

JARINGAN SOSIAL PERDAGANGAN BATIK DI PASAR BERINGHARJO YOGYAKARTA

Oleh:

Amalia Dwi Hidayati dan Grendi Hendrastomo

UNY

amaliadwi66@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan pola jaringan perdagangan batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Lokasi penelitian berada di Pasar Beringharjo, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sumber data utama yang terdiri dari enam pedagang batik yang sudah berjualan di Pasar Beringharjo Yogyakarta lebih dari tiga tahun serta dua pemasok batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial yang dimiliki pedagang batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta memanfaatkan jaringan kepentingan, dan perasaan atau emosi. Unsur jaringan sosial yang pertama terjadi adalah jaringan kepentingan yaitu pedagang batik melakukan pencarian informasi mengenai pemasok batik yang selanjutnya memunculkan kesepakatan dagang antara pedagang batik dan pemasok dan membentuk suatu jaringan dagang. Interaksi yang terjadi terus-menerus antara pedagang dengan pemasok menimbulkan terbentuknya jaringan perasaan, yang menyebabkan adanya saling kontrol secara emosional yang relatif kuat antarpelaku. Bentuk jaringan sosial antarpedagang batik memanfaatkan jaringan perasaan/emosi. Pedagang batik menggunakan kegiatan arisan rutin kelompok sebagai sarana memperkuat jaringan sosial yang dimiliki kelompoknya. Pola jaringan sosial yang terbentuk yaitu pedagang menempati posisi sentral dan mempunyai relasi yang lebih luas dengan bekerja sama dengan beberapa pemasok dan pedagang besar.

Kata kunci : jaringan sosial, pola dan bentuk jaringan, batik, pedagang batik.

**SOCIAL NETWORK OF THE BATIK TRADE IN THE BERINGHARJO
MARKET IN YOGYAKARTA**

By:
Amalia Dwi Hidayati and Grendi Hendrastomo
UNY

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the patterns and forms of social network of batik trade in the Beringharjo market in Yogyakarta. The research locations is in the Beringharjo market in Yogyakarta. This research used qualitative research method using the main data sources consisting of six batik traders who have sold batik for more than three years and two batik suppliers at the Beringharjo market in Yogyakarta. This research used purposive sampling while the data collection techniques used observation, interview, and literature review. The data validity in this research used triangulation method. The results of this research indicated that the social network used by the batik traders at the Beringharjo market in Yogyakarta applying interests and feelings networks. The first part of the social networks happened was the interests network which batik traders searched information about batik suppliers and it followed by trade agreements between the batik traders and the suppliers forming a trade network. The interactions between the traders and the suppliers that occurred continuously created the feelings network which led to the strong emotional controlling system between them. Therefore, the batik traders formed the social network using feelings between them. The batik traders used routine gathering group system, called arisan, in order to strengthen their group social network. The social network patterns formed where the traders took the central position and had more relation by collaborating with several suppliers and wholesaler.

Key words: social network, patterns and forms of network, batik, batik traders.

PENDAHULUAN

Eksistensi batik semakin hari semakin menunjukkan jati dirinya, tidak terkecuali di Yogyakarta. Di Yogyakarta batik semakin dilestarikan keberadaannya. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya instansi baik negeri maupun swasta yang membuat peraturan setiap hari tertentu pegawainya dianjurkan untuk berbusana batik. Melalui program tersebut, permintaan produk batik sangat diminati oleh berbagai kalangan di Yogyakarta.

Industri batik sendiri di Yogyakarta dipusatkan di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Mayoritas pedagang batik di kota Yogyakarta merupakan pedagang eceran, bukan pengrajin. Mereka hanya membeli barang jadi dari pengrajin maupun pemasok kemudian dijual kembali. Pedagang tidak melakukan proses produksi batik sendiri. Hal ini dipilih oleh pedagang untuk lebih memudahkan bisnis mereka dengan hanya tinggal menjual produk, tanpa menghadapi kerumitan proses produksi.

Tingginya apresiasi masyarakat Yogyakarta akan budaya berpakaian batik, berakibat meningkatnya permintaan pelanggan/pembeli atas produksi batik. Hal ini menjadikan pedagang batik di Pasar Beringharjo harus dapat menyediakan produk yang sesuai dengan permintaan pelanggan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Tidak semua pedagang batik di Pasar Beringharjo dapat memenuhi permintaan pelanggannya. Sesekali pedagang batik harus bekerjasama dengan pemasok batik dan pedagang batik lainnya guna memenuhi permintaan pelanggannya.

Untuk dapat memasarkan atau menjual barang dagangannya, pedagang batik hendaknya memiliki jaringan usaha. Jaringan usaha merupakan proses membangun hubungan saling menguntungkan dengan pengusaha lain, klien potensial dan pelanggan. Eksistensi batik selain didukung oleh pemerintah dengan kebijakan pemerintah, secara internal juga didukung oleh kekuatan jaringan sosial. Jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, dimana

ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan adalah hubungan sosial (Agusyanto, 2007: 13). Sedangkan Fukuyama (2002: 324) mendefinisikan jaringan sebagai sekelompok agen-agen individual yang berbagi norma-norma atau nilai-nilai informal melampaui nilai-nilai dan norma-norma yang penting untuk transaksi-transaksi pasar biasa.

Kekuatan jaringan sosial sangat didukung oleh peran para pedagang dalam memaksimalkan fungsi jaringan sosial. Peranan jaringan sosial sangat penting dan diperlukan dalam suatu aktivitas ekonomi. Jaringan sosial berfungsi memberikan informasi yang berhubungan dengan masalah atau peluang apapun yang berhubungan dengan kegiatan usaha. Jaringan-jaringan telah lama dilihat sangat penting bagi keberhasilan bisnis.

Pola jaringan sosial penting untuk dipahami oleh para pedagang batik. Jaringan sosial merupakan salah satu cara yang dapat digunakan dalam membangun dan memelihara hubungan-hubungan sosial antara pedagang batik yang terdapat di

Pasar Beringharjo, distributor, dan produsen batik. Jaringan sosial menjadi sangat penting di dalam masyarakat karena di dunia ini bisa dikatakan bahwa tidak ada manusia yang tidak menjadi bagian dari jaringan-jaringan hubungan sosial dari manusia lainnya (Anonim, 2010).

Jaringan sosial yang dipelihara dan dikembangkan para pedagang batik adalah suatu gejala yang memperlihatkan bahwa mereka berusaha mempertahankan eksistensi batik dan memudahkan pembeli dalam mengakses batik. Hal ini menimbulkan pertanyaan baru, bagaimana pola dan bentuk jaringan sosial yang terjadi pada pedagang batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta? Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Jaringan Sosial Perdagangan Batik Di Pasar Beringharjo Yogyakarta”.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian tentang Jaringan Sosial Perdagangan Batik di Pasar

Beringharjo Yogyakarta ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara utuh dan menekankan pentingnya pemahaman tingkah laku menurut pola berfikir dan bertindak subjek kajian (Garna, 1999:32). Nawawi (2005: 63) menjelaskan bahwa metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek/objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian telah dilaksanakan sejak bulan Mei 2015 yaitu di mulai dengan kegiatan observasi dan survei tempat serta pengurusan perijinan kepada instansi yang bersangkutan. Pengambilan data penelitian yang berupa observasi dan wawancara

dimulai pada bulan Juni - Juli 2015. Penelitian yang dilaksanakan mengambil lokasi di Pasar Beringharjo Yogyakarta dengan melibatkan perdagangan batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta sebagai objek penelitian dan para pedagang serta pemasok batik sebagai subjek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilaksanakan secara langsung di lokasi penelitian yaitu Pasar Beringharjo Yogyakarta. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yang melibatkan anggota pedagang batik dan pemasok batik sebagai informan penelitian. Sedangkan dokumentasi yang dipergunakan adalah buku, arsip dan sumber kepustakaan lain yang terkait dengan penelitian ini.

Teknik Sampling

Dalam penelitian teknik pemilihan informan yang dilakukan peneliti ialah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk mencari

siapa informan yang akan diambil sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Teknik pengambilan sampling ini menggunakan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut yang dianggap paling mengetahui tentang apa yang diharapkan. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pedagang batik yang minimal sudah tiga tahun berjualan di Pasar Beringharjo Yogyakarta dan pemasok batik yang sudah lama bekerjasama di pasar tersebut.

Validitas Data

Untuk melakukan uji kevalidan dan keabsahan data, peneliti menggunakan metode triangulasi. Metode ini merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan data-data yang ditemukan peneliti (Moleong, 2005: 178). Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode karena peneliti menggunakan teknik wawancara dan observasi secara kontinyu serta dengan sampel yang beragam.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah secara interaktif sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2004: 11) yang terdiri dari empat aspek tahapan yaitu reduksi data, verifikasi data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELEITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Kehidupan Sosial Pedagang Batik di Pasar Beringharjo

Para pedagang batik yang berjualan di Pasar Beringharjo berasal dari Kota Jogja dan ada juga yang berasal dari berbagai macam daerah seperti Kota Magelang, Klaten, dan lain-lain.

Jaringan sosial yang dimiliki pedagang batik di Pasar Beringharjo memanfaatkan jaringan keluarga dan kekerabatan. Misalnya dalam konteks alasan memilih pekerjaan sebagai pedagang batik, mereka pada umumnya dipengaruhi oleh faktor keluarga yang mempunyai kebiasaan berdagang. Hal ini ditandai dengan toko yang mereka tempati sekarang ini adalah warisan usaha orang tuanya. Jaringan

keluarga merupakan jaringan yang paling dekat untuk mendapatkan cara dan akses seseorang melalui orang tuanya sehingga dapat masuk dalam pekerjaan sebagai pedagang.

Pada prinsipnya, nilai-nilai kekerabatan, persahabatan dan ketetanggaan akan menjadi dasar hubungan pada jaringan sosial horizontal. Jaringan sosial horizontal terbentuk berdasarkan status sosial ekonomi yang relatif sama dalam perolehan sumber daya yang tersedia dan sumber daya yang dipertukarkan relatif sama. Dengan demikian jaringan sosial horizontal merupakan jaringan yang lebih efektif dan efisien demi mempertahankan kelangsungan kegiatan ekonomi pedagang.

2. Bentuk Jaringan Sosial Perdagangan Batik di Pasar Beringharjo

Jaringan kerja yang terbentuk diawali dengan adanya keinginan

dari para pedagang batik untuk berjualan di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Kemudian terjadilah perjanjian sewa menyewa kios atau los dan pemberian izin berdagang yang diberikan oleh pengelola pasar. Pengelola pasar memiliki peran dalam pemberian izin untuk menyewa kios atau menjalankan usaha berjualan batik dan turut membantu mempromosikan. Setelah mendapat izin dari pengelola pasar, pedagang harus menjalin relasi baru, mereka lantas mencari penyuplai barang dagangan, khususnya pedagang grosir batik dan pedagang eceran. Pedagang batik hendaknya mengadakan hubungan kerja sama atau jaringan sosial dengan pemasok batik agar bisnis batiknya dapat berjalan lancar. Relasi yang terjadi antara pedagang batik dengan penyuplai batik ini akan berjalan lama. Hubungan yang terjalin di antara keduanya akan membentuk suatu jaringan.

Kebutuhan pedagang akan barang dagangan dalam aktivitas jual beli menciptakan jalinan kerjasama dengan pemasok batik. Kerjasama ini dapat terjalin karena adanya

dorongan kebutuhan dari pihak pemasok batik untuk memasarkan produk batiknya. Sehingga dapat dikatakan bahwa kerjasama ini terjalin dikarenakan masing-masing pihak memiliki dorongan kebutuhan, apabila keduanya melakukan pertukaran maka masing-masing kebutuhan akan terpenuhi.

Fukuyama (2002: 234) menjelaskan bahwa jaringan diartikan sebagai sekelompok agen-agen individual yang berbagi norma-norma atau nilai-nilai informal melampaui nilai-nilai atau norma-norma yang penting untuk transaksi-transaksi pasar biasa. Pada dasarnya setiap individu sebagai makhluk sosial akan selalu terkait dengan jaringan sosial yang kompleks. Demikian halnya dengan pedagang batik di Pasar Beringharjo untuk tetap bertahan dalam menjalankan bisnisnya, memanfaatkan jaringan sosial sebagai bagian dari langkah untuk mempertahankan keberadaan

dan kegiatan ekonomi pedagang pasar tradisional.

Jaringan sosial (*social networking*) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses pengelompokan yang terdiri atas sejumlah orang yang masing-masing mempunyai identitas sendiri dan dihubungkan melalui hubungan sosial yang ada, sehingga melalui hubungan-hubungan tersebut mereka dapat dikelompokkan menjadi satu kesatuan sosial. Ikatan-ikatan sosial yang terjalin antar individu dan kelompok saling bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu sehingga hubungan-hubungan tersebut tidak dapat berdiri sendiri maupun dipisahkan satu dengan yang lainnya.

Dalam konteks ini para pedagang batik memiliki kemampuan untuk memanfaatkan, mempertahankan dan mengembangkan jaringan sosial untuk menjalankan aktivitas ekonomi (jual beli) dengan berbagai pihak yang terlibat seperti pemasok batik yang terdiri dari pedagang besar dan pedagang perantara maupun pembeli dan pelanggan di Pasar Beringharjo

Yogyakarta. Pedagang yang memiliki jaringan sosial dilandasi oleh ikatan yang kuat dan memiliki motivasi lebih besar untuk saling membantu dan lebih cepat untuk memberikan bantuan dalam mengatasi masalah kesulitan dan tekanan hidup. Oleh karena itu jaringan sosial yang dibentuk oleh pedagang batik Pasar Beringharjo Yogyakarta dapat memberikan pengaruh positif bagi keberlangsungan bisnisnya.

Sementara itu jika ditinjau dari hubungan sosial yang membenuk jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, Agusyanto (1997:26—28) menjelaskan bahwa jaringan sosial dibedakan menjadi tiga yaitu jaringan kekuasaan, kepentingan dan perasaan. Berdasarkan penjelasan di atas, hubungan sosial pedagang batik di Pasar Beringharjo terdiri dari dua jenis jaringan yaitu jaringan kepentingan dan jaringan perasaan. Jaringan kepentingan ditunjukkan dengan adanya kepentingan yang sama yang dimiliki oleh masing-masing pihak. Pedagang membutuhkan sumber daya (batik)

dan pemasok membutuhkan sumber daya yang ia punya segera terjual. Dengan adanya kepentingan yang sama tersebut terjadilah kesepakatan dagang diantara keduanya dan membentuk jaringan sosial. Bentuk jaringan yang kedua yaitu jaringan perasaan. Jaringan perasaan terbentuk karena adanya interaksi yang terus-menerus baik antara pedagang dengan pemasok maupun pedagang dengan pedagang, dalam waktu yang relatif lama. Jaringan sosial yang mulanya berdasarkan kepentingan yang sama, menjalar menjadi jaringan perasaan yang permanen dan mantap.

3. Pola Jaringan Pedagang Batik di Pasar Beringharjo

Hubungan kerja yang terjalin antara pedagang batik dan pemasok batik telah membentuk suatu relasi yang saling berkaitan dan di dalamnya terdapat suatu hubungan timbal-balik. Menurut Ruddy Agusyanto (2007) suatu hubungan dapat dikatakan sebagai jaringan sosial jika dalam hubungan ini terdapat pola tertentu yang mengandung suatu aliran yang mengalir dari satu titik ke titik

lainnya. Titik itu dihubungkan oleh ikatan-ikatan yang bersifat relatif permanen dan di dalamnya terdapat hukum yang mengatur saling keterhubungan masing-masing titik di dalam jaringan sehingga akan tampak hak dan kewajiban yang mengatur masing-masing titik.

Jaringan sosial yang terbentuk pada aktivitas perdagangan batik jika dilihat dari relasi sosial para pedagang, maka tampak perbedaan relasi yang dimiliki oleh mereka, relasi yang dimiliki oleh masing-masing pedagang tidaklah sama, mulai dari pemasok batik, dan pedagang perantara. Masing-masing relasi yang dijalin oleh pedagang mencerminkan akan kebutuhan para pedagang yang berbeda-beda pula, dalam relasi ini para pedagang menduduki posisi sentral, dimana ada seseorang yang memiliki satu kekuatan yang lebih kuat dari pada komponen lain yang terkandung dalam relasi ini. Hal ini menguntungkan bagi pedagang batik, karenanya pedagang batik akan memiliki sumber daya yang beraneka ragam jenisnya tidak hanya terpaku pada satu merk batik saja.

Selain keuntungan tersebut juga terdapat keuntungan lain yang didapat oleh pedagang batik yaitu dalam hal pembayaran. Hubungan timbal-balik yang terjalin antara pedagang dengan pedagang besar mengharuskan pedagang melakukan pembayaran secara tunai atas barang dagangan yang dipesannya. Sedangkan kerjasama yang terjalin dengan pemasok, pembayaran dapat dicicil sampai dengan tempo yang telah ditentukan. Hal ini dipandang sangat menguntungkan pedagang batik, karena pedagang batik tidak harus membayar semua barang dagangan dimuka, tetapi ada juga yang dapat dicicil pembayarannya, jadi pedagang tidak terlalu terbebani mengenai pembayaran sumber daya.

Komponen jaringan yang dimiliki oleh pedagang batik terdiri dari pemasok batik, pedagang perantara, dan sesama pedagang batik. Pemasok batik berperan menyuplai kebutuhan batik pedagang. Pedagang batik di Pasar Beringharjo kebanyakan mengambil batik dari pemasok yang berada di pasar. Pedagang batik pun memiliki

posisi sentral dalam aktivitas ini. Terjadinya relasi antara pemasok batik dengan pedagang, karena adanya kebutuhan dari pedagang terhadap sumber daya barang dagangan yang akan dijualnya. Kerjasama antara keduanya tidak hanya mendatangkan keuntungan untuk pedagang semata, pemasok pun dapat memperoleh keuntungan dalam bentuk laba produk.

Hubungan yang terjalin antara pedagang batik, pemasok batik, pedagang besar, dan pembeli mencerminkan adanya pengharapan peran masing-masing lawan interaksinya. Peran atau kegiatan yang terwujud menjadi tersusun dengan jelas atau sistematis, meskipun para pelakunya belum

KESIMPULAN

1. Pedagang batik di Pasar Beringharjo memiliki kemampuan untuk memanfaatkan, mempertahankan, dan mengembangkan jaringan sosial melibatkan beberapa aktor (pelaku pasar) seperti pedagang pengecer, pedagang perantara, pedagang besar,

tentu menyadarinya. Adanya pengulangan tingkah laku untuk hal-hal yang sama dan pada situasi yang sama, menandakan adanya sesuatu yang membuat tingkah laku yang diwujudkan menjadi teratur dengan kata lain terdapat aturan dalam relasi yang terjalin.

Jalinan kerjasama ini tentunya memiliki aturan-aturan di dalamnya. Aturan-aturan yang ada dalam jaringan kerja menjadi alat untuk mengatur dan menjaga agar ikatan yang terjalin dapat tetap terjaga. Selain itu aturan-aturan turut memelihara hubungan antar komponen itu sendiri, sehingga setelah kepentingan yang diinginkan tercapai, hubungan sosial yang sudah dibina tidak selesai begitu saja. pembeli maupun pelanggan di Pasar Beringharjo.

2. Ikatan sosial yang dikembangkan dan dipelihara oleh pedagang Batik Pasar Beringharjo adalah, ikatan sosial relasional. Para pedagang yang dikategorikan sebagai pedagang batik eceran di Pasar Beringharjo membutuhkan pedagang perantara dan pedagang

besar untuk mendapatkan sumber daya ekonomi dalam bentuk perolehan barang. Sebaliknya, pedagang perantara dan pedagang besar yang berperan sebagai pemasok barang memberikan bantuan-bantuan sumber daya ekonomi yang dimilikinya yang bisa dimanfaatkan oleh pedagang eceran di Pasar Beringharjo.

3. Hubungan sosial yang membentuk jaringan sosial pedagang batik Pasar Beringharjo terdiri dari dua jenis jaringan yaitu: Pertama, jaringan kepentingan (*interest*), berbagai kepentingan yang menguntungkan di antara masing-masing pelaku. Dan kedua, jaringan perasaan (*sentiment*) yaitu hubungan pertemanan antara aktor yang terjalin sangat dekat dan hubungan tersebut melibatkan emosi di dalamnya. Bagi pedagang batik Pasar Beringharjo jaringan yang diikat berdasarkan atas unsur-unsur kekeluargaan, kekerabatan, dan pertemanan merupakan sarana yang menjembatani hubungan-hubungan di antara pedagang.

4. Semakin kuatnya jaringan sosial pedagang batik maka semakin

memudahkan pedagang dalam urusan sosial ekonomi terutama dalam mendapatkan barang dagangan yaitu batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusyanto, Ruddy. 2007. *Jaringan Sosial Dalam Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Damsar. 2005. *Sosiologi Pasar*. Padang: Laboratorium Sosiologi FISIP Universitas Andalas.
- Fukuyama, Francis. 2002. *The Great Disruption: Hakikat Manusia dan Rekonstruksi Tatanan Sosial*. Yogyakarta: Qalam.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.