



**JARINGAN SOSIAL PEDAGANG BARANG BEKAS DI PASAR KAIN  
PUAKANG (ROMBENG)**

*Second Goods Traders Social Networks In The Puakang Fabric Market  
(Rombeng)*

**Nurlina Kiranti Dewi<sup>1</sup>, Yoskar Kadarisman<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universtas Riau

<sup>1</sup>Email: [nurlina.kiranti3445@student.unri.ac.id](mailto:nurlina.kiranti3445@student.unri.ac.id)

<sup>2</sup>Email: [yoskar.kadarisman@lecturer.unri.ac.id](mailto:yoskar.kadarisman@lecturer.unri.ac.id)

**Abstract**

*This study aims to determine the form of social networks between used goods traders and suppliers (take), and to determine the obstacles experienced in establishing social networks. The method used in this research is qualitative research by conducting participant observation, in-depth interviews and documentation as data collection techniques. As for the subject of this study, there were 6 market traders who were selected through certain criteria, and there was 1 key informant, namely a wholesaler. The results of this study, the relationship formed by traders in the Peaking Cloth Market are motivated by a network of interests: influenced by the economy and emotional networks: influenced by kinship and friendship. The form of the network is based on the strength of the interaction between Peaking Cloth Market traders and wholesalers, namely (1) weak bonds: occur in relationships that are not too intense, very rarely communicate, (2) then on strong bonds: marked by frequent communication and have a reciprocal relationship. As well as there are obstacles in establishing networks that are felt by large traders, namely constraints on trust in establishing relationships with new traders.*

**Keywords:** Social Networks, Used Goods Dealers

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk jaringan sosial antara pedagang barang bekas dengan pemasok (tauke), dan untuk mengetahui kendala yang dialami dalam menjalin jaringan sosial. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan melakukan partisipasi observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Adapun subjek penelitian ini terdapat 6 orang pedagang pasar yang dipilih melalui kriteria tertentu, dan terdapat 1 informan kunci yakni pedagang besar. Hasil dari penelitian ini, hubungan yang terbentuk oleh pedagang di Pasar Kain Puakang dilatar belakangi oleh adanya jaringan kepentingan: dipengaruhi oleh perekonomian dan jaringan emosional: dipengaruhi oleh hubungan kekerabatan dan pertemanan. Adapun bentuk jaringan berdasarkan kekuatan interaksinya diantara pedagang Pasar Kain Puakang dengan pedagang besar, yakni terdapat (1) ikatan lemah: terjadi pada hubungan yang tidak terlalu intens, sangat jarang melakukan komunikasi, (2) selanjutnya pada ikatan kuat: ditandai dengan seringnya melakukan komunikasi dan memiliki hubungan timbal balik. Serta terdapat kendala dalam menjalin jaringan yang dirasakan oleh pedagang besar yakni terkendala pada kepercayaan dalam menjalin hubungan dengan pedagang yang baru.

**Kata Kunci:** Jaringan Sosial, Pedagang Barang Bekas

## PENDAHULUAN

Pedagang merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas individu dalam memenuhi kebutuhan ekonominya dengan cara menjualkan barang dagangan yang telah didapatkan dari pihak lain, kemudian dijualkan dengan harga yang telah disepakati. Secara bahasa pedagang adalah individu yang membeli barang kepada pihak lain kemudian menjualkannya kembali dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Berarti pedagang merupakan sarana atau pihak kedua sebelum konsumen dalam mendapatkan barang dari produsen. Pada umumnya pedagang menjual barang di lingkungan jalanan ataupun pasar ataupun tempat keramaian lainnya dan merupakan tempat yang dimiliki atau dikuasai oleh pemerintah setempat.

Pada peraturan presiden pasar adalah tempat jual-beli barang dari penjual ke pembeli. Dalam institusi ekonomi pasar termasuk kedalam suatu hal yang diperkirakan dapat menggerakkan kehidupan perekonomian dalam suatu masyarakat hal ini dikarenakan pasar memiliki aktivitas yang sudah melekat oleh pembeli dengan pedagang (Damsar, 1997). Pada umumnya karakteristik pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional dimaknai dengan kegiatan jual-belinya dilakukan secara langsung dan melakukan tawar-menawar. Sedangkan pasar modern dimaknai dengan kegiatan jual-belinya dapat dilakukan secara tidak langsung dan tidak melakukan tawar-menawar. Kabupaten Karimun sendiri memiliki 5 pasar tradisional yaitu Pasar Maimun yang ada di kecamatan Karimun, Pasar PN di kecamatan Tebing, Pasar Bukit Tembak di kecamatan Meral, Pasar Sri Karimun di kecamatan Karimun yang menjual bahan sandang dan pangan. Serta terdapat satu pasar yang menjual sandang dengan kondisi yang tidak baru atau bekas yaitu Pasar Kain Puakang atau Pasar Rombeng yang berada Kecamatan Karimun.

Pasar Kain Puakang dikelola oleh Perusahaan Aset Daerah, peraturan mengenai Perusda yang dibentuk sesuai dengan ketentuan (Undang-Undang Presiden Republik Indonesia No.5 Tahun 1962 Tentang Perusahaan Daerah, 1962) dalam UU ini mengatur pada modal yang seluruh atau sebagiannya merupakan kekayaan daerah maupun dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) sesuai dengan ketentuan undang-undang. Setiap aktivitas usaha yang dilakukan di Pasar Kain Puakang menyesuaikan dengan ketentuan dan kebijakan yang telah diatur serta dikuasai oleh pemerintah setempat. Pasar Kain Puakang termasuk pusat belanja barang bekas yang terkenal di Kabupaten Karimun karena barang bekas yang dijual menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan barang dengan kualitas yang bagus dengan harga yang murah.

Pasar Kain Puakang telah didirikan lebih dari 20 tahun lamanya, maraknya perdagangan barang bekas yang ada di Pasar Kain Puakang ini masih eksis hingga sekarang dikarenakan barang yang didapatkan merupakan barang dari luar negeri dengan tersedia merk-merk terkenal yang dijual dengan harga yang relatif murah. Berdagang barang bekas menjadi hal yang populer sejak awal tahun 2000-an karena sangat banyak diminati oleh konsumen, berdasarkan hasil survei yang dilakukan sebelum terjadinya kasus pandemi banyak pengunjung yang berasal dari luar pulau Karimun berdatangan untuk memburu barang bekas yang ada di Pasar Kain Puakang ini. Akibat dari banyaknya pengunjung yang berdatangan membuat jumlah pedagang juga meningkat, bahkan pedagang menjajakan barang dagangannya di tepi jalan yang berseberangan dengan Pasar Kain Puakang.

Berikut peneliti paparkan jumlah pedagang di Pasar Kain Puakang dalam bentuk tabel dari tahun 2018-2021, sebagai berikut:

**Tabel 1. Jumlah Pedagang di Pasar Kain Puakang Tahun 2018-2021**

Tahun	Jumlah (Pedagang)
2018	178
2019	178
2020	169
2021	144

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa dari tahun 2020 telah terjadi penyusutan pedagang yang bekerja di Pasar Kain Puakang, menurun sebanyak 25 pedagang. Hal ini dikarenakan di tahun 2020 adanya kebijakan pemerintah dalam penanganan *Covid-19*, yang mana kasus *covid-19* di Kabupaten Karimun semakin meningkat sehingga pemerintah Kabupaten Karimun mengedarkan surat kebijakan sesuai dengan Peraturan Bupati Karimun No. 49 tahun 2020 tentang Penerapan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan Sebagai Upaya Pencegahan dan Pengendalian *Coronavirus Disease 2019* (Bupati Karimun, 2020).

Berdasarkan hasil survei peneliti, diperoleh informasi barang bekas yang tersedia di Pasar Kain Puakang ini selain pakaian ada juga barang lain yang dijual dalam keadaan bekas seperti tas, sepatu, sprei, handuk, boneka dan lain sebagainya. Pedagang yang menjual pakaian juga menyediakan berbagai jenis usia dimulai dari pakaian diusia bayi, remaja hingga dewasa (Diana, 2019). Walaupun kondisi pakaian yang dijual dalam keadaan bekas, merk yang ditawarkan di Pasar Kain Puakang adalah merk-merk yang terkenal, yang dijual dengan harga murah dengan kisaran harga sebesar Rp5.000-, hingga Rp250.000-, tergantung dari jenis barang apa yang dijual, sehingga membuat masyarakat tertarik untuk berbelanja. Pada saat baju akan dijual di pasar, seluruh pedagang akan mencuci dan akan dipilah-pilah barang terlebih dahulu (Putri, 2019). Kegiatan ini akan berlangsung supaya kualitas barang yang dijual bagus, maksud dari kualitas bagus bagi pedagang barang bekas adalah barang yang dijual tidak sobek, warna tidak luntur, dan masih layak dipakai.

Pusat perdagangan barang bekas di Pasar Kain Puakang merupakan tempat terjadinya transaksi jual-beli barang dalam kondisi sudah bekas atau sudah tidak baru lagi. Serta di pasar ini menjadi tempat interaksi antar individu dalam mendapatkan barang sesuai keinginannya. Namun, dalam mendapatkan barang bekas diperlukannya usaha dari pedagang di pasar untuk membangun hubungan dengan pedagang besar. Pedagang besar artinya pedagang yang membeli suatu barang dalam jumlah yang besar atau dengan hitungan per-ball yang kemudian dijual kepada pedagang-pedagang kecil lainnya (Damsar, 1997).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bentuk dari jaringan yang terjadi antar aktor yang terlibatnya pedagang di Pasar Kain Puakang dan pedagang besar, yang dalam hal ini merupakan aktor yang mendapatkan barang bekas dengan cara diimpor secara ilegal atau disebut dengan *Bosball*. Para pedagang Pasar Kain Puakang memperoleh pakaian bekas dari seorang yang menyelundupkan barang dari luar negeri, seseorang ini merupakan pedagang besar. Berdasarkan hasil survei di lapangan pedagang besar mendapatkan tidak lagi langsung dari luar negeri melainkan mendapatkan barang melalui pemasok

yang berasal dari Batam, dengan menjalin hubungan dengan pemasok yang ada di Batam, pedagang besar di Karimun membeli secara per karung dengan jumlah yang banyak dalam sekali transaksi dan dijual kepada pedagang di pasar.

Memperjual belikan barang bekas impor termasuk pelanggaran yang melanggar Peraturan Menteri Perdagangan RI No.51/2015 mengenai Larangan Impor Pakaian Bekas (Arifah, 2016). Namun, di dalam prakteknya memperjual belikan barang impor bekas masih terjadi di Karimun. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan kerjasama yang dibangun untuk menyebarluaskan barang bekas dari pedagang besar yang menjual kepada pedagang di Pasar kemudian pedagang pasar menjual barang bekas kepada konsumen secara enceran. Sehingga dari hubungan tersebut terciptalah jaringan yang mengikat mereka akibat saling berhubungan satu sama lain, maksud dari jaringan menurut Muzdalifah (2021) adalah sebuah hubungan yang terjadi tidak dapat dipisahkan dalam aktivitasnya yang artinya hubungan ini telah disatukan oleh simpul dan ikatan.

Pola jaringan sosial yang dibangun oleh pedagang besar dengan pedagang pasar berupa suatu hal yang dapat membantu pedagang pasar dalam memperluas informasi terkait barang-barang bekas dengan merk dan model yang terkenal. Keaktifan jaringan sosial yang terjadi ditandai dengan adanya komunikasi yang aktif. Komunikasi yang berlangsung oleh pedagang pasar dengan pedagang besar merupakan komunikasi yang dilakukan secara tidak terang-terangan, hal ini dikarenakan pedagang besar (tauke) yang membawa barang bekas dengan menggunakan kapal-kapal kecil yang berlayar di tengah lautan yang dilakukan secara tersembunyi (penyeludupan). Kapal-kapal tersebut singgah di pelabuhan-pelabuhan kecil yang jaraknya dekat dengan Pasar Kain Puakang. Aktivitas yang dilakukan secara tertutup ini dapat berlangsung hingga sekarang karena didasari oleh norma dan terciptanya hubungan yang saling percaya antar satu sama lain. Barang-barang yang diterima pedagang pasar berupa barang-barang yang dibungkus dengan karung besar atau yang disebut dengan perball dengan berat 30 kg per-karungnya.

## METODE

Penelitian ini berlokasi di Pasar Kain Puakang Kecamatan Karimun Kabupaten Karimun. Menggunakan jenis penelitian kualitatif, metode penelitian kualitatif dimaknai sebagai penelitian naturalistik karena dilakukan pada kondisi secara alami terjadi (Sugiyono, 2017). Subjek dalam penelitian adalah pedagang yang menjual pakaian bekas di Pasar Kain Puakang Kabupaten Karimun sebagai subjek utama. Pengambilan subjek penelitian dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan pada *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

1. Pedagang yang sudah berdagang minimal 5 tahun.
2. Mempunyai pedagang besar (tauke) minimal 2 orang.

Berdasarkan hal tersebut peneliti menemukan 6 orang pedagang barang bekas di Pasar Kain Puakang yang menjadi informan utama, dan 1 orang tauke yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder sebagai pendukung untuk menjawab hasil dari penelitian ini, adapun jenis sumber datanya ialah sumber data primer dan

sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti cenderung memperoleh data yang memenuhi standar dan kriteria yang sudah ditetapkan (Prastowo, 2016), diantaranya: partisipan observasi, wawancara mendalam, triangulasi dan dokumentasi. Menganalisis data memiliki tujuan untuk menyimpulkan secara rinci empiris kehidupan sosial (Neuman, 2016). Adapun langkah-langkah dalam menganalisa data yang dilakukan peneliti, adalah sebagai berikut pertama reduksi data, kedua penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

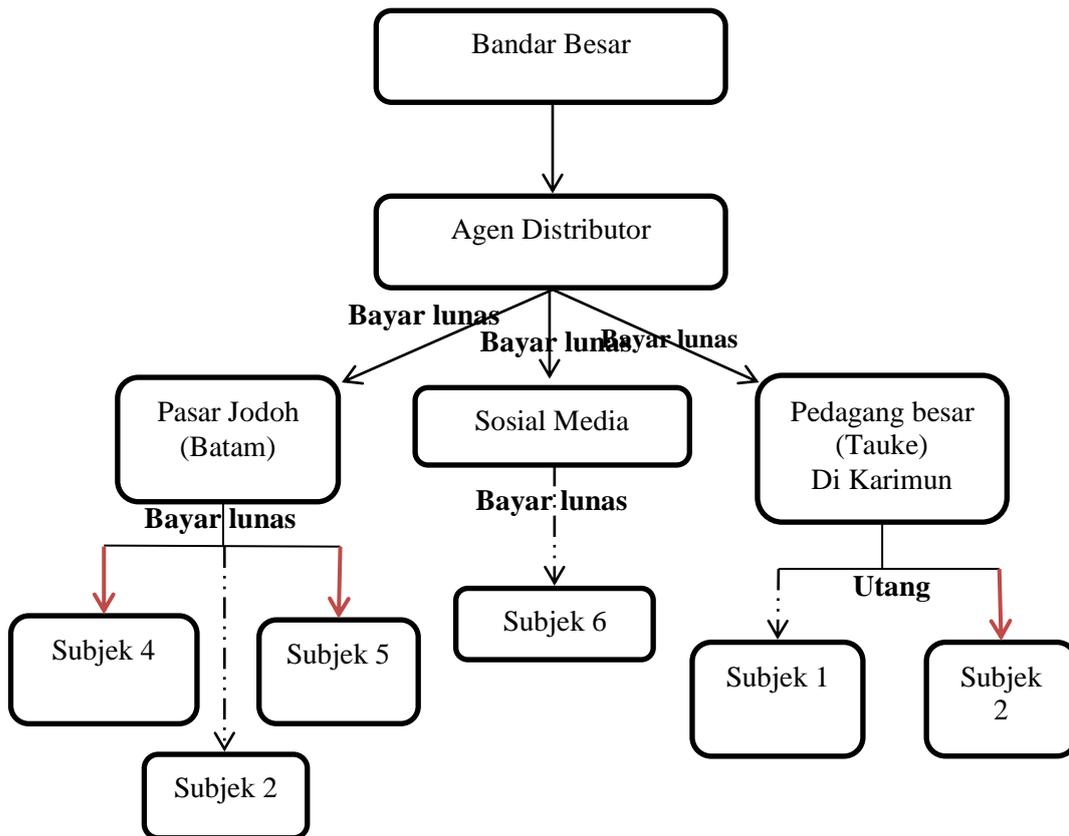
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Bentuk Jaringan Sosial Pedagang Barang Bekas***

Pasar adalah tempat terjalinnya interaksi yang dilakukan dalam melakukan transaksi jual-beli. Tindakan jual beli yang dilakukan merupakan bentuk dari tindakan ekonomi, dan terdapat aktor yang terlibat didalamnya seperti pedagang, pembeli dan agen atau pemasok barang. Dari tindakan tersebut secara tidak langsung para aktor akan membentuk jaringan dari hubungan-hubungan sosial yang terjalin, yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan usahanya.

Terbentuknya jaringan pada umumnya karena ada kenalan-kenalan sehingga menghubungkan kita dengan satu orang sehingga membuat jaringan. Pada temuan dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa proses terbentuknya jaringan tidak hanya dari kenalan biasa, tetapi juga bisa dari kerabat dekat, bahkan media sosial yang bisa menghubungkan kita dengan orang yang memiliki pengaruh dalam memasok barang bekas ini. Berdasarkan jaringan yang terjalin melalui media sosial menunjukkan bahwa pedagang jarang melakukan kontak sehingga menunjukkan bahwa ikatan tersebut tidaklah terlalu kuat, justru membuat ikatan tersebut menjadi lemah. Hal ini dikarenakan bahwa di dalam hubungan tersebut tidak terdapatnya hubungan timbal balik yang dapat memperkuat ikatan di dalamnya, sehingga tidak ada kerjasama selain pada saat melakukan pemesanan barang sedang berlangsung.

Sedangkan, pada beberapa pedagang barang bekas menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sedang berlangsung dengan menjaga dan selalu melakukan kontak sepanjang waktu kepada pedagang besar (tauke). Alhasil, ikatan yang terbentuk menjadi sangat kuat. Hal ini dapat dilihat bahwa terdapat hubungan timbal balik, karena sebagaimana yang dikatakan oleh Coleman bahwasannya di dalam hubungan yang terdapat hubungan timbal balik, akan dapat menumbuhkan rasa percaya dan dari kepercayaan ini yang akan menguatkan ikatan dalam jaringan tersebut. Untuk lebih mudah dalam memahami jaringan sosial dengan kekuatan interaksi yang terjalin antar pedagang barang bekas dengan pedagang besar (tauke) dapat dilihat pada gambar 5 di bawah ini:



**Gambar 1 Bentuk Jaringan Sosial Pedagang barang bekas dengan Tauke**

Keterangan:

- = Jaringan ikatan kuat
- - - - -> = Jaringan ikatan Lemah

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa jaringan sosial yang terjalin antar pedagang barang bekas di Pasar Kain Puakang dengan tauke terdapat ikatan kuat dan ikatan lemah. Pedagang barang bekas menjalin hubungan kerja sama dan mendapatkan barang dari 3 jenis pedagang besar, yakni pedagang besar yang berada di Karimun atau yang disebut dengan tauke, kemudian pedagang yang mendapatkan barang yang dibelinya secara encer di salah satu pusat pasar yang menjualkan barang-barang bekas dan yang terakhir pedagang yang mendapatkan pakaian bekas dari media sosial, yakni dari forum jual beli *online* di *facebook*. Pada gambar di atas menunjukkan pada pedagang barang bekas yang menjalin hubungan dengan melakukan kontak secara terus-menerus dengan pedagang besar dengan memiliki hubungan yang timbal balik serta saling percaya antar satu sama lain merupakan ikatan kuat. Hal ini dikarenakan hubungan yang terus menerus dilakukan akan membuat hubungan tersebut menjadi lebih *intense*, inilah yang terjadi pada subjek penelitian 3,4 dan 5 yang tetap menjaga hubungan baik dengan taukenya.

Pada subjek penelitian ini yakni subjek 1,2 dan 6 termasuk ke dalam jenis kekuatan jaringan pada ikatan lemah. Hal ini dikarenakan subjek 1 yang menjalin hubungan dengan tauke yang ada di Karimun, jarang melakukan komunikasi

secara intens. Pemaknaan subjek 1 dan 2 dalam menjalin hubungan dengan tauke yaitu hanyalah sebatas hubungan kerja, sehingga hubungan timbal balik yang terjadi antar mereka hanya terjadi pada saat melakukan transaksi jual beli saja. Berbeda dengan subjek 6 yang menjalin hubungan dengan pedagang besar melalui media sosial membuat aktivitas yang terjalin didasari dengan kepercayaan yang rendah bahkan dapat dikatakan bahwa mereka tidak memiliki kepercayaan sama sekali (Damsar & Indrayani, 2018), selain itu hubungan yang terjadi tidaklah cukup intens.

Pada jaringan sosial juga membahas bentuk dari jaringan sosial itu sendiri, dengan melihat hubungan berdasarkan tingkatan jaringannya. Berdasarkan temuan di lapangan peneliti melihat bentuk dari jaringan sosial yang terjadi antara pedagang barang bekas dengan pedagang besar ialah jaringan mikro. Dalam konteks mikro dapat dilihat dari interaksi yang dilakukan dengan ruang lingkup yang lebih kecil sebagaimana hubungan yang terjalin antara pedagang barangbekas dengan pedagang besar (tauke) yang selalu melakukan hubungan secara berulang-ulang dan dilakukan secara terus-menerus yang dapat ditemui dalam hubungan sehari-hari. Pada bentuk jaringan mikro yang terjalin antara pedagang pakaian bekas dengan pedagang besar (tauke) dapat dilihat sebagaimana dalam hasil penelitian beberapa informan membentuk jaringan sosial dengan pedagang karena dihubungkan dari ikatan keluarga dan persahabatan yang telah terjalin lama.

Terdapat bentuk jaringan makro di dalamnya. Jaringan makro merupakan jaringan sosial dengan ruang lingkup yang lebih luas, dan hal ini sangat umum yang terjadi di dalam segala aktivitas di pasar terutama Pasar Kain Puakang ini. Dimasukkan ke dalam jaringan makro karena hubungan yang terjadi merupakan hubungan atau ikatan yang telah terjalin dan membentuk bagaikan simpul-simpul yang saling berkaitan. Alhasil, aktor di dalam pasar yang terlibat membangun jaringan yang lebih luas dalam mendapatkan barang bekas yang kemudian dijualkannya kepada pembeli, hal ini dikarenakan barang-barang bekas yang dijual merupakan barang-barang bekas yang berasal dari luar negeri. Sebagaimana yang telah di gambarkan pada gambar 5 pedagang besar yang mendapatkan barang dengan cara membangun hubungan dengan agen distributor, sekelompok agen ini tentunya tersebar di berbagai daerah sehingga merekalah yang menyebarluaskan barang-barang bekas kepada pedagang besar yang akan dijualkannya dalam bentuk per karung. Tidak hanya itu, agen distributor ini juga bekerja sama untuk mendapatkan dan menyeludupkan barang yang didapatkan dari luar negeri, yang mana yang melakukan hal tersebut merupakan orang yang memiliki kuasa untuk melakukannya atau yang disebut mereka dengan bandar besar. Hal ini dikarenakan merekalah yang memiliki kuasa dan menanggung risiko yang besar untuk menyeludupkan barang-barang bekas impor hingga barang tersebut sampai ke dalam negeri.

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa jaringan makro ini memiliki fungsi sebagai jembatan. Sebabnya dilihat dari cara kerja mereka lebih mengacu kepada menghubungkan beberapa orang dan kelompok dalam mendapatkan dan menyebarluaskan barang-barang bekas sampai akhirnya barang bekas tersebut sampai ke tangan pembeli, yang dijual secara enceran.

## *Norma*

Pada konteks norma menurut Coleman mengatakan bahwa norma ada sebagai sumber bagi setiap individu, yang dipegang teguh oleh individu dalam melakukan segala tindakan sosial. Norma dapat menjadi hal yang penting karena nilai yang dianut dan dibawa oleh setiap individu dalam melakukan interaksi akan dapat mempengaruhi untuk individu yang dijumpai melakukan kerjasama (Santoso, 2020). Sehingga nilai-nilai yang baik dan dapat diterima oleh individu lain dapat menyebabkan seseorang atau kelompok untuk bergabung di dalam sebuah jaringan sosial. Adapun norma bagi tauke diantaranya:

- a. Pedagang tidak bisa memilih barang yang sudah berisi di dalam karung.

Pada saat melakukan pemesanan, pedagang pasar hanya menghubungi tauke untuk membeli barang baru, dengan menyatakan jenis barang yang ingin dibeli. Pada saat proses pembelian barang-barang bekas, para pedagang tidak mengetahui isi dalam dari karung tersebut, baik itu warna, ukuran bahkan kualitas dari barang tersebut pedagang tidak mengetahuinya. Hal ini sudah menjadi aturan yang dibuat oleh tauke bahkan sebelum-sebelumnya. Barang yang didapatkan tauke merupakan barang yang diimpor dari agen yang mengambil barang-barang bekas ini langsung dari luar negeri dan sudah didapatkan dengan perkarung. Agar tidak ada kerugian, jadi tauke tidak membuka karungnya itu, dan dijual kepada pedagang di pasar dalam bentuk yang sama.

Berdasarkan ini dapat disimpulkan bahwa tauke telah menerapkan aturan sejak lama sekali, bahwa pedagang yang membeli barang secara perkarung yang dapat memilah sesuai keinginan. Jadi isi barang yang telah dimasukkan ke dalam karung, dengan berat yang sama yaitu 30 kilo gram tidak bisa dibuka dan membongkar sebelum melakukan kesepakatan dan pembayaran.

- b. Pedagang tidak boleh memiliki tauke lebih dari 2 orang.

Terdapat hal yang unik yang diungkapkan oleh informan kunci dalam penelitian ini. Ia memiliki aturan khusus yang dibuatnya sendiri, sehingga dari aturan ini mengikat pelanggannya untuk tidak melakukan hal tersebut. Maka dari itu pelanggan tetap yang ia miliki sekarang tidak lebih dari 10 orang pedagang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tauke adalah orang yang setia dan menghargai komitmen.

Sehingga norma yang dibuatnya dapat berpengaruh bagi kelangsungan usahanya ini maupun usaha pedagang yang menjadi langganannya.

- c. Tidak boleh berhutang bagi pedagang yang mengambil barang langsung ke Batam.

Aturan selanjutnya adalah aturan yang berlaku bagi para pedagang yang mengambil barang ke Pasar Jodoh Batam, dan telah memiliki hubungan yang dekat sehingga terjalin jaringan sosial di sana untuk memperlancar dan keberlangsungan bisnisnya. Berdasarkan temuan di lapangan, para pedagang yang memiliki jaringan untuk mengambil barang di Batam mengatakan bahwa mengambil barang di sana mereka tidak diperkenankan untuk berhutang, karena hubungan yang terjadi tidak sedekat dengan tauke-tauke yang ada di Karimun, kemudian kesulitan untuk mempercayai karena banyak pembeli dari luar daerah yang berkunjung ke pasar tersebut.

Sulitnya untuk berhutang berbelanja barang-barang bekas di Batam tidak menjadi halangan bagi pedagang di Pasar Kain Puakang untuk terus

berbelanja di Batam. Karena keuntungan yang didapatkan diperkirakan lebih besar jika membeli langsung di Batam, sebabnya berbelanja di Batam seperti pembeli pada umumnya, yang hanya membeli barang karena barang tersebut bagus.

d. Pedagang yang tidak melunasi hutang, tidak akan diberi barang.

Aturan selanjutnya adalah pedagang yang tidak melunasi hutang, tidak akan diberi barang baru. Hal demikian dilakukan oleh tauke, karena tauke memerlukan modal untuk mengambil barang baru, sehingga diperlukan pengembalian modal sebelumnya.

### ***Kepercayaan***

Kepercayaan yang ditemukan di lapangan dapat dilihat dari risiko-risiko yang terjadi dan kesiapan dalam menerima konsekuensinya, seperti dalam melakukan pembayaran setiap melakukan transaksi jual beli. Sistem pembayaran disetiap tempat memiliki perbedaan dan keunikan masing-masing, karena sistem pembayaran ini merupakan sebuah aturan yang dibuat oleh tauke dan disepekatinya oleh pedagang yang berlangganan dengan tauke tersebut.

Pada umumnya mengambil barang dengan tauke yang ada di Karimun dapat dilakukan dengan pembayaran bertahap atau bahkan dengan menghutang. Jadi untuk prosesnya pedagang memesan barang kepada tauke yang ada di Karimun, kemudian disaat barang sampai ke tangan pedagang, pedagang boleh melakukan pembayaran secara tunai maupun utang. Memperbolehkan untuk menghutang tentu saja dimodali atas dasar kepercayaan yang telah dibangun sebelum melakukan transaksi.

Utang yang diberikan memiliki jangka waktu seminggu, dan perjanjian untuk menghutang yang diberi waktu seminggu ini diberikan kepada pedagang yang telah mengambil barang sebelumnya dengan tauke tersebut. Pemberian utang saat melakukan transaksi ini memang sudah menjadi hal umum yang diketahui oleh setiap pedagang. Maka dari itu diperlukannya sikap yang jujur sebelum membuat perjanjian, karena dari sikap yang jujur akan mudah dalam kelancaran untuk bekerjasama dengan tauke. Jika sudah menerapkan sifat yang jujur dalam berbisnis, tentunya akan membuat tauke senang untuk menjalin hubungan dengan pedagang lebih lanjut sebagai pemasok barang bekas. Karena dengan memiliki sikap yang jujur berarti menandakan bahwa diantara mereka telah terjalin kepercayaan atas dasar saling memuaskan dan menguntungkan satu sama lain.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, peneliti menemukan adanya toleransi untuk membayar utang yang diberikan oleh tauke kepada pedagang. Berdasarkan penjelesan sebelumnya dikatakan bahwa pada umumnya pembayaran dengan kredit (utang) diberi waktu hanya seminggu. Namun, peneliti menemukan bahwa pada beberapa subjek penelitian yang diberi kelonggaran dalam membayar hutang. Dengan adanya toleransi dan kelonggaran ini dapat dilihat bahwa hubungan yang terjadi antar tauke dan beberapa pedagang ini sangat dekat dan saling percaya, sehingga dapat dilihat bahwa ikatan ini sangat kuat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan subjek ke 3 pernah menghutang, kemudian meminta kelonggaran dengan memberikan waktu sedikit lagi untuk melunasi hutang tersebut. Karena hubungan yang terjalin antara subjek 3 dengan tauke langganannya, ia diberi sedikit waktu, tanpa memarahi dan tanpa hilang rasa

kepercayaannya satu sama lain. Subjek 3 mengaku ia selalu membayar tepat waktu, ia meminta kelonggaran waktu jika hal tersebut sangatlah mendesak baginya, dan tauke juga saling mengetahui apa yang terjadi dengannya, karena hubungan yang dibangun sudah sangat lama.

Kemudian hal ini juga disampaikan oleh informan kunci yang mengatakan bahwa kejadian seperti itu memang terjadi dihidupnya. Ia juga pernah memberikan kelonggaran dalam melunasi utang kepada langganannya saja, karena mereka saling mengerti satu sama lain, dan kepercayaan yang bangun memang sudah sangat kuat.

Hubungan yang terjalin memang sangat berpengaruh atas kepercayaan dan kejujuran antar pedagang dengan tauke. Jika norma dari tauke dapat ditaati pedagang dan hubungan yang terjalin sangat baik, maka akan menjadi keuntungan bagi mereka untuk membangun tingkat kepercayaan. Kepercayaan pada dasarnya kepercayaan menurut Lawang dalam (Damsar & Indrayani, 2013) merupakan hubungan antar individu atau lebih yang memiliki harapan yang dapat menguntungkan bagi kedua belah pihak dengan menjunjung tinggi kepercayaan antar satu sama lain.

Apabila pedagang yang tidak lagi mendapatkan kepercayaan dari tauke, sehingga pedagang tidak lagi mendapatkan barang dari tauke tersebut. Pelanggaran rasa percaya seseorang yang dihancurkan sehingga menimbulkan rasa kekecewaan. Pada konsep modal sosial, kepercayaan termasuk unsur yang sangat penting, karena dari kepercayaan dapat membuat hubungan menjadi semakin rekat sehingga dapat mengurangi risiko dan memudahkan urusan yang dihadapi bagi tauke dengan pedagang. Peneliti, menemukan terdapat hilangnya rasa kepercayaan dari tauke kepada salah satu pedagang, dikarenakan tidak membayar utang dalam jumlah yang besar tetapi masih dapat membeli barang baru dengan harga yang besar juga. Kekecewaan yang dialami tauke tentu saja memiliki alasan yang kuat, yang pasti alasannya adalah kerugian yang besar yang dialaminya, karena hutang yang belum dibayar tersebut adalah belasan juta.

### ***Kendala Dalam Menjalin Jaringan Sosial***

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, dalam membangun jaringan sosial dengan tauke, pedagang barang bekas tidak memiliki kendala sama sekali, karena pedagang ini dikenalkan lewat kenalan yang sudah berhubungan lama dengan tauke sebelumnya. Begitu juga dengan konflik yang terjadi, pedagang pakaian bekas di Pasar Kain Puakang merasakan bahwa mereka sama sekali tidak memiliki masalah dengan tauke yang ada. Namun, bagi tauke selaku informan kunci dalam penelitian ini, untuk membangun hubungan sosial dengan pedagang yang baru ia kenal merupakan suatu risiko yang memang harus ia terima, hal ini dikarenakan hanya bermodalkan kepercayaanlah yang bisa tauke berikan pada saat memberikan pedagang untuk berhutang. Bahkan tauke pernah mengalami konflik dengan salah satu subjek penelitian, alhasil konflik ini terjadi dalam waktu yang panjang, bentuk dari konflik ini berdampak kepada pedagang pakaian bekas yang tidak ia berikan barang baru lagi.

## KESIMPULAN

Bentuk jaringan sosial yang terbentuk antara pedagang pakaian bekas dengan pedagang besar (tauke) adalah jaringan mikro, yakni jaringan yang dibentuk oleh kerabat dan pertemanan. Selain itu jaringan yang terjadi diantara aktor yang terlibat ialah bentuk dari jaringan makro, jaringan yang terjadi mencakup secara luas. Seperti selain tauke yang berperan penting dalam mendistribusikan barang bekas kepada pedagang pakaian bekas yang ada di Pasar Kain Puakang terdapat aktor lain yang terlibat di dalam jaringan ini diantaranya ialah pedagang besar di Batam, agen kapal, porter, agen distributor dan bandar besar serta peran dari media sosial yang turut menyukkseskan distribusi barang bekas di Pasar Kain Puakang. Selanjutnya, jaringan sosial dapat dilihat dari kekuatan interaksi yang dilakukan oleh pedagang pakaian bekas dan pedagang besar (tauke). Terdapat dua jenis kekuatan dalam ikatan yang terjalin yakni:

### a. Ikatan Lemah

Menjalin ikatan dengan pedagang besar (tauke) ditandai dengan kurangnya berinteraksi membuat ikatan menjadi kurang kuat. Walaupun ikatan lemah yang terjadi dalam penelitian ini ditandai dengan kurangnya melakukan interaksi sepanjang waktu, para pedagang telah menjalin hubungan yang lama. Mereka hanya tidak ingin memiliki hubungan yang lebih dekat dan hanya menganggap sebagai teman kerja, namun hubungan yang baik tetap dijaga agar usaha mereka tetap berjalan.

### b. Ikatan Kuat

Menjalin hubungan dengan pedagang besar (tauke) dengan ikatan yang kuat ditandai dengan telah lamanya ia menjalin hubungan dengan tauke dan menjalin hubungan baik dengan tauke sehingga mendapatkan kepercayaan dari tauke. Berdasarkan hubungan ini memiliki fungsi dari hubungan timbal balik yang menguntungkan antar satu sama lain bagi perekonomian dan sosialnya. Selain menyukkseskan usaha berjualan pakaian bekas, pedagang pakaian bekas yang memiliki ikatan jaringan kuat mendapatkan keuntungan seperti mendapatkan kepercayaan tauke sehingga memudahkan pedagang dalam mendapatkan barang bekas dan diberi keringanan dalam membayar hutang.

Pada norma yang ada di pada jaringan yang terjalin antar pedagang pakaian bekas dengan pedagang besar (tauke) ialah norma atau aturan yang tidak tertulis. Namun segenap aturan telah diketahui dan disepakati bersama, aturan tersebut meliputi aturan penepatan bahwa pedagang atau langganan tidak boleh memilih barang yang sudah berisi di karung, langganan tidak boleh memiliki tauke lebih dari 2 orang tauke, tidak diberi menghutang bagi langganan yang berbelanja di luar kota, pedagang yang tidak melunasi hutang tidak akan diberi barang berikut adalah norma yang diberikan oleh pedagang besar (tauke). Selanjutnya norma atau aturan yang ada di pedagang pakaian bekas ialah mereka menjaga dan memperbaiki barang yang telah dibeli untuk dijual.

Kepercayaan yang terbentuk pada pedagang pakaian bekas dengan pedagang besar (tauke) di Pasar Kain Puakang ialah terdapat 2 tipe kepercayaan yang diberikan tauke kepada langganan (pedagang pakaian bekas) kepercayaan ini diberikan tergantung seberapa kuat ikatan yang terjalin dengan langgan. Kepercayaan tersebut adalah untuk langganan pada umumnya tauke akan memberikan waktu untuk membayar hutang hanya seminggu. Namun, jika ikatan



telah kuat dengan pedagang atau langganan, tauke akan memberikan kepercayaan yang lebih yakni tauke akan menoleransi pembayaran hutang jika langganan belum bisa melunasi hutang yang sudah jatuh tempo.

Pada kendala dalam menjalin jaringan dengan tauke, peneliti tidak menemukan kendala yang dirasakan oleh pedagang, karena untuk mengetahui tauke pedagang dapat mengetahui tauke dari orang terdekat yang dapat memberikan berbagai informasi mengenai tauke. Penelitian ini, ditemukannya kendala dalam menjalin jaringan sosial yang dirasakan oleh pedagang besar (tauke). Kendalanya adalah tauke menanggung risiko yang lebih berat apabila terdapat pedagang atau langganan yang tidak melunasi hutang, sehingga hal tersebut membuat tauke lebih mempersempit untuk menjalin jaringan dengan orang baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, R. N. (2016). Kendala-Kendala Pencegahan Perdagangan Pakaian Bekas Impor Di Kota Malang. *Journal De Jure*, 7(1), 89. <https://doi.org/10.18860/J-Fsh.V7i1.3513>
- Damsar. (1997). *Sosiologi Ekonomi* (1st Ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Damsar, & Indrayani. (2013). *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (2nd Ed.). Prenamedia Group.
- Damsar, & Indrayani. (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar* (Pertama). Prenamedia Group.
- Diana, L. (2019). Perdagangan Pakaian Bekas Impor Di Pekanbaru, Mengapa Masih Marak Terjadi? *Riau Law Journal*, 3(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30652/rlj.v3i2.7817>
- Muzdalifah, L., Hidayat, Y., & Mattiro, S. (2021). Jaringan Sosial Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Subuh Jalan Pasar Baru Kelurahan Kertak Baru Ilir Kecamatan Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin. *Jurna Tugas Akhir Mahasiswa Pendidikan Sosiologi*, 1(2). <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jtamps/index%0A>
- Neuman, W. L. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* (Edisi 7).
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Putri, A. C. E. (2019). *Jaringan Sosial Pedagang Cakar Di Wilayah Pasar Panakkukang Kota Makassar*. 8(5), 55.
- Bupati Karimun, Pub. L. No. 49, 1 (2020). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/171386/Perda-Kab-Karimun-No-49-Tahun-2020>
- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial* (Cetakan 1). CV Saga Jawadwipa.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA, CV.

