan barang dagangan. Kasus tersebut pernah dialami para pedagang pakaian.

Pedagang pakaian tidak ada yang merekrut pegawai dalam aktivitas perdagangan. Hal itu didasari alasan karena pedagang tidak mampu membayar gaji pegawai. Sehingga semua aktivitas dilakukan pedagang sendiri dari *kulakan* hingga penjualan. Pedagang pakaian di Pasar TP Pagi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pedagang pakaian baru dan pedagang pakaian bekas. Untuk kegiatan *kulakan*, pedagang pakaian baru menghadapi persoalan tentang informasi pakaian baru, seperti pakaian yang sedang *tren*. Sedangkan pedagang pakaian bekas menghadapi persoalan transportasi untuk *kulakan*. *Kulakan* dengan sistem *bal* menyebabkan pedagang tidak bisa membawa barang dagangan dengan hanya naik motor.

Pedagang pakaian mengalami persoalan saat berjualan. Pedagang pakaian Pasar TP Pagi sangat bergantung pada cuaca dalam aktivitas perdagangan karena

beroperasi di tempat yang terbuka. Terutama saat turun hujan, pedagang pakaian tidak bisa maksimal berjualan, dan pakaian bisa menjadi basah terkena air hujan. Selain cuaca, keuntungan pedagang dipengaruhi waktu. Ada kalanya keuntungan pedagang meningkat dan ada kalanya keuntungan pedagang mengalami penurunan. Selanjutnya, persaingan antara sesama pedagang pakaian menambah persoalan saat berjualan. Kadang terjadi persaingan harga, sehingga harga pakaian menjadi tidak stabil. Pedagang juga mengalami kesulitan untuk menjual pakaian yang sudah rusak.

Ada salah satu kasus pedagang pakaian yang bernama Bapak Fauzan telah mengalami kebangkrutan. Informasi ini didapat dari salah satu pedagang pakaian Pasar TP Pagi. Bapak Fauzan merasa tidak mampu bersaing berjualan. Bapak Fauzan menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan pedagang lain. Hal itu mengakibatkan perputaran keuangan usaha Bapak Fauzan tidak stabil dan tidak bisa kulakan seperti biasa. Kasus Bapak Fauzan ini sangat jarang terjadi, banyak pedagang yang tetap bertahan dan bahkan berkembang. Ada pula pedagang yang usahanya diturunkan kepada anaknya.

Dalam mengatasi persoalan, para pedagang mempunyai strategi-strategi tertentu. Strategi yang dilakukan pedagang bisa memperlancar usahanya dan memberikan keuntungan dalam kelangsungan hidupnya. Peneliti tertarik meneliti pedagang pakaian Pasar TP Pagi yang mampu bertahan dan tetap eksis hingga sekarang. Hal ini didasari alasan karena pedagang pakaian melakukan strategi dalam mengatasi setiap persoalan yang dihadapinya. Penelitian ini mendeskripsikan secara mendalam tentang strategi-strategi pedagang dalam

mengatasi setiap persoalan. Strategi yang dilakukan pedagang pakaian dideskripsikan dengan konsep strategi moral dan strategi rasional.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditarik rumusan permasalahan yang relevan dengan judul penelitian. Penelitian ini menggambarkan pola pedagang kaki lima agar tetap eksis dan bertahan. Masalah yang terkait dengan perilaku pedagang pakaian adalah strategi moral dan strategi rasional. Maka rumusan masalah yang tepat untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pedagang pakaian Pasar TP (Tugu Pahlawan) Pagi untuk mengatasi persoalan yang dihadapi dalam usahanya (dalam perspektif moral dan rasional)?
2. Apa faktor yang mempengaruhi strategi pedagang pakaian Pasar TP (Tugu Pahlawan) Pagi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan strategi pedagang pakaian Pasar TP (Tugu Pahlawan) Pagi dalam menghadapi persoalan dalam perspektif moral dan rasional.
2. Mendeskripsikan faktor yang mempengaruhi strategi pedagang pakaian Pasar TP (Tugu Pahlawan) Pagi.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

- 1) Manfaat akademis : penelitian ini bermanfaat sebagai pengembang dan atau penerapan teori mengenai Antropologi Ekonomi yakni strategi pedagang kaki lima dalam mendapatkan keuntungan, kelancaran usahanya dan tetap eksis di tengah kehidupan masyarakat perkotaan.
- 2) Manfaat praktis : penelitian ini memberikan informasi kepada yang memerlukan dan/atau sebagai rekomendasi kepada pembaca/peneliti yang akan meneliti tentang strategi pedagang kaki lima. Dan memberikan wawasan/masukan kepada pedagang lain dalam menjalankan alur perdagangan khususnya pedagang pakaian.

1.5. Kerangka Teori

Dalam Ihromi (1996:7), kebudayaan dalam antropologi umumnya mencakup cara berpikir dan cara berperilaku yang telah merupakan ciri khas suatu bangsa atau masyarakat tertentu. Lanjutan Ihromi (1996:21), suatu kebudayaan dapat dirumuskan sebagai seperangkat kepercayaan, nilai-nilai dan cara berperilaku yang dipelajari secara bersama oleh suatu masyarakat. Yang dimaksudkan masyarakat adalah sekelompok orang yang tinggal di suatu wilayah dan memakai suatu bahasa yang tidak dimengerti oleh penduduk tetangganya.

Pendapat Koentjaraningrat (1990:180) mengenai kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia yang diperoleh

dari proses belajar dan dijadikan milik diri manusia dalam rangka kehidupan bermasyarakat. Dilanjut penjelasan Koentjaraningrat (1990:203) bahwa ada tujuh unsur dalam setiap kebudayaan yaitu terdiri dari: 1. Bahasa; 2. Sistem pengetahuan; 3. Organisasi sosial; 4. Sistem teknologi; 5. Sistem mata pencaharian; 6. Sistem religi; 7. Kesenian.

Dari unsur-unsur kebudayaan tersebut menyebabkan munculnya kajian-kajian yang lebih bersifat spesifik dalam antropologi. Ilmu Antropologi menurut Koentjaraningrat (2010:1) sebagai suatu ilmu yang mempelajari makhluk *anthropos* atau manusia, merupakan suatu integrasi dari beberapa ilmu yang masing-masing mempelajari suatu kompleks masalah-masalah khusus mengenai makhluk manusia.

Di Indonesia saat ini sudah banyak sekali bermunculan bidang spesialisasi dalam ilmu Antropologi. Menurut Ahimsa-Putra (2003:3), salah satu bidang spesialisasi dalam Antropologi Budaya yang kini cukup diminati oleh para mahasiswa Antropologi di Indonesia adalah Antropologi Ekonomi. Menurut Sairin, dkk. (2002:4), antropologi ekonomi adalah salah satu bidang kajian dalam antropologi sosial-budaya yang memusatkan studi pada gejala ekonomi dalam kehidupan masyarakat manusia. Gejala ekonomi tersebut terdapat pada sistem mata pencaharian masyarakat. Sistem mata pencaharian adalah salah satu unsur yang terdapat dalam kebudayaan manusia. Dalam kebudayaannya, manusia melakukan pekerjaan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut Kontjaraningrat (1990:358), kajian antropologi terhadap sistem mata pencaharian atau sistem ekonomi hanya memperhatikan pada sistem produksi lokalnya, termasuk sumber alam, cara pengumpulan modal, cara pengerahan dan pengaturan tenaga kerja, serta teknologi produksi, sistem distribusi di pasar-pasar yang dekat saja, dan proses konsumsinya.

1.5.1. Pengertian Sektor Informal

Menurut Soeroso dalam Mustafa (2008:5) terdapat dua perspektif mengenai sektor informal di negara sedang berkembang. Yang pertama, sebagai kegiatan yang tidak produktif dan hanya sebagai pelarian pencari kerja di perkotaan. Kedua, sebagai sesuatu yang dinamis, efisien, dan menguntungkan secara ekonomis mengingat pelaku-pelakunya mempunyai potensi wiraswasta yang kreatif.

Banyak sekali pekerjaan atau mata pencaharian pada sektor informal. Namun perekonomian negara baru-baru ini khususnya pada masalah perkotaan, sektor informal cenderung identik dengan pedagang kaki lima. Menurut Rachbini dan Hamid dalam Mustafa (2008:9), pedagang kaki lima perkotaan merupakan jenis usaha sektor informal yang banyak disentuh oleh pemerintah. Sektor ini sangat berpengaruh karena kehadirannya dalam jumlah besar mendominasi sektor yang bekerja memenuhi kebutuhan masyarakat perkotaan, terutama kelompok masyarakat menengah ke bawah.

Penelitian ini memandang bahwa pedagang kaki lima termasuk sektor informal yang telah menjadi fenomena di banyak kawasan perkotaan. Dan juga

penelitian ini menyetujui perspektif bahwa pedagang kaki lima sebagai sesuatu yang dinamis, efisien, dan menguntungkan secara ekonomis mengingat pelaku-pelakunya mempunyai potensi wiraswasta yang kreatif. Hal tersebut berkaitan dengan fokus penelitian yang mendeskripsikan strategi pedagang khususnya pedagang kaki lima dalam menjalankan usahanya dan tetap eksis di tengah-tengah kehidupan masyarakat kota.

1.5.2. Istilah Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima (PKL) merupakan sebuah komunitas yang kebanyakan berjualan dengan memanfaatkan ruas-ruas jalan raya untuk mengais rejeki. Para pedagang tersebut menggelar dagangannya atau gerobaknya di pinggir-pinggir jalan raya. Jika dilihat dari sejarahnya, pedagang kaki lima sudah ada sejak masa penjajahan kolonial Belanda. Peraturan pemerintahan waktu itu menetapkan bahwa setiap jalan raya yang dibangun hendaknya menyediakan sarana untuk para pedestrian atau pejalan kaki yang sekarang ini disebut dengan trotoar. Lebar ruas untuk sarana bagi para pejalan kaki atau trotoar ini adalah lima kaki (satuan panjang yang umum digunakan di Britania Raya dan Amerika Serikat; 1 kaki adalah sekitar sepertiga meter atau tepatnya 0,3048 m atau sekitar satu setengah meter). Selain itu juga pemerintahan pada waktu itu juga menghimbau agar sebelah luar dari trotoar diberi ruang yang agak lebar atau agak jauh dari pemukiman penduduk untuk dijadikan taman sebagai penghijauan dan resapan air.

Cerita lain, istilah ini berasal dari zaman antara tahun 1811 sampai 1816, saat Napoleon menguasai benua Eropa, dan daerah-daerah Koloni Belanda di Asia

berada di bawah kekuasaan administrasi Inggris. Saat itu Gubernur Jenderal di Indonesia, Sir Thomas Stamford Raffles menginstruksikan sistem lalu lintas di sebelah kiri di jalan-jalan raya sekaligus mengeluarkan aturan bahwa di tepi-tepi jalan harus dibuat trotoar untuk pejalan kaki yang tingginya harus 31 CM dan lebarnya sekitar 150 CM atau “five feet”. (www.kaskus.co.id/thread)

Sekian berapa puluh tahun setelah itu, saat Indonesia sudah merdeka, ruas jalan untuk pejalan kaki banyak dimanfaatkan oleh para pedagang untuk berjualan. Dahulu namanya adalah pedagang emperan jalan, sekarang menjadi pedagang kaki lima. Dari perkataan “five feet” inilah mengapa para pedagang yang menjalankan usaha di atas trotoar mendapat julukan “Kaki Lima”.

1.5.3. Pedagang Kaki Lima Pasar TP Pagi

Kegiatan perdagangan selalu diwadahkan dalam bentuk pasar dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Menurut Geertz (1992: 30) pasar adalah suatu pranata ekonomi dan sekaligus gaya hidup dari kegiatan perekonomian atau mata pencaharian yang mencakup segala aspek masyarakat dan membentuk suatu kebudayaan serta kehidupan sosial dengan sendirinya. Pasar menurut Damsar (2009:110) ialah suatu tatanan yang terstruktur dalam sosial masyarakat dengan tujuan sebagai pemecah persoalan kebutuhan dasar ekonomi manusia dalam bentuk distribusi barang dan jasa.

Dilihat dari pengertian pasar tradisional yang mengadopsi pada ciri transaksi tawar-menawar harga antara pedagang dan pembeli, pasar tugu pahlawan pagi termasuk dalam kategori tersebut. Meskipun pasar tugu pahlawan

ialah sekumpulan pedagang kaki lima, tetapi pedagangnya sangat banyak dan telah menjadi tempat kunjungan para pembeli untuk menjajakan uangnya.

Menurut Damsar (1997:95), pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual-belikan produk atau barang kepada konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang dibedakan menurut jalur distribusi:

1. Pedagang distribusi tunggal: pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.
2. Pedagang partai besar: pedagang yang membeli satu produk dalam jumlah besar untuk dijual kepada pedagang lain.
3. Pedagang eceran: penjual yang menjual produk langsung kepada konsumen.

Pedagang pasar tugu pahlawan pagi secara tidak langsung ada 2 kelompok:

1. Pedagang kaki lima yang membuka lapaknya setiap hari di Pasar TP Pagi.
2. Pedagang kaki lima yang hanya membuka lapaknya pada hari minggu.

Peneliti memfokuskan penelitian tentang strategi rasional pedagang kaki lima yang membuka lapaknya setiap hari. Hal tersebut karena kelompok PKL ini adalah kelompok PKL tetap dan lokasi lapaknya sudah menjadi ladang perekonomian mereka. Berbeda dengan pedagang-pedagang yang hanya menggelar lapaknya di hari minggu atau hari libur saja.

Pedagang kaki lima yang menggelar lapaknya setiap hari, sebagian besar berjualan pakaian, dari pakaian anak-anak hingga orang dewasa. Pedagang pakaian juga terbagi dalam dua jenis: yang pertama, pedagang pakaian baru; dan

yang kedua, pedagang pakaian bekas. Penelitian ini melihat adanya strategi-strategi rasional pedagang pakaian yang beragam, karena pedagang A belum tentu mendapat keuntungan yang sama dengan pedagang B dan lain sebagainya.

1.5.4. Kajian Pustaka

Strategi menurut Ahimsa-Putra dalam Sarmini (2003:265) ialah pola-pola yang dibentuk oleh berbagai usaha yang direncanakan manusia untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Sehingga muncul konsep “pola” yang dibedakan menjadi dua yakni “pola bagi” dan “pola dari”. Dalam penelitian ini menggambarkan “pola dari” kegiatan ekonomi pedagang kaki lima Pasar TP Pagi dalam mendapatkan keuntungan. Sedangkan “pola bagi” lebih menggambarkan pengetahuan serta pengalaman pedagang kaki lima. Menurut Ahimsa-Putra dalam penelitian Raharjana (2003:73) “pola bagi” bersifat abstrak dan tidak dapat diraba, sedangkan “pola dari” bersifat konkrit dan bisa dilihat.

Berkenaan strategi dalam perspektif moral dan rasional, penjelasan apa perbedaan diantara keduanya. Menurut Rustinsyah (2009:27) strategi diartikan serangkaian tindakan dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi, kemudian tindakan tersebut dapat dimaknai secara budaya yakni moral atau rasional. Dalam menjelaskan sebuah strategi budaya dapat menggunakan teori moral Scott (1976) dan teori rasional Popkin (1979). Dua aliran ini menjadi perdebatan dalam kajian antropologi ekonomi tentang petani.

Dalam Raharjana (2003:74), Scott membahas tata ekonomi masyarakat petani pra-kapitalis di Asia Tenggara. Scott mengatakan bahwa kehidupan

ekonomi masyarakat petani berada sedikit di atas garis subsistensi. Kondisi serba miskin melahirkan perilaku “dahulukan selamat” (*safety first*). Menurut Scott, keamanan merupakan suatu hal yang penting, sebab petani miskin selalu dekat dengan garis bahaya, sehingga penurunan produksi sedikit saja akan menimbulkan bencana besar bagi kelangsungan hidup rumah tangganya.

Menurut Wolf dalam Raharjana (2003:75), penganut ekonomi moral memandang bahwa pasar adalah tempat perlindungan terakhir bagi petani dan kurang memberi kepastian dalam memenuhi kebutuhan subsistensi dibandingkan institusi lainnya. Pasar terhubung dengan komunitas-komunitas yang terpecah-pecah seperti dalam suatu lingkaran.

Menurut Scott (1981:19), masyarakat petani yang hidup dekat batas subsistensi akibat dari kegagalan lebih mengutamakan apa yang bisa diandalkan dan dianggap aman daripada memperoleh keuntungan dalam jangka panjang. Lanjutan Scott (1981:7), petani bercocok tanam adalah usaha untuk menghindari kegagalan dan tidak mengambil resiko dalam memperoleh keuntungan besar. Pembuatan keputusan seperti itu disebut “*enggan-resiko*” (*risk-averse*); petani meminimumkan resiko dari kerugian maksimum.

Dalam menjalankan aktifitas perdagangan, pedagang pakaian melakukan kerja sama, gotong royong, menjalin hubungan dengan pihak lain bisa disebut modal sosial atau *social capital*. Menurut Rustinsyah dalam jurnalnya “Social Capital and Implementation of Subsidized Fertilizer Programme for Small Farmers: A Case Study in Rural Java, Indonesia” (Rustinsyah, 2015:35-36) adalah

modal sosial sebagai ikatan, menjembatani, serta hubungan. Ikatan modal sosial ini digambarkan sebagai hubungan individu dalam kelompok yang homogen, ditandai dengan kuatnya obligasi sehingga mereka termotivasi, punya keyakinan untuk bekerja sama, dukungan dan saling membantu untuk memenuhi kebutuhan. Peran menjembatani modal sosial memungkinkan petani untuk mendapatkan pestisida yang diperlukan untuk proses produksi mereka. Sedangkan yang menghubungkan modal sosial adalah tentang hubungan yang dibangun oleh individu dalam hirarki kekuasaan. Misalnya, hubungan yang baik dengan aparat pemerintah, petani kaya atau ketua kelompok petani dapat diangkat oleh kepala desa untuk mengelola irigasi.

Perluasan pasar nasional dan internasional diikuti perubahan bentuk desa dalam sifat-sifat hubungan petani dengan elit agraria. Masyarakat petani berbagai belahan dunia telah mengalami perubahan yang semula desa-desa tertutup (*closed villages*) menjadi desa-desa terbuka (*open villages*) diantaranya: a) tanggung jawab individual atas pembayaran pajak; b) ada pembatasan desa dengan dunia luar; c) tidak ada larangan pemilikan tanah bagi warga luar desa; d) dan pemilikan tanah secara pribadi (Popkin 1986:1).

Pandangan moral terhadap perilaku ekonomi petani disanggah oleh Popkin dengan menganut pandangan rasional. Strategi rasional menurut Popkin (1979) dalam Rustinsyah (2009:27) adalah rasional individu yang ingin memaksimalkan usahanya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi (uang). Menurut Raharjana (2003:131), Strategi rasional adalah strategi/tindakan pelaku ekonomi yang tampak pada aktivitas-aktivitas tertentu dengan tujuan mendapatkan keuntungan

bagi dirinya sendiri. Selanjutnya tambahan Popkin dalam Raharjana (2003:76), bahwa dalam aktivitas ekonomi tindakan manusia bersifat rasional. Yang berarti tindakan-tindakan tersebut diambil dalam menilai hasil-hasil yang diperoleh. Tindakan tersebut hanya mementingkan diri sendiri (*self-interest*).

Ada pun penelitian tentang strategi yang telah dilakukan peneliti terdahulu. Penelitian-penelitian berikut ada hubungannya dengan penelitian ini yang menggambarkan strategi rasional. Yang pertama penelitian dilakukan oleh Sudarwati (2010) tentang “Kerajinan Bordir (Strategi Adaptasi Pengusaha Bordir di Kelurahan Kalirejo Kecamatan Bangil)”. Dalam penelitian ini terdapat deskripsi dari strategi adaptasi pengusaha bordir yakni mendapatkan modal usaha, mendapatkan bahan baku bordir, tenaga kerja, dan strategi pemasaran. Misalnya dalam mendapatkan bahan baku, pengusaha menjalin hubungan baik dengan pengusaha kain atau pemilik toko kain, meminjam bahan baku bordir kepada kerabat yang juga mempunyai usaha bordir. Saran dalam penelitian adalah badan usaha di bidang keuangan diharapkan memberikan pinjaman atau kredit dengan bunga yang ringan kepada pengusaha bordir, pemerintah daerah dan perbankan diharapkan mendukung dan membina dalam pengembangan usaha bordir.

Penelitian yang lain oleh Sutami (2012) “Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional (Studi kasus pedagang sayuran, pedagang buah dan pedagang sembako di Pasar Kapasan Surabaya)”. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa kendala-kendala yang dihadapi pedagang: yang pertama, masalah kepercayaan antara pedagang dengan tengkulak; yang kedua, masalah pelayanan kepada pembeli atau konsumen; yang ketiga, masalah pengiriman barang dagangan dari

tengkulak kepada pedagang; yang keempat, masalah ketidak-nyamanan lingkungan pasar; dan yang kelima, waktu dan cuaca yang berpengaruh pada hasil keuntungan pedagang. Strategi rasional pedagang yang dideskripsikan dalam penelitian ini ialah 1) menjalin relasi sosial; 2) kerja keras pedagang; 3) penghematan para pedagang; 4) religi para pedagang.

Penelitian selanjutnya oleh Rosandi (2013) “Perilaku Ekonomi Rasional Pengusaha Kain Tenun Songket Sasak (Studi kasus UD. Dharma Setya di Desa Puyung, Kecamatan Jonggat, NTB)”. Dalam penelitian disimpulkan bahwa strategi pengusaha kain tenun ialah: 1) Strategi produksi: mempunyai pengrajin tetap, modal dari tabungan sendiri, meminjam uang kepada kerabat dekat, membuat kemasan yang menarik, dan memantapkan kualitas kain tenun songket; 2) Strategi pemasaran: mendirikan *Art Shop* sendiri, penjualan tunai, menerima pesanan secara *online*, bekerja sama dengan *travel*; 3) Usaha melanggengkan pengrajin.

Berkaitan dengan penelitian ini, perspektif moral lebih mengarah pada hubungan kerja sama dengan berbagai pihak. Bahwa dalam prinsip “dahulukan selamat” dalam berdagang membuat para pedagang menjalin relasi dengan berbagai pihak yang berpengaruh pada aktivitas ekonomi mereka. “Dahulukan selamat” yang dianut dalam ekonomi moral dapat dihubungkan persamaannya dengan kepentingan para pedagang untuk kelancaran usahanya. Dalam perspektif moral memandang bahwa strategi yang dilakukan lebih cenderung berkelompok. Sedangkan perspektif rasional lebih mengarah perhitungan untung rugi dalam kegiatan perdagangan. Perspektif rasional juga mengarah pada tindakan yang

dilakukan pedagang berdasarkan perbandingan atas nilai-nilai keuntungan yang diperoleh. Tulisan ini mendeskripsikan strategi pedagang pakaian untuk mengatasi persoalan (dalam perspektif moral dan rasional).

1.6. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dalam mencari data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara secara mendalam terhadap para pedagang agar dapat menggali informasi sebanyak-banyaknya tentang fokus penelitian. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2005:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan, dll., secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Tipe penelitian ini termasuk tipe penelitian deskriptif. Hasil temuan data yang dideskripsikan oleh peneliti digunakan untuk membatasi rumusan masalah sehingga tetap fokus pada tujuan penelitian. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada pedagang pakaian. Peneliti memilih memusatkan pada pedagang pakaian karena pada Pasar TP Pagi sebagian besar pedagangnya berjualan pakaian dan minoritasnya sangat beragam. Dalam satu variabel pedagang pakaian dibagi menjadi dua kategori yaitu pedagang pakaian baru dan pedagang pakaian bekas.

1.6.1. Pemilihan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada lokasi Pasar TP Pagi. Lebih tepatnya dilakukan kepada pedagang yang menggelar lapaknya di ruas-ruas jalan atau trotoar sekitar area monumen Tugu Pahlawan. Penelitian ini terfokus pada pedagang kaki lima yang membuka lapaknya setiap hari. Pedagang kaki lima tersebut bertempat di Jalan Pahlawan (depan PT. Peln dan depan Bank Mandiri) memutar hingga Jalan Kebon Rojo dan Jalan Sulung. Untuk lebih jelasnya lihat gambar 2.1 pada halaman 36. Alasannya dilakukan penelitian di Pasar TP Pagi adalah antara lain:

- a) Pasar TP Pagi berbeda dengan pasar-pasar tradisional lain. Pasar ini tidak lain ialah sekumpulan pedagang kaki lima yang menggelar lapaknya di ruas jalan dalam jumlah lumayan banyak di kawasan Tugu Pahlawan yakni pusat Kota Surabaya.
- b) Pasar TP Pagi sudah menjadi fenomena dan sangat tidak asing bagi warga Surabaya. Pasar ini masih eksis dan bertahan di tengah-tengah kehidupan kota Surabaya.
- c) Pedagang tetap yang membuka lapaknya setiap hari secara tidak langsung telah menggambarkan akan ketergantungannya pedagang terhadap keberadaan Pasar TP Pagi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.
- d) Adanya strategi-strategi para pedagang dalam mempertahankan posisi mereka dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan perdagangan di Pasar TP Pagi.
- e) Adanya perkembangan dari sejarah awal Pasar TP Pagi hingga sekarang meskipun ada kendala-kendala yang dihadapi para pedagang.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

1.6.2.1. Observasi

Observasi partisipan menurut Supardi (2006:91) adalah apabila observasi (orang yang melakukan observasi) turut ambil bagian atau berada dalam keadaan obyek yang diobservasi. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran kegiatan-kegiatan pedagang kaki lima yang tidak tertulis atau yang tidak tersampaikan secara lisan. Dengan melakukan observasi, peneliti dapat melihat situasi dan kondisi yang mendukung atau menghambat dalam melakukan penelitian.

Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi pada kegiatan pedagang kaki lima saat membuka lapaknya, berlangsungnya proses kegiatan berjualan, hingga menutup lapaknya. Peneliti juga mengamati kegiatan pedagang dan pengunjung selama hari senin hingga minggu pada tanggal 16-22 Februari 2015 demi mendapatkan gambaran setiap harinya serta pengamatan dari pengalaman peneliti selama berkunjung dan melakukan transaksi jual beli sebelumnya. Dalam proses observasi juga mengajukan pertanyaan umum kepada tukang parkir, pedagang, dan pengunjung.

1.6.2.2. Wawancara Mendalam

Setelah itu, pada penelitian kualitatif penting adanya metode wawancara. Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan informan yang memiliki kapasitas atau pengetahuan tentang masalah penelitian. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam (*indepth interview*) dengan beracuan pada pedoman wawancara (*interview guide*). Hal ini dilakukan agar informasi yang didapatkan terarah dan tidak menyimpang.

Wawancara tersebut bertujuan untuk mendapatkan data sebanyak-banyaknya serta akurat dari para informan. Dalam tahap wawancara ini, peneliti menggunakan *handphone* untuk merekam jawaban informan atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan agar data yang diperoleh tersimpan dan dapat didengar berulang kali.

1.6.2.3. Dokumentasi

Dalam tahap ini, peneliti melakukan dokumentasi untuk mendapatkan data berupa foto. Peneliti menggunakan *digital camera* dengan kualitas yang memadai supaya mendapatkan foto yang jelas. Dengan menggunakan alat tersebut, peneliti bisa mengambil gambar-gambar kegiatan pedagang, misalnya saat membuka/menutup lapak, alat-alat yang dipakai untuk lapak pedagang, dan lain sebagainya. Dari hasil jepretan kamera tersebut, peneliti memilah-milah foto lalu memilih foto yang bagus dan mampu menggambarkan kegiatan pedagang dan situasi pasar.

1.6.3. Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan dilakukan menurut kriteria yang dikemukakan oleh Spradley (1997:61-65), yaitu:

1. Melalui enkulturasi penuh: bahwa informan benar-benar mengetahui keadaan budayanya, individu yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui tetapi juga dihayati. Sehingga ketika memberikan informasi, mereka tidak perlu memikirkannya;
2. Keterlibatan secara langsung: individu yang masih/sedang berkecimpung atau terlibat dalam kegiatan yang tengah diteliti, informan terlibat langsung di

lingkungan tersebut. Informan yang beberapa hari yang lalu atau kemarin masih terlibat dalam budayanya namun sekarang sedang tidak terlibat, maka tidak dapat dijadikan informan;

3. Suasana budaya yang tidak dikenal: individu yang tergolong asing bagi peneliti sehingga lebih menggaikkan untuk dijadikan narasumber, informan memberikan informasi budaya yang tidak dikenal peneliti sebelumnya;
4. Mempunyai waktu yang cukup: informan mempunyai waktu yang cukup untuk wawancara;
5. Tidak menganalisa: tidak cenderung menyampaikan informasi hasil kemasannya sendiri (tidak diolah terlebih dahulu). Dengan demikian informan dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja dengan ketentuan bahwa yang dipilih sebagai informan adalah orang yang mengetahui obyek penelitian kami.

Dari kriteria Spradley, peneliti memilih informan-informan sebagai berikut:

1. Salah satu Ketua Pengurus Paguyuban PKL ialah Bapak Samsul. Informasi dari ketua pengurus PKL diperlukan untuk mengetahui tentang sejarah Pasar TP Pagi dan struktur organisasi kepengurusan PKL.
2. Tiga pedagang pakaian baru ialah Bapak Ali Toha (45 tahun), Mas Usman (33 tahun), dan Bapak Jono (60 tahun) dan tiga pedagang pakaian bekas ialah Mas Zainal (24 tahun), Ibu Samirah (35 tahun), dan Bapak Yusuf (42 tahun). Dari keenam informan tersebut, informasi dan data yang didapatkan sudah

cukup mampu menjawab pedoman wawancara sesuai rumusan masalah penelitian.

3. Wawancara kecil dilakukan ke beberapa pihak seperti pedagang selain enam informan di atas, tukang parkir, dan pengunjung. Informasi yang didapat dari wawancara kecil digunakan untuk melengkapi dan mendukung data penelitian serta mengoreksi data dari enam informan di atas.

1.6.4. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ialah analisis deskriptif kualitatif. Data-data yang diperoleh peneliti untuk dijadikan sebuah informasi yang bagus dengan dasar teori dan metode yang telah digunakan peneliti. Jadi setelah mengumpulkan data yang ada, mengklasifikasi data, dan selanjutnya peneliti menganalisis data-data yang diperoleh untuk difokuskan pada fenomena yang diangkat.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dikumpulkan hingga mencukupi dan sudah menjawab dari permasalahan yang diangkat. Dari hasil observasi, dirangkum dalam satu gambaran untuk mendukung data yang didapat dari wawancara. Dari hasil wawancara mendalam yang berupa rekaman, dirangkum berupa transkrip wawancara untuk mempermudah melihat data-data yang telah diperoleh. Dari hasil dokumentasi, memilih foto yang tepat untuk dijadikan gambaran sebagai pendukung data. Dengan terkumpulnya data, memudahkan untuk mengklasifikasikannya agar lebih relevan dalam menjawab permasalahan penelitian.

Selanjutnya tahap klasifikasi data ialah memilih data yang relevan dan bermakna, memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan dan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian disusun secara sistematis untuk membentuk suatu data yang terarah dan terfokus. Dalam tahap ini penyusunan informasi data sesuai kategorisasi dalam tema dan sub tema dengan tujuan untuk mendeskripsikan secara terperinci dalam sajian data. Penyajian data dapat berupa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik dan tabel. Dengan demikian peneliti dapat tetap menguasai data dan tidak tenggelam dalam kesimpulan informasi yang dapat membosankan. Hal ini dilakukan karena data yang terpencar-pencar dan kurang tersusun dengan baik dapat mempengaruhi peneliti dalam bertindak secara ceroboh dan mengambil kesimpulan yang memihak, tersekat-sekat dan tidak mendasar.

Setelah klasifikasi dengan menghasilkan sebuah data deskriptif yang terperinci dan sistematis, selanjutnya beralih pada tahap interpretasi. Dalam tahap interpretasi, peneliti mencari makna atau inti dari hasil penelitian yang telah disajikan dalam sebuah deskripsi. Tidak hanya sebatas itu, hasil penelitian digeneralisasikan dengan teori-teori relevan yang telah dituliskan dalam sebuah kerangka teori sebelumnya. Kemudian ditarik sebuah kesimpulan dari deskripsi dan analisis dengan teori.