

STRATEGI PENGUATAN MODAL SOSIAL PEDAGANG BUBUR KACANG IJO (BURJO) DI KAWASAN KAMPUS UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA

Muhammad Rois Burhan¹, Nurhadi Nurhadi¹, Yuhastina²

¹ Universitas Sebelas Maret Surakarta

Roisburhans@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan strategi yang dijalankan oleh pedagang burjo di seputar kampus Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta dalam memperoleh, mempertahankan, dan mengakumulasi modal sosial yang menunjang berputarnya roda usaha mereka. Metode kualitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 30 orang partisipan yang terdiri dari pedagang (20 orang), pemasok bahan baku (5 orang), dan pemilik modal (5 orang). Ketiga pihak dipilih sebagai partisipan penelitian karena keterlibatannya secara langsung di dalam bisnis ini dan karena kaitan yang terjalin di antara mereka. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah pedagang burjo menjalankan dua jenis strategi dalam kaitan dengan modal sosial. (1) Strategi internal yang dijalankan adalah membangun hubungan yang menyerupai keluarga, membangun ikatan kepercayaan dengan semua karyawan, saling memberikan bantuan berupa meminjamkan tenaga karyawan, memberikan bahan baku makanan, bertukar menukar informasi seputar perdagangan, berbagi resep menu makanan dan berbagi antar karyawan. (2) Strategi eksternal yang ditempuh adalah memilih agen untuk dijadikan langganan, mengalah terhadap masyarakat setempat, membersihkan lingkungan usaha, menjaga kualitas masakan, harga murah, pelayanan yang cepat dan ramah, membayar uang parkir keamanan, memberikan bantuan terhadap masyarakat sekitar, melayat, menjaga nilai kejujuran, keramahan, keakraban dengan pelanggan, memberi hutang pada pembeli, menaruh kepercayaan terhadap pembeli dan ikut memberikan sumbangan terhadap pegawai burjo lain ketika ada yang meninggal.

Kata Kunci : Jaringan Sosial, Kepercayaan, Modal Sosial, Pedagang Burjo, Usaha Kecil Dan Menengah

ABSTRACT

This research aims at understanding and explaining strategies that green bean porridge (*burjo*) vendors around the area of Universitas Sebelas Maret campus develop in gathering, maintaining, and accumulating social capitals for the improvement of their businesses' performance. Qualitative method was used for the data collection and analysis. Primary data was collected through in-depth interviews with 30 research participants, consisting of 20 vendors, 5 suppliers, and 5 investors. These participants were selected due their direct involvement in this business and their close interrelation. This research results in two main conclusions concerning the way *burjo* vendors manage the social capital. (1) Internally, they build family-like relation, develop trust among employee, and practice mutual help, e.g. lending food materials, sharing business-related informations as well as recipes. (2) Externally, they develop trust with preferred suppliers, be kind always available for helping the local inhabitants, manage a clean business location, keep the food quality, give better price, provide a quick and friendly service, regularly pay the parking tribute, go to funeral, allow costumers to pay later, and donate certain amount of cash for bereavement.

Keywords: Green Bean Porridge Vendor, Small And Middle Level Enterprise, Social Capital, Social Network, Trust.

¹ Universitas Sebelas Maret Surakarta
nurhadi@staff.uns.ac.id

² Universitas Sebelas Maret Surakarta
yuhastina@gmail.com

PENDAHULUAN

International Conference of Labour Statisticians at the ILO (17th ICLS) pada tahun 2003 mendefinisikan pekerjaan informal sebagai semua jenis kerja upahan yang tidak terregistrasi oleh negara, tidak diatur atau dilindungi oleh peraturan yang ada, tidak terikat pada kontrak, tidak memiliki perlindungan sosial, serta tidak memiliki sistem perwakilan dalam serikat pekerja (ILO 2004). Sejak dimulainya modernisasi, sektor informal memiliki peran signifikan dalam dinamika sosial ekonomi, terutama di kawasan perkotaan Indonesia. Selama kurun waktu sepuluh tahun terakhir, persentase pekerja sektor informal mencapai 60 persen (Nazara 2010). Data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 menunjukkan bahwa 77.5 juta penduduk usia di atas 15 tahun bekerja pada sektor informal (Jayani 2020). Secara geografis, Jawa Tengah adalah salah satu provinsi dengan persentase pekerja informal terbesar. Perdagangan, hotel, restoran, dan jasa adalah sektor-sektor yang di dalamnya paling banyak mempekerjakan pekerja informal. Mayoritas dari mereka berpendidikan SD dan SMP (Nazara 2010).

Penelitian tentang sektor informal telah banyak dilakukan. Studi pada tingkat makro menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk usia produktif yang tidak diimbangi oleh ketersediaan lapangan kerja menjadikannya sebagai katup pengaman pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi perkotaan di Indonesia (Effendi 1988). Tesis ini dipertegas oleh hasil penelitian tiga dasawarsa selanjutnya yang menyatakan bahwa sektor informal disebut sebagai pahlawan ekonomi karena mampu memberikan solusi bagi sempitnya kesempatan kerja (Pitoyo 2016). Studi pada skala yang lebih mikro menunjukkan adanya perubahan kecenderungan penyerapan tenaga kerja oleh sektor informal. Jumlah pekerja sektor informal mengalami peningkatan tajam pada era 1980-an, namun secara perlahan menurun pada dasawarsa berikutnya sebagai akibat dari formalisasi sektor informal (Evers 1993). Berkurangnya informalitas dapat terjadi karena luasnya dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi dan strategi menyeluruh untuk memberantas kemiskinan pada skala nasional (Rothenberg et al. 2016). Penelitian lain yang lebih mutakhir menunjukkan bahwa sektor informal mulai dijadikan sebagai obyek kebijakan pemerintah, khususnya oleh Kementerian Sosial, karena dipandang memiliki kontribusi besar bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satunya adalah pengembangan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang diarahkan kepada penguatan usaha sektor informal (Suradi 2011). Penelitian tentang sektor informal di kota Solo menunjukkan bahwa kebijakan-kebijakan pemerintah kota dalam melakukan penataan dan pemberdayaan pekerja dan usaha sektor ini merupakan upaya pemenuhan pembangunan sosial yang meliputi aspek struktural, kultural, dan prosedural (Wirutomo 2013).

Berbeda dengan kecenderungan menggambarkan sektor informal secara positif, terdapat penelitian-penelitian lain yang justru melihatnya dari perspektif yang berbeda. Penelitian yang dilakukan di kota

Semarang menunjukkan adanya sejumlah ciri negatif yang dapat menjadi faktor penghambat kemajuan usaha sektor informal, antara lain rendahnya kemampuan bekerjasama, minimnya ikatan formal, tidak bakunya sistem pembukuan, dan masih rendahnya tingkat kepercayaan antar sesama pengusaha (Munandar 2010). Di kota Solo, keberadaan pedagang kaki lima dipersepsikan oleh masyarakat sebagai pemicu kekumuhan dan kesemerawutan kota, dan meningkatkan kerawaan terhadap kriminalitas serta prostitusi (Suwandi 2012). Dengan perspektif ekologi kebudayaan, penelitian lain sampai pada kesimpulan bahwa sektor informal merupakan indikasi terjadi kesenjangan pembangunan pada sektor sosial, ekonomi, politik, dan infrastruktur di perkotaan (Pranadji 2016).

Salah satu jenis usaha sektor informal yang keberadaannya tersebar luas di hampir seluruh wilayah Indonesia adalah warung bubur kacang hijau, atau lebih dikenal dengan sebutan Warung Burjo. Lokasi yang dipilih adalah pedagang *burjo* di sekitar kampus UNS. Pertimbangan utamanya adalah fakta pesatnya pertumbuhan jumlah warung burjo selama sepuluh tahun terakhir. Sampai dengan data ini dikumpulkan, terdapat 28 warung *burjo* yang terletak di beberapa lokasi yang berdekatan dengan kawasan indekos mahasiswa. Di samping hal tersebut, Warung Burjo telah menarik perhatian ilmuwan dan akademisi untuk menelitinya. Berdasarkan penelusuran pada Garda Rujukan Digital (GARUDA) yang dikelola oleh Kementerian Riset Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi, terdapat empat tema yang telah diteliti dan dipublikasikan pada jurnal ilmiah, yaitu tentang kelayakan usaha (Rinofah and Kurniawan 2016), pola migrasi pedagang (Kurniawan 2019), sistem informasi pencatatan utang-piutang (Saputra and Febrianto 2014), dan faktor risiko higiene sanitasi makanan (Syaputra and Suryani 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan mekanisme yang dijalankan oleh para pedagang Burjo dalam memperoleh, mengakumulasi, dan mentransformasikan modal sosial yang mereka miliki dalam konteks usaha yang mereka jalankan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis. Jenis penelitian kualitatif dipilih sebagai dasar untuk mendapatkan data yang berupa kalimat atau kata-kata melalui wawancara yang digunakan sebagai data pokok atau dominan sebagai hasil penelitian. Tujuan utamanya adalah mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan secara umum (Marvasti 2004). Pendekatan deskriptif analitis ialah cara menguraikan sekaligus menganalisis yang diharapkan objek dapat diberikan makna secara maksimal. Partisipan penelitian dipilih secara *purposive*, yaitu melalui penetapan kriteria kelayakan dan keterwakilan. Yang dinyatakan layak adalah mereka yang terlibat dalam usaha Warung Burjo di

sekitar kampus UNS selama minimal 3 tahun. Dasar penetapan kurun waktu tersebut adalah bahwa selama 3 tahun diasumsikan sebuah usaha telah mengalami tiga kali siklus penghitungan laba rugi. Dalam kurun waktu tersebut pula diasumsikan bahwa partisipan penelitian telah memiliki pengetahuan dan pemahaman yang memadai untuk dapat dijelaskan kepada peneliti. Dalam kaitan dengan keterwakilan, ada 3 (tiga) pihak yang dijadikan sebagai partisipan penelitian, yaitu investor (diwakili oleh 5 orang), pedagang (diwakili oleh 20 orang), dan penyedia barang (supplier) (diwakili oleh 5 orang). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Hasil wawancara mendalam dianalisis secara deskriptif dan fenomena yang terdapat dalam penelitian dilakukan analisis isi (*content analysis*).

KERANGKA TEORI

Terdapat lima modal yang menjadi syarat bagi keberlangsungan hidup individu, keluarga, komunitas, atau masyarakat, yaitu modal manusia (misalnya pendidikan, pengetahuan, kesehatan, keterampilan), modal alam (misalnya air bersih, udara bebas polusi, hutan, tambang), modal finansial (misalnya uang tunai, piutang, harta yang bersifat likuid), modal fisik (akses terhadap infrastruktur, misalnya jalan raya, jaringan pita lebar, waduk, jaringan irigasi, listrik), dan modal sosial (Saragih, Lassa, and Ramli 2007; Scoones 2009; Sen 1997; Solesbury 2003). Modal sosial adalah jaringan sosial, norma, dan sanksi yang memfasilitas tindakan kerjasama antar individu dan komunitas. Terdapat tiga dimensi modal sosial : komponen (jaringan, norma, dan sanksi), level analisis (individu, meso, dan makro), dan karakter atau fungsinya (mengikat, menjembatani, dan menghubungkan). Kombinasi modal sosial yang berkarakter menjembatani dan mengikat menjadi faktor pembeda suatu masyarakat dengan masyarakat lain. Tergantung pada tinggi rendah masing-masing karakter, terdapat empat macam kemungkinan kondisi yang muncul dalam suatu masyarakat, yaitu anomie (ikatan lemah - sifat menjembatani kuat), individualisme amoral (ikatan lemah – sifat menjembatani kuat), familisme amoral (sifat menjembatani lemah – ikatan kuat), dan kesempatan sosial (ikatan kuat – sifat menjembatani kuat). Kondisi terakhir (kesempatan sosial) menjadi ciri dari bangsa-bangsa yang telah memasuki fase industri matang (Halpern 2005).

Terdapat empat unsur modal sosial yang berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi pedagang warung burjo di kawasan kampus. Pertama, unsur jaringan yang dibangun para pemilik, pengelola, dan pedagang burjo. Kedua, unsur kepercayaan (*trust*) yang dianut para pemilik, pengelola, dan pedagang burjo. Ketiga, kerjasama antar pemilik, pengelola, pedagang, pembeli, dan masyarakat sekitar warung burjo, serta keempat, komunikasi yang baik yang dibangun antar pedagang maupun dengan pembeli sehingga mereka mampu bertahan dan bahkan menaikkan omsetnya.

PEMBAHASAN

Jaringan Sosial

Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa hidup dengan bantuan orang lain. Dengan adanya hubungan antara sesama manusia tersebut maka kebutuhan manusia dapat terpenuhi. Begitu pun dalam kaitannya dengan dunia usaha. Hubungan atau jaringan sosial bisa dimanfaatkan untuk mendukung dan memperkuat usahanya, tidak terkecuali dengan para pedagang burjo. Jaringan sosial menurut hasil penelitian inti dari teori modal sosial adalah jaringan sosial yang memiliki nilai. Jaringan sosial ada dan bertahan lama dikarenakan nilai dan norma yang selalu dipegang teguh. Dudwick, dkk. berpendapat bahwa jaringan sosial merupakan aset yang sangat bernilai. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang-orang yang bekerja satu sama lain. Pada kelompok sosial yang terbentuk atas dasar kesamaan garis turun temurun dan kesamaan kepercayaan pada dimensi kebutuhan, cenderung memiliki kohesif tinggi, tetapi rentang jaringan maupun kepercayaan yang terbangun sangat sempit. Sebaliknya, pada kelompok yang dibangun berdasar kesamaan orientasi dan tujuan dengan ciri pengelolaan organisasi yang lebih modern, akan memiliki tingkat partisipasi anggota yang lebih baik dan memiliki rentang jaringan yang lebih luas.

Dalam hubungan antar sesama warung burjo walaupun terkadang para pemilik warung burjo ini bertemu dan menjalin komunikasi yang baik dengan pemilik warung burjo lain tetapi untuk para pegawainya mereka cenderung berhubungan dengan warung burjo yang masih dalam satu pemilik saja. Dalam kaitannya hubungan dengan warung burjo lain, para pedagang burjo ini belum mempunyai yang namanya paguyuban. Dalam hal ini terlihat bahwa tingkat kesadaran untuk mempunyai suatu wadah bersama masih rendah. Para pegawai cenderung melakukan hubungan sosial kepada pegawai burjo lain tetapi yang masih dalam satu pemilik, atau terhadap seseorang yang dikenalnya. Ketika mereka tidak bekerja antar pegawai burjo ini biasa saling mengunjungi satu sama lain. Selain itu setiap tahunnya pemilik burjo ini mengadakan libur bersama kepada pegawai-pegawainya. Dengan adanya hubungan seperti ini diakui mereka membuat mereka bertahan selama di perantauan.

Hubungan baik terlihat oleh antar pemilik pedagang burjo dimana ini terlihat ketika ada rekannya yang sedang tertimpa musibah seperti sakit atau meninggal, maka mereka dengan sukarela untuk menyumbang pada orang yang terkena musibah tersebut. Terkadang salah satu dari pemilik burjo ini mengkoordinir pemilik burjo lain dalam hal penggalangan dana untuk rekannya tersebut. Dan semisal ada yang tidak bisa ikut maka mereka berpartisipasi dengan cara menitip sumbangan kepada yang lain. Selain itu, setiap tahunnya pihak Indomie memfasilitasi para pedagang burjo mudik gratis. Hal ini dimanfaatkan para pedagang burjo untuk bertemu dengan teman-teman se perantauan sesama pedagang burjo. Hal ini diakui menambah semangat mereka untuk bertahan di perantauan

karena mereka tahu mereka tidak sendiri di perantauan.

Terkait jaringan sosial yang mereka bentuk dengan para agen, para pedagang burjo ini cenderung memilih agen dengan cara berlangganan. Dengan cara berlangganan tersebut mereka bisa mendapat harga yang murah serta mendapat kemudahan-kemudahan lainnya seperti pembayarannya tidak harus langsung *cash*, dapat memesan barang ketika ada barang yang kurang atau tertinggal. Selain itu dengan hubungan yang relatif terus menerus itu mereka juga biasa mendapat bingkisan atau hadiah dari agen tersebut tiap tahunnya.

Selain itu, pedagang burjo juga berusaha berlaku baik kepada masyarakat di sekitar tempat mereka berjualan. Ketika ada masyarakat yang melarang mendirikan warung di suatu tempat tertentu, maka mereka mengalah dan memilih tempat yang lain. Hal ini membuat hubungan mereka dengan masyarakat sekitar berlangsung baik. Mereka juga rutin membayar uang parkir atau bersedia lahan tempat mereka berjualan untuk dijaga tukang parkir oleh masyarakat setempat. Ketika masyarakat meminta sumbangan untuk acara 17-an para pedagang ini juga ikut turut menyumbang. Begitu pun ketika ada masyarakat yang meninggal di dekat tempat mereka berjualan, pemilik burjo ini ikut melayat dan memberikan sumbangan, begitu pula ketika ada renovasi masjid yang kebetulan dengan dengan warung mereka, maka mereka turut memberikan makanan pada pekerja tersebut. Dengan hubungan yang baik dengan masyarakat seperti itu membuat usaha mereka lebih nyaman dan cenderung bertahan.

Selain itu, strategi pedagang burjo ini untuk mempertahankan atau meningkatkan usahanya adalah dengan menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggannya. Mereka berlaku ramah dan sering mengajak pelanggannya ngobrol ketika warung sedang sepi. Mereka juga memperbolehkan pelanggannya untuk hutang dulu karena lupa membawa uang atau pas belum ada kembalian. Dengan cara seperti itu mereka berharap pelanggannya akan tertarik makan di situ dan memberitahukan kepada teman-temannya yang lain.

Menurut teori Mackie (1998) yang dijelaskan dalam penelitian Asyuti (2015) bahwa kunci sukses pebisnis Cina dalam tataran global dipengaruhi oleh beberapa faktor yang termasuk dalam modal sosial hubungan /relationship /jaringan (*guanxi*) sebagai alat untuk mereduksi biaya transaksi dalam bisnis. Oleh karena itu, penting adanya peranan teman, kerabat, tetangga, dan pelanggan mereka guna mengembangkan dan memelihara pola jaringan sosial yang dilakukan oleh pedagang burjo, sebab dengan merekalah umumnya pedagang menjalin hubungan.

Kepercayaan (*trust*)

Kedua, unsur kepercayaan (*trust*), dimana kepercayaan menurut Fukuyama (1995) adalah harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Menurut Dudwick, dkk bahwa kepercayaan adalah salah satu unsur yang penting dimiliki seseorang sebagai bagian dari modal sosial

Kepercayaan pada pedagang burjo digolongkan menjadi empat yakni, kepercayaan kepada karyawan, kepercayaan kepada penyuplai barang (agen), kepercayaan kepada pembeli, kepercayaan kepada pedagang warung burjo yang lain. Pada level individu, kepercayaan tumbuh dan berkembang berawal dari ekspektasi dan kerelaan seseorang tertentu menyerahkan sebagian dari tanggungjawabnya kepada aktor tertentu lainnya yang disertai dengan keyakinan bahwa aktor tersebut mau menerima dan dapat memegang tanggungjawab yang diterimanya.

Kepercayaan antara pemilik burjo dan karyawan sangat terlihat dimana rata-rata seorang pemilik burjo memiliki lebih dari tiga warung burjo yang mengakibatkan si pemilik burjo harus mempercayakan warungnya pada pegawainya tersebut. Mulai dari konsumsi karyawan, uang masuk, dan uang keluar dipercayakan kepada pegawainya yang menjadi pengelola di warung tersebut. Adanya rasa saling percaya yang begitu kuat antara pemilik burjo dan pegawainya itu membuat pegawainya merasa orang yang dihormati dipercayai yang akhirnya membuat pegawai-pegawainya lebih loyalitas lagi kepada bos nya.

Kepercayaan antara penyuplai dengan pengelola burjo terlihat dengan sudah berlanggannannya mereka dengan para penyuplai dimana saat membeli barang mereka tinggal memesannya lewat WA kemudian diantar atau mereka sendiri yang mengambil kesana. Proses pembayarannya biasanya dilakukan ketika barang pesanan yang kedua datang, walaupun ada juga yang secara kontan. Hal ini tentu menunjang usaha warung burjo tersebut, karena jika keduanya tidak memiliki rasa kepercayaan maka proses pemenuhan barang tersebut dapat terhambat. Maka benar apa yang dikatakan Dudwick, dkk bahwa kepercayaan haruslah dimiliki oleh seseorang sebagai bagian dari modal sosialnya.

Kepercayaan juga terjalin antara pedagang burjo dengan pelanggan mereka. Selain menerapkan nilai kejujuran dan keramahan, pedagang burjo berupaya untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggannya dengan mempertahankan kualitas makanannya. Selain mempertahankan kualitas makanan, pedagang juga memiliki strategi membolehkan pelanggannya untuk hutang dulu jika tidak atau belum membawa uang.

Sejalan dengan hasil penelitian ini dan teori diatas, penelitian Asyuti (2015) menyebutkan bahwa apabila di dalam suatu hubungan terdapat rasa percaya maka akan memudahkan pedagang warung untuk mendapatkan pelanggan. Apabila pelanggan bertambah maka besar kemungkinan pedagang tersebut memiliki jaringan baru dengan pihak lainnya melalui informasi dari si pelanggannya itu.

Menurut Fukuyama (1995) dalam penelitian Ichsan Pramatya (2013), kepercayaan merupakan norma-norma kooperatif seperti kejujuran dan kesediaan untuk menolong yang bisa dibagi-bagi antara kelompok-kelompok terbatas masyarakat atau dengan lainnya dalam masyarakat yang sama. "Jika para anggota kelompok itu mengharapkan bahwa anggota-anggotanya yang lain akan berperilaku jujur dan terpercaya, maka mereka akan saling mempercayai". Kepercayaan yang tumbuh

di antara sesama pemilik burjo merupakan kepercayaan yang timbul karena mereka rata-rata memiliki kesamaan tempat asal/ kampung yang sama. Selain itu kepercayaan yang timbul antar sesama pemilik dilatar belakangi oleh nilai dan norma yang mereka anut bersama yang selalu mereka junjung tinggi. Salah satu norma itu terwujud dari penentuan harga yang tidak boleh terlampaui beda dengan yang lain agar tidak mematikan pasaran.

Tindakan bersama dan kerjasama

Unsur yang ketiga adalah tindakan bersama dan kerjasama. Nilai yang dianut berupa nilai kesopanan, kejujuran, keramahan, kebersamaan dan tolong-menolong. Nilai-nilai yang dianut para pedagang pasar tersebut menurut teori Putnam dalam penelitian Murdinarta (2009), terkandung di dalam hubungan sesama sebagai kekuatan yang mendorong timbulnya kepercayaan. Elemen ini yang meliputi nilai-nilai yang dimiliki bersama (*shared value*), norma dan aturan-aturan. Nilai-nilai tersebut dianut oleh para pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan pembeli. Sebagaimana yang dikatakan Putnam dalam penelitian Murdinarta (2009) bahwa nilai yang dipegang teguh bersama dalam hubungan timbal balik akan menumbuhkan kepercayaan. Hal ini dibuktikan dengan perilaku pedagang burjo dengan pelanggannya. Hubungan timbal balik antar keduanya didasarkan adanya nilai yang mereka junjung tinggi. Nilai tersebut yaitu nilai kesopanan, keramahan dan kejujuran yang nantinya dapat menimbulkan *trust* diantara mereka dan berujung pada menguatnya jaringan sosial. Sedangkan diantara sesama pedagang burjo terdapat nilai saling tolong menolong/kebersamaan salah satunya dalam hal belanja kebutuhan dagang. Selanjutnya norma yang dianut antar sesama pedagang ialah norma yang bersifat spontan-rasional dimana terdapat kesepakatan mengenai penentuan harga barang dagang yang sampai saat ini masih mereka pegang teguh. Norma tersebutlah yang nantinya akan menimbulkan rasa percaya diantara mereka.

Komunikasi

Adapun unsur komunikasi adalah munculnya kebersamaan diantara sesama pedagang yaitu dengan membantu sesama pedagang burjo dalam menghadapi masalah bersama seperti berbagi saling meminjamkan bahan makanan dan pegawai dengan pedagang lain, bertukar informasi, berbagi menu, ataupun hanya sekedar curhat dan *sharing*. Hal tersebut merupakan bentuk kerjasama antar pedagang burjo melihat adanya ikatan kekerabatan di antara para pedagang mempermudah mereka untuk mendapat bantuan dari kerabat sesama pedagangnya.

Dari pernyataan diatas, sesuai dengan temuan di lapangan bahwa terdapat hubungan timbal balik yang dapat menguntungkan dua belah pihak berupa saling bekerjasama dan membantu satu sama lain. Hal tersebut dilatarbelakangi karena mereka saling menjaga hubungan baik antar sesama pedagang burjo dan pembeli dengan mentaati nilai dan norma yang mereka junjung tinggi dalam berhubungan satu sama lain. Keyakinan mereka ialah dengan membina hubungan baik maka

mempermudah mereka untuk mendapatkan kenalan, mendapat pembeli dan pelanggan baru hingga terbentuk jaringan baru. Hubungan baik yang dibangun dengan pelanggan mereka bermanfaat guna mengembangkan pola jaringan pedagang burjo di kawasan kampus UNS. Dimana ketika para pedagang menjalin hubungan baik dengan pelanggannya, pelanggannya tersebut akan merasa nyaman berhubungan dengan pedagang burjo maka pelanggannya tersebut kerap merekomendasikan temannya untuk membeli pada pedagang yang menjadi langganannya tersebut. Penyebaran informasi kepada teman atau saudara sangat menguntungkan pedagang. Hal serupa juga ditemukan pada hubungan antara pedagang dengan kerabat atau tetangganya. Menurut Woolcock (dalam Kasih, 2007), terdapat dua bentuk modal sosial: *bonding social capital* (modal sosial mengikat) dan *bridging social capital* (modal sosial menjembatani). Modal sosial yang mengikat (*bonding social capital*) didasarkan pada keluarga atau ikatan yang kuat lainnya, dan modal sosial yang menjembatani (*bridging social capital*) yang mengantarkan orang dari berbagai latar belakang berbeda untuk bersama. Sesuai dengan penjelasan diatas, jenis modal sosial yang ada di warung burjo di kawasan Kampus UNS adalah modal sosial *bonding* dan *bridging*. Modal sosial *bonding* adalah modal sosial yang didasarkan pada keluarga atau ikatan kuat lainnya. Di warung-warung burjo di kawasan Kampus UNS sendiri hubungan antar sesama pedagang sendiri sudah seperti keluarga sendiri. Di sisi lain, terdapat beberapa pedagang yang memang berasal dari satu keluarga, rasa kekeluargaan terhadap pedagang lain pun dilatarbelakangi oleh kebersamaan yang sudah bertahun-tahun didalam pasar tersebut seperti merasakan jatuh-bangun bersama mempererat rasa kekeluargaan mereka. Rasa kekeluargaan tersebut mendorong mereka untuk saling tolong-menolong, bekerjasama, bertukar ide dan informasi untuk kelangsungan usaha mereka.

Selain hubungan dengan pedagang, rasa kekeluargaan dibangun dengan pelanggan mereka, dengan menganggap pelanggan mereka seperti anak atau kerabat sendiri. Dengan kedekatannya dengan pelanggan, mereka cenderung melakukan tukar menukar kebaikan seperti pelanggan lama dibolehkan mengambil sendiri makanannya apabila menjadi pelanggan tetap. Selanjutnya, terdapat modal *social bridging*. Dimana pedagang burjo mendapatkan pembeli dan dipromosikan dagangannya oleh pelanggan lamanya, dimana pelanggan mereka adalah orang luar yang dengan cuma-cuma membantu mereka dalam mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut didasarkan karena hubungan baik antara pedagang burjo dengan orang disekelilingnya, yang ternyata membantunya dalam keberlangsungan usaha burjo dan menaikkan ekonomi usaha warung burjo.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang di sertai dengan perspektif teori yang mendukung diperoleh bahwa Strategi modal sosial yang dilakukan oleh pedagang warung Burjo di kawasan kampus UNS dapat dikelompokkan menjadi dua yakni:

a. Faktor Internal.

Faktor internal yakni hubungan pemilik modal dengan pengelola dan pegawai, serta pengelola dengan pengelola lain yaitu antara lain memberikan bantuan berupa meminjamkan tenaga karyawan, memberikan bahan baku ketika kehabisan bahan baku, bertukar menukar informasi seputar perdagangan, berbagi resep menu makanan, serta curhat atau sharing biasa.

b. Faktor Eksternal

Sedangkan faktor eksternal disini berupa hubungan dengan agen, hubungan dengan masyarakat sekitar, hubungan dengan warung burjo lain serta hubungan dengan pembeli atau pelanggan antara lain memilih agen untuk dijadikan langganan, membayar uang parkir keamanan, memberikan bantuan makanan terhadap masyarakat sekitar, ikut menyumbang ketika ada tarikan masyarakat, melayat ketika di dekat tempat usahanya ada yang meninggal, menjaga kualitas makanan, menjaga nilai kejujuran, keramahan, keakraban, memberikan hutang pada pembeli, menaruh kepercayaan terhadap pembeli dan ikut memberikan sumbangan terhadap pegawai burjo lain ketika ada yang meninggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, Tadjuddin Noer. 1988. "Kesempatan Kerja Sektor Informal Di Daerah Perkotaan, Indonesia." *Majalah Geografi* 1(2):1–10.
- Evers, Hans-Dieter. 1993. "Perubahan Kapasitas Penyerapan Tenaga Kerja Di Sektor Informal." *Populasi* 4(1):24–51.
- Halpern, David. 2005. *Social Capital*. London: Polity Press.
- ILO.2004."4.5InformalEconomyWorkers."Retrieved(https://www.ilo.org/global/topics/wages/minimum-wages/beneficiaries/WCMS_436492/lang--en/index.htm).
- Jayani, Dwi Hadya. 2020. "Sektor Informal Mendominasi Pekerjaan Di Indonesia 2015-2019." Retrieved (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/21/sektor-informal-mendominasi-pekerjaan-di-indonesia-2015-2019>).
- Kurniawan, Asep. 2019. "Pengembangan Masyarakat Di Bidang Ekonomi Melalui Migrasi : Pola Migrasi Pedagang Burjo Asal Sindangagung Dan Garawangi Kuningan Di Yogyakarta." *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 4(1):46–62.
- Marvasti, Amir B. 2004. *Qualitative Research in Sociology*. London: Sage Publications.
- Munandar, Moh Aris. 2010. "Peran Modal Sosial Dalam Penanggulangan Kemiskinan Pada Pedagang Sektor Informal Di Kota Semarang." *Forum Ilmu Sosial* 37(2):107–17.
- Nazara, Suahasil. 2010. *Ekonomi Informal Di Indonesia : Ukuran, Komposisi, Dan Evolusi*. Jakarta: ILO.
- Pitoyo, Agus Joko. 2016. "Dinamika Sektor Informal Di Indonesia : Prospek, Perkembangan, Dan Kedudukannya Dalam Sistem Ekonomi Makro." *Populasi* 18(2).
- Pranadji, Tri. 2016. "Kajian Ekologi Kebudayaan Terhadap Sektor Informal Di Perkotaan: Suatu Proses Adaptasi Ketidakseimbangan Interaksi Kota-Desa Akibat Industrialisasi." *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 10(2–1):38.

- Rinofah, Risal and IGN Soni Kurniawan. 2016. "Analisis Kelayakan Usaha Warung "Burjo" (Studi Kasus Di Dusun Karang Gayam, Catur Tunggal, Depok Sleman, Yogyakarta)." *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis* 19(X):1–11.
- Rothenberg, Alexander D., Arya Gaduh, Nicholas E. Burger, Charina Chazali, Indrasari Tjandraningsih, Rini Radikun, Cole Sutera, and Sarah Weilant. 2016. "Rethinking Indonesia's Informal Sector." *World Development* 80:96–113.
- Saputra, Dhanar Intan Surya and Deny Bowo Febrianto. 2014. "Sistem Informasi Pencatatan Hutang Piutang Pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus: Burjo Sahabat)." *Probisnis* 7(1):34–46.
- Saragih, Sebastian, Jonathan Lassa, and Afan Ramli. 2007. *Kerangka Penghidupan Berkelanjutan Sustainable Livelihood Framework*. Jakarta: Hivos Southeast Asia Office.
- Scoones, Ian. 2009. "Livelihoods Perspectives and Rural Development." *Journal of Peasant Studies* 36(1):171–96.
- Sen, Amartya. 1997. "Editorial: Human Capital and Human Capability." *World Development* 25(12):1959–61.
- Solesbury, William. 2003. *Sustainable Livelihoods : A Case Study of the Evolution of DFID Policy London*. 217. London.
- Suradi. 2011. "Peranan Sektor Informal Dalam Penanggulangan Kemiskinan." *Informasi* 16(03):221–34.
- Suwandi, Joko. 2012. "Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kota Surakarta : Persepsi Masyarakat Dan Alternatif Penanganannya." *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 41–49.
- Syaputra, Eko Maulana and Dyah Suryani. 2017. "Faktor Risiko Higiene Sanitasi Makanan Karyawan Warung Makan Burjo Di Kelurahan Warungboto Yogyakarta." *Jurnal Kesehatan Masyarakat* 2(2):68–72.
- Wirutomo, Paulus. 2013. "Mencari Makna Pembangunan Sosial: Studi Kasus Sektor Informal Di Kota Solo." *Masyarakat: Jurnal Sosiologi* 18(1):101–20.