

PERAN MODAL SOSIAL DALAM AKTIVITAS PEMASARAN KOMODITAS SAYURAN

Sugeng Riyanto¹⁾

¹⁾Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang E-mail : suksesbyallah@gmail.com

PENDAHULUAN

Penjualan dalam kegiatan usahatani memiliki peran yang sangat penting. Pasar produk pertanian sangat berbeda dengan pasar produk selain pertanian. Pasar Pertanian memiliki ciri dengan keterlibatan petani beserta pedagang dengan hubungan saling ketergantungan antar pelaku pasar dan Sumber daya alam (SDA). Modal sosial sebagai factor penting untuk tercapainya keberhasilan sistem pemasaran. Pasar pertanian dengan ciri pola interaksi sosial kas. Modal sosial berperan penting untuk menjaga pola interaksi pedagang. hal ini senada dengan pernyataan syahyuti yaitu, *Pasar perdagangan hasil pertanian di indonesia, terutama perdagangan dalam negeri, sebagian Besar dijalakan dalam bentuk relasi relasi non formal antar pelakuknya. dalam kondisi pasar persaingan tidak sempurna, modal sosial tumbuh dengan baik dan sebagai tulang punggung dalam menjalankan seluruh sistem perdagangan.* (Syahyuti, 2008)

Modal sosial di Desa Tawangargo dioptimalkan mendukung aktivitas pemasaran hasil pertanian spesifik pada komoditas sayuran. Model Modal social yang tumbuh adalah pedagang memebli sayur dari petani dengan sistem “*nyaur ngamek*” petani meminjamkan hasil panen terlebih dahulu dibayar pada saat pedagang mengambil barang kedua dan seterusnya. modal sosial juga digunakan untuk pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan pelagan dan untuk mendapatkan informasi pasar. Modal sosial yang berekebang desa Tawangargo sangat menarik. Penjualan sayuran yang pada umumnya penuh dengan intrik dan tipudaya, tetapi di pedagang sayuran ini mempertahankan modal sosial. Menarik untuk diteliti dan dicermati untuk mendapatkn pengetahuan danjuga bisa menjadi dasar pengambilan kebijakan oleh pemerintah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif pada pedagang sayuran yang ada di Desa Tawangargo. Pendekatan kualitatif untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan cara penelitian studikasukus (Yin dan Sitorus dalam Abdurrahman 2009), secara sengaja, yaitu di Desa Tawangargo. Penentuan subyek peneltian (pedagang sayuar) dengan teknik *snowball sampling*.



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang modal sosial pada kasus ini, mencoba mengarahkan pada mengenai fungsi modal untuk pemasaran hasil pertanian (sayur). Fungsi modal sosial, akan di pahami dengan melihat dari sudut pandang sosiologis, yang memiliki konsep “peranan sosial” senada pernyataan (soekanto, 2003), Mengenai apa yang diharapkan dari modal sosial yang ada di struktur masyarakat, dimana modal sosial dalam struktur masyarakat akan berhubungan dengan aktivitas pemasaran sayuran. Kasus penelitian ini adalah bagaimana mendapatkan hasil pertanian (sayuran) sebagai komoditas perdagangan. Modal sosial menjamin penjual sayuran untuk mendapatkan sayuran, dari segi harga, pasokannya, dan kualitas.

Modal sosial untuk pengelolaan *kuli* kerja akan memberikan banyak Keuntungan. Cara melahirkan modal sosial dipengelolaan tenaga kerja adalah dengan menjadikan kuli sebagai mitra, *kuli* dengan bebas menyalurkan ide-ide untuk menyelesaikan *kulian* teknis saat bekerja, *kuli* dapat bekerja secara efektif dan efisien. Kenapa efektif karena pedagang tidak harus secara mendetailkan *kulian* diperintahkan, cukup intinya saja dan teknis disawah dan dipasar diterjemahkan oleh *kuli*. Apa bila terjadi permasalahan disawah dan dipasar, *kuli* juga akan berusaha memecahkan permasalahan. Sama dengan Tulisan (Coleman, 1994) *modal sosial membuat kemudahan tindakan, dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam kerja*. Modal sosial *kuli* tidak memerlukan pengawasan. *Kuli* akan menjaga kepercayaan dari pedagang. Apabila ada pelanggaran kepercayaan maka akan ada sanksi berat, Berat dikarena pedagang dan petani dilindungi juga ikut memberikan sanksi tersebut. Senada pernyataan (Lyon, 2000) *Sanksi dari pelanggaran dapat berupa rusaknya reputasi dan tekanan sosial dari anggota komunitas*.

Modal sosial sangat memudahkan penjualan sayur. Modal sosial dapat mengurangi biaya penjualan sayuran. Modal sosial sebagai jalan untuk mengatasi masalah biaya yang mahal dalam memasarkan Produk Pertanian (sayuran). Biaya mahal karena pasar pertanian merupakan pasar persaingan tidak sempurna, ini senada dengan (Syahyuti, 2008) *pasar pertanian merupakan pasar persaingan tidak sempurna, sehingga pasar pertanian memerlukan Modal sosial sebagai tulang punggung keberhasilan berjalannya pasar pertanian. Produk pertanian yang mempunyai volume yang besar dan juga mudah rusak, memerlukan strategi pemasaran tersendiri*. Strateginya adalah membangun sumber informasi yang baik dan murah. Informasi akurat dan murah tersebut diperoleh dari pembeli langganan. Informasi berisikan informasi harga, komoditas terbaru dll. Jika mereka belum memiliki pembeli dan langganan yang baik pedagang akan menaruh orang kepercayaan atau orang terdekat untuk selalu dipasar. Ini memerlukan biaya yang lebih mahal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegunaan dari modal sosial untuk mendukung usaha pemasaran sayuran adalah ;
 1. Meberikan kemudahan pedagang untuk mendapatkan sayuran, 2. Modal social untuk pengelolaan tenaga kerja akan lebih efisien tidak ada pengawasan, 3. Memudahkan dalam mendapatkan informasi pasar terkait dengan perubahan harga.

Diperlukan penelitian lanjutan untuk mendapatkan hasil yang maksimal sehingga hasil, penelitian bisa menjadi sumber belajar untuk pengembangan pendidikan yang maju dan unggul. Hasil penelitian juga bisa menjadi dasar pembuat kebijakan untuk pengembangan pertanian khususnya dalam pemasaran dan mendukung kegiatan pasca panen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. 2009. *Dinamika Rasionalitas Petani Dan Peran Modal Sosial dalam Pembangunan Pedesaan: Desertasi*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya
- Coleman, J.S. 1994. *Foundations Of Social Theory*. Terjemahan Mutaqien, I Widiowati, S.R dan Purwandari. Dasar-dasar teori sosial Penerbit kanisius, Yogyakarta.
- Soekanto, S. 2003. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. Persada: Jakarta
- Sugiyono, 2009. *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. CV. ALVABETA: Bandung.
- Syahyuti.2008. *Peran modal sosial (social capital) dalam Pemasaran hasil pertanian. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian :Bogor*
- Lyon, F. (2000). Trust, networks and norms: The creation of social capital in agriculture economies in Ghana. *World Development*, 28(4), 663–681.

