

**PEDAGANG PASAR *TIBAN* DAN MODAL SOSIAL
Membangun Tatanan Sosial-Ekonomi Lokal**

*Shinta Dewi Rismawati*¹

Abstract: After the breaking off of Banjarsari market of Pekalongan City, the small vendors of the market came up and did not give up with the condition. They made an institution called PARTI or PASTI –standing for *pasar tiban* – to hold a temporary market to make them survive economically. The problems to be answered in this research are what the social capital values that are acknowledged and institutionalized among the vendors; how they struggle to survive; and what factors that support and hamper their struggle. To answer those problems, this research used qualitative approach by observation and in-depth interview to collect data. Key informants were selected purposively using snowball sampling. Data triangulation was used to validate the collected data. The result of this research shows that social capital values i.e. trust, values-norms, participation, and structure based on Islamic values and built up through social interaction between the vendors and their stakeholders can put the society's economic wheel in motion and also build social structure more effective, efficient, and communicative. The ability strategy done by them to survive and exist is that they are able to maintain their ability in increasing their turnover, number of costumers, capital, and family's welfare, and their ability to make good relationship among them, and between them and local community and administration. In fact, the existence of temporary market has not only support factors but also hamper factors.

Kata Kunci: *survive*, modal sosial, strategi keberdayaan

PENDAHULUAN

Maraknya budaya urban baru (*the new urban culture*) bernuansa tradisional yang bernama pasar *tiban*, eksistensinya mulai diterima masyarakat. Keberadaannya telah menjadi warna tersendiri sebagai *the new form of economic* dalam kehidupan perkotaan, termasuk di wilayah Pekalongan. Pasar *tiban* disinyalir telah memberikan alternatif lapangan kerja bagi rakyat kecil yang kehilangan sumber mata pencaharian atau bahkan tidak mempunyai pekerjaan karena arus persaingan global yang kian pro kelas sosial tertentu. Bahkan pasar *tiban* memberikan warna dan hiburan tersendiri bagi masyarakat dengan tersedianya berbagai komoditas dagangan yang dijajakan karena tidak kalah dengan karakter *one stop shopping* pada pasar-pasar modern.

Pedagang pasar *tiban* yang masuk dalam kategori pedagang informal ini, dalam struktur perekonomian kota menjadi bagian dari sektor informal. Oleh karena itu, fenomenanya acapkali menimbulkan ketidakserasian hubungan dengan pemerintah daerah atau kota. Adanya perbedaan kepentingan antara pemerintah daerah yang berlindung di balik ketertiban lalu lintas, kebersihan, keserasian dan tata kota di satu sisi dan kepentingan pedagang pasar *tiban* untuk memperoleh penghasilan yang tinggi menjadi salah satu penyebab permasalahan antara dua kubu sulit untuk diselesaikan. Oleh karena itu, dalam pandangan yang paling sarkastik, pedagang informal pasar *tiban* dianggap sebagai “sampah kota” yang harus dihilangkan dari struktur tata kota demi tatanan masyarakat modern.

¹ Anggota Rita Rahmawati, Moh. Hasan Bisri, Ahmad Jalaludin Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan

Terkait pasar *tiban* di Kota Pekalongan, yang menjadi konsen dalam penelitian ini, merupakan strategi dan kreatifitas ekonomi arus bawah sebagai titik balik dari pembangunan Pasar Banjarsari dengan perubahan struktur lokasi dan manajemen pasar yang tidak berpihak pada pedagang kecil dan orang yang tidak bermodal. Padahal para pedagang kecil tersebut, sudah bertahun-tahun mencari hidup di lokasi Pasar Banjarsari. Sebenarnya Pemerintah Kota (Pemkot) Pekalongan bukan tidak pernah melakukan upaya untuk merentas permasalahan pedagang kecil ini. Mereka dialihkan ke lokasi belakang pasar agar tidak mengganggu lalu lintas. Akan tetapi, upaya ini tidak membawa hasil karena di satu sisi lokasi tersebut tidak strategis untuk menjual dagangan mereka, sehingga sebagian dari mereka kembali ke lokasi semula. Permasalahan tidak berhenti sampai di sini, ketika Pemkot Pekalongan memaksa mereka untuk pindah “teknik gusur” ke area yang sudah ditetapkan. Bahkan hal tersebut terjadi berulang-ulang sebagaimana fenomena yang biasa terjadi antara pemerintah daerah dan pedagang informal di manapun. Kejadian ini berlangsung pada tahun 2003-2004.

Suatu hal yang sangat menarik dan relevan untuk diteliti, sebenarnya tidak hanya pada pasar *tiban* itu sendiri, karena sebagaimana yang ditahu bahwa keberadaan pasar *tiban* sudah menjadi hal yang fenomenal di wilayah Kota Pekalongan. Akan tetapi, selain itu hasil observasi di lapangan, komunitas pasar *tiban* Kota Pekalongan mempunyai strategi tertentu agar tidak terjadi lagi benturan kepentingan dengan Pemkot Pekalongan. Selain itu, keunikan pasar *tiban* di Kota Pekalongan adalah masih mempunyai “daur hidup” bahkan tidak mengalami *decline* (tahab kemunduran) dari sisi pelanggan (konsumen), walaupun mereka menggelar dagangannya tiap pagi dan malam. Ini berarti bahwa, pasar *tiban* di Kota Pekalongan masih tetap *survive* di tengah hiruk pikuknya pasar modern. Terkait dengan daerah kondisi tersebut memperlihatkan betapa sulitnya memisahkan apakah seorang melakukan suatu pekerjaan karena terdorong oleh agama/ideologi/ keyakinan yang dianutnya (pertimbangan moral)? Ataukah semata-mata hanya karena dorongan ekonomis demi memenuhi kebutuhan hidup (pertimbangan rasional)? Ataukah demi memelihara hubungan sosial yang sudah terbentuk sebelumnya, sehingga seorang anggota masyarakat dari pola masyarakat tertentu mau tidak mau harus ikut berperan dalam jenis usaha tersebut, demi menjaga tatanan sosial masyarakat yang ada? Fenomena inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk mengkajinya.

Pengertian pasar *tiban* dalam penelitian ini mengacu pada konsep yaitu tempat bertemunya pedagang dan pembeli di luar pasar formal dengan lokasi yang tidak permanen, berpindah-pindah dan waktu juga tertentu. Pedagang pasar *tiban* termasuk dalam kategori pedagang informal karena mempunyai karakter sebagaimana pedagang informal, yaitu: 1). mampu bertindak sebagai produsen, seperti memproduksi barang dagangan sendiri dan dijual sendiri; 2). menjajakan dagangannya dengan menggelar tikar atau lainnya, dan tidak permanen; 3). menjual barangnya secara eceran; 4). modal relatif kecil bahkan ada yang tidak memakai modal sama sekali dengan cara menjual dapat komisi sebagai imbalan; 5). pada umumnya mereka adalah kelompok marginal bahkan sub marginal; 6). kualitas barang yang dijual rata-rata rendah, bahkan ada pedagang yang khusus menjual barang cacat dengan harga murah; 7). omzet penjualan rendah; 8). tawar-menawar merupakan ciri khasnya; 9) mempunyai jiwa wiraswasta kuat; barang yang ditawarkan tidak standar dengan mutu berubah-ubah (Kartono dalam Zudan, 2002:25).

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah: nilai-nilai *social capital* apa sajakah yang kemudian diakui dan melembaga di kalangan komunitas pedagang pasar *tiban* tersebut dalam membangun sistem tatanan sosial ekonomi

local; bagaimana survival strategi pedagang pasar *tiban* berbasis modal sosial di Kota Pekalongan dalam membangun tatanan sosial ekonomi lokal; serta faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi survival komunitas pedagang pasar *tiban* tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai-nilai *social capital* yang diakui dan dilembagakan di dalam kalangan komunitas pedagang pasar *tiban*, memahami strategi survival yang dilakukan, serta menjelaskan faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi survival komunitas pedagang pasar *tiban* dalam membangun tatanan sosial ekonomi lokal.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di Kota Pekalongan dengan pendekatan kualitatif. Sumber datanya berupa data primer, yang diperoleh dengan teknik observasi partisipan dan wawancara mendalam, serta data sekunder yang diperoleh dengan teknik studi kepustakaan. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Informan kunci dipilih secara purposive, yang dikembangkan dengan metode *snowball*. Untuk pengecekan kredibilitas data, dilakukan triangulasi data baik terhadap sumber maupun metode. Teknik analisis menggunakan metode interaktif (Miles dan Huberman, 1992:20) dengan pisau analisis menggunakan teori modal sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai-nilai Modal Sosial yang Mendasari Hubungan Pedagang Pasar Tiban dalam Membangun Tatanan Sosial Ekonomi Lokal

Pasar *tiban* yang semula hanya digelar oleh para pedagang kecil yang jumlahnya terbatas dan hanya di beberapa tempat saja, kini telah menjadi besar. Jumlah pedagang yang ikut menggelar dagangannya di pasar *tiban* semakin banyak, barang dagangannya semakin bervariasi, lokasi dan waktunya juga semakin beragam, ada yang di jalan dan ada yang di gang, ada yang sore dan ada yang pagi. Perkembangan dan perputaran pasar *tiban* tampak tertata.

Kemunculan pasar *tiban* baru di satu tempat tidak diawali oleh hanya segelintir pedagang yang kemudian baru menjadi banyak, melainkan sejak dimulainya pada tempat tersebut, jumlah pedagang yang menggelar dagangannya di sana sudah banyak. Komunitas dan keanggotaan pasar *tiban* tidak bersifat tetap dan mengikat. Untuk satu lokasi pasar *tiban*, jumlah pedagangnya mengalami pasang surut sesuai tingkat keramaian pembelinya. Sebagian pedagang pasar *tiban* juga merupakan pedagang musiman atau pedagang sementara ketika pekerjaan pokoknya sedang terhenti. Sebagian pedagang juga menjajakan dagangan yang tidak tetap, melainkan berganti-ganti sesuai dengan minat atau kebutuhan masyarakat yang diketahui atau dirasakan pedagang tersebut.

Kemunculan tersebut tampak dipersiapkan. Begitu muncul, sudah ada orang-orang yang telah siap menutup jalan bagi kendaraan dan menyediakan lahan parkir dan mengatur kendaraan yang parkir di situ, dengan perlengkapan yang diperlukan. Bahkan spanduk pun sudah dipasang untuk menandai digelarnya pasar *tiban* di lokasi tersebut. Sebelum membuka pasar *tiban* di lokasi baru, para pedagang membuat kesepakatan-kesepakatan tentang beberapa hal yang diperlukan, mulai dari penentuan lokasi baru dan waktunya, pembagian tugas, dan persiapan-persiapan yang harus dilakukan. Mereka yang mendapat tugas kemudian menghubungi pihak kelurahan dan RT/RW di mana pasar *tiban* akan digelar untuk meminta ijin dan pertimbangan waktu, berkoordinasi dengan warga setempat untuk memperoleh akses listrik dan pengaturan kendaraan (penutupan jalan dan pengaturan

parkir). Semua ini dikoordinasikan dengan pengurus paguyuban pasar *tiban* (selanjutnya disebut PARTI maupun PASTI).

Ketika mulai menggelar dagangannya, para pedagang pun sudah langsung dapat memperoleh akses listrik dari rumah-rumah yang berada di dekat lokasi. Semua ini dapat terwujud karena ada pengorganisasian yang dilakukan oleh para pedagang. Selain itu pedagang juga senantiasa menempati tempat berdagang yang sama dengan lokasi yang ditempati sebelumnya. Tidak ada pertengkaran untuk memperebutkan lahan untuk berdagang. Semua telah diorganisir secara memadai oleh pengelola pasar *tiban*.

Pengorganisasian yang rapi tersebut identik dengan adanya kerja sama antara anggota komunitas pedagang pasar *tiban* dengan pemangku kepentingan lainnya (*stakeholders*) seperti masyarakat selaku konsumen serta aparat pemerintah setempat, baik kelurahan, RW maupun RT. Kerja sama yang baik tentu saja dilandasi oleh adanya rasa saling percaya (*trust*), adanya seperangkat nilai serta norma yang disepakati bersama sebagai energi pendukung untuk melancarkan hubungan kerja sama dalam mencapai tujuan bersama.

Interaksi dan kerja sama di antara para pedagang didasarkan pada semangat kekeluargaan untuk menjaga ketenteraman, kerukunan dan saling membantu. Ikatan emosional sebagai sesama pedagang kecil menjadi faktor yang paling menentukan yang dapat menyatukan mereka dan menjaga kerukunan di antara mereka. Begitu pula tolong-menolong yang terjadi di antara mereka. Namun justru sistem yang dibangun di atas semangat kekeluargaan dan ikatan emosional ini yang membuat paguyuban menjadi kuat. Perasaan senasib-seperjuangan mampu menjaga kerukunan dan kekompakan mereka, meskipun sesungguhnya mereka bersaing dalam menawarkan dagangannya.

Fenomena tersebut jika direfleksikan secara teoritis, maka realitas kerja sama – dengan dilandasi oleh adanya rasa saling percaya di antara pedagang pasar *tiban* dengan masyarakat serta aparat pemerintah setempat – menandakan unsur-unsur modal sosial yang terdiri dari *trust, values, norms, participation* serta struktur otoritas yang dihargai berfungsi dengan baik. Kenyataan ini juga mampu mengantarkan pasar *tiban* tidak saja dapat mengerakkan roda perekonomian masyarakat setempat tetapi juga sekaligus membangun tatanan sosial yang lebih komunikatif, efektif dan efisien karena melibatkan semua subjek yang ada di dalam sistem tersebut.

Cohen dan Pusak mengatakan bahwa modal sosial merupakan kumpulan dari hubungan aktif di antara manusia yang dilandasi rasa saling percaya, saling pengertian dan kesamaan nilai serta perilaku yang mengikat anggota dalam sebuah kerja sama dan komunitas yang memungkinkan adanya kerja sama (Cohen dan Pusak dalam S. Leksono, 2009: 26). Modal sosial menjadi lem perakat (*glue*) yang mengikat serta melancarkan hubungan kerja sama komunitas pedagang pasar *tiban* untuk mencapai tujuan bersama. Realitas ini menguatkan asumsi bahwa modal sosial memiliki peran yang penting dalam membangun ekonomi masyarakat sekaligus menjadikan masyarakat yang bersangkutan menjadi lebih berdaya serta berkualitas, sebagaimana yang dikatakan oleh Fukuyama.

Modal sosial yang tercipta dan hidup di kalangan pedagang pasar *tiban* sesungguhnya bersumber dari anasir-anasir nilai yang dimiliki oleh setiap pedagang. Anasir-anasir nilai ini bersenyawa dalam interaksi di lingkungan pasar *tiban* karena mendapatkan penerimaan oleh kesemuanya sehingga terjadi tradisi kehidupan lingkungan pasar *tiban*, dan selanjutnya menjadi acuan bertindak dari para pedagang dalam berjualan sehari-hari yang selanjutnya menjadi nilai-nilai yang disepakati bersama. Kesepakatan tentang nilai-nilai ini lambat laun menjadi norma. Keberadaan norma dan nilai tersebut

tidak lain adalah sebagai pedoman dalam mengatur perilaku sehingga mereka dapat hidup bersama yang saling menguntungkan.

Munculnya nilai serta norma yang menjadi pedoman bersama bagi pedagang pasar *tiban* tidak lain karena bersumber dari adanya rasa saling percaya di antara anggota PARTI-PARSI. Fukuyama bahkan menegaskan bahwa sekumpulan nilai informal atau norma yang menyebar di antara anggota kelompok yang memungkinkan kerja sama terjadi di antara mereka. Kerja sama tersebut terjadi apabila antar anggota kelompok masyarakat tersebut memenuhi apa yang diharapkan antar mereka bahwa lainnya akan bertingkah laku dengan dapat mengandalkan dan memiliki kejujuran, kemudian mereka akan saling percaya satu dengan yang lain. Kepercayaan merupakan minyak pelumas yang membuat jalannya organisasi dapat berjalan efisien (Dalam Laksono, 2009: 78). Fukuyama juga mengatakan bahwa nilai dan norma merupakan bagian dari modal sosial yang tidak diciptakan oleh birokrat atau pemerintah, melainkan dari para aktor yang terlibat dalam hubungan kerja sama tersebut.

Rasa saling percaya inilah yang sesungguhnya menjadi unsur penting yang merekatkan serta melancarkan hubungan kerja sama antara sesama anggota komunitas dan antara anggota komunitas pedagang pasar *tiban* dengan pemangku kepentingan lainnya. Fukuyama mengatakan bahwa rasa saling percaya merupakan modal awal untuk berlangsungnya hubungan kerja sama antar individu dalam mencapai tujuan bersama.

Bourdieu mengatakan bahwa modal sosial terdiri dari dua unsur yakni pertama adanya jalinan sosial yang memungkinkan masing-masing anggota dapat berhubungan dengan dan dalam kelompoknya dan kedua jumlah dan mutu dari sumber daya anggota tersebut. Sedangkan Newton mengatakan bahwa dalam modal sosial terdapat tiga unsur yakni norma dan nilai, jaringan kerja sama atau organisasi/kelembagaan dan konsekuensinya atau akibatnya (Dalam Laksono, 2009: 38) Dengan terbangunnya modal sosial, maka setiap anggota pedagang dipandang sebagai bagian penting yang berperan penting dalam menciptakan serta memelihara kenyamanan, ketentraman, keamanan bagi semua pihak yang berkepentingan.

Unsur-unsur modal sosial yang tercipta dan dimiliki oleh pedagang pasar *tiban*, yang tergabung dalam PARTI-PASTI, yang terinternalisasi dan terekspresikan adalah sebagai berikut :

a. ***Trust (adanya rasa saling percaya) :***

Pada tingkatan individual salah satu sumber dari nilai-nilai *trust* adalah agama atau kepercayaan yang dianut. Dalam ajaran Islam, *trust* tidak tumbuh dengan sendirinya, akan tetapi ia lahir dan dipupuk oleh sifat-sifat mulia (akhlak karimah). Kota Pekalongan selain terkenal sebagai Kota Batik juga dikenal sebagai Kota Santri. Predikat ini bukanlah basa basi, karena penduduk Pekalongan mayoritas beragama Islam. Demikian pula dengan para pedagang di pasar *tiban*, mereka hampir keseluruhan adalah beragama Islam.

Kemampuan berasosiasi sesungguhnya amat tergantung pada suatu komunitas yang keadaannya bersedia saling berbagi untuk mencari titik temu nilai-nilai dan norma-norma bersama. Bilamana titik temu etis-normatif ini bertemu, maka pada gilirannya segala kepentingan individual perseorangan akan tunduk kepada kepentingan komunitas kelompok. Melalui nilai-nilai bersama ini maka terbangun kepercayaan. Kondisi yang demikian juga berlaku bagi pedagang pasar *tiban*. Kepercayaan adalah pengharapan yang muncul dalam sebuah komunitas yang

berperilaku normal, jujur dan kooperatif berdasarkan norma-norma yang dimiliki bersama demi kepentingan anggota yang lain dari komunitas (Fukuyama, 2002: 87).

Terdapat substansi pokok yang saling terkait dalam membangun kepercayaan, yaitu: adanya hubungan sosial antara dua orang atau lebih (termasuk di dalamnya institusi yang diwakili oleh orang), dalam hubungan tersebut terdapat harapan yang bilamana diwujudkan akan tidak merugikan salah satu atau kedua belah pihak dan hubungan dan harapan ini dimungkinkan melalui interaksi sosial (Robert Lawang, 2005: 54). Intinya kepercayaan adalah hubungan dua pihak atau lebih yang memuat harapan yang menguntungkan bagi salah satu pihak ataupun lebih melalui interaksi sosial.

Ekspresi nyata dari adanya rasa saling percaya di antara anggota komunitas pedagang pasar *tiban* antara lain adalah :

a.i.1.a.i.1.a. Adanya kesepakatan mengenai tempat lokasi, hari serta waktu untuk digelarnya pasar *tiban*. Kesepakatan ini erat kaitannya dengan munculnya rasa saling percaya di antara mereka bahwa dengan lokasi dan waktu yang berbeda akan membawa keuntungan bagi pedagang pasar *tiban* itu sendiri.

a.i.1.a.i.1.b. Apabila ada anggota pedagang yang ingin menunaikan ibadah sholat ataupun pergi sejenak untuk keperluan lain, maka biasanya pedagang tersebut menitipkan barang dagangan kepada pedagang lain disebelahnya tanpa takut barangnya akan diambil orang ataupun hilang.

a.i.1.a.i.1.c. Apabila ada barang yang ingin dibeli oleh konsumen akan tetapi stoknya (warna, model, jenis) tidak ada di lapaknya, maka pedagang tersebut akan segera mencarikan dan mengambil barang serupa dari pedagang lain tanpa harus membayar terlebih dahulu. Jika barang tersebut dibeli maka barang tersebut dibayarkan kepada pemiliknya, dan dia mengambil sedikit laba dari hasil penjualannya tersebut, dan jika barangnya tidak laku maka barang tersebut dikembalikan.

a.i.1.a.i.1.d. Apabila akan melakukan pengembalian uang atas barang yang telah laku dan pembeli membayar dengan uang lebih besar dari nilai belinya (*duit gede*), maka mereka saling menukar uang atau bahkan kalau tidak punya bisa dipinjam lebih dulu.

a.i.1.a.i.1.e. Apabila pedagang tidak memiliki atau belum menyediakan plastik pembungkus, sementara ada pembeli barang dagangan tersebut maka pedagang terdekat memberikannya atau meminjamnya.

b. Nilai dan Norma

Fukuyama telah mengingatkan bahwa nilai dan norma sebagai bagian dari modal sosial tidak tercipta dari birokrat ataupun pemerintah, melainkan dari para aktor itu sendiri. Melalui tradisi maupun sejarah maka dapat terbangun suatu tata cara perilaku seseorang atau suatu kelompok masyarakat, yang di dalamnya kemudian timbul modal sosial secara spontan dalam kerangka menentukan tata aturan yang dapat mengatur kepentingan pribadi maupun kepentingan kelompok. Ketika nilai yang telah ditentukan secara bersama oleh anggota komunitas pedagang pasar *tiban*, maka nilai itu dalam realitas menjadi berfungsi sebagai sesuatu yang memiliki makna penting dan baik bagi kehidupan bersama. Nilai tersebut dipengaruhi oleh aktor pelaku (pedagang pasar *tiban*), tindakan, situasi dan kondisi serta konsekuensi. Lebih lanjut dikatakan oleh Fukuyama bahwa norma yang dapat menjadi bagian dari modal sosial adalah

bilamana terdapat unsur-unsur yang substantif, misalnya ada kebenaran, berkata, kebijakan, kejujuran, saling mempercayai (Fukuyama, 2002: 90).

Norma merupakan suatu aturan yang sangat kompleks yang mengikat pada masing-masing anggota pedagang pasar *tiban* dalam komunitasnya. Dengan norma tersebut maka dalam kehidupan bersama akan dapat menumbuhkan saling percaya dan dapat hidup secara normal bagi anggota komunitasnya. Norma yang berlaku di antara anggota pedagang pasar *tiban* semakin lama semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari dan akan berkembang sebagai hukum informasi yang berlaku di antara mereka, sehingga lambat laun menjadi tradisi. Dari tradisi tersebut maka akan terbangun modal sosial yang bertumpu pada tata nilai dan norma serta sikap yang mempengaruhi perilaku pedagang pasar *tiban* yang meliputi kerja sama, saling ketergantungan, pengertian dan lain sebagainya. Kondisi ini menjadikan adanya jaminan kepastian berlangsungnya segala kegiatan transaksi di pasar *tiban* itu sendiri.

Adapun nilai-nilai yang bersumber dari ajaran Islam yang muncul dari proses interaksi sosial antara pedagang pasar *tiban* yang selanjutnya dijadikan pedoman moral dalam membuka pasar *tiban*, antara lain adalah :

b.i.1. Nilai kebersamaan atau keguyuban, pedagang pasar *tiban* mengembangkan rasa kebersamaan atau keguyuban bahwa mereka ada dan akan tetap bisa eksis jika mereka senantiasa bersama-sama berjualan di tempat lokasi, waktu dan jam yang sama. Semakin banyak pedagang yang bergabung serta beragam barang dagangan serta arena hiburan yang disediakan maka konsumen atau masyarakat yang datang akan semakin banyak. Slogan mereka adalah mereka ada karena mereka selalu bersama. Rasa kebersamaan atau keguyuban tersebut pada akhirnya juga meningkatkan rasa solidaritas di antara sesama pedagang pasar *tiban*.

b.i.2. Nilai kejujuran dan amanah, artinya pola-pola hubungan di antara pedagang pasar *tiban* dilandasi pada nilai kejujuran. Misalnya adalah pada saat ada pedagang pasar *tiban* yang meninggalkan dagangan untuk menuaikan ibadah shoalat ataupun keperluan lain maka pedagang yang bersangkutan akan menitipkan dagangannya kepada pedagang di sebelahnya dan pedagang yang dititipi tersebut akan tetap jujur dan amanah menjalankan tugasnya

b.i.3. Nilai bahwa berdagang (bekerja) adalah ibadah. Hal ini pulalah yang mendorong pedagang pasar *tiban* tetap menjalani profesi sebagai pedagang pasar *tiban* semata-mata untuk memenuhi tanggung jawab terhadap keberlangsungan dan ketahanan ekonomi keluarga. Bekerja adalah ibadah untuk mencari nafkah yang halal demi keluarga.

b.i.4. Nilai manfaat bersama, artinya bahwa kegiatan jual beli pedagang pasar *tiban* selain bermanfaat bagi keberlangsungan profesi pedagang yakni untuk meningkatkan ekonomi keluarga, ternyata keberadaan pasar *tiban* juga bermanfaat bagi konsumen, masyarakat maupun aparat pemerintah setempat.

b.i.5. Nilai yang menekankan perlunya saling bekerja sama artinya pedagang pasar *tiban* menyadari bahwa kegiatan pasar *tiban* tidak akan terselenggara dengan lancar, jika tidak didukung oleh adanya kerja sama antar anggota komunitas pedagang pasar *tiban* itu sendiri, akan tetapi juga perlu bekerja sama dengan warga serta aparat pemerintah setempat. Keberadaan pasar *tiban* sangat tergantung dari kemampuan pedagang pasar *tiban* dalam membangun jejaring dengan pemangku kepentingan lainnya (*stakeholders*).

b.i.6. Nilai keputusan berdasarkan hasil musawarah maupun suara terbanyak. Artinya dalam pengambilan keputusan untuk kepnetingan bersama, misalnya dalam penentuan lokasi tempat, waktu, jam untuk berjualan diputuskan dengan mekanisme musawarah mufakat dalam suasana semangat kebersamaan.

Sedangkan norma yang tercipta dan hidup di kalangan pedagang pasar *tiban*, antara lain adalah :

- 1.1. Tidak boleh menjual barang yang sejenis dengan selisih harga yang terlalu signifikan, sebab akan mematikan pasar pedagang lainnya.
- 1.2. Adanya kesepakatan mengenai pembagian lokasi tempat berjualan, sehingga jika ada anggota pedagang pasar *tiban* yang tidak datang berjualan tempatnya dibiarkan kosong.
- 1.3. Adanya kesepakatan bahwa jembatan tidak dijadikan sebagai tempat berjualan sebab akan mengganggu lalu lintas pengunjung yang berdatangan.
- 1.4. Adanya kesepakatan mengenai jumlah nominal iuran yang dipungut dari pedagang pasar *tiban* yang dituangkan secara tertulis dan uang yang terkumpul tersebut untuk mendukung operasional pedagang pasar *tiban* itu sendiri, misalnya untuk membayar sewa listrik kepada warga.
- 1.5. Adanya kesepakatan mengenai tata cara perekrutan keanggotaan pedagang pasar *tiban* termasuk pula mengatur mekanisme pemberhentian keanggotaannya. Ketentuan norma ini dinyatakan secara tertulis.
- 1.6. Adanya kesepakatan mengenai mekanisme cara pemilihan pengurus PARTI-PASTI serta cara pemberhentiannya dan lain sebagainya.

Namun demikian, nilai serta norma yang diciptakan cenderung bersifat spontan dan informal. Artinya norma-norma tersebut tidak tertulis dan diumumkan. Meskipun begitu, melalui interaksi sosial di antara pedagang pasar *tiban* dalam waktu yang panjang dan interaksi tersebut memberikan manfaat satu sama lain, maka nilai dan norma di antara anggota komunitas pedagang pasar *tiban* tersebut bekerja dan merupakan modal sosial.

c. Partisipasi Aktif

Kegiatan yang menunjukkan bahwa setiap anggota komunitas pedagang pasar *tiban* memiliki tingkat partisipasi yang cukup tinggi adalah adanya kegiatan rutin paguyuban. Kegiatan rutin paguyuban ini berupa pertemuan rutin antar pengurus dan anggota paguyuban setiap bulan sekali yang diadakan di rumah anggotanya secara bergilir. Kegiatan ini biasanya dihadiri oleh sebagian besar anggotanya. Kegiatan ini, di samping sebagai sarana menjaga kerukunan dan menjalin silaturahmi, juga sebagai sarana untuk membahas persoalan-persoalan yang mereka hadapi dan membicarakan upaya-upaya solusinya.

d. Struktur yang Dihormati Bersama

Sebelum membuka pasar *tiban* di lokasi baru, para pedagang membuat kesepakatan-kesepakatan tentang beberapa hal yang diperlukan, mulai dari penentuan lokasi baru dan waktunya, pembagian tugas, dan persiapan-persiapan yang harus dilakukan. Semua ini dikoordinasikan dengan pengurus paguyuban. Dari data yang diperoleh, paguyuban PARTI dipimpin oleh sejumlah orang yang menjadi pengurusnya, yaitu Ketua adalah Nur Setho, Sekretaris adalah Aris Sulistiyo, Bendahara adalah Kusmiyati dan Korlap adalah Sukamto Suwito. Kelembagaan

PARTI-PASTI inilah yang kemudian menjelma menjadi struktur yang dihormati bersama.

Namun dari penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa keberadaan paguyuban ini hanyalah sebagai organisasi yang sederhana. Tujuan paguyuban ini adalah mengupayakan silaturahmi di antara para pedagang yang ikut menggelar dagangannya pada pasar-pasar *tiban*. Karena itu, kegiatan-kegiatan yang dilakukan sementara ini adalah menjaga agar para pedagang pasar *tiban* dapat melakukan aktifitas jualannya dengan lancar, tenang dan rukun. Peran paguyuban ini hanya tampak signifikan ketika memulai lokasi pasar *tiban* baru dan ketika terjadi perselisihan di antara para pedagang. Selebihnya, para pedagang mengatur dirinya sendiri masing-masing.

Interaksi dan kerja sama di antara para pedagang didasarkan pada semangat kekeluargaan untuk menjaga ketenteraman, kerukunan dan saling membantu. Ikatan emosional sebagai sesama pedagang kecil menjadi faktor yang paling menentukan yang dapat menyatukan mereka dan menjaga kerukunan di antara mereka. Begitu pula tolong-menolong yang terjadi di antara mereka, khususnya di antara mereka yang mempunyai hubungan kedekatan sebelumnya atau hubungan kedekatan yang terjalin dari komunikasi selama mereka berjualan di tempat yang berdekatan. Namun justru sistem yang dibangun di atas semangat kekeluargaan dan ikatan emosional ini yang membuat paguyuban ini menjadi kuat. Perasaan senasib-seperjuangan mampu menjaga kerukunan dan kekompakan mereka, meskipun sesungguhnya mereka bersaing dalam menawarkan dagangannya.

Dari paparan di atas, nampak jelas bahwa pasar *tiban* ternyata tidak saja berfungsi untuk menggerakkan roda perekonomian masyarakat lokal dengan mekanisme yang lebih efektif, efisien serta berkeadilan tetapi juga berfungsi penting untuk memproduksi tatanan sosial yang melancarkan hubungan relasional antara pedagang pasar *tiban* maupun antara pedagang pasar *tiban* dengan para pemangku kepentingan lainnya yakni konsumen, masyarakat dan juga aparat pemerintah setempat.

Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh Assauri (dalam Laksono, 2009: 58) bahwa:

Pasar pada dasarnya adalah arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul atau bertemuannya para penjual dan pembeli semata melainkan juga yang berbentuk non fisik yang memungkinkan terlaksananya pertukaran nilai-nilai, norma, adanya partisipasi serta struktur yang dihormati karena dilandasi adanya rasa saling percaya di antara mereka.

Simpulannya, tanpa mengesampingkan fungsi dan peran pasar *tiban* untuk memfasilitasi sesuatu transaksi secara efisien serta penuh pertimbangan untuk mendapatkan untung, senyatanya tidak dapat menutup realitas pula jika pasar *tiban* juga sebagai modus interaksi sosial budaya manakala modal sosial yang dimiliki oleh pedagang pasar *tiban* beserta pemangku kepentingan lain ternyata mampu menciptakan tatanan sosial ekonomi lokal.

Pasar Tiban: Sebuah Survival Strategis Pedagang Pasar Tiban di Kota Pekalongan *Keberdayaan Meningkatkan Omset Penjualan*

Strategi yang digunakan oleh komunitas pedagang pasar *tiban* dalam menaikkan omzet penjualannya adalah dengan cara:

d.i.1.a.i.1.a. membuka pasar *tiban* tidak hanya di satu lokasi saja, tetapi mereka senantiasa memindahkan pasar dari satu tempat ke tempat lainnya sesuai dengan jadwal tempat yang disepakati bersama. Dalam hal ini pedagang pasar *tiban* dalam 1 minggu berjualan selama 7 hari baik pagi maupun sore-malam;

d.i.1.a.i.1.b. berjualan dengan sistem hari-hari tertentu di tempat tertentu pula secara periodik baik pagi maupun sore (malam hari); dan

d.i.1.a.i.1.c. jenis barang yang diperdagangkan adalah barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tidak ada batasan bagi siapa pun untuk menggelar dagangan dan menjadi anggota pasar *tiban*, sepanjang yang dijual bukan barang-barang yang terlarang. Siapa pun yang berminat untuk berjualan di sebuah lokasi pasar *tiban* diperbolehkan tanpa ada syarat apa pun kecuali menjaga ketenteraman dan ketertiban. Yang terpenting adalah menjaga tatanan kapling yang sudah ada. Pedagang baru dapat menggelar dagangannya pada kapling mana pun sepanjang tidak membuat pedagang lama tidak merasa terganggu atau direbut kaplingnya.

Keberdayaan dalam Memperoleh Konsumen

Untuk menarik dan meningkatkan jumlah konsumen yang berasal dari berbagai wilayah, beragam kalangan strata sosial maupun umur, maka pedagang di pasar *tiban* selain menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat sebagaimana diutarakan di atas, di antara mereka juga ada yang menyediakan berbagai arena bermain bagi anak-anak, misalnya *odong-odong*, kereta kecil, arena mandi bola, arena mancing, kereta mini, ketangkasan berkuda, dan sebagainya.

Kondisi ini menjadikan pasar *tiban* tidak saja menjadi tempat belanja, tetapi juga sebagai arena wisata untuk refreasing keluarga. Konsumen seringkali datang ke lokasi pasar *tiban* tidaklah sendirian akan tetapi biasanya bersama anggota keluarga maupun kerabat lainnya. Fenomena pasar *tiban* tidak saja sebagai tempat transaksi jual beli yang bernuansa ekonomi tetapi juga sebagai ajang sosialisasi serta arena wisata.

Strategi yang cukup “ampuh” untuk menarik konsumen yang berlalu-lalang atau sekedar melihat-lihat saja adalah menyapanya. Terlebih dengan mengatakan “*madosi nopo mbak/mas/pak/bu/dik....monggo-monggo, taken mawon mboten nopo-nopo*” (mencari apa mbak/mas/pak/bu...silahkan-silahkan bertanya saja tidak apa-apa), atau kata-kata “silahkan dipilih-pilih”, maupun setelah konsumen berbelanja di tempatnya maka muncul kata-kata “*nopo malih*” (apa lagi) dan seringkali ucapan terima kasih terlontar dari mulut pedagang pasar *tiban*.

Selain strategi tersebut di atas, hubungan hubungan personal dengan konsumen itulah yang dikembangkan oleh pedagang pasar *tiban*. Hubungan personal di sini adalah pendekatan yang mendepankan rasa akrab dengan mengajak ngobrol dengan konsumen. Strategi ini diakui oleh beberapa pedagang ternyata cukup manjur untuk membuat konsumen datang lagi ke pedagang tersebut. Konsumen lebih merasa nyaman jika membeli di tempat pedagang yang sudah dikenalnya ketimbang dia harus ke pedagang yang belum pernah didatanginya.

Keberdayaan dalam Modal

Mereka yang tergabung dalam komunitas pasar *tiban* adalah para pedagang kecil yang memiliki modal kecil dan dari kalangan ekonomi rendah. Usaha yang mereka lakukan hanyalah untuk memenuhi kebutuhan diri dan anggota keluarga mereka. Sebagaimana diketahui bahwa lahirnya pasar *tiban* adalah akibat desakan

ketidakberdayaan mereka yang kemudian melahirkan gagasan kreatif dan terobosan luar biasa untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Karena itu, tujuan mereka sederhana, yaitu bagaimana mereka bisa berjualan dan barang jualan mereka laku sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya.

Secara umum, hasil yang mereka peroleh dipergunakan untuk mencukupi kebutuhan keluarga. Dengan jumlah pendapatan yang mereka hasilkan, mereka harus terus berusaha untuk dapat bertahan menghidupi keluarga serta menjaga kelangsungan usahanya. Sebagian pedagang ada yang dapat menyisihkan pendapatannya untuk ditabung sehingga bisa meningkatkan perdagangannya.

Kebanyakan modal yang digunakan oleh pedagang pasar *tiban* untuk berdagang berasal dari pribadi mereka. Untuk menambah modalnya ada yang meminjam dari *Baitul Mal wat-Tamwil* (BMT) atau bank. Beberapa BMT menawarkan modal langsung menemui para pedagang di pasar *tiban*. Penyetorannya pun dilakukan dengan cara pihak BMT mendatangi nasabah secara langsung di pasar *tiban*. Sistem peminjaman yang mudah dan sederhana inilah yang menjadikan para pedagang pasar *tiban* lebih memilih BMT ketimbang bank untuk memperoleh pinjaman. Apalagi peminjaman di BMT untuk di bawah Rp. 1 juta tidak diperlukan agunan.

Keberdayaan dalam Peningkatan Ekonomi Keluarga

Pekerjaan sebagai pedagang di pasar *tiban* merupakan pekerjaan utama atau pokok bagi mereka. Sebagian dari mereka di samping berdagang di pasar *tiban*, mereka juga berdagang di luar seperti di dekat terminal, sekolah, rumah sakit dan lain sebagainya. Jika dilihat berdasarkan kelompok etnis, maka etnis yang berjualan cukup beragam meskipun kebanyakan mereka berasal dari suku Jawa, walaupun ada juga yang berasal dari etnis lainnya seperti dari etnis China, etnis Sunda, etnis Padang, etnis Padang dan lain sebagainya. Mereka berasal dari Kota Pekalongan dan sekitarnya seperti dari Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang dan Kabupaten Pemasang.

Tingkat pendidikan para pedagang pasar *tiban* rata-rata rendah, bahkan banyak di antara mereka tidak tamat Sekolah Dasar (SD). Umumnya tingkat pendidikan mereka dari SD sampai Sekolah Menengah Atas (SMA). Rendahnya tingkat pendidikan pada pekerjaan ini menunjukkan bahwa jenis usaha ini tidak memerlukan persyaratan pendidikan formal yang tinggi untuk menggelutinya. Dari segi umur, usia mereka bervariasi dari 20 tahun sampai 55 tahun. Mengenai alasan para pedagang memilih berdagang di pasar *tiban* karena kebanyakan mereka tidak memiliki tempat untuk berdagang.

Keberdayaan Membina Relasi dengan Sesama Komunitas Pedagang, Masyarakat dan Pemerintah Setempat

Frekuensi intensitas pertemuan anggota pedagang pasar *tiban* secara periodik di berbagai tempat dan waktu lambat laun memunculkan relasi yang cukup dekat di antara mereka. Memang benar, mereka bersaing untuk memperoleh keuntungan, akan tetapi keadaan tersebut tidak meluruhkan rasa kebersamaan serta kegyuban mereka. Justru yang terjadi malah sebaliknya. Rasa kebersamaan dan kegyuban di antara sesama komunitas pedagang justru menjadikan pasar *tiban* menjadi ada.

Fenomena yang cukup menarik lainnya adalah relasi yang dibangun di antara sesama pedagang pasar *tiban* adalah *trust*, sehingga mereka terkadang saling menitipkan dagangannya jika pedagang yang satu hendak menuaikan ibadah sholat ataupun keperluan lainnya tanpa takut dagangannya hilang. Selain itu ada kebiasaan untuk

meminjam/mengambil barang dagangan yang dicari konsumen tetapi di tempatnya tidak ada, maka biasanya dia akan mencarinya di tempat pedagang lain tanpa membayar terlebih dahulu, dan jika barang tersebut terjual maka pemilik dagangannya juga akan dapat untung yang dibagi bersama.

Sedangkan relasi antara komunitas pedagang pasar *tiban* dengan masyarakat yang tempatnya digunakan untuk berjualan maupun dengan pemerintah setempat adalah relasi yang dibangun atas dasar simbiosis mutualisme.

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Keberlangsungan Komunitas Pedagang Pasar Tiban

Seiring dengan berlalunya waktu maka keberadaan pasar *tiban* tidak lepas dari faktor pendukung maupun faktor yang menjadi hambatan bagi keberlangsungan eksistensi komunitas pedagang pasar *tiban* dan realitas pasar *tiban* itu sendiri. Adapun faktor-faktor yang menjadi pendukung, antara lain adalah :

1.6.1.a. Adanya rasa kebersamaan, kegotongroyongan serta solidaritas yang cukup tinggi di antara anggota komunitas pedagang pasar *tiban* yang dibangun di atas pilar-pilar modal sosial yang mereka miliki ternyata mampu melahirkan dan melanggengkan fenomena pasar *tiban* di wilayah Pekalongan. Tanpa adanya rasa kebersamaan-kegotongroyongan serta solidaritas yang tinggi di antara mereka maka mustahil pasar *tiban* digelar. Adanya kesadaran bersama bahwa jika mereka mau dan mampu sepakat berkumpul di suatu tempat serta waktu yang sama untuk menggelar dagangannya maka konsumen akan datang dengan sendirinya. Banyaknya konsumen yang datang untuk membeli adalah pertanda keberadaan pedagang pasar *tiban* akan tetap berkelanjutan.

1.6.1.b. Respon dan dukungan dari masyarakat terhadap keberadaan pasar *tiban* ternyata cukup besar. Hal ini tidak lepas dari penilaian masyarakat yang mengatakan bahwa keberadaan pasar *tiban* di wilayah yang dekat dengan tempat tinggalnya, maka mereka dapat memenuhi segala kebutuhannya. Pasar *tiban* bagi masyarakat bukan hanya sekedar sebagai pusat kegiatan transaksi jual beli barang namun juga sebagai arena wisata untuk hiburan atau refreking keluarga. Selain itu, juga membuka peluang kesempatan kerja “spontan” bagi anggota masyarakat setempat, misalnya untuk jasa parkir kendaraan, jasa keamanan (HANSIP) maupun jasa pemungut serta pengumpul sampah. Pasar *tiban* yang memiliki multi fungsi inilah yang akhirnya membuat keberadaan pasar *tiban* di lingkungan setempat diterima oleh masyarakat.

1.6.1.c. Respon dan dukungan yang cukup besar dari aparat pemerintah setempat menjadikan keberadaan pasar *tiban* akan langgeng. Keberadaan pasar *tiban* di lingkungan RT, RW maupun kelurahan ternyata mampu memberikan tambahan pendapatan retribusi maupun kas bagi pemerintahan setempat, misalnya dari retribusi parkir, retribusi kebersihan, retribusi keamanan (HANSIP) dan bentuk-bentuk pemasukan lainnya.

Hambatan yang selama ini kerap kali muncul secara garis besar ada dua hal, yakni bersifat internal maupun eksternal. Faktor penghambat yang bersifat internal:

1. Munculnya ketidakkompakan di antara komunitas pedagang pasar *tiban* untuk berjualan pada waktu dan tempat yang sama. Kondisi ini dipicu oleh banyaknya tempat dan hari yang digunakan untuk membuka pasar *tiban*, terkadang membuat pedagang pasar *tiban* akhirnya terpecah di beberapa lokasi yang berbeda.

2. Secara umum keberadaan usaha mereka berdiri sendiri tanpa ada organisasi yang mengikat. Upaya untuk mewedahi para pedagang pasar *tiban* dalam satu organisasi sudah ada. Organisasi tersebut bernama Paguyuban Pedagang Pasar *Tiban* (PARTI). Namun keanggotaan paguyuban tersebut terkadang tidak bertahan lama yang disebabkan ketidakaktifan para anggotanya dalam kegiatan di luar pasar *tiban*. Mereka juga tidak memiliki kesadaran akan pentingnya suatu organisasi disebabkan tingkat pendidikan kebanyakan mereka yang rendah.

Adapun faktor-faktor penghambat yang bersifat eksternal, antara lain:

2.i.1. Faktor cuaca yang tidak mendukung komunitas pedagang pasar *tiban* untuk membuka pasar *tiban*. Cuaca yang tidak menguntungkan bagi mereka adalah pada saat musim hujan.

2.i.2. Ketiadaan atau minimnya modal yang dimiliki oleh pedagang pasar *tiban*. Hal ini menjadikan beberapa pedagang pasar *tiban* tidak bisa berkembang menjadi usaha dagang yang lebih besar.

SIMPULAN

Hasil kajian ini dapat disimpulkan berikut. *Pertama*, nilai-nilai atau unsur-unsur modal sosial yang bersumber dari ajaran Islam yang dianut oleh mayoritas pedagang pasar *tiban*, seperti rasa saling percaya (*trust*), nilai-norma (*values-norms*), partisipasi yang berdimensi hubungan timbal balik serta adanya struktur otoritas yang dihormati, ternyata membuat keberadaan pasar *tiban* mampu memberikan manfaat tidak saja bagi pedagang pasar *tiban* itu sendiri, melainkan juga bagi masyarakat dan aparat pemerintah setempat. Bahkan pasar *tiban* ternyata juga mampu mengerakkan roda perekonomian serta melahirkan tatanan sosial yang membuat kerja sama menjadi lebih efektif serta efisien untuk membangun kehidupan yang lebih baik kualitasnya.

Kedua, pedagang pasar *tiban* hingga saat ini masih tetap eksis dan diterima baik oleh masyarakat maupun oleh aparat pemerintah setempat. Hal ini karena mereka memiliki beberapa survival strategi, yakni: keberdayaan dalam meningkatkan omzet penjualan; keberdayaan dalam meningkatkan jumlah konsumen; keberdayaan dalam modal; keberdayaan dalam peningkatan ekonomi keluarga; serta keberdayaan dalam menjalin relasi antara sesama pedagang pasar *tiban*, antara pedagang pasar *tiban* dengan konsumen/masyarakat maupun dengan aparat pemerintah setempat (kelurahan, RW maupun RT).

Ketiga, faktor yang menjadi pendukung bagi keberlangsungan pedagang pasar *tiban* antara lain adalah adanya rasa kebersamaan-keguyuban serta solidaritas di antara mereka dan adanya respon positif serta dukungan baik dari masyarakat maupun dari aparat pemerintah setempat. Sedangkan faktor penghambatnya adalah terkadang muncul ketidakkompakan dari anggota dalam menentukan tempat lokasi serta waktu-jam untuk membuka pasar *tiban*, faktor cuaca yang terkadang tidak mendukung untuk berjualan (hujan) serta ketiadaan atau minimnya modal untuk menambah usaha pedagang pasar *tiban*.

DAFTAR PUSTAKA

Kusnaka, Adimihardja. 2004. *Sistem Pengetahuan dan Teknologi Lokal dalam Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia*. Bandung: Humaniora.

- Andrianyah. 2004. *Kebijakan Publik Dalam Penanganan Sektor Informal (Kasus PKL di Propinsi DKI Jakarta)*. Tesis tidak diterbitkan. Jakarta: UI (<http://www.digilib.ui.edu/opac/themes/libri2/detail.jsp/id77989&lokasi=lokal>).
- Jousairi, Hasbullah. 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta: MR United Press.
- Kartono-Kartini (Arif F Zudan). 2002. *Pembudayaan Hukum Untuk Sektor Informal di Propinsi DIY*, Tesis tidak diterbitkan. Semarang: FH UNDIP.
- Nurdien H., Kisananto. 2003. *Dari Pemahaman Ke Penyertaan Dan Pemberdayaan-Suatu Perkembangan Dalam Kajian dan Tindakan Di Bidang Sosial-Budaya*. Pidato Pengukuhan Guru Besar Antropologi pada Fakultas Sastra UNDIP, Semarang, 8 Maret 2003.
- Matthew B, Milles dan Huberman A. Michael. 1992. *An Expanded Sources Book: Qualitative Data Analysis*, Sage Publications.
- Robert D, Putnam. 2000. *Bowling Alone: The Collaps and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Robert D, Putnam. 1993. *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*, Spring: The American Prospect.
- Arif F., Zudan. 2002. *Pendayagunaan Hukum Untuk Sektor Pedagang Informal Di Propinsi DIY*, Tesis tidak diterbitkan. Semarang: UNDIP.