

**TRANSFORMASI MODAL SOSIAL
PEREMPUAN PEDAGANG PASAR TERAPUNG LOK BAIN TAN
KABUPATEN BANJAR, KALIMANTAN SELATAN**

Yuli Apriati, Lumban Arofah, Alfisyah
Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi
Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRAK

Makalah ini berdasarkan hasil penelitian yang mencoba menggali tentang bagaimana mekanisme berdagang bagi para perempuan, dan bagaimana hubungan sosial yang terbentuk antar perempuan pedagang dapat bertransformasi menjadi modal sosial masyarakat yang berada di Pasar Terapung Lok Baintan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hubungan sosial yang khas terjadi di Pasar Terapung dapat terdokumentasikan sehingga Pasar Terapung dapat berkembang melalui simbiosis mutualisme baik antar pedagang maupun antara pedagang dan pembeli.

Keberadaan pasar terapung merupakan mekanisme adaptasi masyarakat Banjar dengan lingkungan alam berupa sungai. Keberadaan pasar terapung sendiri mulai memudar seiring dengan modernisasi ilmu dan teknologi. Kondisi berbeda ditemui di pasar terapung Lok Baintan, pasar ini masih terus bertahan hingga saat ini, bahkan semakin ramai ditengah memudarnya dan menghilangnya pasar-pasar terapung yang lainnya. Kealamian/keaslian pasar ini tetap terjaga dengan baik hingga saat ini. Bahkan pemerintah setempat juga sedang berupaya melestarikan dan mengangkat budaya pasar terapung Lok Baintan sebagai 'Ikon Pariwisata Unggulan'.

Makalah ini merumuskan dua permasalahan yaitu tentang mekanisme berdagang yang digunakan perempuan pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan untuk terus bertahan di tengah pesatnya arus modernitas, serta bagaimana hubungan sosial yang terbentuk antar perempuan pedagang dapat bertransformasi menjadi modal sosial masyarakat yang berada di Pasar Terapung Lok Baintan

Temuan Penelitian mengindikasikan bahwa Pedagang memiliki cara dan strategi yang dilakukan para pedagang perempuan untuk tetap eksis dan bertahan menjadi pedagang. Mekanisme kerjasama antar pedagang melalui sistem barter ternyata menjadi katalis dalam menjaga hubungan antar pedagang. Kondisi tersebut berujung pada ikatan dan hubungan sosial yang semakin erat antar pedagang. Semakin erat hubungan sosial akan bertransformasi menjadi modal sosial yang dapat digunakan oleh para pedagang terutama ketika berhadapan dengan berbagai permasalahan hidup yang mereka hadapi.

Kata Kunci : Pedagang Perempuan, Lok Baintan, Modal Sosial.

Pendahuluan

Pasar merupakan sesuatu yang sangat penting dalam mendukung perekonomian rakyat, terutama dalam kegiatan berdagang masyarakat, selain itu pasar juga berperan sebagai pusat informasi, komunitas, pendidikan, dan sosial budaya. Pasar juga dapat menciptakan banyak lapangan kerja, terutama untuk perempuan. Sebagian besar perempuan di seluruh nusantara mengandalkan kegiatan berdagang di pasar sebagai penopang keluarga. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chandler bahwa di Kalimantan Tengah dan

Kalimantan Selatan, jumlah perempuan yang berdagang di pasar berkisar antara 60%-70% dari seluruh pedagang yang ada di pasar (Chandler, 1985:50).

Di Banjarmasin terdapat pasar yang berada di sungai yang disebut dengan pasar terapung. Ada tiga pasar terapung di Banjarmasin yaitu Pasar Terapung Lok Baintan, Pasar Terapung Kuin, dan pasar buatan oleh pemerintah daerah. Pasar Terapung Kuin sudah semakin berkurang jumlah pedagangnya. Menurut hasil pengamatan hanya terdapat sekitar 10 sampai 15 orang pedagang saja. Sedangkan Pasar Terapung Buatan pemerintah Daerah Banjarmasin terletak di Daerah Pacinan di depan kantor gubernur, pasar ini hanya ada pada sore sabtu dan pagi hari minggu. Berbeda dengan pasar Pasar Terapung Lok Baintan, salah satu pedagangnya mengatakan “pada awalnya pasar tersebut terdapat kurang lebih 50 pedagang dengan mayoritas pedagang laki-laki, tetapi setelah pedagangnya berganti perempuan, jumlah pedagangnya mencapai 100 pedagang setiap harinya”. Bahkan pada musim-musim tertentu jumlah pedagang dan pembeli di Pasar Terapung tersebut dapat meningkat karena pada musim tersebut merupakan musim panen kebun para penduduk setempat.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa “Lok Baintan Dalam” (ditulis Lok Baintan) merupakan tempat pasar terapung Lok Baintan berada, terletak di wilayah Kecamatan Sungai Tabuk Kabupaten Banjar. Lokasi ini dipilih karena masyarakat di daerah tersebut mengimplementasikan sebuah budaya yang sesuai dengan nuansa geografi setempat yaitu budaya sungai serta tradisi masyarakatnya yang kental dengan budaya berdagang. Selain itu, tempat ini dinilai masih sangat alami, berada di wilayah pelosok pedesaan, serta terdapatnya para pedagang yang mayoritas perempuan. Desa ini merupakan Daerah Aliran Sungai (DAS). Sungai besar yang melaluinya adalah Sungai Martapura¹. Desa Lok Baintan berseberangan dengan desa Paku Alam dan desa Lok Baintan Luar.

Pasar Terapung Lok Baintan dapat ditemui setiap harinya, dimulai *baisukan* atau subuh sekitar pukul 06.00 pagi sampai berakhirnya sekitar jam 09.00 siang karena pedagang dan pembeli *belarut banyu*² atau mengikuti arus sungai. Kebanyakan pedagang dan pembeli di pasar ini perempuan, mereka *mengayuh jukung* atau mendayung perahu yang panjangnya sekitar 1 meter dan hanya muat diisi oleh pemiliknya dan barang bawaan berupa hasil kebun atau dagangan lainnya. Perempuan yang berdagang di pasar terapung biasanya menggunakan selendang yang dibentuk seperti jilbab dan juga menggunakan *tanggui* atau penutup kepala untuk melindungi dari sinar matahari, seperti pada gambar berikut.

¹Kabupaten Banjar banyak terdapat sungai besar dan sedang, serta sungai-sungai kecil lainnya. Sungai-sungai yang berukuran besar dan sedang adalah: Sungai Martapura, Sungai Riam Kanan, Sungai Riam Kiwa, Sungai Mangkaok, Sungai Alalak, Sungai Paring, Sungai Apukan/Banyuhirang. Sedangkan sungai-sungai kecil, terutama yang berada di sekitar Desa Lok Baintan adalah: Sungai Lenge, Sungai Bakung, Sungai Paku Alam, Sungai Saka Bunut, Sungai Madang, Sungai Tandipah, dan Sungai Lok Baintan Dalam. Sungai Martapura merupakan sungai terpanjang di Kabupaten Banjar Sungai Martapura dengan panjang 80 km, lebar 100 m, kedalaman rata-rata 10 m. Sedangkan Sungai Riam Kanan panjang 23 km, lebar 50 m, kedalaman rata-rata 8 m dan Sungai Riam Kiwa panjang 60 km, lebar 30 m, kedalaman rata-rata 5 m, dan anak-anak sungai lainnya dengan lebar kurang dari 50 m.

² Dalam hasil penelitian Nidah Nadawati (2010:35) pasar terapung Lok Baintan disebut pasar *balarut* (melarut)

Gambar 1. Ciri Khas Perempuan Pedagang Pasar Terapung Lok Baintan



Keunikan lain dari Pasar Terapung Lok Baintan yaitu ketika terjadi transaksi jual beli, perahu atau *jukung* akan saling berdempet antara *jukung* pedagang dan pembeli untuk melakukan *betatawaran* atau tawar menawarsampai *tarukui* atau mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak, seperti gambar berikut ;

Gambar 2. Aktivitas Jual Beli di Pasar Terapung Lok Baintan



Perahu penjual dan pembeli yang dalam aktivitas transaksi tidak ditambatkan di daratan melainkan *belarut banyu* atau larut sungai. Pada musim *betanam* padi atau menanam padi, pasar ini lebih singkat waktu berdagangnya sekitar satu jam atau sampai jam 08.00 pagi karena penduduk menyempatkan untuk pergi ke ladang mereka. Hasil kebun yang dijual di pasar terapung ini juga mengikuti pada musim, bila pada musim tertentu ada beberapa jenis buah diperdagangkan dan beberapa jenis buah yang tidak diperdagangkan karena belum berbuah.

Pasar terapung Lok Baintan bukan hanya sebagai salah satu aplikasi dari kebudayaan sungai, tetapi juga sebagai tempat mencari nafkah bagi para pedagang sekitar pasar terapung Lok Baintan untuk mempertahankan keberlangsungan berdagang mereka, khususnya para pedagang perempuan, karena memang mayoritas pedagangnya adalah perempuan. Perempuan pedagang memilih sungai untuk tempat berdagang adalah sebagai bentuk pemanfaatan modal yang telah disediakan oleh alam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti memilih metode kualitatif karena fokus kajian atau permasalahan yang diteliti bersifat kompleks, dinamis, dan penuh makna sehingga tidak mungkin bila data pada situasi sosial ini diperoleh dengan metode penelitian kuantitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975), metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dan tujuan untuk menyumbang

pengetahuan secara mendalam mengenai objek penelitian. Sedangkan menurut Kirk dan Miller (1986) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam istilahnya (Lexy Moleong, 1994:3-5).

Secara khusus, peneliti menggunakan format penelitian atau metode studi kasus tunggal sebagai perangkat eksplanatoris terhadap fokus kajian yaitu mengenai strategi berdagang pada perempuan pedagang di pasar terapung Lok Baintan. Studi kasus (*case study*) merupakan metode eksploratif dan analitis yang sangat cermat dan intensif (terinci dan mendalam) mengenai suatu keadaan unit (kesatuan) sosial berupa individu, suatu keluarga, lembaga, suatu organisasi, kelompok masyarakat atau gejala tertentu. Sedangkan dalam Yin (2004) studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial secara umum merupakan strategi yang berkenaan dengan pertanyaan tentang *how* dan *why*, penelitian hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dengan fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

Sasaran Kajian pada ‘Kelompok’ Perempuan Pedagang Pasar Terapung Lok Baintan

Sasaran kajian yang dipilih adalah ‘kelompok’ perempuan pedagang di pasar terapung Lok Baintan. Perempuan pedagang di pasar terapung Lok Baintan terdiri dari dua kelompok, yaitu pedagang tetap dan pedagang tidak tetap. Untuk lebih jelasnya perbedaan karakteristik kedua kelompok pedagang tersebut digambarkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1: Karakteristik Pedagang Tetap dan Pedagang Tidak Tetap di Pasar Terapung Lok Baintan

| No | Karakteristik | Pedagang Tetap | Pedagang Tidak Tetap |
|----|---|---|---|
| 1 | Intensitas waktu berdagang | Para pedagang yang setiap hari berdagang di pasar terapung Lok Baintan. | Para pedagang yang tidak setiap hari berdagang di pasar terapung Lok Baintan, hanya berdagang 2-3 kali saja dalam seminggu. |
| 2 | Jenis Komoditas dagangan yang didagangkan | Jenis dagangan yang sama setiap harinya dan tanggap terhadap permintaan pelanggan, serta dapat membaca kebutuhan pasar. | Tergantung hasil perkebunan dan apa yang tersedia yang dapat didagangkan kembali. |
| 3 | Modal yang digunakan dalam berdagang | Relatif lebih besar | Kecil dan bahkan didapatkan secara gratis dari hasil perkebunan sendiri. |
| 4 | Jumlah pelanggan | Cenderung mempunyai banyak pelanggan | Tidak mempunyai pelanggan, bebas dalam transaksi jual-beli. |
| 5 | Sistem penjualan | Eceran | Grosir, biasanya dalam bentuk <i>bungkalang</i> (keranjang). |

Sumber : Data Primer Penelitian.

Berdasarkan tabel 1 (satu) dapat dilihat perbedaan antara kedua kelompok pedagang di pasar terapung Lok Baintan. Adapun perbandingan kedua kelompok pedagang tersebut tidak seimbang, karena lebih banyak para pedagang tidak tetap yang berdagang di pasar terapung Lok Baintan apalagi dalam bulan-bulan tertentu yaitu bulan oktober-desember.

Mekanisme Survival sebagai mekanisme pertahanan hidup manusia

Survival berasal dari bahasa Inggris *survive* atau *to survive* yang artinya bertahan. Yang dimaksud disini adalah kemampuan untuk dapat bertahan hidup. *Survival* dapat juga diartikan sebagai upaya untuk mempertahankan hidup dan keluar dari keadaan yang sulit (mempertahankan diri dari keadaan tertentu/ keadaan dimana diperlukan perjuangan untuk bertahan hidup). Sedangkan menurut pengertian lain *Survival* adalah suatu kondisi dimana seseorang atau kelompok orang dari kehidupan normal (masih sebagaimana direncanakan) baik tiba-tiba atau disadari masuk kedalam situasi tidak normal (diluar garis rencananya).

Mekanisme *Survival* yang dikemukakan oleh Clark dalam upaya seseorang untuk memperbaiki kondisi perekonomiannya berhubungan dengan strategi-strategi yang dilakukannya yaitu :Strategi pertama, yaitu berupa pertukaran timbal-balik berupa uang, barang dan jasa untuk mempertemukan kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan mendadak. Jaringan sosial ini meliputi kerabat dekat, tetangga, dan rekan kerja (*informal social support networks*).Strategi kedua, yaitu bagi yang sudah berkeluarga mengubah komposisi rumah tangganya dengan menitipkan anak kepada neneknya didesa sehingga dengan cara ini mereka dapat mengurangi biaya hidup di kota (*flexible household composition*).Strategi ketiga, yaitu dengan menganekaragamkan sumber usaha (diversifikasi) misalnya bekerja di sektor informal atau membuka jasa dan pertokoan. Strategi ketiga dilakukan karena keterbatasan waktu, keterampilan, modal serta informasi yang diperoleh (*multiple sources of income*). Strategi lain yang dilakukan untuk menyalahi kekurangan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya antara lain : memanfaatkan asset modal sosial dengan melakukan pinjaman (memanfaatkan kredit informal, berhutang pada bank keliling).

Scot ikut mengulas teori mekanisme *survival* di kalangan petani. Scot menjelaskan bahwa keluarga petani harus dapat bertahan melalui tahun-tahun dimana hasil bersih panennya atau sumber-sumber lainnya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokoknya. Maka mereka dapat mengikat sabuk mereka lebih kencang lagi dengan makan hanya sekali dalam sehari dan beralih ke makanan dengan mutu lebih rendah. (Scot, 1983: 40-41)

Snel dan Staring dalam Setia, Resmi (2005;6) mengemukakan bahwa strategi bertahan hidup adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Melalui strategi ini seseorang bisa berusaha untuk menambah penghasilan lewat pemanfaatan sumber-sumber lain ataupun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan kuantitas dan kualitas barang atau jasa. Cara-cara individu menyusun strategi dipengaruhi oleh posisi individu atau kelompok dalam struktur masyarakat, sistem kepercayaan dan jaringan sosial yang dipilih, termasuk keahlian dalam memobilisasi sumber daya yang ada, tingkat keterampilan, kepemilikan aset, jenis pekerjaan, status gender dan motivasi pribadi. Nampak bahwa jaringan sosial dan kemampuan memobilisasi sumber daya yang ada termasuk didalamnya mendapatkan kepercayaan dari orang lain membantu individu dalam menyusun strategi bertahan hidup.

Dalam menyusun strategi, individu tidak hanya menjalankan satu jenis strategi saja, sehingga kemudian muncul istilah *multiple survival strategies* atau strategi bertahan jamak.Selanjutnya Snel dan Starring mengartikan hal ini sebagai kecenderungan pelaku-pelaku atau rumah tangga untuk memiliki pemasukan dari berbagai sumber daya yang berbeda, karena pemasukan tunggal terbukti tidak memadai untuk menyokong kebutuhan hidupnya. Strategi yang berbeda-beda ini dijalankan secara bersamaan dan akan saling membantu ketika ada strategi yang tidak bisa berjalan dengan baik.

Pasar dan Pasar Tradisional

Pasar selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman, akan tetapi pengertian mengenai pasar itu akan selalu sama. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli yang di dalamnya ada pertukaran. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:833), pasar merupakan tempat orang berjual beli, pekan. Di pasar terdapat individu yang menjual barang dan terdapat juga individu yang membeli barang. Menurut Damsar (1997:91 dan 95) aktor yang terdapat di pasar yaitu pedagang dan pembeli. Pedagang menjual barang yang dibutuhkan oleh pembeli dan pembeli menyerahkan sejumlah uang dari barang nilai barang yang dibeli. Seperti yang dikemukakan oleh L.M Fraser (Belshaw, 1981:8) menjelaskan bahwa pasar berikut:

Pasaran dapat dikatakan “sempurna” bila setiap pembeli sungguh-sungguh mengetahui permintaan setiap penjual serta dapat bertindak sesuai dengan apa yang diketahuinya, dan bila setiap penjual sungguh-sungguh mengetahui tawaran setiap pembeli serta dapat bertindak sesuai dengan apa yang diketahuinya.

Dalam pasar terdapat permintaan dan penawaran, menurut Hartati Prawironoto (1992:32) penawaran merupakan jumlah barang yang ditawarkan oleh pedagang yang ada di pasar, sedangkan permintaan merupakan barang yang dibutuhkan oleh pembeli. Semakin banyak barang yang dibutuhkan oleh pembeli maka semakin banyak pula barang yang ditawarkan oleh pembeli. Semakin besar pasar tersebut atau barang yang ditawarkan bermacam-macam maka akan semakin ramai pasar tersebut dikunjungi.

Pasar merupakan tempat terjadinya berbagai aktivitas ekonomi. Menurut Zuraima Bustaman (1991:52) sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar melancarkan kegiatan-kegiatan yang bersifat ekonomi, dalam bidang produksi pasar menyediakan kebutuhan modal, di bidang konsumsi pasar menyediakan kebutuhan primer dan sekunder, sedangkan dalam bidang distribusi pasar berperan besar dalam menyebarkan barang-barang kebutuhan masyarakat.

Pertukaran yang terjadi antara pedagang dan pembeli yang ada di pasar yaitu terlihat dari bertukarnya suatu barang dengan sejumlah nilai uang. Menurut Cyril S. Belshaw (1981:10) pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomi, kebudayaan, politis, dan lain-lainnya, tempat pembeli dan penjual (atau penukar tipe lain) saling bertemu untuk tukar-menukar. Selain terdapat lokasi tempat pasar tersebut berada, pasar juga merupakan tempat terjadinya hubungan sosial maupun interaksi.

Membahas mengenai pasar tidak hanya mengenai penjual dan pembeli, tapi ada aspek lain mengenai pasar yaitu tempat, waktu, dan tawar menawar. Menurut Damsar (1997:97 dan 112) aspek yang terdapat di pasar terdiri dari tempat dan waktu pasar, dan strategi tawar-menawar.

Pasar yang ada di darat memiliki tempat yang tetap bagi pedagang di pasar tersebut, seperti yang dikemukakan oleh A. Dewey (Koentjaraningrat, 1984:188) pedagang dan tukang yang datang ke pasar untuk menjual barang dagangannya atau membawa peralatannya biasanya menempati tempatnya secara permanen, walaupun mereka juga dapat pindah tempat sesukanya.

Berbeda dengan pedagang yang berada di sungai, pedagang tidak memiliki tempat permanen karena mereka berdagang dengan menggunakan perahu di sungai yang mengalir. Pasar yang ada di sungai memiliki dua istilah untuk menyebut penjual dan pembeli yaitu *dukuh* dan *penyambang*. Menurut Alfani Daud (1997:134) para petani menjajakan hasil produksinya dan hasil produksi tetangganya (dinamakan *dukuh*), atau ada pula yang memborong barang-barang para *dukuh* ini untuk dijajakannya pula dengan perahu (dinamakan *penyambang*). Pedagang dan pembeli di pasar tersebut sama-sama menggunakan perahu untuk berdagang dan juga membeli barang. Transaksi yang terjadi berada di atas

perahu, cara yang dilakukan yaitu perahu pedagang dan perahu pembeli berdempetan untuk melakukan tawar-menawar, sehingga keduanya tidak akan berdiam pada satu tempat tapi akan berpindah sesuai aliran sungai.

Pasar yang ada di sungai hanya buka beberapa jam saja, tidak sama dengan pasar yang ada di darat. Menurut Alfani Daud (1997:134) pasar terapung masa jual belinya relatif singkat (sekitar dua jam atau lebih), aktivitasnya terjadi sore menjelang senja atau pagi-pagi sebelum atau sekitar matahari terbit. Waktu berlangsungnya pasar yang berada di sungai bergantung pada dua hal yaitu arus sungai dan juga cuaca. Pedagang tidak akan dapat berjualan bila cuaca sedang buruk, karena perahu yang mereka bawa dapat terbawa oleh kencangnya angin dan juga kebanyakan perahu tidak memiliki atap untuk berteduh. Lamanya pasar berlangsung juga sangat bergantung pada arus sungai, arus sungai yang deras akan membuat perahu pedagang dan pembeli dapat terbawa jauh sehingga pedagang menjadi terpencar.

Menurut Zuraima Bustaman (1991:52) pasar dalam bentuknya yang sederhana hanya dapat untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada daerah yang terbatas yaitu hanya memenuhi kebutuhan suatu desa. Lama kelamaan dalam perkembangannya pasar menjadi pusat pertemuan dari beberapa wilayah yang lebih luas

Modal Sosial sebagai katalis hubungan sosial masyarakat

Dalam berbagai pustaka, ditemukan adanya beberapa definisi modal sosial. Antara lain menurut : Putnam, et al (dalam Suharto, 2007) menyatakan modal sosial adalah mengacu pada aspek-aspek utama organisasi sosial, seperti kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*), dan jaringan-jaringan (*networks*) yang dapat meningkatkan efisiensi dalam suatu masyarakat melalui fasilitasi tindakan yang terkoordinasi. Kerjasama mudah terjadi di dalam suatu komunitas yang telah mewarisi sejumlah modal sosial yang substansial dalam bentuk aturan-aturan, pertukaran timbal-balik dan jaringan antar warga. Narayan (dalam Suharto, 2007) menyatakan modal sosial adalah aturan-aturan, norma-norma, kewajiban-kewajiban, hal timbal balik dan kepercayaan yang mengikat dalam hubungan sosial, struktur sosial dan pengaturan-pengaturan kelembagaan masyarakat yang memungkinkan para anggota untuk mencapai hasil sasaran individu dan masyarakat mereka.

Fukuyama (2007a:22, 2007b:38) unsur terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) yang merupakan norma-norma moral seperti kesetiaan, kejujuran, dan dapat dipercaya sebagai perekat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Dengan kepercayaan (*trust*) orang-orang akan bisa bekerjasama secara lebih efektif. Menurut Suharto (2007) modal sosial dapat diartikan sebagai sumber (*resource*) yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam komunitas. Pengukuran modal sosial sering dilakukan melalui hasil interaksi tersebut, seperti: terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Dari beberapa pengertian tentang modal sosial di atas tersebut dapat ditarik kesimpulan khususnya dari sudut pandang sosiologi, bahwa elemen utama dalam modal sosial adalah *trust* (kepercayaan), *norms* (norma-norma), *reciprocity*(timbal-balik), dan *network* (jaringan).

Modal Sosial Menjadi Tulang Punggung dalam Perdagangan di Pasar Terapung Lok Baintan

Menurut Purwadarminta (1976:965) strategi adalah akal atau tipu muslihat untuk mencapai suatu maksud. Sedangkan Menurut Snel dan Staring (dalam Setia, Resmi 2005:6) mengemukakan bahwa strategi adalah sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Jadi strategi adalah akal

atau cara-cara tertentu yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Dengan kata lain strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam berbagai macam aktivitas. Di sini terlihat bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional. Sehingga dalam mencapai tujuannya manusia akan bertindak dengan cara-cara tertentu yang dipandanginya efektif, yaitu dengan menggunakan satu atau seperangkat strategi.

Dalam konteks penelitian ini, yang dimaksud dengan strategi adalah cara-cara, alat yang digunakan, dan segala tindakan yang dilakukan oleh para pedagang perempuan di pasar terapung Lok Baintan termasuk dalam hal menjaring untuk mendapatkan pembeli/pelanggan yang sebanyak-banyaknya. Bagi para pedagang, keberadaan strategi ini tentu dianggap penting mengingat besar kecilnya pendapatan yang diperoleh tergantung dari jumlah pembeli/pelanggan yang membeli dagangan mereka. Para pedagang yang mempunyai strategi tertentu, tentu berbeda dengan para pedagang lainnya yang tidak mempunyai strategi dalam memperoleh pembeli/pelanggan.

Adapun strategi yang telah dijalankan oleh para informan (perempuan pedagang di pasar terapung) sehingga usaha dagang yang mereka jalankan semakin berkembang hingga saat ini, diantaranya yang paling menonjol dan utama adalah kepemilikan modal sosial.

Kekuatan modal sosial memiliki peran yang sama pentingnya dengan modal fisik, modal finansial atau usaha dan modal keterampilan. Modal sosial mempunyai energi yang dapat memperkuat kapasitas para pedagang pasar terapung dalam mengembangkan usahanya.

Modal sosial adalah link/jaringan terutama dengan sesama pedagang dan juga konsumen. Sebagaimana kegiatan berdagang pada umumnya, jalinan hubungan antara pedagang dengan pembeli merupakan jalinan yang cukup menentukan kelancaran perolehan penghasilan.

Adapun beberapa pengertian modal sosial menurut para ahli adalah sebagai berikut: Putnam, et al (dalam Suharto, 2007) dan Narayan (dalam Suharto, 2007) menyatakan modal sosial adalah mengacu pada aspek-aspek utama organisasi sosial, seperti kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*), dan jaringan-jaringan (*networks*) yang dapat meningkatkan efisiensi dalam suatu masyarakat melalui fasilitasi tindakan yang terkoordinasi.

Fukuyama (2007a:22, 2007b:38) menjelaskan unsur terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) yang merupakan norma-norma moral seperti kesetiaan, kejujuran, dan dapat dipercaya sebagai perekat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Dengan kepercayaan (*trust*) orang-orang akan bisa bekerjasama secara lebih efektif. Menurut Suharto (2007) modal sosial dapat diartikan sebagai sumber (*resource*) yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam komunitas. Pengukuran modal sosial sering dilakukan melalui hasil interaksi tersebut, seperti: terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Dari beberapa pengertian tentang modal sosial di atas tersebut dapat ditarik kesimpulan khususnya dari sudut pandang sosiologi, bahwa elemen utama dalam modal sosial adalah *trust* (kepercayaan), *norms* (norma-norma), *reciprocity* (timbal-balik), dan *network* (jaringan).

Dari hasil penelitian di lapangan diketahui modal sosial yang digunakan antara lain :

Transparansi Dalam Mekanisme Perdagangan di Pasar Terapung Lok Baintan

Untuk menjadi pedagang yang berhasil, tidak sekedar untuk mendagangkan barang dagangan cepat habis terjual, modal cepat kembali dan mendapat keuntungan. Tetapi ada nilai “kepuasan” dari konsumen setelah mereka berbelanja dan nilai itu lah yang dapat membuat konsumen atau pembeli untuk kembali membeli barang dagangan selanjutnya, yang akhirnya dapat menjadi pelanggan.

Sistem tawar menawar yang khas dimiliki pasar tradisional pada saat transaksi jual beli tentu memiliki sentuhan humanis. Sentuhan humanis inilah yang diterapkan informan kepada pembeli sebagai salah satu usaha mereka untuk dapat tetap bertahan. Sebagaimana

diungkapkan informan BJ, seorang pedagang beras yang menyatakan bahwa dalam perdagangan, sangat wajar apabila ada proses tawar menawar antara pedagang dan pembeli. Walaupun informan sendiri mengambil keuntungan yang sangat sedikit. Namun, informan menyikapi penawaran pembeli tersebut dengan senyum yang ramah. Informan sangat menghargai hak pembeli. Kalaupun pembeli membeli dengan cara menghutang, pantang bagi informan untuk memaksa membayar hutang (*tagih cina*) atau melebihi keuntungan yang banyak ketika pembeli berhutang. Selain itu, informan juga tidak mencampur beras kualitas baik dengan beras kualitas jelek ataupun beras yang berbeda jenisnya.

Hal yang sama disampaikan oleh informan AB yang menyatakan bahwa prinsip seorang pedagang adalah menjadi ramah dan jujur serta mempersilahkan pembeli untuk menawar harga semurah mungkin dan menerima perlakuan pembeli yang terkadang menawar dengan harga yang sangat murah. Prinsip AB adalah mengambil keuntungan sedikit namun menjual sesesering mungkin. AB juga menyatakan bahwa hutang adalah hal biasa, namun AB memilih untuk tidak membedakan antara harga kontan dengan harga untuk hutang.

Menjadi pedagang menurut informan AB dan BJ diatas harus jujur dan ramah dalam pelayanan kepada pembeli, meskipun pembeli ngutang atau menawar barang. Sebagai pedagang juga tidak perlu menagih hutang dengan paksa atau membuat keuntungan yang lebih banyak atas hutang pembeli. Lebih lanjut disampaikan informan BJ bahwa janji kepada pembeli harus dipenuhi sebisa mungkin karena jika tidak dipenuhi maka bisa jadi pelanggan akan jera dan akan beralih ke pembeli yang lain.

Begitu juga dengan yang disampaikan informan ST, seorang pedagang sayur-buah yang berupaya memberikan pelayanan yang baik dengan cara memisahkan sayur dan buah yang lama dengan yang baru. Buah dan sayur yang lama terkadang diberikan secara cuma-cuma atau sebagai *tatawaran* kepada pembeli atau dijual dengan harga yang murah kepada pelanggan.

Selain jujur dan ramah, menurut informan BJ yang juga sangat penting adalah tepat waktu dalam berjanji kepada pembeli dan harga yang murah. Begitu juga dengan informan ST yang selalu jujur dengan memisahkan barang lama dengan yang baru, bahkan barang dagangan yang lama hanya dijadikan sebagai *tatawaran* (diberikan secara gratis).

Berdasarkan penuturan informan diatas, sangat jelas tergambar bahwa kejujuran, kesetiaan merupakan suatu strategi yang cukup efektif guna mendapatkan konsumen. Kejujuran dipandang sangat penting untuk menumbuhkan dan memperkuat kepercayaan konsumen. Sebagaimana menurut pendapat Fukuyama (2007a:22, 2007b:38) bahwa unsur terpenting dalam modal sosial adalah “kepercayaan” (*trust*) yang merupakan norma-norma moral seperti kesetiaan, kejujuran, dan dapat dipercaya sebagai perekat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Sehingga dengan kepercayaan (*trust*) para pembeli dan pedagang akan bisa bekerjasama secara lebih efektif. Dengan perilaku jujur, maka menimbulkan kesetiaan pelanggan terhadapnya.

Bentuk pelayanan yang dilakukan oleh pedagang pasar terapan juga tergantung pada komoditas apa yang mereka jual. Seperti informan YT dan IJ pedagang buah dan sayur, mereka mempersilahkan terlebih dahulu si pembeli untuk mencoba rasanya. Walaupun demikian YT dan IJ sudah hapal rasa buahnya. Karena disamping hasil kebun sendiri, mereka selalu membawa buah yang sudah tua atau matang di pohon. Mereka tidak mencampur buah dalam satu *bungkalang* tersebut dengan rasa yang berbeda atau berbeda pohon. Ciri khas para pedagang dari petaninya sendiri ini, mereka menjual barang dagangan dalam jumlah banyak atau secara grosir saja dan menggunakan *bungkalang* sebagai alat dagang pengganti timbangan. Sebagaimana diungkapkan YT yang menyatakan bahwa prinsip utama dari berdagang adalah kejujuran. Jika buah yang dijual masam, maka penjual harus

menyampaikan kepada pembeli apa adanya. Selain itu, penjual juga memisahkan antara buah yang besar dengan buah yang kecil, karena harga yang dijual berbeda antara keduanya.

Lebih jauh informan di atas mengemukakan bahwa cara semacam itu adalah sesuatu yang wajar dan sudah seharusnya dilakukan. Kejujuran sangat penting dalam pekerjaan sebagai pedagang, agar orang percaya dan selanjutnya akan terus membeli ditempatnya. Oleh karena itu sikap jujur harus dipertahankan.

Dalam setiap transaksi, para pedagang di pasar terapung Lok Baintan sangat mengutamakan prinsip transparan (sifat jujur), mereka menginformasikan segala sesuatu tentang komoditas yang dijualnya. Meliputi kondisi dan kualitas barang, harga, dan para penawarnya. Misal, buahnya masam atau manis, dipetik kapan, sudah ada yang menawar atau belum, dan lain-lain. Buah yang masam, sudah mulai layu atau mulai rusak akan diinformasikan pada calon pembeli dengan harapan terjadi tawar-menawar harga yang sesuai dengan kondisi barang, bahkan seringkali buah atau sayur yang mulai layu hanya dijadikan sebagai *tatawaran/labihan* (bonus) sebagaimana yang telah dituturkan informan ST, salah satu pedagang buah dan sayur.

Transparansi dalam mekanisme perdagangan di pasar terapung Lok Baintan ini, bagi para pedagang merupakan penerapan ajaran agama. Beberapa informan mengatakan bahwa mereka meniru cara berdagang Rasulullah (Nabi Muhammad) yang selalu terbuka memberi informasi terhadap barang yang dijualnya. Barang yang bagus dikatakan bagus, barang yang mempunyai cacat pun dikatakan pedagang dengan jujur. Selain itu, dalam ajaran agama Islam (semua masyarakat Lok Baintan beragama Islam) juga mengajarkan untuk tidak mengurangi timbangan dalam jual beli, artinya nilai tukar yang terdapat dalam sebuah barang betul-betul harus sesuai dengan kuantitas dan kualitas barang. Oleh karenanya, para pedagang di pasar terapung sangat jarang menggunakan timbangan di dalam *jukung* (tempat berdagang), karena menurut informan gelombang air sungai bisa menyebabkan timbangan bergoyang sehingga hasilnya tidak sesuai atau pas takarannya. Hal tersebut juga menjadi salah satu alasan para pedagang buah menggunakan bungkai, para pedagang sayur menggunakan ikatan/bungkusan plastik, pedagang beras menggunakan *literan*³, dan pedagang *pencajukan* (kelontongan) juga menggunakan bungkusan plastik sebagai ukuran atau pengganti timbangan.

Menurut Weber (Ritzer, 2002:39) yang berpendapat bahwa individu melakukan suatu tindakan berdasarkan atas pengalaman, pemahaman, persepsi atas suatu objek stimulus dan situasi tertentu.

Pernyataan tersebut sangat sesuai dalam mengkaji tindakan yang dilakukan para pedagang perempuan di pasar terapung Lok Baintan, atas dasar pengalaman dan pemahaman terhadap situasi dan kondisi pasar terapung serta masyarakat sekitarnya, mereka bertindak seperti tersebut. Karena menurut para informan, bukan keuntungan yang besar mereka cari, tetapi kepuasan pelanggan. Mereka lebih memilih, menjual dengan keuntungan yang sedikit, akan tetapi barang dagangan banyak laku yang terjualnya. Serta jujur dalam berdagang, sehingga tidak membuat pelanggan 'jera' untuk membeli lagi.

"Kepuasan" menjadi pintu masuk bagi relasi antara pedagang dan pembeli. Kepuasan bagi pembeli untuk mendapatkan barang yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan akan membuat pembeli memiliki hubungan khusus yang erat antara dirinya dengan penjual. Sementara itu, bagi penjual "Kepuasan" terjadi ketika penjual mampu memberikan barang dagangan sesuai dengan keinginan pembeli. Untuk itu, penjual menerapkan beberapa prinsip seperti kejujuran, keterbukaan, ramah-tamah, serta penerapan etos kerja yang tinggi. Kondisi

³ Orang banjar seringkali menggunakan *literan* dalam mengukur barang dagangan seperti beras, kacang tanah, kolong –kaling, cendol, minyak goreng, minyak tanah, dan lain-lain (misalnya; 1 liter beras = 0,8 kg)

tersebut akan berujung kepada terciptanya hubungan timbal balik antara Pembeli dan Penjual dan akan bermuara kepada lahirnya Modal Sosial.

Sistem Transaksi di Pasar Terapung Lok Baintan

Alat tukar utama di pasar terapung adalah uang. Sejumlah informan mengatakan praktek barter (tukar menukar sesama barang dagangan) hanya dikenal atau terjadi antara sesama pedagang di pasar terapung tersebut saja. Rasa kekeluargaan dan kepercayaan yang tinggi antara sesama pedagang yang menimbulkan sistem barter masih bertahan hingga saat ini. Sebagaimana diungkapkan informan AB bahwa antara sesama pedagang masih berlaku prinsip barter (*bahurupan/bapanduk barang dagangan*). AB adalah pedagang pakaian, jika ia memerlukan makanan maka ia akan berhutang kepada pedagang makanan, dan sebagai pembayaran hutang, maka hutang tersebut akan diambil dengan mengganti dari pakaian yang akan diambil oleh pedagang sayur. Sesuai dengan pendapat AB, BJ menambahkan bahwa barter dilakukan dengan saling mempertukarkan barang yang berbeda dengan nilai yang sama.

Sedangkan cara bertransaksi antara pedagang dan pembeli hanya mengenal 2 (dua) cara bertransaksi, yaitu jual-beli secara tunai, dan jual-beli dengan sistem *nukar bahunang*, artinya sistem jual-beli dengan pembayaran yang ditunda.

Keunikan barter yang masih terjadi antara sesama pedagang ini lah yang tidak dimiliki di pasar-pasar tradisional lainnya. Dan ini merupakan strategi yang dapat menjadi pengikat antara sesama pedagang. Walaupun mereka bersaing dalam hal perdagangan, tetapi barter mampu menumbuhkan kerukunan dan kepercayaan yang tinggi antara sesama pedagang pasar terapung, dan keunikan ini pula yang menyebabkan pasar terapung Lok Baintan menjadi daya tarik wisata yang '*fantastik dan eksotik*', yang memiliki potensi wisata sungai dan wisata budaya.

Selain barter, para pedagang dengan komoditas besar juga sering memberi pinjaman kepada para pedagang dengan komoditas yang kecil. Seperti dialami informan IN yang memijam modal untuk berdagang dengan meminjam barang dagangan dan mengembalikan setelah barang dagangan laku terjual dengan cara menyicil.

Mekanisme barter adalah salah satu bentuk dari lahirnya Modal Sosial. Hal tersebut dilakukan mengingat adanya unsur *Trust/Kepercayaan* sebagai salah satu bentuk dari Modal Sosial. Barter akan terjadi ketika masing-masing antar sesama penjual memahami dan mengerti berapa nilai barang yang dihutangkan dan berapa nilai yang akan didapatkan dari penjual lain. Proses untuk menentukan nilai barang dipercayakan sepenuhnya kepada Penjual lain tersebut, demikian pula ketika Penjual tersebut menagih piutang, maka nilai barang ditentukan oleh penjual. Kondisi tersebut mensyaratkan adanya kepercayaan dari masing-masing pihak yang merupakan salah satu syarat terjadinya Modal Sosial.

Hal ini senada menurut Geertz (1989:172), Damanik (1983, dalam Syahyuti, 2008:39), dan Sihite (1995, dalam Syahyuti, 2008:39) bahwa pedagang biasanya memperoleh modal dari pedagang lain, yang sekaligus sebagai bukti diterimanya dirinya dalam struktur perdagangan tersebut. Jaringan neraca kredit yang kompleks dan bercabang-cabang adalah salah satu mekanisme yang mengikat bersama semua pedagang besar maupun kecil menjadi faktor integatif dalam pasar.

Menjaga Kepuasan Pelanggan

Keberadaan pasar terapung Lok Baintan sampai saat ini tidak terlepas dari adanya pelanggan-pelanggan yang setia berbelanja atau membeli di pasar terapung tersebut, seperti Santriwati pesantren putri yang mondok di pesantren dekat dengan pasar terapung Lok Baintan, mereka biasa berbelanja kebutuhan sehari-hari di pasar terapung yang ada di depan pondok mereka. Menurut penuturan salah satu santriatinya yaitu Ida membeli di pasar

terapung dilakukan karena selain harganya murah, penjual sangat jujur dalam menunjukkan kualitas barang yang dijual. Bahkan sayur yang layu terkadang diberikan begitu saja. :

Berdasarkan penuturan pembeli diatas terlihat bahwa mereka sangat senang berbelanja dengan ST, karena sering diberi lebih dan pedagangnya jujur, serta bersedia melayani dalam jumlah pembelian yang sedikit. Bahkan mereka hapal jadwal ST mencari pasokan barang sehingga bisa pesan barang yang diinginkan.

Berbeda lagi dengan penuturan mama Alya dan Ibu Jannah yang rumah memang persis di depan pasar terapung mengemukakan bahwa membeli di pasar terapung dilakukan karena mengingat begitu dekatnya pasar terapung dengan rumah dan juga harga yang murah bahwa terkadang bisa berhutang. Selain itu, pembeli terkadang dapat memesan barang kepada penjual dengan menunjukkan spesifikasi bahan yang diminta.

Banyak kemudahan dan nilai lebih yang didapatkan para pembeli dengan berbelanja di pasar terapung, khususnya yang tinggal disekitar pasar terapung. Beberapa kelebihan selain menemukan para pedagang yang jujur, ramah dan harga murah, juga yang tidak dimiliki para pedagang dipasar lainnya adalah seperti informan AB yang menyamakan harga kontan dengan harga ngutang dan tidak memberi batasan kapan pembeli tersebut bisa membayar, BJ dan ST selalu mengantarkan pesanan tepat waktu yang dijanjikan dan tidak ada pungutan dalam mengantar barang.

Mayoritas para pelanggan pasar terapung Lok Baintan dan yang pasti berbelanja setiap hari memang warga yang rumahnya dekat dengan pasar terapung atau di bantaran/sepanjang jalur sungai. Akan tetapi, bagi pembeli yang dari jauh seperti dari Sungai Andai, Sungai lulut, dan Sungai Tabuk yang kira-kira ditempuh perjalanan sungai sekitar 50 menit dengan menggunakan *klotok*, biasanya mereka berbelanja atau membeli barang di pasar terapung 2 sampai 3 kali saja dalam seminggu.

Beberapa penuturan para pelanggan pasar terapung tersebut seperti Ida, Erna, mama Alya, mama Lia dan ibu Janah sesuai dengan teori rasionalitas Weber, bahwa rasionalitas dalam jenis tindakan Weber ini tidak terbatas pada pengertian yang sempit yaitu untuk 'memaksimalkan keuntungan' sebagaimana ketika digunakan dalam term ekonomi. Jadi menjadi pedagang itu bukan hanya bertindak untuk mengambil keuntungan yang setinggi-tingginya atau untuk memaksimalkan keuntungan, akan tetapi justru menjaga kepuasan pelanggan dengan harga yang murah, sikap ramah, jujur, tepat waktu ketika berjanji.

Menawarkan Barang dalam Sistem *Bungkalang*

Untuk menuju ke Pasar Terapung harus menyewa *Kelotok* sebesar Rp. 350.000 untuk sekali perjalanan pulang dan pergi. Dengan biaya yang besar tersebut tentu akan membuat ekspektasi pengunjung untuk datang ke Pasar Terapung Lok Baintan adalah mendapatkan barang barang baik berupa sayuran maupun buah-buahan.

Ekspektasi pengunjung tersebut rupanya dipahami oleh Pedagang dengan menawarkan barang dagangan dengan sistem *bungkalang*. *Bungkalang* sendiri adalah sebuah wadah yang dapat menampung buah dan sayur dengan banyak. Dengan sistem menjual bungkalang tersebut, Penjual "memaksa" Pembeli untuk membeli dengan banyak dan menolak pembelian eceran.

Dengan biaya yang dikeluarkan cukup besar tersebut, maka pengunjung akan merasa "sayang" jika tidak membeli sesuatu di pasar tersebut. Secara psikologis, hal tersebut mengakibatkan pembeli akan membeli barang yang ditawarkan oleh Penjual apapun sistem yang diberikan.

Kesimpulan

Keberadaan pasar terapung merupakan sebuah aplikasi dari adanya adaptasi masyarakat Banjar dengan lingkungan alamnya berupa sungai. Namun sekarang, perlahan tapi pasti, pasar terapung di Kalimantan Selatan mulai menghilang dan memudar seiring dengan modernisasi ilmu dan teknologi.

Pertambahan jumlah penduduk yang mengakibatkan meningkatnya pembangunan dan pengembangan fasilitas di daratan, serta terjadinya penyempitan dan menghilangnya sungai-sungai sebagai jalur transportasi menjadi penyebab semakin mudarnya sejumlah pasar terapung di Kalimantan Selatan. Namun, Pasar terapung Lok Baintan, yang terdapat di Desa Lok Baintan, masih tetap bertahan dan semakin ramai ditengah mudarnya dan menghilangnya pasar-pasar terapung yang lainnya.

Banyak cara dan strategi yang dilakukan para pedagang perempuan untuk tetap eksis dan bertahan menjadi pedagang, serta menjadi pedagang yang berbeda, lebih laris dan lebih banyak pelanggan daripada pedagang lainnya. Apalagi untuk tetap eksis di tengah pesatnya arus modernitas sekarang ini.

Kepemilikan modal sosial sangat penting dan menjadi strategi dalam menjalankan aktifitas perdagangan adalah kepemilikan modal sosial. Kejujuran, ramah tamah, peduli sesama dan selalu tepat waktu ketika membuat janji merupakan modal sosial utama yang dimiliki para pedagang. Kejujuran untuk menjaga kepuasan para pelanggan terkait dengan kualitas dan jumlah barang dagangan yang dijual. Selalu ramah dalam melayani keinginan dan pertanyaan dari para pelanggan dan wisatawan yang datang. Peduli sesama, artinya masih memberlakukan sistem barter dengan sesama pedagang. Konsisten dan selalu tepat waktu dalam berjualan di pasar terapung Lok Baintan terlebih lagi ketika membuat janji dengan pelanggan. Semua modal sosial ini digunakan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan dan wisatawan.

Daftar Pustaka

- Alfani Daud, 1997, *Islam dan Masyarakat Banjar*, Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Belshaw, Cyril S. 1981. *Tukar-Menukar Tradisional dan Pasar Modern*. Jakarta : Gramedia.
- Biro Pusat Statistik. 2012. *Kecamatan Sungai Tabuk Dalam Angka 2012*. BPS Kabupaten Banjar.
- Chandler, Glen. 1985. *Wanita Pedagang di Pasar Desa di Jawa*. Prisma no.10. Jakarta.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Denzin, K Norman & Lincoln, S Yvonna. 2009. *Hand Book of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fukuyama, Francis. 2007a. *The Great Disruption, Hakekat Manusia dan Rekonstitusi Tatanan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- . 2007b. *Trust, Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- Geertz, C. (1989). *Abangan, Santri, Priyayi dalam Masyarakat Jawa* Terjemahan. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Hartati Prawironoto, 1992. *Dampak masuknya media komunikasi terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat pedesaan daerah Jawa Tengah*. Semarang : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional, Proyek Inventarisasi dan Pembinaan Nilai-Nilai Budaya 1992

- Koentjaraningrat. (1984). *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Moleong, Lexy J. 1994. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. 1992. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Purwadarminta, W.J.S. 1976. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ritzer, George, via Alimandan. 2002. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- , 2012. *Teori Sosiologi; Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syahyuti. 2008. Peran Modal Sosial (Social Capital) dalam Perdagangan Hasil Pertanian. Forum Penelitian Agro Ekonomi Volume 26 No.1, Juli 2008
- Scott, 1983. *Moral Ekonomi Petani Scott*. Jakarta : LP3ES
- Setia, Resmi. 2005. *Gali Tutup Lubang itu Biasa; Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan dari Waktu ke Waktu*. Bandung: Yayasan Akatiga.
- Yin, R. 2004. *Studi Kasus*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Zuraima Bustaman, dkk.. (1991). *Peranan Pasar Pada Masyarakat Pedesaan di Daerah Jambi*. Jakarta, Indonesia: Proyek Inventarisasi dan Pembinaan Nilai-nilai Budaya.