

DIMENSI MORAL DAN RASIONAL DALAM STRATEGI USAHA KAIN
STUDI ATAS PEDAGANG KAIN DI PASAR INDUK SANDANG
TEGALGUBUG, CIREBON

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Muhammad Farid

Nomor Mahasiswa : 00 311 130

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2005

DIMENSI MORAL DAN RASIONAL DALAM STRATEGI USAHA KAIN
STUDI ATAS PEDAGANG KAIN DI PASAR INDUK SANDANG
TEGALGUBUG, CIREBON

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata – 1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



ditulis oleh

Nama : Muhammad Farid
Nomor Mahasiswa : 00 311 130
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya siap menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 24 September 2005

Penulis,

Muhammad Farid

DIMENSI MORAL DAN RASIONAL DALAM STRATEGI USAHA KAIN
STUDI ATAS PEDAGANG KAIN DI PASAR INDUK SANDANG
TEGALGUBUG, CIREBON

Nama : Muhammad Farid
Nomor Mahasiswa : 00 311 130
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 24 September 2005

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Suwarsono Muhammad, MA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

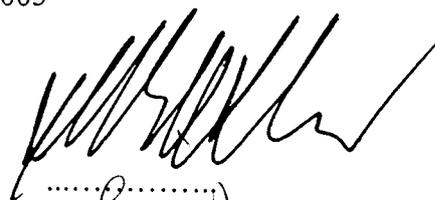
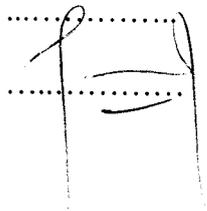
**DIMENSI MORAL DAN RASIONAL DALAM STRATEGI USAHA KAIN STUDI
ATAS PEDAGANG KAIN DI PASAR INDUK SANDANG TEGAL GUBUG,
CIREBON**

**Disusun Oleh: MUHAMMAAD FARID
Nomor mahasiswa: 00311130**

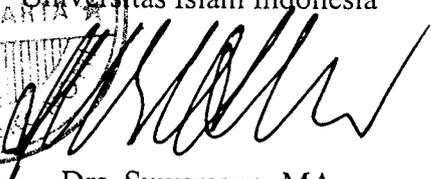
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 14 Oktober 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Suwarsono, MA

Penguji : Dra. Trias Setiawati, M.Si


.....

.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia


Drs. Suwarsono, MA

MOTTO

“Menulis realitas adalah pilihan”

(if it's bad, write it as BAD)

anonim

Buat Walid, Mamah dan Adik-adikku Eva, Pipit, Fawwaz tercinta

ABSTRACT

The resilience of small industry unit try to face economic crisis at least have been tested to be compared to a big effort unit. This research descript how perpetrator of small industry in Pasar Induk Sandang Tegalgubug, Cirebon, tries to hold out from various problem which embosome their effort. Study abaout adaptation strategy that attended to express the knowledge system from a group of society of community realized in behavior. The merchant's knowledge of cloth textile Tegalgubug is running its effort and also their knowledge about market, about cloth model which saleable, sale strategy, price strategy, focus strategy and the other way which related to their business activity, like places that sell the textile cloth, quiet and busy time of selling and also the other symptoms that take to determine continuity of effort and the patterns which are formed by the economic avtivity will be studie from the aspect economic approach of rational economics and moral.

The result of this search shows the pattern strategy of purchasing goods and marketing strategy used to take care effort's continuity. Some choices following moral directive are educate people become the merchant, and make relation through payment of ngalap nyaur. While choice have a meaning of economic advantage or have the character rational at behavior like giving cheap price and discount to new customer, focus at one unit effort, and strive to monopolize the certain cloth motif.

Keywords: *Adaptation Strategy, Rational Economic and Moral Economic, Textile Market*

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum wr. wb.

Syukur Alhamdulillah yang tak putusnya atas Rahmat, Karunia Inayah dan Ridho Allah SWT, atas izinnya penelitian penulis tentang strategi usaha kain dapat terlaksana dan terbit dalam bentuk skripsi ini. Ketertarikan terhadap permasalahan usaha kecil telah menjadi obsesi tersendiri bagi penulis dan melihat ada berbagai permasalahan pada perdagangan kain di Pasar Induk Sandang Tegalubug, Cirebon. Strategi berperspektif moral dan rasional yang terjadi disana adalah salah satu fokus perhatian penelitian ini.

Proses perjalanan hidup penulis dan proses penelitian ini telah melibatkan berbagai pihak yang memberi bantuan moril, materil serta berbagai kemudahan fasilitas bahkan doa yang tulus dari berbagai pihak sehingga penelitian ini, penyelesaian tulisan menjadi satu skripsi yang utuh dapat terlaksana. Atas hal tersebut izinkanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan pada beberapa pihak dibawah ini.

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Taufiq Rachman dan Ibunda Wardah berkat didikan, kasih sayang, perhatian, dan pengorbanan serta doa dalam setiap kesempatan telah memberikan dorongan luar biasa untuk anak sulungnya.

2. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) penulis serta para dosen di Fakultas Ekonomi UII. Rasa hormat dan terima kasih yang tinggi penulis sampaikan terutama kepada pembimbing bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA dalam diskusi bimbingan telah memberikan pencerahan pemahaman manajemen strategik dan rasa pengertian mendalam mengenai topik skripsi serta membuka ruang kebebasan yang memberi kesempatan pada penulis untuk mengembangkan segenap kemampuan selama penyusunan skripsi. Tidak lupa untuk Drs. Albari Msi atas diskusi kritis mengenai penelitian kualitatif. Semoga Allah memberikan taufik dan hidayah-Nya dalam menjalankan tugas mengembangkan Fakultas Ekonomi dan bahkan UII secara keseluruhan ke arah yang lebih baik.
3. Mas Jadul Maula yang ditengah kesibukannya mengelola LKIS berkenan berdiskusi dengan penulis mengenai studi etnografi. Darinya penulis berkeyakinan dan berketetapan memulai studi di Pasar Tegalbugug.
4. Rasa salut, kagum dan terima kasih untuk teman-teman di lapangan Abik, Adi “Galang”, Imron, Slamet, Rois, Jamini, dan Hapid, yang telah menjadi teman diskusi yang hangat mengenai kehidupan masyarakat Tegalbugug, juga andil dalam memberi kemudahan memasuki lapangan. Dukungan dan bantuan mereka selama penulis di lapangan terus membangkitkan semangat penulis untuk menyelesaikan penelitian panjang ini.
5. Spesial penghargaan terima kasih kepada ketiga adik penulis, Faizah, Fitriyah, dan “JuniorKu” Fawwaz yang selalu memahami tabiat penulis dan dukungannya selama penggarapan skripsi –Semoga kehangatan senantiasa menyertai kita--. Juga kepada Ami Ubed, Ami Moes, Ami Basir, Ami To, Bik Zaenab, Bu Lik Rocha, serta Abah, Ibu, dan khale Gayah di Cilimus atas dukungan dan diskusi kritis mengenai topik skripsi selama penulis berada di rumah.
6. Dedik Purwanto, sebagai rekan seperjuangan dalam *brain storming* Skripsi yang kebetulan sama-sama kualitatif dan sama-sama satu bimbingan. **Viva Kualitatif, Deh !!!**

7. Segenap civitas akademika University Of EKONOMIKA, Om Andes, Om Marcos Spartacus, Papi Hajir, Om Dion, Mbah Adam, Inonk, Umi Marina, Bibi Erfa, Bude Icha, Bunda Citra, Jun Jonedot, Imam, Rio, Didit, Andi Rendang, Intan, Teh San-san, Enci, Mpok, Jo, Aziz Woo, Vita, Danila dan lain-lain terima kasih tak terhingga untuk segenap pembelajaran dan keteguhannya menjunjung “Every Place is a School and Every One is a Teacher”.
8. Keluarga Besar HMI FE UII atas perjuangannya meneruskan tradisi membaca dan berpikir kritis, utamanya murid-murid di Klub Baca Corner terima kasih telah mempercayai penulis untuk menjadi Kepala Sekolah-nya. Tidak lupa kawan-kawan seperti Azwar, Daus, Edy, Fadli dan lain-lain di kepengurusan Cabang HMI Cabang Yogyakarta, terima kasih untuk kesempatan mencicipi pahit getir perjuangan pergerakan.
9. KEJORA Incorporated dibawah asuhan Ringga dan Solikhin. Perjumpaan selama setengah tahun terakhir membawa penulis pada pengalaman tak ternilai, baik sebagai penulis maupun kesempatan berjumpa dengan insan penerbitan Jogja.
10. Teman-teman Manajemen Angkatan 2000, Romi, Corro, Harjo, Prasis dan lain-lain terima kasih untuk bantuan dan masukannya. Manis tulus persabatan juga menjadikan terima kasih kepada sahabat setia Farid SH, Tiger, Izzul Azmi, Isni, Istomo, Hasbi, Ipoet, Hapit, Irul, Yasin, Hendra, Poso, Tetha, Mirna, dan Ika. Tak lupa untuk teman-teman kost Dynasti di Dabag 50 yang telah mengisi hari-hari manis di Jogja terutama Abah, Umi, Mba Ichi, Mas Iszur, Dik Afi, Daffa, Arjun, Willy, Yaser, Andri, Aji, Mas Ilya, Adri juga Doel. Terima Kasih untuk solidaritas dan kekompakannya.
11. Last but not least kepada para responden para pedagang kain yang dengan keterbukaan dan kerjasama telah memberikan informasi yang berharga dan penulis memahami gejala permasalahan yang dihadapi. Tetaplah maju untuk kehidupan yang lebih bermartabat. Kepada semua pihak yang tak dapat satu persatu disebutkan, akhirnya dipersembahkan buku ini kepada pembaca.

Semoga tulisan ini bisa membuka mata hati kita terhadap permasalahan perdagangan kain yang syarat dengan permasalahan yang memerlukan solusi.

Terakhir, seperti orang bijak berkata, “tak ada gading yang tak retak.” Skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan kelemahan karena sudah menjadi fitrah manusia sebagai tempatnya salah dan dosa. Kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan dimasa yang akan datang.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Abstrak	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Metode Penelitian	9
1.6.1 Jenis Penelitian	9
1.6.2 Sumber Data	9
1.6.3 Metode Pengumpulan Data	11
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II PERSPEKTIF ANALISIS	15
2.1 Telaah Pustaka	15
2.2 Landasan Teori	18
BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN DAN PROFIL PEDAGANG KAIN TEGALGUBUG	25
3.1 Tegalgubug : Wajah Sebuah Desa Perdagangan	25
3.2 Kondisi Alam Lokasi Penelitian	26
3.3 Dinamika Ekonomi	27
3.4 Dinamika Sosial	31
3.5 Profil Usaha Kain Tegalgubug	33
3.5.1 Asal Usul Perdagangan Kain Tegalgubug	33
3.5.2 Kemunculan Usaha Kain	36

3.5.3 Profil Pedagang Kain	37
3.5.3.1 Zamroni dan Potret Generasi Muda Pedagang Kain	38
3.5.3.2 Haji Maslani Seorang Sarjana yang Memilih Jadi Pedagang	42
3.5.3.3 Hapid dan Pengalaman Dagang Lewat Magang	46
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Strategi Produksi	51
4.1.1 Pembelian Kain	51
4.1.2 Tenaga Kerja	55
4.1.3 Jenis dan Motif Kain	57
4.2 Strategi Pemasaran	60
4.2.1 Strategi Penjualan	60
4.2.2 Strategi Harga	64
4.2.3 Strategi Fokus	66
4.3 Strategi Usaha Kain dalam Perspektif Moral dan Rasional	68
4.3.1 Strategi Usaha Kain dalam Perspektif Moral	68
4.3.2 Strategi Usaha Kain dalam Perspektif Rasional	73
BAB V KESIMPULAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	77
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Mata Pencaharian Penduduk	29
3.2 Tabel Identitas Pedagang Kain	37

DAFTAR GAMBAR

4.1 Skema Pembelian Kain	52
4.2 Skema Strategi Penjualan Kain	61

DAFTAR LAMPIRAN

I. Lampiran Foto Aktivitas Perdagangan Kain di Pasar Induk Sandang Tegalgubug	81
II. Lampiran Peta Propinsi Jawa Barat dan Kabupaten Cirebon	83
III. Lampiran Peta Desa Tegalgubug	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persoalan klasik yang dihadapi pelaku usaha kecil dan menengah adalah modal, pemasaran, dan manajemen. Upaya mengatasi ketiga persoalan itu telah banyak dilakukan baik oleh pemerintah maupun pihak swasta. Bantuan kredit, program pemasaran serta kursus teknis merupakan sedikit dari sekian banyak upaya yang telah dilakukan. Namun keberhasilan akan program-program tersebut sangat ditentukan oleh etos pelaku usaha kecil sendiri disamping karena faktor-faktor eksternal, seperti kebijakan pemerintah dan situasi perekonomian secara makro yang turut mempengaruhi naik turunnya laju usaha mereka.

Unit usaha kecil, termasuk usaha mikro, dan menengah disinyalir lebih mempunyai daya tahan dari terpaan krisis ekonomi dibanding dengan usaha skala besar yang melanda Indonesia sejak 1997. Dalam hal permodalan unit usaha kecil rata-rata hanya membutuhkan Rp 1,5 juta per unit usaha per tahun, dan untuk usaha menengah adalah Rp 1,3 miliar per usaha per tahun. Sebaliknya dengan usaha besar yang membutuhkan investasi Rp 91,4 miliar untuk satu unit usaha, maka dengan investasi yang sama bisa diciptakan 61 ribu unit usaha baru pada usaha kecil (Hamid,

2004: 16). Dengan demikian menurut Soetrisno (Destha, 2003:64) sektor ini merupakan suatu bentuk perekonomian rakyat yang mampu membantu mengurangi pengangguran, turut mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional serta berperan penting dalam proses industrialisasi.

Pada sisi lain, peranan sektor informal dalam penyerapan tenaga kerja ternyata sangat besar. Berkembangnya sektor informal di kota antara lain disebabkan oleh rendahnya tingkat penyerapan tenaga kerja di sektor industri dan jasa padat kapital. Migrasi netto yang terlihat di berbagai kota menengah ke atas di Indonesia, tidak sepadan dengan kemampuan kota dalam menyediakan lapangan kerja dan tambahan fasilitas. Fenomena ini berlanjut dengan terbentuknya kantong-kantong kemiskinan, daerah kumuh, dan menggelembungnya aktivitas ekonomi sektor informal di daerah perkotaan (Suryadi, 2003:111). Hal serupa terjadi di pedesaan yang angkatan kerjanya melimpah dan semakin berkurangnya daya tampung sektor pertanian telah membuat peran kegiatan nonpertanian menjadi semakin penting, sehingga alternatif kegiatan ekonomi nonpertanian seperti industri kecil dan industri rumah tangga menunjukkan gejala semakin meningkat (Sumintarsih, 2003:141). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika dari sisi pelakunya sebagian besar pelaku ekonomi Indonesia tergolong usaha menengah dan kecil, termasuk usaha mikro (Hamid, 2004:16).

Para pedagang di Pasar Sandang Tegalgubug melakukan usahanya secara berkesinambungan dengan komoditi unggulan kain tekstil, pakaian jadi, kerajinan dengan bahan baku kain serta aksesoris untuk keperluan konfeksi. Khusus untuk

perdagangan kain tekstil yang akan menjadi bahan penelitian lebih lanjut merupakan komoditi yang perkembangannya sangat ditentukan oleh kondisi Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) dalam negeri.

Sebagaimana dikemukakan Basri (2002:292) yang memberi contoh perkembangan ekspor TPT pada tahun 2000 (Januari - Juni) sudah menunjukkan tanda-tanda kurang menggembirakan. Peranan ekspor tekstil turun dibandingkan tahun 1999, yaitu 7,8 % menjadi 7,1 % ; sementara itu, untuk pakaian jadi penurunannya lebih tajam lagi, yaitu dari 9,6 % menjadi 8,4 . Keluhan yang dikemukakan kalangan pedagang tekstil adalah masalah keamanan dan stabilitas politik, sehingga menyebabkan para pembeli cenderung mengalihkan pembeliannya ke negara-negara berkembang lainnya. Kalau memang demikian adanya, para pembeli khawatir terhadap kepastian pasokan dari Indonesia. Tetapi disinilah Seninya bagaimana para pedagang TPT bisa berkelit dari lingkungan eksternalnya yang tidak kondusif.

Lebih lanjut Basri (2002 : 299) menambahkan peran industri TPT dalam perekonomian masih sangat strategis dan berdampak luas terhadap perekonomian nasional. Sekalipun demikian, tantangan kian meningkat sebagaimana ditandai oleh peningkatan upah buruh dan munculnya pesaing-pesaing baru sehingga daya saing produk TPT mengalami penurunan. Namun peluang terbuka luas untuk merebut pasar ekspor---apalagi depresiasi rupiah yang relatif lebih besar dibandingkan negara-negara yang terkena krisis ekonomi menjadi keunggulan tersendiri jika dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Untuk itu perlu alternatif strategi yang dapat dilakukan. Pertama, mengantisipasi kenaikan upah buruh yang cenderung meningkat dan mempertahankan tingkat produksi, dapat dilakukan dengan mekanisasi yang lebih intensif. Kedua, meningkatkan kualitas produk TPT yang lebih berbasis pada produk dengan tingkat diferensiasi yang tinggi. Ketiga, sudah waktunya melakukan investasi yang meremajakan mesin-mesin---yang selama krisis ekonomi tidak dapat dilakukan dan mengupayakan lagi investasi menambah kapasitas mesin-mesin, untuk mengantisipasi pertumbuhan ekonomi dunia yang membaik yang berarti peningkatan dunia (Basri, 2002:299).

Bila melihat kondisi diatas akan terlihat gambaran bagaimana perkembangan perdagangan kain tekstil yang ada di pasar Tegalbugub khususnya yang sangat bergantung pada tingkat produksi tekstil dalam negeri serta pengaruh naik turunnya harga oleh karena faktor upah tenaga kerja serta bahan baku tekstil itu sendiri. Namun bila sampai saat ini perdagangan kain di pasar Tegalbugub masih bertahan dan ada kecenderungan mengalami peningkatan tentu persolannya menjadi menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Penelitian Prasasti (dalam Destha, 2003:69) menemukan dua faktor yang dapat mendukung perkembangan usaha kecil. Pertama, faktor dari dalam (*internal*) yang berupa kemampuan pada diri seorang pedagang untuk mengembangkan usaha. Kedua, faktor dari luar (*eksternal*), berupa kondisi lingkungan yang dapat mempengaruhi kondisi usaha yang ada, baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor internal adalah kemampuan pada diri seseorang untuk maju, seperti misalnya

etos kerja yang tinggi, kemampuan manajemen yang baik, serta keberanian untuk berinovasi, sedangkan faktor *eksternal* atau faktor dari luar, berupa misalnya bantuan modal dari pemerintah atau lembaga non pemerintah, luasnya permintaan akan barang, kemudahan dalam mendapatkan bahan baku dan sebagainya.

Berbagai karakteristik dan persoalan yang melingkupi usaha kecil diatas tentunya bukan alasan untuk memarginalisasikan sektor ini. Untuk itu para pedagang kecil dituntut untuk semakin kreatif dalam menyiasati kelemahan dan hambatan yang ada dalam usahanya. Demikian juga halnya dengan pedagang kain tekstil di Pasar Sandang Tegalbugub yang menjadi objek kajian ini.

Sebagai bagian dari usaha yang telah memberi arti bagi peningkatan kesejahteraan, perdagangan kain tekstil ini tidak luput dari berbagai persoalan. Kajian mendalam tentang usaha ini akan memberikan gambaran serta manfaat untuk memahami tentang berbagai persoalan yang menyelimuti wajah salah satu perdagangan kain tekstil di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini berusaha melihat salah satu aktifitas perdagangan kain tekstil yang ada di daerah pedesaan yang tumbuh menjadi sentra perdagangan sandang terbesar di Asia Tenggara untuk tingkat desa¹. Dimana dari sisi pengelolaan pasar

¹ Ini berdasarkan pengakuan dari berbagai pihak seperti aparat desa dan beberapa pedagang yang ditemui penulis. Meski belum ada ukuran resmi yang dapat menyebut tingkatan terbesar se-Asia Tenggara, namun dari keterangan seorang pedagang kain celana adalah bila hal ini dilihat dari sisi pengelolaannya yang murni dikelola aparat desa bersama jajarannya, sementara pemerintah kecamatan dan kabupaten hanya bertindak sebagai pengawas. Sebagai perbandingan, Pasar Tanah Abang dikelola

sampai saat ini masih ditangani oleh aparat desa setempat². Implikasi perdagangan ini berpengaruh kuat pada penduduk pribumi setempat yang sebagian besar berprofesi sebagai pedagang dari berbagai komoditi sandang, sehingga tingkat kesejahteraannya sangat bergantung dari perolehan pendapatan perdagangan sandang.

Perpindahan dan perluasan pasar sedikit banyak mempengaruhi tingkat penguasaan lahan serta ragam komoditi yang diperdagangkan terutama oleh masuknya pedagang dari daerah lain. Masa transisi serta seleksi alam yang terjadi

oleh PD Pasar Jaya yang bernaung dibawah pemda DKI serta Pasar Klewer yang dikelola oleh pemerintah Kotamadya Solo.

² Pada saat penelitian berlangsung muncul opini mengenai swastanisasi pengelolaan pasar dan protes dari masyarakat desa Tegalgubug menuntut kepala desa dan BPD mundur dari jabatannya. Salah satunya penulis kutip dari pemberitaan di Tabloid Dinamika Indonesia Edisi 02, Minggu 1 : 8 – 23 Juni 2005, *“Kami semua masyarakat Tegalgubug kurang sabar bagaimana, asset kami yang ada di Pasar Sandang Desa Tegalgubug sudah terjual habis oleh oknum Kuwu dan BPD, sedangkan hasil penjualan yang mencapai milyaran rupiah lebih itu belum kami ketahui, untuk diarahkan kemana hasil penjualan tersebut! Padahal perubahan site plan dan hasil penjualan fasilitas umum dan fasilitas sosial yang ada di Pasar Tegalgubug sangat tidak disetujui oleh masyarakat, alim ulama dan pemuda. Mungkin yang menyetujui saat itu dijual hanya beberapa gelintir orang yang akan mendapatkan imbalan, orang yang tidak pernah memikirkan untuk masa depan anak cucu kita nanti, padahal atas desakan dan protes masyarakat saat itu, Solikin, Kepala Desa Tegalgubug pernah melayangkan surat tertanggal 17 Juni 2002. Surat tersebut disampaikan kepada Bupati Cirebon, Ketua DPRD Kab. Cirebon, Kepala BAPEDDA Kab. Cirebon, Kepala Dinas Cipta Karya Kab. Cirebon, Ketua BPD Tegalgubug. Dan pada tanggal 17 Juli 2002, Kuwu Desa Tegalgubug melayangkan suratnya kepada Hendrik Sadeli, Dirut PT Reka Rindo Arya Mitra. Isi suratnya menyatakan menolak keras pembangunan di area fasilitas umum yang dilakukan oleh oknum dan Dirut PT. AM apalagi untuk diperjual belikan.*

... Namun setelah kami ketahui bahwa pihak BPD juga ikut terlibat dan bersekongkol dengan Kepala Desa, maka pada tanggal 11 dan 15 Maret 2004 para tokoh masyarakat, perwakilan Forum Masyarakat Pedagang (FORMAP) dan tokoh pemuda lainnya menyerahkan surat permohonan SK pemberhentian Kepala Desa Tegalgubug kepada Bupati Cirebon, Wakil Bupati Cirebon, Kabag Pemesdes Cirebon, Asda bidang pemerintahan dan Otda Kab. Cirebon dan juga Camat Arjawinangun. Namun sampai saat ini pihak daerah yang bersangkutan sama sekali tidak memperhatikan surat permohonan kami.

Berkaitan dengan isu swastanisasi menurut keterangan salah seorang pedagang kain tumpal, persoalan berakhir di meja perundingan yang pada intinya pengelolaan pasar tetap dilakukan oleh aparat desa, karena swastanisasi pasar dikhawatirkan akan jauh lebih memperpuruk kebobrokan pengelolaan pasar desa terutama penjualan aset-aset pasar. Sementara lanjutnya, pihak desa sebelumnya mengharap swastanisasi adalah agar penerimaan pendapatan desa dapat secara jelas diketahui dan tidak seperti sekarang yang banyak digelapkan oleh oknum-oknum tertentu sehingga tidak jelas berapa penerimaan setiap tahunnya.

pasca perpindahan mengindikasikan perubahan pada beberapa sektor perdagangan sandang yang sebelumnya dikuasai oleh penduduk asli Tegalugubug. Salah satu yang tergusur adalah industri konfeksi setempat yang dari pengamatan penulis lebih banyak yang gulung tikar oleh karena kalah bersaing dengan industri konfeksi dari daerah lain yang harganya jauh lebih kompetitif. Sementara di sisi lain perdagangan kain tekstil oleh beberapa kalangan justru menunjukkan peningkatan baik dari sisi jumlah pedagang maupun perputaran transaksi yang terjadi di setiap hari *pasaran*³.

Pokok-pokok pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi beradaptasi pedagang kain guna mengatasi masalah-masalah yang mereka hadapi dalam usahanya?
2. Apakah strategi tersebut memuat prinsip ekonomi moral atau ekonomi rasional, atautkah kedua-duanya?

1.3 Batasan Penelitian

Agar penulisan skripsi ini dapat memberikan perhatian yang fokus dan terarah, maka penulis memberikan batasan pada analisis perdagangan kain di Pasar Sandang Tegalugubug dilihat dari aspek moral dan rasional.

³ *Pasaran* adalah suatu mekanisme perdagangan yang daerah (lingkungan) tempat suatu barang dagangan diperjualbelikan ditentukan berdasarkan perhitungan penanggalan Jawa, seperti Pasar Kliwon, Pasar Legi, Pasar Pon, dsb. Hanya saja untuk perdagangan di Pasar Tegalugubug yang jatuh pada hari Selasa dan Sabtu dihitung berdasarkan sistem penanggalan nasional (umum). Meski demikian pada saat tiba perdagangan di hari Selasa atau Sabtu, penduduk sekitar menyebut hari tersebut adalah hari *pasaran*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana strategi beradaptasi pedagang kain guna mengatasi masalah-masalah yang mereka hadapi dalam usahanya serta mengkaji kesesuaian strategi utamanya pada prinsip moral dan rasional, atau kedua-duanya. Akan tetapi untuk memperjelas persoalan-persoalan kehidupan dan perilaku berusaha yang dihadapi para pedagang, kajian ini tetap tidak menutup kemungkinan munculnya interpretasi dari peneliti. Pada dasarnya, kehidupan kehidupan dan siasat perdagangan tersebut tersimpan dalam sistem pengetahuan mereka yang diwujudkan dalam perilaku sehari-hari mereka.

Deskripsi dan kajian ini dapat digunakan sebagai kerangka acuan dalam usaha memberikan gambaran yang utuh dan seimbang mengenai kehidupan perdagangan di sebuah pasar yang denyut perkembangannya terancam akibat kondisi internal dan eksternal yang terus merongrong eksistensinya. Dengan demikian kajian ini juga dapat membuka kesadaran masyarakat untuk saling membuka kesempatan dan akses pada terciptanya lingkungan perdagangan yang sehat serta berkesinambungan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat mempunyai manfaat akademis dan praktis. Secara akademis, penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan dan sebagai bahan kajian ilmiah suatu gejala ekonomi dan sosial perdagangan kain tekstil. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi perencana pembangunan

dalam memahami kehidupan dan strategi adaptasi para pedagang Sandang khususnya kain tekstil.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2002: 6) penelitian kualitatif menghendaki arah bimbingan penyusunan teori berasal dari data. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini dikarenakan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Dengan demikian analisa data yang dilakukan yang berarti pencarian data bukan untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini lebih merupakan abstraksi dari data-data yang dikumpulkan untuk merumuskan teori.

Kirk dan Miller mendefinisikan metode kualitatif sebagai sebuah tradisi tertentu dalam ilmu sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan objek (Moleong, 1998).

1.6.2 Sumber Data

Burns dan Bush (2000: 78-79) menjelaskan ada dua tipe informasi yang diperlukan dalam penelitian yaitu data primer (primary data) dan data sekunder (secondary data).

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara khusus untuk memenuhi tujuan penelitian saat ini. (Burns dan Bush, 2000: 79). Metode yang ditempuh untuk mendapatkan data-data primer adalah sebagai berikut:

Wawancara (*Interview*)

Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan data-data komprehensif dan sesuai dengan pokok-pokok informasi yang dibutuhkan. Metodenya adalah wawancara mendalam atau *indepth interview* dengan tiga orang pedagang yang melakukan perdangan di Pasar Sandang Tegalgubug.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Zikmund (2000: 124) mendefinisikan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan didokumentasikan oleh orang lain sebelumnya dan untuk tujuan selain dari kebutuhan peneliti saat ini. Data sekunder biasanya *historical*, telah disusun, dan tidak memerlukan akses responden ataupun subyek penelitian. Metode yang ditempuh untuk mendapatkan data-data sekunder adalah melalui studi pustaka. Nawawi (2003: 30) menjelaskan bahwa kegiatan penelitian kepustakaan (*library research*) dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur baik di perpustakaan maupun di tempat lain. Literatur yang dipergunakan tidak terbatas hanya pada buku-buku tetapi dapat berupa bahan-bahan dokumentasi, majalah, koran, dan lain sebagainya. Dalam hal ini penulis menggunakan data-data yang dianggap relevan melalui studi literature untuk memperkaya khasanah keilmuannya. Lebih rinci Zikmund (2000: 131-139) mengklasifikasikan data sekunder sebagai berikut:

a. Data Internal (*Internal and Proprietary Data*)

Data yang dikumpulkan dan didokumentasikan secara rutin oleh pihak internal perusahaan seperti laporan keuangan, volume penjualan, dan sebagainya

b. Data eksternal (*Common External Sources of Secondary Data*)

Data yang diciptakan, didokumentasikan atau yang dihasilkan oleh suatu entitas selain dari organisasi sebagai subyek penelitian. Data ini dapat diperoleh melalui buku dan dokumentasi lain di perpustakaan, instansi pemerintah yang relevan dengan subyek penelitian seperti kantor kepala Desa dan Kecamatan Arjawingangun.

1.6.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang tersaji dalam penelitian ini berdasarkan penelitian, ini bisa dibagi menjadi dua bagian. *Pertama* data yang didapati dalam 'pandangan dunia' penduduk Tegalgubug : dinamika sosial yang terjadi di Desa Tegalgubug serta penerapan ajaran agama kedalam kehidupan sehari-hari dan perdagangan . *Kedua* adalah data ekonomi : pola penghasilan dan pembelanjaan yang merupakan data umum dalam antropologi ekonomi. Karena data ini tidak mudah diperoleh dengan cara survai, maka di sini dipakai cara pengamatan terlibat (partisipasi observasi). Para informan dipilih dalam dua tahap. Mula-mula peneliti mencoba memilih kelompok 'tipikal', yang pembahasannya atas kelompok ini bisa dikatakan menggambarkan kehidupan penduduk Tegalgubug. Peneliti mencoba memusatkan perhatian pada kelompok pedagang kain,

pengelola pasar dan para pemuda dari Desa Tegalgubug. Kemudian, setelah itu peneliti akan bisa memilih informan perorangan dengan lebih baik.

Peneliti mencoba memusatkan perhatian pada beberapa pedagang kain, dari tiap kali kunjungan ke pasar khususnya pada perdagangan malam hari peneliti mengamati bagaimana transaksi berlangsung di salah satu kios dan los milik salah seorang informan. Meski tidak terlibat secara total dalam bentuk transaksi dengan para pembeli peneliti sedapat mungkin melihat dari dekat persoalan-persoalan yang melanda sebagian besar pedagang. Dalam konteks ini, hubungan antara peneliti dan para informan menjadi lebih dekat dan tidak formal. Ini sangat membantu peneliti dalam mendapatkan data yang relatif lebih dalam dan lengkap.

Teknik ini berguna untuk menghindari pertanyaan-pertanyaan yang kurang penting atau kurang cocok karena teknik ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi dari melihat langsung kehidupan dan aktifitas sehari-hari para informan. Ini juga memungkinkan peneliti dalam memformulasikan pertanyaan-pertanyaan yang cocok dalam *interview* mendalam dan memberikan interpretasi sesuai dengan konteks kehidupan jalanan. *Interview* mendalam dilakukan dalam kaitannya dengan topik-topik khusus yang berhubungan dengan penelitian ini. Pertanyaan-pertanyaan diformulasikan dalam bentuk yang mudah, sederhana, dan jelas. Teknik ini juga sangat membantu untuk melakukan *cross-check* data atau informasi yang didapatkan dari observasi dan partisipasi aktif (Twikromo, 1999:10–11).

Penelitian ini berlangsung selama tujuh bulan, dari Maret sampai September 2005. Dengan kurun waktu tersebut peneliti membaginya kedalam tiga kali

kunjungan. Kunjungan pertama dilakukan selama satu Minggu pada tanggal 1-8 Maret, kedua tanggal 23-27 Juli dan ketiga tanggal 3-6 September.

Sebagai pengamat peneliti berusaha untuk memperoleh riwayat hidup para informan. Peneliti ingin mengetahui pengalaman-pengalaman mereka dan apa yang mereka rasakan mengenai kehidupan mereka sekarang ini. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui harapan-harapan dan kecemasan mereka. Tentu saja pendekatan ini mempunyai kelemahan. Informan mungkin berdusta mengenai keadaan kehidupan mereka. Namun masalah ini bisa diatasi dengan mengadakan cek-silang dengan penduduk desa lain, karena dalam kehidupan desa seorang penduduk biasanya mengetahui banyak tentang kehidupan penduduk lainnya.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II PERSPEKTIF ANALISIS

Bab ini berisi penjelasan dan pembahasan teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, antara lain telaah pustaka dari beberapa penelitian sebelumnya dan landasan teori yang menjadi dasar pijakan penelitian ini.

BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN DAN PROFIL PEDAGANG

BAB II

PERSPEKTIF ANALISIS

2.1 Telaah Pustaka

Manning (dalam Ahimsa, 2003:64) mensinyalir bahwa peluang kerja di pedesaan Jawa, termasuk kesempatan kerja di sektor pertanian, telah mengalami penurunan. Mulai tahun 1980-an telah terjadi peralihan pekerjaan ke luar sektor pertanian. Hal ini paling tidak memperlihatkan penurunan kesempatan kerja di bidang pertanian. Di satu pihak, peningkatan dalam aktivitas non-pertanian ini dapat dilihat sebagai tanda modernisasi, peningkatan pendapatan desa dan bahkan kemakmuran, di lain pihak hal itu juga dapat ditafsirkan sebagai tanda dari peningkatan fragmentasi lahan, penurunan usaha tani, peningkatan diferensiasi sosial atau polarisasi dan penurunan kesejahteraan.

Penelitian tentang perilaku wanita muslim dalam pengembangan ekonomi di Bursa Tekstil Pasar Klewer, Solo, (Suryadi, 2003) menemukan hubungan antara tingkat pendidikan, minat berusaha di sektor informal (minat berwiraswasta), dan latar belakang keluarga dengan cara tumbuh usaha wanita muslim. Kemudian tingkat pendidikan, minat berusaha di sektor informal (minat berwiraswasta), secara

bersama-sama memberi sumbangan relatif dan sumbangan efektif terhadap cara tumbuh usaha. Sementara yang terbesar sumbangannya terhadap cara tumbuh usaha adalah variabel minat berusaha di sektor informal (minat berwiraswasta). Menariknya, Suryadi juga menemukan bila wanita muslim disana tidak mengikuti ketentuan jual beli dalam Islam, khususnya untuk transaksi secara tidak tunai. Transaksi jual beli secara tradisional tetap berlangsung diantara para pedagang, misalnya pencatatan tanpa saksi, *nglisit*⁴ dengan potongan sampai 8%, bermuamalah atas dasar kepercayaan, dsb. Sebagian besar wanita muslim yang melakukan kegiatan bermuamalah telah memanfaatkan jasa bank, misalnya mengambil kredit untuk tambahan modal, transfer uang ke produsen dan sesama pedagang dari luar kota.

Studi Badriyah (1997) mengenai jual beli kain sisa ditinjau dari hukum islam di Pasar Tegalgubug, Cirebon meneliti proses jual beli kain sisa pemotongan di pabrik-pabrik konfeksi. Kain sisa ini dijual secara karungan dan ikatan dengan sistem kiloan. Pembeli tidak diperbolehkan membeli sebagian dari ikatan atau karungan, pembeli juga tidak diperkenankan meneliti kain secara satu per satu. Untuk mengetahui kualitas barang penjual hanya menyebutkan sifat-sifat kain secara umum; baik mengenai jenis, motif, warna dan ukurannya. Setelah ada kesepakatan maka terjadilah 'aqad jual beli yang tidak disertai dengan khiyar dan saksi. Apabila terjadi kekeliruan pada sifat obyek 'aqad pembeli yang merasa dirugikan biasanya membatalkan 'aqad dengan meminta *kortingan* (potongan) dari jumlah timbangan atau harga yang telah disepakati. Adanya kesepakatan baru inilah yang mereka sebut

⁴ Nglisit adalah jual beli cek yang belum jatuh tempo

sebagai pembaharuan 'aqad dan disinilah hilangnya *keghararan*⁵ dalam jual beli kain sisa. Maka setelah dikaji berdasarkan Al-quran, As-sunnah, Maslahah, dan Qiyas praktek jual beli kain sisa yang terjadi di Pasar Tegal, Cirebon masih bisa diperbolehkan oleh hukum Islam.

Ada berbagai cara pedagang untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Penelitian Maspiyati dan Thamrin (Sarmini, 2003:257) pada industri sepatu Cibaduyut menemukan berbagai strategi yang dilakukan oleh pedagang dalam hal permodalan, perolehan keuntungan, kontinuitas produksi, dan pengendalian tenaga kerja. Untuk menjaga kelangsungan usaha mereka para pedagang mempertahankan hubungan baik dengan pihak-pihak yang terkait dalam produksi dan para pedagang perantara. Jalinan kerjasama dengan pedagang perantara terwujud dalam praktek pinjam meminjam uang. Di antara mereka terjadi saling menolong. Pedagang mendapat pinjaman modal dan pedagang perantara memperoleh keuntungan dari pemasaran barang. Sayangnya, Maspiyati dan Thamrin tidak menjelaskan secara cukup rinci upaya-upaya yang dilakukan pedagang dalam menjalin hubungan baik dan bagaimana wujud hubungan baik tersebut. Strategi pedagang dalam menjalin hubungan dengan pedagang perantara juga belum diuraikan dengan jelas.

Destha (2003) menyoroti usaha konfeksi dari Mlangi, Yogyakarta memperlihatkan bagaimana hasil kajiannya tentang strategi beradaptasi di kalangan pedagang konfeksi Mlangi . Strategi produksi dan strategi penjualan digunakan untuk

⁵ Gharar = ketidakjelasan

menjaga kelangsungan usaha. Pada kedua pola strategi tersebut tersirat perilaku ekonomi moral dan rasional. Beberapa pilihan yang mengikuti patokan moral diantaranya adalah mendidik orang lain menjadi pedagang, melibatkan santri dalam proses produksi, serta menciptakan hubungan langganan. Sementara pilihan yang bermakna keuntungan ekonomis atau bersifat rasional tampak pada perilaku seperti menyerahkan pekerjaan kepada buruh, memproduksi model yang sedang laku di pasar, dan mempermainkan harga.

Penelitian yang dilakukan oleh Destha T Raharjana pada tahun 1998 inilah yang mendasari penelitian lanjutan mengenai strategi adaptasi dalam perspektif moral dan rasional di Pasar Sandang Tegalgubug

2.2 Landasan Teori

Perdagangan kain tekstil merupakan salah satu mata pencaharian utama penduduk Desa Tegalgubug di wilayah Kecamatan Arjawinangun, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat untuk memenuhi kesejahteraan hidup. Minat berdagang atau lebih teknis dikatakan minat terhadap usaha di sektor informal dapat diartikan sebagai minat berwiraswasta. Minat adalah keinginan atau kemauan yang timbul dari hati nurani seseorang terhadap suatu obyek, karena obyek tersebut ada sangkut paut dengan kebutuhan dirinya dan menarik perhatiannya. Menurut Lester Harris, seperti dikutip Hidayat (dalam Suryadi, 2003:113) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu 1) *Social economic status*, 2) *Intelegence and attitude*, 3) *Social role expectation*, 4) *Personality*, 5) *Experience*.

Sementara batasan mengenai wiraswasta dikemukakan oleh Suparman Sumohamijaya (Suryadi, 2003:114) bahwa wiraswasta adalah sifat-sifat keberanian, keutamaan, dan keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. Selanjutnya dinyatakan ada beberapa aspek yang dapat menimbulkan jiwa wiraswasta, yaitu: kesadaran merumuskan tujuan hidup, hidup harus berpikir dan bekerja, manusia harus berusaha dan mengejar nasib dan menginginkan kemajuan, manusia harus dapat menggunakan kesempatan keahlian serta kekayaan yang ada, manusia harus beriman dan berbuat baik dan manusia harus dapat menghargai waktu. Konsep sektor informal sendiri timbul karena pembedaannya dengan kesempatan kerja di sektor formal. Menurut Gerarda Sunarsih (Suryadi, 2003:113) pembedaan kesempatan kerja dapat diungkapkan sebagai berikut :

- a. Sektor formal atau sektor modern mencakup : 1) perusahaan-perusahaan yang mempunyai status hukum, 2) pengakuan dan ijin resmi, 3) umumnya berskala besar.
- b. Sektor informal mencakup usaha-usaha dengan ciri-ciri : 1) kegiatan usaha umumnya sederhana, tidak tergantung pada kerjasama banyak orang serta tidak ada pembagian kerja yang ketat, 2) skala usaha relatif kecil, 3) tidak mempunyai ijin usaha, 4) untuk bekerja di sektor informal lebih mudah, 5) tingkat penghasilan umumnya lebih rendah, 6) keterkaitan sektor informal dengan usaha-usaha lain sangat kecil, 7) usaha sektor informal sangat beraneka ragam jenisnya. Adapun ciri-ciri sektor informal menurut ILO (International Labour Organisation) : a. Mudah memasuki lapangan kerja, b. Ketergantungan pada berbagai sumber pribumi, c. Kepemilikan keluarga atau perusahaan, d. Beroperasi dalam skala kecil, e. Padat

tenaga kerja dan teknologi tepat guna, f. Keterampilan yang diperoleh di luar sistem pendidikan formal, g. Pasar yang tidak teratur dan bersaing Indrawati Gunawan (dalam Suryadi, 2003:114). Berdasarkan uraian di atas, pedagang kain tekstil yang mempunyai minat berusaha di sektor informal, berkaitan dengan peran gandanya dalam keluarga dan keluwesan sifat aktivitas berwiraswasta.

Aktivitas ekonomi pada dasarnya tidak hanya merupakan fungsi-fungsi ekonomi, tetapi juga merupakan fungsi sosial dan kebudayaan Boeke (dalam Sumintarsih, 2003:154). Jadi ada hubungan yang erat antara aspek sosial, budaya, dan aspek ekonomi dalam suatu masyarakat Abdullah (dalam Sumintarsih, 2003:154).

Strategi, menurut Ahimsa-Putra (Sumintarsih, 2003:152-153), merupakan pola-pola yang dibentuk oleh berbagai usaha yang direncanakan manusia untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi. Strategi ini muncul dari interpretasi manusia dengan menggunakan kerangka pemikiran tertentu atas lingkungan atau situasi yang dihadapi.

Sehubungan dengan kajian mengenai strategi beradaptasi pedagang kain tekstil di Tegalgubug di sini akan diperhatikan kategorisasi-kategorisasi dan model-model yang dimiliki pedagang tersebut untuk mewujudkan tingkah laku mereka sehari-hari. Strategi beradaptasi di sini diartikan sebagai pola-pola yang dibentuk oleh berbagai usaha yang direncanakan individu sehingga dapat memenuhi syarat minimal yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang langsung mereka hadapi Ahimsa-Putra (dalam Destha, 2003:73). Dari pengertian ini muncul konsep “pola” yang dalam antropologi dapat dibedakan menjadi dua yakni “pola bagi” (*pattern for*) dan “pola

dari” (*pattern of*) Keesing (Destha, 2003:73). “Pola bagi” dapat diartikan sebagai aturan-aturan, strategi-strategi, norma-norma, ide-ide, dan sebagainya yang dikenal dengan sebagai sistem budaya, sedangkan “pola dari “ adalah pola-pola yang berupa hasil abstraksi atas suatu atau berbagai macam kegiatan yang selalu berulang kembali dalam bentuk yang kurang lebih sama dalam jangka waktu tertentu dan dapat diwujudkan dalam bentuk uraian atau gambar; seperti kegiatan ekonomi, aktifitas keagamaan, dan sebagainya. Kedua pola tersebut dapat pula diistilahkan sebagai “pola ideal” dan “pola aktual”. Pola yang ingin digambarkan disini adalah “pola dari” kegiatan ekonomi pedagang kain tekstil Tegalugubug. Tingkah laku yang berpola ini pada dasarnya dikendalikan oleh seperangkat pengetahuan atau dapat terwujud karena adanya pengetahuan tersebut, yang tidak lain adalah “pola bagi”. “Pola bagi” ini bersifat abstrak, tidak dapat diraba, sedangkan “pola dari” wujudnya kongkrit dan bisa dilihat Ahimsa-Putra (dalam Destha, 2003:73).

Lebih jauh kajian ini juga ingin menjelaskan bahwa kegiatan usaha kain tekstil yang dilakukan penduduk desa Tegalugubug dapat dikategorikan sebagai usaha yang bersifat peasant⁶ bukan farmer sebab skala usahanya terbatas. Seperti halnya petani, pedagang kain tekstil Tegalugubug termasuk pedagang skala kecil. Meski demikian menurut Foster (Destha, 2003:73) mereka memiliki kelas yang terstruktur,

⁶ Dalam bukunya *The Moral Economy of the Peasant* (1973), Scott memaparkan tata kehidupan masyarakat *peasant* yang ia gambarkan sebagai masyarakat yang harmoni dan stabil, desa peasant digambarkan sebagai desa sosial yang berkepentingan menjaga kelangsungan hidup warganya. Peasant digambarkan sebagai manusia yang bermentalitas dahulukan selamat. Pemberontakan *peasant*, gejala yang banyak terjadi di negara-negara terjajah, menurut Scott adalah akibat terancamnya harmoni kehidupan desa oleh masuknya ekonomi kapitalistik dari kota (Sairin, dkk., 2002).

terlibat dalam sistem ekonomi yang kompleks, karena melibatkan banyak pihak, telah mengenal uang dan menggunakan pasar untuk menukarkan hasil produksinya.

Paradigma ‘pengambilan keputusan’ yang dikenal sebagai *decision-making approach* menurut Long (Ahimsa, 2003:22) adalah upaya menganalisis proses yang memaksa dan mengekang pelaku dalam mengambil keputusan-keputusan tertentu berkenaan dengan mobilisasi sumber-sumber daya hingga ke masalah penanaman modal dan strategi pemasaran. Dari analisis ini diharapkan akan dapat diketahui bagaimana pembatasan-pembatasan (*restrictions*) dan imbalan (*incentives*) yang bersifat instrumental maupun moral mempengaruhi perilaku dan kinerja ekonomi.

Suatu usaha tidak dapat berkembang dengan pesat bukan hanya disebabkan oleh kelemahan manajemen, tetapi juga oleh hambatan struktural. Dominasi kelompok tertentu atas suatu usaha dapat menghalangi masuknya kelompok lain ke dalam bidang tersebut. Demikian juga pendapatan masyarakat atau daya beli masyarakat yang rendah tampaknya turut mempengaruhi struktur pasar. Sejumlah usaha kecil yang relatif telah berkembang memang telah melampaui permasalahan struktural dan sampai kepada masalah peningkatan (*improvement*) seperti manajemen usaha, kepekaan pasar (*market responsiveness*), pengaturan ruang usaha, maupun diversifikasi produk dan desain. Menghadapi masalah ini diperlukan strategi menjalankan dan mengembangkan usaha yang berbeda (Sarmini, 2003:257).

Menurut penganut ekonomi moral, pasar merupakan tempat perlindungan terakhir bagi petani, sebab pasar dipandang kurang memberi kepastian dalam memenuhi kebutuhan subsistensi dibandingkan institusi lainnya. Pasar

menghubungkan sejumlah komunitas yang letaknya terpencar-pencar seperti lingkaran dengan pasar sebagai titik pusat Wolf (dalam Destha, 2003:75). Komunitas-komunitas tersebut memiliki spesialisasi ekonomi, dan pasar merupakan tempat penduduk desa mencari penghasilan dengan berdagang. Mereka membeli dan kemudian menjual barang-barang yang tidak dihasilkan sendiri.

Hadirnya ekonomi kapitalistik dalam kehidupan petani menurut kaum ekonomi moral akan mengancam tatanan kehidupan desa yang komunal, yang mampu memberikan jaminan subsidi. Petani akan berbondong-bondong memasuki pasar dan menjual tenaga kerja, karena adanya kekuatan luar yang memaksa Scott (dalam Destha, 2003:77). Pernyataan ini disanggah oleh Popkin (Destha, 2003:77). Pasar bagi petani di pedesaan bukanlah suatu ancaman, melainkan peluang yang membuat produk mereka dapat dijual dengan harga yang lebih baik dan pasar mampu menyediakan bahan pangan sepanjang waktu. Dalam penelitian tentang pasar di Jawa misalnya, Alice Dewey (Sarmini, 2003:267) menunjukkan pentingnya hubungan sosial para pedagang dengan berbagai pihak. Pedagang menjalin hubungan dengan pemilik sarana transportasi, tengkulak, penyimpan barang, penyalur barang pada pengecer, serta konsumen. Untuk meningkatkan jumlah modal yang dimiliki para pedagang menjalin kerjasama dengan pedagang lain dengan cara membentuk arisan, menjalin hubungan dengan *ceti-ceti* (rumah gadai milik cina), tengkulak, serta mencari pinjaman dari Bank Pasar Milik Pemerintah.

Dalam kaitannya dengan kajian ini, inti dari pendekatan ekonomi moral adalah menempatkan nilai-nilai sosial sebagai faktor yang berpengaruh dalam sistem

ekonomi; bahwa perilaku ekonomi masyarakat diatur oleh moralitas tertentu yang dikenal dengan etika subsistensi, sedangkan pendekatan ekonomi rasional menempatkan perhitungan untung rugi di dalam setiap tindakan manusia.

Dalam penelitian ini ingin mengungkap pengetahuan pedagang kain tekstil Tegalgubug dalam menjalankan usahanya. Pengetahuan mereka tentang pasar, tentang model kain yang baru laku, strategi penjualan, strategi harga, strategi fokus dan hal-hal lain yang berkaitan dengan kegiatan usaha mereka, seperti tempat-tempat menjual kain tekstil, waktu sepi dan ramainya penjualan, serta berbagai gejala lainnya yang turut menentukan kelangsungan usaha. Selanjutnya pola-pola yang dibentuk dari kegiatan ekonomi tersebut akan dikaji dari sudut pandang ekonomi moral dan ekonomi rasional.

BAB III
DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN DAN PROFIL PEDAGANG KAIN
TEGALGUBUG

3.1 Tegal Gubug : Wajah Sebuah Desa Perdagangan

Tegal Gubug adalah sebuah desa yang terletak di sebelah barat kota Cirebon, di jalan raya utama Cirebon – Jakarta, dan merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Arjawinangun, Kabupaten Cirebon. Desa ini terkenal dengan kawasan perdagangan kain dan konfeksi pakaian murah yang bersifat *homogen*, seperti halnya penyebutan nama untuk kawasan perdagangan elektronik di Glodok Jakarta.

Mayoritas penduduknya yang berprofesi sebagai pedagang meneguhkan identitas tersendiri dibanding desa-desa disekitarnya. Lalu-lalang kendaraan dari mobil sampai becak tiap hari terlihat begitu marak menyusuri jalanan kampung dan gang-gang mengangkut gulungan dan ikatan kain. Kesibukan akan lebih terasa bila menginjak hari-hari pasaran tiba atau tepatnya sehari sebelum hari pasaran yang jatuh pada hari Selasa dan Sabtu. Inilah yang menjadikan desa ini mempunyai dinamika yang berbeda dengan desa-desa disekitarnya.

3.2 Kondisi Alam Lokasi Penelitian

Tegalgubug terletak kurang lebih 27 kilometer di sebelah barat kota Cirebon. Orang yang mengunjungi desa itu segera menyadari bahwa Tegalgubug secara fisik berbeda dari Bojong Kulon dan Rawagatel, dua desa terdekat yang berbatasan dengan Tegalgubug. Desa-desa tersebut meski memiliki jalan-jalan aspal yang cukup lebar namun tampilan fisik rumah-rumah yang ada disepanjang jalannya berbeda jauh dengan Tegalgubug. Rumah-rumah di perkampungan dan desa Tegalgubug umumnya sudah permanen bahkan tidak sedikit yang bertingkat dua dengan desain dan arsitektur modern. Perbedaan ini karena secara ekonomi Tegalgubug jauh lebih maju dibanding dengan Bojong Kulon dan Rawagatel yang mata pencaharian masyarakatnya sebagian besar bertani dan buruh, sedang Tegalgubug mayoritas pedagang.

Tegalgubug terletak antara dua kota kecamatan dan di apit dua sungai. Kecamatan Susukan terletak di sebelah selatan dan Kecamatan Arjawinangun di sebelah Timur. Sementara batas-batas desa disekitarnya adalah Desa Tegalgubug Lor di sebelah Utara, Desa Bojong Kulon di sebelah Selatan, Desa Rawagatel di sebelah Barat dan Desa Kalideres di sebelah Timur. Jalan utama masuk ke Tegalgubug cukup lebar dan telah di aspal *hotmix*. Jalan ini juga menghubungkan Tegalgubug dengan desa-desa lain di sekitarnya. Sarana transportasi menuju desa ini cukup banyak. Dari kota Cirebon perjalanan ke desa ini bisa dilakukan dengan bus umum atau angkutan antarkota jalur Cirebon – Pamanukan/Jakarta. Sementara untuk menuju beberapa wilayah di Desa Tegalgubug dari pagi sampai sore terdapat Angkutan Antar Desa

(Angkudes) dan malam hari dilayani becak dan ojek yang tersedia di jalan masuk desa tersebut.

Sebagian besar tanah di Tegalgubug digunakan untuk perumahan dan pekarangan. Secara geografis Tegalgubug berada dalam permukaan tanah yang berdataran rendah di wilayah pantai utara.

Dari data monografi 1997 tercatat luas wilayah Tegalgubug adalah 282,215 hektar dengan tingkat kesuburan tanah adalah subur dan sedang. Wilayah permukiman penduduk kurang lebih seluas 131,646 hektar, dan menyebar di lima dusun yaitu Kamitaram, Pojoksiar, Kebonkelapa, Rembes, dan Kigodong.

3.3 Dinamika Ekonomi

Menurut laporan registrasi penduduk Desa Tegalgubug bulan Desember 2004, jumlah penduduk desa ini adalah 9.725 jiwa, yang terdiri dari 4.998 jiwa (51,4 persen) laki-laki dan 4.727 jiwa (48,6 persen) perempuan, yang masuk dalam 2.379 keluarga. Ini berarti setiap keluarga terdiri atas empat hingga lima jiwa.

Secara umum pendidikan penduduk Desa Tegalgubug telah mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, baik dilihat dari jumlah lulusan maupun sarana-sarana yang ada. Sembilan tahun yang lalu⁷, tercatat jumlah kelulusan sekolah (sekolah dasar sampai perguruan tinggi) mencapai 6296 orang dengan pembagian masing-masing; tamat SD 2172 orang, tamat SLTP 1677 orang, tamat SLTA 1954 orang, tamat Akademi / sederajat 181 orang, dan tamat PT /

⁷ Data Monografi Desa Tegalgubug 1996

sederajat 312 orang. Pada tahun 2004 jumlah kelulusan meningkat menjadi 7366 orang dengan perincian; tamat SD 4016 orang, tamat SLTP 1873 orang, tamat SLTA 1289 orang, serta tamat PT / sederajat 188 orang. Meski demikian angka tidak sekolah atau tidak tamat ternyata cukup besar yakni sebanyak 2258 orang dari keseluruhan penduduk yang mencapai 9624 jiwa.

Jumlah lulusan di tiap jenjang ini setiap tahun dimungkinkan bertambah seiring meningkatnya kesadaran dan kesejahteraan penduduk untuk menyekolahkan anak-anaknya. Disamping itu ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan baik di desa, Kecamatan Arjawinangun maupun wilayah lain disekitar Kabupaten Cirebon, juga didukung oleh kemudahan transportasi yang tersedia sepanjang waktu dari pagi sampai malam. Fasilitas pendidikan di Tegalgubug sendiri cukup memadai, yaitu berupa 7 TK, 16 SD/MI, 3 MTS, dan 1 MA. Sementara di desa dan kecamatan-kecamatan sekitarnya terdapat sekolah-sekolah yang juga banyak dijadikan alternatif pilihan pendidikan sehingga memungkinkan tersebarnya kesempatan dan akses pendidikan lebih luas bagi masyarakat Tegalgubug.

Mata pencaharian penduduk Tegalgubug cukup bervariasi. Mereka yang bermatapencaharian di bidang pertanian kira-kira berjumlah 587 orang, yang terdiri dari petani pemilik (520 orang), penggarap, dan buruh tani ; sedang yang bekerja di bidang non pertanian sebanyak 2.699 orang. Jenis pekerjaan nonpertanian ini antara lain adalah karyawan (negeri maupun swasta), pertukangan, perdagangan, dan jasa (lihat tabel 3.1).

Tabel 3.1
Mata Pencaharian Penduduk 1996

NO.	MATA PENCAHARIAN	JUMLAH
1.	Petani	520
2.	Buruh Tani	67
3.	Buruh Industri	1007
4.	Buruh Bangunan	35
5.	Pedagang	1470
6.	Pegawai Negeri	48
7.	Pensiunan	21
8.	Transportasi	45
9.	Lain-lain	73
	Jumlah	3286

Sumber: Monografi desa tahun 1996

Gejala yang menarik terjadi di bidang perdagangan. Jumlah pedagang pada tahun 1996 berjumlah 1470 orang (44,7%). Angka ini cukup mencolok dibanding jenis pekerjaan lainnya. Ini menunjukkan bila kehadiran pasar sandang mampu menyerap sebagian besar penduduk untuk bekerja disana melalui beberapa sektor. Misalnya saja, semakin banyaknya penduduk yang menjadi pedagang setelah perpindahan pasar lama ke pasar baru. Selain itu ada pula mereka yang bekerja sebagai karyawan, buruh angkut, tukang becak, ojek, pengelola pasar, tukang parkir,

sopir angkot, pedagang makanan dan sebagainya. Aktivitas ini dilakukan terutama dilakukan oleh penduduk Desa Tegalgubug dan Tegalgubug Lor⁸.

Selain perdagangan, industri rumah tangga yang ada di Tegalgubug adalah usaha konfeksi⁹ berupa celana pendek, busana muslimah, seprai, kerudung dan lainnya yang bahan bakunya sebagian diperoleh dari pembelian di pasar sandang Tegalgubug serta kain yang langsung dipasok dari pabrik di Bandung. Usaha konfeksi selain melibatkan anggota keluarga sendiri juga melibatkan penduduk sekitarnya untuk direkrut menjadi buruh konfeksi.

Kondisi ini menjadikan sebagian penduduk Tegalgubug lebih banyak menghabiskan waktu mengerjakan konfeksi di rumah. Mereka ada yang menyortir bahan, memotong kain, menjahit pakaian atau celana, serta kegiatan lain yang berhubungan dengan konfeksi. Kesibukan akan terasa berbeda bila memasuki Tegalgubug sehari menjelang hari pasaran yang jatuh pada hari Selasa dan Sabtu. Umumnya para pekerja sibuk mengerjakan target pesanan konfeksi sehingga tidak jarang harus melembur sampai malam.

Dalam kegiatan perdagangan maupun untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, di Tegalgubug terdapat dua pasar yaitu Pasar Desa (buka setiap hari) dan Pasar Sandang Tegalgubug (setiap Selasa dan Sabtu). Pasar Desa yang kecil dan hanya terdapat beberapa bangunan permanen terletak disamping balai desa Tegalgubug.

⁸ Pada tahun 1987 terjadi pemekaran desa, sebelumnya hanya Desa Tegalgubug kini dibagi menjadi dua yakni, Desa Tegalgubug dan Desa Tegalgubug Lor. Meski demikian kebanyakan masyarakat Tegalgubug masih menganggap Tegalgubug adalah satu hanya beda administrasinya. (Wawancara dengan Bapak Suhaemi, Sekretaris Desa Tegalgubug)

⁹ Konfeksi adalah pakaian dan sebagainya yang dibuat secara massal yang dijual dalam keadaan jadi, tidak diukur menurut pesanan, tetapi menurut ukuran yang sudah tentu.

Dahulu sebelum pasar sandang pindah, pasar ini menjadi pusat perdagangan kain, sekarang fungsinya hanya sebagai pasar biasa dengan komoditi barang dagangan yang dijual, yakni barang kebutuhan sehari-hari seperti beras, sayur, ikan, daging dan sebagainya. Kegiatan pasar hanya berlangsung pagi hari dari pukul 05.00 sampai pukul 11.00 WIB. Selain itu terdapat pula sejumlah toko dan warung yang jumlahnya cukup memadai, tersebar di pinggir jalan desa maupun kampung.

3.4 Dinamika Sosial

Di Tegalbugub perkampungan penduduk begitu terasa seperti halnya kawasan padat perkotaan. Sepanjang jalan utama dan jalan-jalan dusun penuh dengan rumah sehingga sangat jarang dijumpai wilayah dengan hamparan tanah lapang atau kawasan perumahan yang tiap rumah memiliki halaman luas.

Semakin tahun pertumbuhan jumlah rumah makin melebar ke kawasan pertanian, hal ini bisa dilihat bila mengunjungi dusun-dusun yang dulu sebagian besarnya adalah lahan pertanian. Banyak sawah yang dijual dan kemudian dibangun kawasan pemukiman baru disekitarnya.

Perubahan di atas tidak lepas dari hasil kerja keras masyarakat Tegalbugub yang karakteristik orang-orangnya ulet dalam bekerja. Gambaran ini dapat terlihat pada tingginya produktivitas kerja penduduk serta anak-anak sekolah yang sejak dini dibiasakan bekerja sepulang sekolah.

Kehidupan masyarakat di Tegalbugub sangat dinamis. Hal ini tercermin pada terbentuknya wadah-wadah kegiatan dalam bidang sosial serta keagamaan. Dalam

bidang sosial, beberapa organisasi kemasyarakatan dan kepemudaan tumbuh berkembang, antara lain, FKAJ (Forum Komunikasi Antar Jam'iyah), IRMA (Ikatan Remaja Masjid), FORTA (Forum Remaja Tegalgubug), Gerakan Pemuda Anshor, Banser (Barisan Serbaguna), IPPT (Ikatan Pembina Pramuka Tegalgubug) dan lainnya.

Berkaitan dengan berdirinya organisasi-organisasi ini, seorang warga yang juga salah satu pengurus FORTA menuturkan:

”Saat ini Tegalgubug membutuhkan organisasi yang mampu mewadahi para pemudanya agar memiliki kegiatan positif, seperti aksi donor darah, pertandingan olah raga dan kegiatan kesenian. FORTA sendiri berdiri dalam rangka mewadahi itu serta berupaya mengurangi citra buruk beberapa pemudanya yang saat ini telah masuk kedalam dunia pergaulan bebas dengan mengajak mereka untuk aktif dalam setiap kegiatan kami. Disamping itu, kami tetap menjaga agar jangan sampai FORTA masuk dalam wilayah politik praktis, karena jelas, itu malah akan merusak keutuhan organisasi yang baru empat tahun berdiri ini” (Catatan lapangan)

Dalam bidang agama, gambaran Tegalgubug sebagai masyarakat yang agamis atau santri sebenarnya masih cukup kuat terasa. Simbol-simbol serta tradisi keagamaan mudah terlihat dimana-mana, seperti pengenaan sarung dan kopyah bagi kaum laki-laki serta berbusana muslim (berkerudung/berjilbab) bagi kaum perempuan, ziarah ke petilasan Ki Gede Suro¹⁰, pagelaran seni musik rebana dengan

¹⁰ Ki Gede Suro yang nama aslinya Kanjeng Syaikh Muhyiddin Waliyullah atau Syaikh Abdurrohman atau Ing Singa Sayakhsyayuda alias Ki Suro yang lebih dikenal dengan sebutan Ki Gede Suro (Suropati) adalah seorang dari Bangsa Arab (Sumber lain mengatakan dari Mesir dan Baghdad) yang hidup disekitar abad 15. Dalam sebuah pengembaraan panjang dari Negeri Arab menuju Pulau Jawa tepatnya daerah Cirebon, kemudian beliau berguru pada kanjeng Sunan Gunung Djati selama dua tahun dan setelah dianggap cukup oleh Sunan Gunung Djati lalu diutus untuk menyebar luaskan islam ke seluruh pedukuhan Jawa Barat. Dalam penyebarannya tak jarang menemui rintangan diantaranya harus menghadapi perang tanding dengan *Penggeden* (pembesar atau pemimpin yang memiliki status sosial lebih tinggi di masyarakat) pedukuhan yang ada disekitar wilayah Jawa Barat. Karena kesaktian ilmunya banyak daerah yang dapat ditaklukan dan menjadikan mereka sebagai pemeluk Agama Islam,

pembacaan kitab Barjanzi yang merupakan salah satu kebudayaan lama dan sampai saat ini masih terus dipertahankan, *tingkeban*¹¹, upacara pernikahan, upacara kematian, dan kegiatan lainnya

3.5 Profil Usaha Kain Tegalgubug

3.5.1 Asal-Usul Perdagangan Kain Tegalgubug

Di sepanjang jalan menuju Pasar Sandang Tegalgubug lalu lintas kendaraan berjalan merangkak. Dari pintu gerbang pasar tampak kepadatan orang dan kendaraan berpadu menuju suatu muara : kemacetan.

Masuk ke dalam pasar pengunjung akan disuguhi rupa-rupa sandang, seperti kain tekstil dari berbagai jenis baik polos maupun printing, pakaian jadi, kerajinan yang memakai bahan baku kain, serta aksesoris dan keperluan konfeksi seperti benang, kancing, baju, renda, mesin jahit dan lain-lain.

Pasar yang diklaim oleh penduduk sekitar sebagai pasar sandang terbesar se-Asia Tenggara ini memiliki perputaran omset mencapai Rp 2 Milyar pada hari pasaran Sabtu. Sementara omset perdagangan pada hari Selasa kurang lebih antara 1 Milyar sampai 1,5 Milyar per pasaran. Sehingga secara keseluruhan diperkirakan omset perbulannya mencapai 13 Milyar¹².

termasuk didalamnya adalah Desa Tegalgubug. Makam Ki Gede Suro sendiri tidak dapat dipastikan keberadaannya, hal ini seperti diungkapkan beberapa penduduk yang penulis temui, hanya saja kepercayaan masyarakat Tegalgubug dan bentuk penghormatan akan jasa-jasa Ki Gede Suro maka sampai saat ini masih banyak penduduk yang berziarah ke petilasannya. (Azharie, 2003:13-14)

¹¹ *Tingkeban* yaitu upacara yang dilakukan pada bulan ketujuh dari kehamilan seseorang dengan membacakan Al-Quran Surat Luqman, Maryam dan Yusuf.

¹² Mengenai omset ini sebenarnya tidak ada angka resmi yang dikeluarkan, dari beberapa keterangan yang penulis telusuri seperti, pihak pengelola pasar dan beberapa pedagang umumnya didasarkan pada

Pemandangan diatas hanya terjadi di dua hari *pasar*, yakni Selasa dan Sabtu. Namun aktifitas pasar sejatinya telah dimulai hari Senin sore (pukul 16.00 Wib) sampai pada hari Selasa siang (pukul 13.00 Wib) dan Jumat siang (pukul 14.00 Wib) sampai hari Sabtu siang (pukul 13.00 Wib).

Sebelum perdagangan sandang dikenal, mata pencaharian penduduk Tegalbugug terbagi menjadi tiga kategori. Pertama, Mereka yang bekerja di sektor pertanian baik sebagai pemilik lahan pertanian maupun sebagai buruh tani yang cakupan pekerjaannya tidak terbatas pada wilayah Tegalbugug namun tersebar di beberapa desa atau kecamatan tetangga. Kedua, Penduduk yang merantau di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung. Umumnya terkonsentrasi di Jakarta dan mereka bekerja sebagai buruh dan pekerja. Pekerjaan sebagai tukang becak, tukang ojeg, tukang las, buruh pabrik serta pengemudi bajaj adalah beberapa pekerjaan yang ditekuni. Ketiga, berwiraswasta yang dilakukan baik di dalam maupun luar daerah. Kegiatan usahanya antara lain, pedagang kaki lima.

Usaha sandang boleh dikatakan mulai ditekuni sekitar awal tahun 1970-an oleh KH. Munaji bin KH. Muqoyyim, seorang tokoh ulama sekaligus *kuwu* atau lurah desa Tegalbugug. KH. Munaji meminta bantuan Pemerintah Daerah Jawa Barat untuk memberi bantuan mesin jahit serta modal untuk pengembangan perekonomian masyarakat Tegalbugug. Beberapa masyarakat yang diberi keterampilan jahit-

asumsi-asumsi sederhana. Misalnya, satu kios rata-rata berpenghasilan 10 juta dan satu los 2-5 juta dan lapak 500 ribu sampai 2 juta. Jumlah ini bila ditotal muncul angka 1-2 Milyar per pasaran. Sebagai perbandingan, seorang pedagang kain tumpal yang penulis teliti mengaku bila kondisi sepi kiosnya mendapatkan omset sekitar 10 juta-an sedangkan bila masa-masa ramai bisa mendapatkan 25-50 juta per pasaran.

menjahit kemudian merintis pembuatan kipas dan pakaian bayi yang terbuat dari kain perca¹³ yang merupakan kain BS¹⁴ yang didatangkan dari Bandung.

Dalam perkembangannya usaha pembuatan kipas cukup diminati oleh masyarakat Tegalgubug. Hal ini seiring dengan meningkatnya permintaan pasar akan kipas sehingga banyak penduduk yang kemudian ikut memproduksi kipas. Disamping itu terbuka juga peluang memasarkan kain BS dari Bandung yang jumlahnya cukup berlimpah. Pada tahun 1975 dimulai pemasaran kain BS dengan membuka pasar khusus di sekitar lokasi balai desa Tegalgubug.

Semenjak itu Pasar Sandang Tegalgubug berkembang demikian pesat, baik dilihat dari jumlah pedagang, ragam komoditi, volume penjualan, serta omset penjualan yang secara langsung berimplikasi pada melebarnya lokasi pasar dari sekitar balai desa kemudian melebar sampai ke jalan-jalan. Kondisi ini mengakibatkan pasar menjadi semrawut serta kemacetan terjadi di sepanjang jalan dari jalan raya utama Cirebon – Jakarta sampai jalan yang menghubungkan ke desa Tegalgubug sendiri.

Maka pada tahun 1994¹⁵ mulai dibangun pasar yang lebih besar yang luasnya kurang lebih 15 hektar. Dari pasar seluas itu dapat menampung sekitar 3500

¹³ Kain perca adalah potongan kain sisa guntingan dan sebagainya, reja kain, dan carik kain.

¹⁴ Kain BS : Bekas Sortiran, sementara sortiran sendiri memiliki pengertian sebagai kain-kain pilihan dengan ukuran tertentu.

¹⁵ Pada tahun 1994 terjadi kontroversi yang meluas dikalangan masyarakat Tegalgubug mengenai rencana perpindahan dan pembangunan pasar yang baru. Azharie (2003:37) memberi gambaran singkat mengenai salah satu kontroversinya, meski penulis sendiri tidak bermaksud memberikan pembenaran atas salah satu versi yang berkembang dibawah ini. Berikut petikannya: “Pada bulan Maret 1994 diadakan Semiloka Nasional mengenai pengembangan pesantren kejuruan di Desa Tegalgubug. Semula semiloka tersebut bertujuan sebagai percontohan keberhasilan ekonomi rakyat,

pedagang yang terdiri dari kios berjumlah 500, los 1600, fasum (fasilitas umum) dan fasos (fasilitas sosial) 1000, serta yang menempati area di luar pasar berjumlah 400 pedagang.¹⁶

Dikenalnya Tegalgubug sebagai sentral perdagangan sandang menyebabkan sebagian penduduk Tegalgubug kemudian menaruh perhatian pada usaha sandang ini. Sejak itu pula usaha sandang mulai menggantikan kegiatan pertanian yang sudah lebih dulu ada di sana.

3.5.2 Kemunculan Usaha Kain

Bila dirunut awal mula munculnya para pedagang kain di Tegalgubug akan ditemukan beberapa pola yang berbeda. Sebelum menentukan pilihan untuk membuka usaha kain kebanyakan pedagang telah menekuni pekerjaan lain, seperti misalnya menjadi petani, buruh, atau usaha konfeksi namun karena kalah bersaing dengan pendatang sehingga berpindah ke usaha kain. Melihat asal-usulnya pedagang kain dapat dibagi menjadi dua. Pertama, pedagang yang muncul karena adanya dorongan dari dalam diri mereka. Mereka ini memiliki semangat untuk mencari peluang baru (baca: pendapatan) dan yakin bahwa usaha kain dipandang akan mampu mendatangkan hasil. Kedua, mereka yang menjadi pedagang kain karena melanjutkan

namun pada prakteknya telah disalah gunakan oleh orang-orang yang punya kepentingan tertentu. Sehingga nama Desa Tegalgubug dapat dijual pada beberapa lembaga untuk dijadikan proyek percontohan keberhasilan ekonomi rakyat dengan teknis mengajukan tender pembangunan proyek pasar Desa Tegalgubug kepada bupati

¹⁶ Jumlah yang sebenarnya kemungkinan lebih besar dari data yang resmi dikeluarkan pengelola pasar, terutama pada pedagang yang menempati fasum, fasos, serta area di luar pasar yang pada saat menjelang lebaran jumlahnya membludak sehingga menimbulkan kemacetan panjang disekitar jalur pantura Cirebon – Jakarta. (catatan lapangan)

usaha orang tua. Jenis pedagang yang pertama dapat dibedakan lagi menjadi beberapa kategori berdasarkan atas proses kemunculannya, yakni : (a) belajar sendiri, dan (b) magang.

Kategori pertama, yaitu belajar sendiri, adalah mereka yang secara mandiri membuka usaha kain. Mereka belum pernah mendapat pendidikan ataupun keterampilan mengenai usaha ini dari orang lain. Di antara mereka ada yang membuka usaha kain dengan bekal keterampilan dari orang tuanya.

Cara lain menjadi pedagang kain adalah dengan magang, yakni bekerja pada pedagang kain yang telah berhasil. Menjadi pegawai merupakan batu loncatan yang biasa dipakai oleh mereka yang ingin jadi menjadi pedagang, sebagaimana pengalaman seorang pedagang yang pernah menjadi pegawai di tetangga atau saudaranya. Selain diberitahu mengenai proses pembelian dan penyortiran kain dia juga diajari cara menjalin relasi dengan para pembeli dari berbagai daerah.

3.5.3 Profil Pedagang Kain

Tabel 3.2
Identitas Pedagang Kain

PEDAGANG	JENIS KELAMIN	UMUR	PENDIDIKAN
Zamroni	L	31	S1
Haji Maslani	L	43	S1
Hapid	L	26	SMA

Sumber: Data Primer Diolah

3.5.3.1 Zamroni dan Potret Generasi Muda Pedagang Kain

Zamroni Irfan adalah bapak dari dua orang anak. Usianya 31 tahun, memperoleh gelar sarjana agama dari jurusan Kependidikan Islam IAIN Sunan Gunung Djati Cirebon¹⁷. Riwayat pendidikannya sendiri berbasis pada pesantren, yakni sejak memasuki pendidikan dasar ia terlebih dulu masuk MI (Madrasah Ibtidaiyah) di Tegalgubug kemudian selama enam tahun dari 1987-1993 masuk pesantren Tanggir di daerah Tuban. Sekarang ini ia berdagang kain di salah satu kios di pasar sandang Tegalgubug. Sejak kuliah sudah mulai berdagang kain membantu orang tuanya meski diakui olehnya baru sebatas ikut-ikutan. Ia sendiri mengaku tidak tertarik menjadi PNS (Pegawai Negeri Sipil) meski ijazah yang dimilikinya memungkinkannya untuk turut mendaftar. Untuk jadi PNS paling tidak menurutnya harus mengeluarkan dana sedikitnya 30 juta, uang sebanyak itu tentunya akan lebih menjanjikan bila digunakan untuk modal berdagang.

Setelah berkeluarga pada tahun 2001 Zamroni mulai serius berdagang sebagai komitmennya dalam menghidupi keluarga. Ia termasuk pedagang dengan spesialis kain karena sejak pertama kali berdagang sampai sekarang berjualan bermacam kain, seperti *Sunwash*, *Twill* dan lainnya. Namun ia mengakui disamping kain ikut pula berjualan sarung dengan merek HMM (Haji Muhammad Maryam) yang sudah teregistrasi milik mertuanya. Tertarik menjual karena sarung ini pangsa pasarnya luas

¹⁷ IAIN Sunan Gunung Djati Cirebon kini status dan namanya berubah menjadi STAIN Sunan Gunung Djati Cirebon

sehingga ia punya kesempatan menjual kepada pembeli yang pasarnya belum terjamah mertuanya.

Pasangan keluarga ini tinggal di sebuah blok pinggir sungai di salah satu dusun di Tegalgubug Lor dengan kondisi lingkungan yang sangat padat. Rumahnya yang asri dan sederhana dengan satu mobil Kijang bak terbuka serta satu motor Honda di garasinya menandakan bila Zamroni adalah pedagang kain dengan kategori menengah. Ini berkaitan dengan kategorisasi pedagang dengan struktur permodalan antara 100 – 500 juta yang dikatakannya sebagai kategori menengah tanpa menyebut secara pasti berapa modal sebenarnya yang dimiliki.

Keterlibatannya dalam usaha kain merupakan pilihannya sendiri meski di lingkungan keluarganya mayoritas pedagang, tetapi ia yakin bila pilihannya itu adalah karena komitmennya pada penghidupan rumah tangganya yang baru empat tahun dibangun. Selain itu ia melihat usaha kain lebih punya kelebihan dibandingkan dengan usaha lain yang harga barang lebih banyak ditentukan oleh produsen sehingga pedagang tidak dapat banyak berspekulasi harga. Sebaliknya dengan kain, yang mengacu pada *trend* barang yang sedang berkembang sehingga sewaktu-waktu keuntungan bisa didapat sampai 100%. Ditambahkan olehnya bila pada tahun 1999 ketika belum ada sarung yang dari *printing*, saat belum ada sarung tenun seperti Atlas. Namun setelah dibuat sarung *printing* yang motifnya *nembak*¹⁸ dari sarung mahal, omsetnya lumayan besar dan barang di ekspor sampai Brunei dan Malaysia.

¹⁸ *Nembak* atau meniru produk yang sedang laku di pasaran menurut Destha (2003:132) adalah mencerminkan rendahnya kreativitas pengusaha, namun perilaku ini terpaksa diwujudkan karena

Pasca perpindahan ke pasar baru dan kemudian mulai masuknya penjual dari luar daerah seperti Tasik yang berjualan kerudung dan mukena, dari daerah sekitar Cirebon seperti orang Bode, Perbutulan, Ulu Jami, serta dari daerah lain seperti Pemalang, Tegal dan Pekalongan, pasar Tegalgubug semakin hari makin berkembang meski ada perubahan nasib bagi sebagian orang terutama mereka yang dulunya pedagang pengecer. Mereka yang ketika di pasar lama mampu memonopoli perdagangan mengingat keterbatasan lahan sehingga pedagang dari luar Tegalgubug hanya bisa menitipkan barang dagangannya ke pedagang dari Tegalgubug. Tetapi keadaan sudah berubah setelah orang luar Tegalgubug bisa ikut berjualan mereka kini harus bersaing dengan bosnya yang dulu.

Hampir semua pedagang pakain jadi asal Tegalgubug malah menyusut karena mereka tidak mampu bersaing dengan pedagang dari luar Tegalgubug yang mampu memproduksi sekaligus menjual, sebaliknya pedagang asal Tegalgubug hanya sebagai pengecer atau penjual. Begitu pula ketika orang Tegalgubug membuka konfeksi, kalah bersaing dengan orang luar Tegalgubug walaupun kain dan model yang dibuatnya sama. Namun dengan harga tenaga kerja yang lebih murah sehingga

hanya dengan cara seperti ini produk akan diterima pasar. Dikatakan oleh Lynch (dalam Hidayat dan Mizerski, 2005) secara umum dapat dikategorikan sebagai pembajakan produk dimana ada upaya mengkopi/memalsu produk, bungkus dan konfigurasi yang berkaitan dengan produk tersebut, sehingga seperti produk aslinya, serta memasarkan untuk keuntungan sendiri.

Berbeda halnya dengan pendapat seorang pedagang kain yang mengatakan bila kini beberapa pedagang di Pasar Tegalgubug yang memproduksi sendiri kain, sarung, atau pakaian jadi, beberapa diantaranya sudah berani mendaftarkan patennya, meski dijumpai pula pembajakan atas produk-produk lainnya. Hanya saja, prinsip yang dianut adalah mereka para pembajak boleh saja meniru salah satu jenis dan motif kain asalkan tidak mencantumkan logo pabrik atau merek yang dimiliki oleh pedagang. Ini mungkin salah satu bentuk kesadaran kompromis bahwa di pasaran ada produk kelas 1 dan kelas 2 sehingga konsumen tidak perlu merasa tertipu oleh praktek seperti ini.

mereka mampu menjual barang dengan lebih murah pula. Katakanlah untuk barang satu kodi, satu potong bedanya seribu rupiah maka satu kodi beda harga sampai 20 ribu. Maka kalau pedagang Tegalgubug tidak mampu bersaing dan ketika konfeksi Tegalgubug banyak yang bangkrut itu adalah realistis, karena saat harus bersaing dengan mereka, pasti harga dari Tegalgubug lebih tinggi.

Sebaliknya dari sisi penjual kain justru mengalami peningkatan karena orang luar Tegalgubug yang menjual konfeksi di pasar Tegalgubug dulu membeli bahan dari Bandung, kini mereka lebih memilih mengambil bahan dari Tegalgubug karena harga lebih bersaing dan mampu menghemat ongkos produksi. Ini bisa dibuktikan dengan meningkatnya omset para pedagang kain, seperti contoh, H. Baidlowi yang dulu hanya mampu menjual sekitar dua mobil boks (*Boks Elf-pen*) kain kini mampu menjual sebanyak 5 – 10 boks per hari pasaran. Sementara yang dulu pakai becak kini pakai mobil, dan seterusnya. Meski ini bukan penelitian secara langsung tetapi secara umum dapat dilihat mereka malah tambah besar. Jadi ada perbedaan antara penjual kain dengan pedagang kain jadi.

Faktor harga juga sangat mempengaruhi animo masyarakat untuk membeli di Pasar Tegalgubug. Seperti kecenderungan di daerah tertentu para pedagang yang menganggap kain harus bermerek tertentu, seperti *Famatex*. Sebaliknya pedagang Tegalgubug bicara mutu barang, dimana mereka mampu mencari barang yang sesuai permintaan pasar dengan harga bersaing tanpa harus bermerek tertentu. Hal ini disebabkan hampir semua pabrik tekstil di Indonesia semuanya sudah terjamah oleh orang Tegalgubug. Dulu sebelum ada pasar Tegalgubug sisa kain hampir semuanya

dibuang, tetapi setelah ada pasar Tegalgubug yang ternyata dapat dimanfaatkan. Salah satu ide pertamanya adalah memanfaatkan kain perca untuk dibuat kipas kain dan pakaian bayi. Dimasalah harga dari harga eceran dengan harga grosir tidak jauh berbeda, seperti harga pis¹⁹ dengan 1000 pis tidak jauh berbeda. Mungkin inilah yang menjadi ciri khas Tegalgubug yang tidak hanya mencari *bati* (untung) saja tetapi yang penting banyaknya omset atau barang yang terjual.

Bicara mengenai Tegalgubug hari ini tampaknya tidak 100% menjadi harapan untuk generasi berikutnya, karena yang namanya perdagangan terpengaruh oleh input atau outputnya. Sekarang saja banyak terjadi kasus dimana orang tuanya ulet mencari barang tetapi anaknya tidak ulet atau sebaliknya, dan hal ini terjadi hampir 20%-nya pada pedagang besar, beda dengan usaha lain seperti swalayan yang ketika pendirinya pensiun maka bisa dilanjutkan oleh generasi berikutnya.

3.5.3.2 Haji Maslani Seorang Sarjana yang Memilih Jadi Pedagang

Haji Maslani usianya sudah cukup matang, lahir 43 tahun yang lalu adalah salah seorang sarjana pertama yang berani untuk berdagang kain di pasar Tegalgubug. Sejak SD (Sekolah Dasar) bakat berdagangnya mulai ditempa dengan membantu orang tuanya berjualan di pasar saat liburan sekolah bahkan pada saat kuliah pun juga ikut berjualan sehingga tidak merasa aneh lagi untuk berjualan.

Pada saat kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran Bandung, ia sudah menikah dan setelah lulus ternyata tidak ada pikiran sama sekali baginya untuk

¹⁹ Pis = gulungan (kain)

berdagang. Seperti umumnya sarjana yang baru lulus ia mulai melamar pekerjaan di beberapa perusahaan. Tahun 1991 ia mengalami konflik batin, terutama saat melamar di kantor berita ANTARA di bagian kantor Sekretariat Negara (Setneg). Satu sisi keluarga mendorongnya untuk jadi pegawai sementara di sisi lain jiwa pedagangnya sudah tertanam sejak kecil yang baginya telah mengerti betul apa enaknya jadi pedagang dan sudah membuktikan adanya *profit* yang bisa diterimanya. Waktu tes wawancara kerja, ia lulus tes sampai tahap terakhir oleh pewawancara ditanya bagaimana perasaannya kalau tidak diterima pekerjaan. Ia kemudian menjawabnya, "Bu, kalau saya diterima saya pakai alternatif pertama dan kalau tidak diterima maka saya pakai alternatif kedua dan seterusnya."

Jawaban diatas akhirnya yang mengantarkannya untuk tidak lulus tes. Ia melihat sangat wajar bila saat itu tidak mampu menunjukkan motivasinya yang kuat untuk bekerja salah satunya adalah karena keraguan yang dimilikinya. Ia kemudian berdoa pada Allah meminta petunjuk agar diberi jalan dan jangan ada penyesalan dibelakang hari, apakah jadi pegawai atau pedagang?.

Pilihannya kemudian menjadi pedagang. Hari-hari pertama ia memutuskan berdagang tidak hentinya menjadi sorotan orang, tekanan mental, dan pada pokoknya setiap orang bertanya bagaimana bisa seorang insinyur akhirnya hanya menjadi seorang pedagang. "Sampai saya bosan menjawabnya."

Lama kelamaan ujian berat itu dengan sendirinya hilang sampai akhirnya ia berkesimpulan bila ternyata lebih beruntung menjadi pedagang. Ia membayangkan seandainya jadi pegawai yang pada saat krisis moneter yang lalu banyak yang kena

PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) atau kalau jadi kerja di BEJ mungkin saja terkena bom. Memandang pekerjaannya ini ia melihat bukanlah *prestise* yang dicarinya karena kenyataannya disaat krisis omsetnya justru lebih melejit dan sebaliknya orang yang dulu mengolok-olok sekarang mereka berbalik memuji. Bahkan kini muncul pandangan bila orang berpendidikan itu bisa apa saja dan tentunya lebih pintar. "Orang berdagang prestasinya dilihat dari omsetnya atau materi yang diperoleh sementara ilmu dari ilmunya atau gelarnya."

Dalam jual beli orang Tegalgubug tidak mengenal perbedaan harga antara pembelian kontan atau giro. Ini mungkin karena ajaran agama bahwa suatu barang tidak berharga dua sehingga di Tegalgubug tidak banyak berlaku untuk hal seperti ini karena takut tidak barokah²⁰. Seperti halnya pedagang dari Pekalongan apabila memakai giro harganya bisa naik satu setengah persennya.

Namun sebaliknya untuk fenomena utang Bank, dulu orang Tegalgubug masih tidak mau dan masih menganggap riba. Tetapi generasi kedua dan seterusnya sudah mulai agak longgar karena ini dipengaruhi usahanya yang meningkat dan juga dari pihak bank berlomba-lomba masuk ke pedagang Tegalgubug melihat potensi pasarnya yang besar.

Di lain pihak pola pembayaran *ngalap nyaur*²¹ masih mendominasi dalam sistem pembayaran antar pedagang dan pembeli, Haji Maslani sendiri tidak memakai

²⁰ Barokah adalah istilah arab yang berarti berkat kamus arab Indonesia. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) berkat diartikan, karunia Tuhan yang membawa kebaikan dalam hidup manusia.

²¹ *Ngalap nyaur* merupakan hubungan jual beli antara pemilik barang dengan pihak yang membutuhkan barang. Pihak yang membutuhkan mengambil lebih dulu barang yang dibutuhkan lalu

jasa bank dan lebih suka *ngalap nyaur* bahkan untuk transaksi yang nilainya puluhan sampai ratusan juta sekalipun. Modalnya adalah saling kepercayaan yang telah terjalin selama beberapa tahun. Orang Tegalgubug bisa dipercaya sehingga diberi utang ratusan sampai milyaran rupiah tanpa perlu ada jaminan apapun. Demikian halnya orang Pekalongan, Tegal, dan Kuningan mereka satu tipe tidak ada masalah karena mereka juga dari kalangan santri. Jadi yang membentuknya ikatan kultural, atau karena ikatan sesama santri.

Setelah pemindahan pasar dari lokasi lama ke lokasi baru Haji Maslani melihat bahwa sebetulnya orang Tegalgubug tidak merasa terancam dengan orang Tegal atau daerah lainnya, disamping karena kepercayaannya pada Allah akan kehendak rezekinya. Uniknya, pasar Tegalgubug adalah tempat dimana orang belanja disitu dan berjualan disitu pula. Seperti contoh, orang Tegal membawa barang jadi, mereka menjualnya di Tegalgubug kemudian membeli bahan kainnyapun di Tegalgubug juga. Jadi disini tidak merasa terancam.

Sementara usaha konfeksi oleh karena sulitnya mencari tukang jahit sehingga lebih memilih belanja konfeksi dari luar daerah. Ini karena faktor tenaga kerja yang mahal, tidak ada resiko seperti barang cacat bisa kembali. Beli kerudung dari orang Tasik dijual lagi disini sehingga tidak ada permusuhan. Inilah pilihan praktis pedagang konfeksi dari Tegalgubug yang membeli barang dari luar daerah sehingga lebih

membayar beberapa hari kemudian, atau penjual mendapatkan uang sebagian terlebih dulu, yang akan dilunasi oleh pembeli sebelum pembeli mengambil barang lagi. *Ngalap nyaur* berjalan secara kontinyu dan didasarkan kepercayaan antara penjual dengan pembeli (Destha, 2003:101)

memilih menjadi penjual. Usaha sejenis seperti sama-sama menjual kerudung sementara orang luar daerah juga menjual kerudung jadi wajar kalau ada persaingan.

Dalam pemasaran barang menurut pengamatan Haji Maslani nampaknya masih didominasi oleh kaum perempuan dalam berjualan. Sementara bapak atau suami yang menjadi sopirnya atau pendampingnya. Ini yang membedakan karena sekali lagi dalam bisnis tekstil itu berkait dengan rasa, seni dan unsur lainnya. Dalam hal ini perempuanlah yang lebih kuat rasanya. Buktinya, Pasar Tegalubug dalam melihat *trend* pakaian cukup melihat artis atau sinetron yang sedang *ngetrend* saat ini, seperti baju Arafik, baju Asoi, Marshanda, Tersanjung, Kerudung Mbak Tutut, Benazir Bhutto dan sebagainya. Tentunya ini lebih sebagai upaya memudahkan penamaan saja mengingat kesulitan yang dihadapi dalam mengingat jenis kain yang beragam jumlahnya, sehingga memilih asosiasi artis dengan nama pakaiannya. Hal ini terjadi spontan begitu saja. “Ini bu model yang ini, model tersanjung...”. Sehingga suatu kain lebih memiliki nilai jual. Inilah salah satu strategi pemasarannya.

3.5.3.3 Hapid dan Pengalaman Dagang Lewat Magang

Hapid usianya masih tergolong muda. Lahir 26 tahun yang lalu, ia kini tengah merintis jalan menuju tangga kemandirian berwiraswasta. Pendidikan terakhirnya SMU sebelum kemudian menghabiskan empat tahun menimba ilmu di pesantren. Setelah pulang dari pesantren rasa kebingungan akan masa depan begitu kuat merasuki pikirannya sementara upaya mencari kerja terhambat ijazah dan keterampilan yang serba terbatas.

Beruntung ia punya teman dekat yang kebetulan orang tuanya seorang pedagang kain tumpal yang terbilang sukses. Oleh H. Muhaimin, demikian nama orang tua temannya, ia diminta kerja membantu bekerja di Pasar Tegalbugug. Awal mula bekerja timbul perasaan enggan karena sebelumnya hidup dalam suasana kebebasan tanpa perintah namun kini selalu dibawah pengawasan majikannya. Akan tetapi perasaan tersebut lama kelamaan hilang seiring kenyamanan bekerja yang ia rasakan. Pendekatan kekeluargaan seperti layaknya anak sendiri yang diberikan oleh H. Muhaimin dirasakan lebih dari cukup, mulai urusan makan, uang rokok, sampai penggunaan kendaraan keluarga bukan lagi menjadi persoalan sulit. Meski ia sendiri mengaku harus tahu diri dengan anggota keluarga lainnya. Sampai saat ini ia tidak pernah tahu persis berapa gaji yang diterimanya, namun dari semua yang didapatnya selama ini semuanya tidak lagi menjadi persoalan yang berarti dan yang penting tetap merasa *enjoy* bekerja.

Nasib juga yang menjadikan karirnya terbilang cepat untuk kapasitas seorang pemula. Umumnya butuh dua tahun untuk bisa terjun langsung ke pasar sementara ia sendiri baru setahun bekerja sudah dipercaya untuk terjun langsung ke pasar. Dari sana pengalaman demi pengalaman didapat seperti trik meraih pembeli untuk tertarik dengan barang dagangan kita kemudian kemampuan kita diuji dalam artian kita bisa melakukan perhitungan cepat dalam proses transaksi yang waktunya sangat terbatas tetapi seminimal mungkin terjadinya kesalahan perhitungan.

Usianya yang menginjak matang untuk menuju jenjang lebih serius menjadikannya berpikir untuk suatu waktu dapat membuka usaha sendiri. Namun ia

tidak ingin begitu saja keluar karena awal mula bekerja adalah karena faktor kekeluargaan maka ia tidak ingin dikatakan *slonong boy* (anak tidak tahu aturan) asal keluar. Untuk itu ada syarat tidak resmi yang biasanya berlaku dikalangan masyarakat Tegalgubug bila ingin buka usaha sendiri. Menikah adalah pilihan yang harus dilakukan meski tidak semuanya berlaku demikian, dengan menikah maka ada kesan jika tuntutan seseorang berbeda, seperti membiayai anak dan istri serta keperluan lainnya. Pada intinya ia punya prinsip tidak akan selamanya menjadi seorang kuli karena semua orang punya tujuan terjun sendiri karena keuntungan yang didapatnya jelas lebih nyata dibanding hanya menjadi seorang pegawai yang mengetahui besarnya keuntungan tetapi yang didapat hanya sekadar upah.

Hapid sendiri cenderung menamai pekerjaannya sebagai bagian dari proses magang, karena semua yang dilakukannya begitu terbuka dalam artian tidak ada sesuatu yang ditutupi oleh majikannya baik itu soal pembelian barang, penentuan harga jual, sampai urusan menjalin relasi dengan pembeli. Seperti contoh, harga pembelian barang yang didapatnya dari Bandung selalu dikatakan transparan begitu pula berapa harga jualnya yang memungkinkan kepekaannya membaca pasar teruji. Sering ia akhirnya harus menghadapi sendiri bagaimana menentukan harga jual kain, misal harga beli kain tumpal 5000 rupiah per yard dijual 7000 rupiah per yard, ia melakukan semacam test pasar karena bila cocok maka harga akan dipatok seperti itu dan bila kurang maka harga akan dikurangi disesuaikan dengan tingkat kemampuan pasar. Akan tetapi tidak semua pedagang terbuka sama karyawannya karena ada karyawan yang tidak mengetahui berapa harga belinya sementara yang mengerti

hanya bosnya saja. Hanya saja bila ada pembeli yang melakukan penawaran dibawah harga jual pasar ia baru konfirmasi dengan bosnya.

Fokus penjualannya sendiri adalah kain tumpal atau sejenis kain bawahan untuk perempuan. Dalam berjualan ia tidak sepenuhnya bermain didalam kain meteran atau yard tetapi berbagi dengan jenis kain kiloan dengan komposisi 40:60. Hapid mengungkapkan jika dilihat untungnya secara fisik orang yang terjun ke dunia kiloan lebih untung daripada yard karena untuk sistem yard terlalu banyak saingan dan barang yang dijual harganya lebih ketat dan tidak bisa ambil keuntungan yang tinggi disamping itu harga tergantung dari penentuan pasar. Sebaliknya dengan sistem kiloan keuntungan yang diambil tergantung pada banyak tidaknya barang yang dimiliki serta kemampuan pedagang dalam menawarkan barangnya kepada pembeli.

Kain tumpal yang dijual diperolehnya dari toko distributor di Bandung di kawasan Jl. Tamim dan Pasar Kebon Baru. Saat ini untuk mendapatkan keuntungan yang agak banyak sangat sulit, seperti haraga pasaran kain tumpal di Pasar Tegalgubug sebesar Rp 5500,- / yard, idealnya kita mendapatkan untung minimal Rp 500,-/ yard, namun untuk mendapatkan untung sebesar itu sudah tidak mungkin karena harga dari toko distributor di Bandung mencapai Rp 5250,- / yardnya. Meski demikian saat ini kondisinya sudah lebih enak bagi para pedagang dan mereka tidak perlu lagi berangkat ke Bandung karena sudah banyak *sales* yang menawarkan barang, bahkan sistemnya lebih mudah seperti konsinyasi²² dan sebagainya.

²² Konsinyasi adalah penitipan barang dagangan kepada agen atau orang untuk dijualkan dengan pembayaran kemudian; jual titip.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA

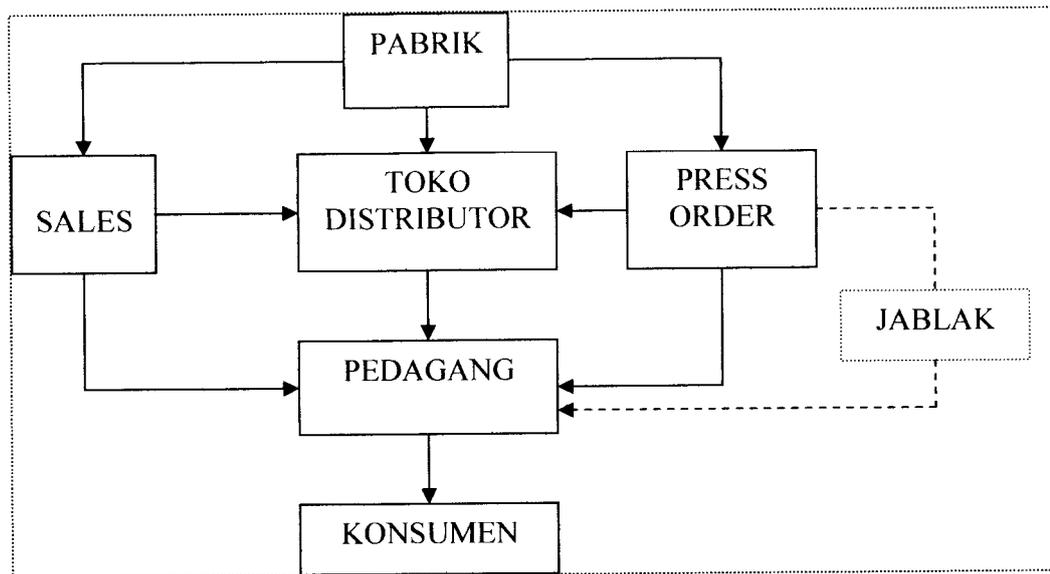
4.1 Strategi Produksi

Beberapa pokok bahasan yang berkaitan dengan strategi produksi seperti, pembelian kain, tenaga kerja, jenis dan motif kain, strategi pemasaran, dan strategi fokus, merupakan rangkaian bagian yang cukup penting. Uraian dalam bab ini sebenarnya berkaitan erat dengan siasat pedagang kain yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya.

4.1.1 Pembelian Kain

Sebelum menjelaskan mengenai bagaimana proses perdagangan kain berikut strategi-strateginya, disini akan dipaparkan terlebih dahulu mengenai proses pembelian kain yang hasilnya sangat menentukan pada sisi keunggulan bersaing antar pedagang kain. Secara umum ada dua macam proses pembelian kain yang dilakukan oleh para pedagang kain Tegalgubug yakni (1) kain yang dibeli langsung dari pabrik tekstil, (2) kain yang dibeli dari toko-toko distributor, (3) kain yang dibeli dari para sales pabrik maupun toko distributor.

Skema 4.1
Pembelian Kain



Sumber: Data Primer Diolah

Pada kain yang dibeli langsung dari pabrik, ada dua macam pola pembelian yang diterapkan, yakni, pertama, pembelian dengan *press order* atau order pembelian dalam kuantitas yang besar. Umumnya pembelian seperti ini dilakukan oleh pedagang besar atau yang biasa disebut distributor, setiap kali pemesanan kain minimal 5000 yard²³ dan biasanya 10.000 yard. Bagi pedagang yang melakukan pembelian model *press order* biasanya akan mendapatkan hak eksklusif berupa monopoli penjualan kain berupa motif dan bahan tertentu yang dibeli dari pabrik. Strategi seperti ini sangat menguntungkan terutama apabila kain tersebut motifnya sedang *trend* di pasaran, sehingga keuntungan yang diperoleh bisa lebih besar. Akan

²³ Yard adalah ukuran panjang (3 kaki atau 0,914 meter)

tetapi, pola seperti ini hanya dilakukan oleh beberapa pedagang saja karena disamping modalnya yang besar juga kontinuitas pembelian harus terjaga. Pihak pabrik biasanya memiliki standar produksi yang ketat sehingga dalam kurun waktu tertentu pemesanan barang harus ada supaya produksi pabrik dapat terus berlangsung. Di lain hal, tingkat resikonya cukup tinggi mengingat sukses dan tidaknya penjualan bergantung pada strategi penjualan pihak pemesan. Sehingga beberapa pedagang yang berani membeli dengan pola *press order* melakukannya dengan trik tertentu untuk meminimalkan resikonya, seperti dituturkan oleh seorang pedagang kain sarung perempuan di Tegalbug.

“Seperti teman saya seangkatan, meski masih muda dia sudah berani turun sendiri dan bermain dengan skala besar berupa pembelian *press order* langsung ke pabrik. Saya sih maklum saja karena pabriknya itu sebelumnya langganan orang tuanya yang kemudian diturunkan anaknya. Nah, strateginya biasanya pihak pabrik menawarkan terlebih dulu kalau pihaknya punya motif dan jenis kain tertentu, semisal motif nanas. Kemudian dia ambil contoh barangnya dan nawarin kepada pelanggannya. Setelah dirasa cocok dengan harga dan kuantitas pembelian yang diminta pelanggannya, maka dia tinggal pesan ke pabrik tersebut dan tidak bakal keluar barangnya ke orang lain, tetapi itu butuh spekulasi besar, dan untuk pemula berat untuk memulainya karena modalnya tinggi”.

Kedua, pembelian ke pabrik dengan mencari kain *jablak* atau kain sisa *press order*. Bagi para pedagang kelas menengah, mendapatkan kain jablakan seperti mendapatkan anugerah yang tidak ternilai. Hal ini cukup beralasan karena harga pembeliannya lebih murah dan dapat dijual dengan harga yang sama dengan kain yang diperoleh dari toko distributor. Namun tidak setiap waktu para pedagang mendapatkan kain jablakan, tergantung keaktifan pedagang memburu barang-barang di pabrik dan hubungan baik yang dijalin antara pedagang dan pihak pabrik sehingga

mereka mendapatkan prioritas untuk mendapatkannya. Mengenai keuntungan kain jablakan, Hapid mengungkapkan

“Kalau *nggak* di Tamim kita mencari barang di pabrik di Bandung sebelum pabriknya GLADIA bangkrut. Saya kemudian mendapatkannya di kawasan Cimahi waktu harga kain tumpal Rp 4750,- /yard. Kalau belanja langsung di pabrik mereka biasanya produksi berdasarkan *press order* dari pihak lain dan kita membelinya berdasarkan sisa *press order* atau kain jablakannya tersebut lebih murah misal, harga *press order* Rp 5000,- /yard sementara harga jablakannya tersebut harganya bisa Rp 4000,- /yard selisihnya sampai Rp 1000,- /yard”.

Selanjutnya pola pembelian kain melalui toko distributor. Pembelian seperti ini paling banyak dilakukan pedagang. Toko-toko tersebut pada umumnya terdapat di Jakarta (Tanah Abang) dan Bandung (Tamim dan Pasar Kebon Baru). Kedua kota ini merupakan sentra terbesar produksi dan perdagangan kain di Indonesia sehingga kebanyakan pedagang kain membeli barang dagangannya dari sana. Selain itu tidak sedikit pedagang skala kecil dan menengah di Pasar Tegalgubug yang membeli barang dagangannya dari sesama pedagang yang ada di Tegalgubug, Namun mereka seperti yang dipaparkan di bagian pembelian melalui pabrik adalah yang mengkhususkan diri sebagai distributor dan kebanyakan barangnya dipasok langsung dari pabrik. Transaksinya sendiri berlangsung malam hari atau sehari sebelum hari *pasaran* tiba.

Pada pembelian melalui para *sales*, pedagang sebenarnya lebih diuntungkan karena mereka tidak perlu datang sendiri ke pabrik atau toko distributor. Akantetapi, pedagang akhirnya mempunyai peluang lebih sedikit untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibanding pembelian cara lainnya. Meski

demikian pedagang yang modalnya terbatas akhirnya banyak yang tertarik dengan kehadiran mereka karena sudah tidak perlu lagi datang ke Bandung atau Jakarta dan dengan demikian dapat menghemat biaya operasional serta sistem pembayarannya yang lebih mudah yakni konsinyasi.

4.1.2 Tenaga Kerja

Ada dua macam tenaga kerja yang terlibat dalam perdagangan di Tegalgubug yakni (1) yang bekerja pada pedagang kain di pasar secara penuh waktu disebut tenaga atau tenaga magang, (2) yang bekerja pada pedagang kain dengan sistem lepas disebut buruh. Jumlah tenaga yang terlibat untuk tiap-tiap pedagang tidak terlalu banyak antara 2 – 5 tenaga, pengecualian untuk pedagang skala besar yang jumlahnya lebih dari 5 tenaga tergantung pada kebutuhannya. Bahkan untuk beberapa pedagang seperti pengamatan penulis di lapangan tidak menggunakan jasa tenaga dan mereka hanya mengandalkan tenaganya sendiri untuk melayani pembeli kecuali untuk pengangkutan barang baru memanfaatkan buruh lepas yang banyak terdapat di Pasar Tegalgubug.

Pemanfaatan tenaga atau tenaga magang pada umumnya dipilih berdasarkan kedekatan antara pedagang dengan tenaga, dalam hal ini kerabat atau tetangga. Pada tenaga magang khususnya, mereka bekerja dalam rangka mempersiapkan diri baik secara mental, keterampilan berdagang, serta mengumpulkan modal untuk suatu waktu terjun sendiri dalam bisnis kain.

Lamanya waktu tenaga magang untuk siap terjun ke dunia bisnis tergantung dari mereka sendiri dan tidak ada parameter tertentu bagi mereka untuk menguasai trik-trik tertentu dalam bisnis kain. Salah seorang tenaga magang jenis usaha kain tumpal di Tegalgubug menjelaskan bahwa sejak awal masuk menjadi tenaga magang dia sudah berkeinginan untuk suatu waktu buka usaha sendiri. Dia telah tiga mengetahuiin bekerja dan selama itu pula menggeluti lika-liku usaha kain tumpal. Namun untuk buka usaha sendiri dia tidak ingin asal buka atau *slonong boy* keluar dari majikannya saat ini karena pada saat pertama kali masuk dia diterima karena faktor kekeluargaan. Syaratnya untuk buka usaha sendiri adalah dia harus menikah dulu. Menurutnya, ada kesan kalau seseorang sudah menikah maka tuntutananya berbeda dan ini merupakan kecenderungan dikalangan masyarakat Tegalgubug yang mulai terjun ke dunia usaha setelah mereka menikah tetapi tidak menutup kemungkinan beberapa yang belum menikah juga sudah berani melakukannya.

Dalam hal pemberian upah atau ongkos kerja untuk para tenaga umumnya dibayar sesuai dengan standar yang berlaku di Tegalgubug. Mereka dibayar sebesar Rp 20.000,- per hari dengan jam kerja mulai jam 08.00 – 16.00 WIB. Upah sebesar itu belum termasuk tambahan rokok satu bungkus serta makan siang yang diberikan oleh pedagang. Lain halnya dengan tenaga magang, mereka umumnya dibayar tidak sesuai dengan standar yang berlaku di Tegalgubug tetetapi berdasarkan musim ramai dan sepi serta kedekatan antara tenaga magang dengan pedagangnya. Seorang tenaga magang menuturkan bila ia selama ini tidak pernah mengetahui berapa upah resmi yang pernah diterimanya, karena setiap kali bekerja ia mendapatkan sesuai dengan

tingkat keramaian usaha kain milik majikannya. Dia membandingkan fasilitas yang diterima dengan tenaga biasa yang katanya jauh berbeda. Mulai dari makan, uang rokok, pemakaian kendaraan, serta fasilitas khusus lainnya seperti layaknya anggota keluarga sendiri. Hanya saja dia merasa harus mengetahui diri dan menyesuaikan dengan keadaan keluarga majikannya.

4.1.3 Jenis dan Motif kain

Kain yang diperjualbelikan di Pasar Tegalgubug sangat banyak macamnya dan hampir semua jenis kain terdapat disana. Penelitian ini membatasi pada pedagang kain yang mengkhususkan pada kain tumpal yakni sejenis kain sarung perempuan dan kain celana laki-laki.

Kualitas kain dibedakan menjadi tiga macam, pertama kain *grade* A yakni kain orisinil atau kain dengan kualitas bagus dan dapat dijamin keaslian bahan, motif dan mereknya. Pedagang biasanya mendapatkan kain ini dari toko distributor di Jalan Tamim Bandung dan Pasar Tanah Abang Jakarta. Khusus bagi pedagang skala besar kain biasanya didapat langsung dari pabrik dengan model pembelian *press order*. Untuk jenis kain *grade* A dibedakan lagi menjadi beberapa kategori namun secara umum dapat dibedakan menjadi dua macam kain, seperti kain A1 untuk jenis kain yang halus, tebal, kuat dan warnanya tidak mudah luntur. Sedangkan untuk kain A2 untuk jenis kain yang kasar, tipis, mudah robek, dan warnanya mudah luntur. Tentu saja perbedaan kain A1 dan A2 akan mempengaruhi harga dari kedua jenis kain tersebut dan perbedaan akan bertambah lagi tergantung pada kondisi kain serta

tingkat permintaan pembeli yang menyesuaikan dengan kebutuhannya. Misalnya untuk pembeli yang akan membuat celana pendek yang "halus" akan ditawarkan jenis kain *Drill* nomer satu yang lebih tebal dan halus, sementara untuk pembeli yang membutuhkan kain untuk celana pendek yang "kasar" akan ditawarkan jenis kain *Drill* nomer dua yang agak tipis dan kasar.

Kedua, kain *grade B* yakni kain jablak atau kain sisa *press order* dan atau barang sisa ekspor. Pedagang dalam menggelar dagangannya umumnya menawarkan kain per seri atau motif kain. Misalnya untuk jenis kain tumpal, pedagang mendapatkan barang dari toko distributor dengan sistem seri. Untuk satu seri biasanya terdapat lima sampai enam macam warna. Dalam penjualannya ternyata tidak seperti mereka membelinya. Pembeli umumnya memilih warna sesuai dengan kebutuhannya, bahkan tidak sedikit pembeli yang membutuhkan warna tertentu. Seperti saat ini *trend*-nya adalah warna-warna cerah, maka untuk warna-warna gelap cenderung tidak laku dipasaran. Secara penjualan ini tidak menguntungkan bagi pedagang karena membuka adanya stok barang yang menumpuk untuk jenis dengan warna-warna tertentu. Maka dengan mereka mendapatkan kain jablak yang secara harga memiliki selisih dengan kain dari toko distributor, pedagang akan mendapatkan subsidi silang dari penjualan kain jablak yang keuntungannya lebih besar. Sementara pembeli tidak mengetahui apakah kain tersebut merupakan kain dari toko distributor ataukah kain jablak. Dengan cara seperti inilah pedagang menyiasati keinginan konsumen yang beragam.

Ketiga, kain *grade C* yakni kain BS atau kain bekas sortiran. Kain seperti ini umumnya dijual dengan karungan dan ikatan dengan sistem kiloan. Pembeli tidak boleh membeli sebagian dari karungan atau ikatan, pembeli juga tidak diperkenankan meneliti kain secara satu persatu. Untuk mengemengetahui kualitas barang penjual hanya memberikan satu contoh saja dengan menyebutkan sifat-sifat kain secara umum; baik mengenai jenis kain, motif, warna dan ukurannya. Seperti hasil penelitian Badriyah (1997) yang meneliti perilaku jual beli kain sisa di Pasar Tegalgubug dari perspektif hukum Islam yang menyebutkan setelah ada kesepakatan maka terjadilah 'aqad jual beli yang tidak disertai dengan *khlar*²⁴ dan saksi. Apabila terjadi kekeliruan pada sifat obyek 'aqad pembeli yang merasa dirugikan biasanya membatalkan 'aqad dengan meminta kortingan dari jumlah timbangan atau harga yang telah disepakati. Adanya kesepakatan inilah yang mereka sebut pembaharuan 'aqad dan disinilah hilangnya kegararan dalam jual beli kain sisa.

Pedagang mendapatkan kain BS dari sisa-sisa pemotongan di pabrik-pabrik konfeksi dan tekstil yang sudah tidak lagi terpakai. Pada masa awal perdagangan kain di Pasar Tegalgubug kain BS dapat dikatakan tidak ada harganya sama sekali. Lama kelamaan setelah permintaan kain seperti ini bertambah banyak dan penggunaan kain BS sudah memiliki nilai ekonomis yang besar akhirnya pihak pabrik menetapkan standar harga tertentu untuk jenis kain BS yang akan dibeli oleh pedagang kain BS dari Tegalgubug.

²⁴ *Khlar* adalah pilihan terbaik antara dua perkara untuk dilaksanakan atau ditinggalkan.

4.2 Strategi pemasaran

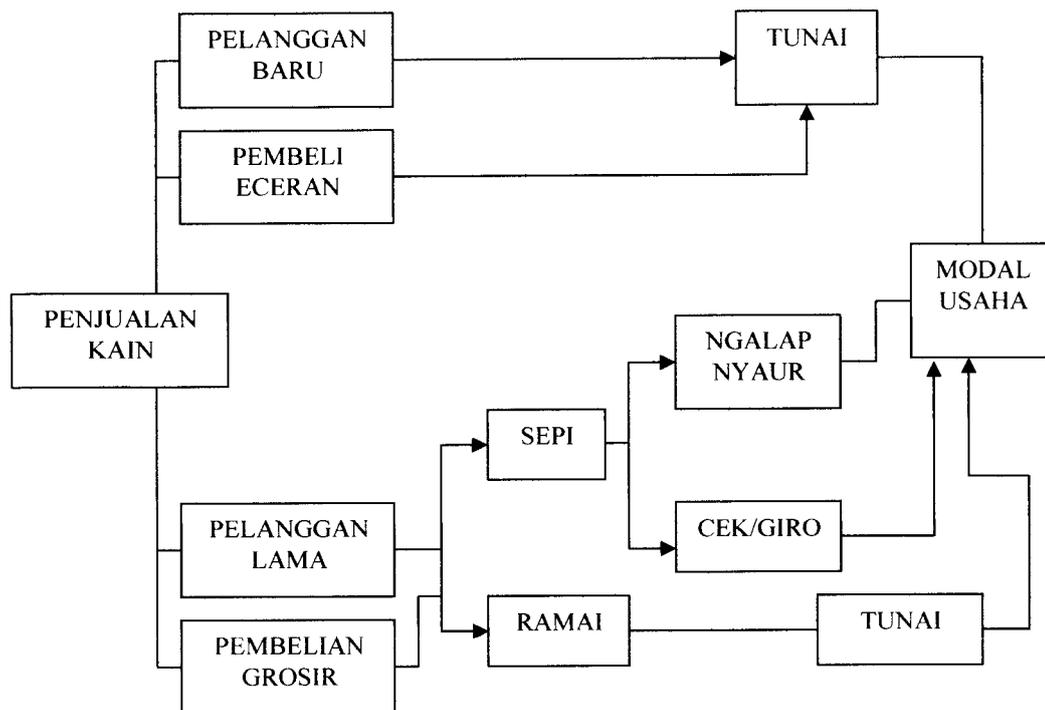
Strategi kedua yang dilakukan pedagang kain Tegalgubug adalah strategi pemasaran. Ada tiga macam strategi di sini, yaitu dengan strategi penjualan, strategi harga, dan strategi fokus.

4.2.1 Strategi Penjualan

Beberapa model penjualan diterapkan oleh pedagang dalam upayanya mencari dan mempertahankan pelanggan. Untuk pembeli baru biasanya dilakukan dengan sistem pembayaran tunai. Hal ini sebagai upaya menutup resiko yang akan diterima bila mereka tidak lagi menjadi pelanggan untuk pembelian berikutnya. Sebagai gantinya pembeli akan mendapatkan harga khusus yang pembahasannya lengkapnya akan diuraikan di bagian strategi harga.

Berikutnya adalah model penjualan *ngalap nyaur*. Model semacam ini biasanya diterapkan untuk pelanggan yang lama dan telah beberapa kali melakukan pembelian. Mereka yang mendapatkan fasilitas *ngalap nyaur* tidak serta-merta mendapatkannya, namun setelah melewati beberapa proses uji coba.

Skema 4.2
Strategi Penjualan Kain



Sumber: Data Primer Diolah

Pertimbangan ini diterapkan oleh hampir semua pedagang yang ditemui oleh penulis karena tidak sedikit pembeli yang meski terkesan dapat dipercaya namun suatu waktu ada beberapa yang akhirnya kabur tidak kembali dengan tunggakan hutang yang tidak sedikit. Seorang pedagang yang baru merintis usaha kain seprai selama dua mengetahuin menyebutkan pengalaman orang tuanya berikut ini.

”Saya baru dua tahun terakhir berjualan seprai dan baru sedikit pelanggan tetap yang saya miliki. Untuk pembayaran umumnya pakai *cash* dan hanya sedikit yang boleh ngutang atau ngalap nyaur. Saya belajar banyak dari orang tua saya yang sampai saat ini masih memiliki beberapa pelanggan yang kabur dengan tunggakan sampai belasan juta. Sudah beberapa kali ditagih bahkan sampai didatangi langsung ke rumahnya tetapi tetap juga belum mau bayar.”

Pilih-pilih siapa yang akan mendapatkan fasilitas *ngalap nyaur* bukan berarti menutup adanya kesempatan mendapatkan banyak pelanggan baru. Mereka pada umumnya menyadari bahwa penjualan secara *ngalap nyaur* secara tidak langsung adalah peningkatan omset penjualan dan dapat membentuk jaringan dengan banyak pelanggan. Namun langkah hati-hati dengan mencoba sedikit demi sedikit terutama dilihat dari kontinuitas pembelian, kuantitas pembelian dan terutama kedekatan geografis serta kultural. Dalam soal kedekatan geografis dan kultural H. Maslani mengungkapkan pandangannya.

”Mungkin orang Tegalbugub bisa dipercaya sehingga bisa memberi utang ratusan juta sampai milyaran rupiah. Dan itu tidak perlu ada jaminan apapun. Dengan orang Pekalongan, Tegal, dan Kuningan mereka satu tipe, pun tidak ada masalah karena mereka juga dari kalangan santri. Jadi yang membentuknya ikatan kultural atau karena ikatan sesama santri”.

Oleh karena itu setiap pedagang memiliki karakteristik yang berbeda dalam memperlakukan para pelanggannya. Ada yang sengaja memperluas jaringan dengan memberi banyak kemudahan pembayaran dan ada yang selektif dalam memilih siapa yang akan diberi fasilitas *ngalap nyaur*.

Di antara pedagang kain Tegalbugub tidak semuanya mempercayai pembayaran dengan sistem Giro atau Cek. Hal ini mengingat tidak sedikit kasus bobolnya giro atau cek yang nilainya cukup besar bahkan diantara pedagang ada yang bangkrut gara-gara persoalan giro atau cek kosong. Disamping itu faktor kepercayaan agama yang menganggap transaksi lewat perbankan atau hutang di bank sebagai riba. Fenomena yang ditemui penulis di lapangan sangat beragam berkaitan dengan

pandangan mengenai penggunaan giro atau cek dalam transaksi perdagangan mereka.

Dua diantaranya penulis kutip dibawah ini.

“Dulu orang Tegalbugbug utang di bank masih tidak mau, masih menganggap riba. Tetapi generasi kedua dan seterusnya sudah mulai agak longgar. Karena ini dipengaruhi usahanya yang meningkat dan juga dari pihak bank berlomba-lomba masuk ke pedagang Tegalbugbug karena melihat potensinya yang besar. Seperti saya sendiri yang tidak memakai bank, lebih suka ngalap nyaur, saling percaya saja, mau utang atau cash. Mau utang ratusan juta sampai milyaran pun gak masalah tergantung kemampuan kita. Tetapi yang jelas sih bagaimana pembayarannya dan satu lagi saling kepercayaan antara keduanya”.

”Sampai saat ini selama tiga mengetahuin mulai berjualan kain tumpal saya tidak berani memberikan fasilitas pembayaran lewat giro atau cek. Hanya satu pelanggan saja yang saya terima gironya, itupun karena rekomendasi dari majikan saya dan orangnya bisa dipercaya”.

Di luar kepercayaan mereka terhadap penggunaan giro atau cek, saat ini sebenarnya marak dikalangan pedagang jual beli giro untuk kepentingan mendapatkan *fresh money*. Seorang informan mengatakan kepada penulis pada saat perdagangan sedang sepi beberapa pedagang yang kedapatan jatuh tempo pembayaran sementara yang dimilikinya hanya giro, secara informal saling memperjualbelikan gironya kepada pedagang yang kebetulan memiliki uang *cash*. Ada yang dibayar tanpa potongan bunga atau imbalan, ada juga yang akhirnya terpaksa membayarnya dengan potongan bunga atau imbalan sesuai kesepakatan keduanya. Kondisi ini terjadi karena pihak pedagang terpaksa menerima pembayaran dari pembeli dengan giro atau cek meski pada awalnya mereka tidak mau menerimanya. Sehingga cara apapun akan ditempuh agar usahanya dapat terus berlangsung pada saat sepi sekalipun.

4.2.2 Strategi Harga

Perdagangan di Pasar Tegalgubug pada dasarnya memiliki musim-musim ramai dan sepi sebagaimana perdagangan di pasar lainnya. Hanya saja tidak semua komoditi yang diperdagangkan di Pasar Tegalgubug memiliki musim ramai dan sepi secara bersamaan. Seperti perdagangan konfeksi dan kain keduanya memiliki musim ramai dan sepi yang berbeda. Untuk Pasar Tegalgubug sendiri penentuan masa sepi dan ramai didasarkan pada sistem penanggalan Jawa. Contohnya, masa sepi untuk perdagangan kain biasanya jatuh pada bulan Sawal (Syawal), kapit (Dzulqa'idah), dan Rayagung (Dzulhijjah). Masa normal pada bulan Muharram sampai Jumadilakhir (Jumadil Tsaniyah) dan masa ramai bulan Rajab dan Ruwah (Sya'ban). Sedangkan bulan puasa (Ramadhan) dijadikan sebagai masa titik balik atau tutup buku²⁵. Seorang pedagang kain tumpal menuturkan bila masa-masa tersebut berjalan alamiah dan untuk kondisi tertentu sebagaimana kondisi makro ekonominya terkadang juga turut berpengaruh pada tingkat keramaian perdagangan kainnya.

“Setelah pemerintah menaikkan BBM otomatis harga kain tekstil ikut naik pula. Sekarang saja (Bulan Ruwah, *pen*) yang mestinya masa panen bagi para pedagang kain ternyata tidak seperti mengetahuin-mengetahuin kemarin. Kondisi ekonomi yang sedang lesu mengakibatkan kami merasa tidak ada banyak beda dengan kondisi normal, hanya ada peningkatan sedikit dibanding biasanya”.

²⁵ Ini adalah istilah yang digunakan oleh seorang pedagang kain tumpal yang mengasosiasikan sebuah perusahaan pada setiap akhir tahun melakukan tutup buku. Tutup buku dalam hal ini berarti pemberesan semua administrasi baik pembayaran nota-nota yang belum terbayar, penagihan piutang, serta pengecekan barang di gudang. Dilakukan pada bulan ramadhan karena bagi pedagang kain tumpal adalah masa perdagangan paling sepi sehingga ia punya banyak kesempatan untuk mengerjakan semua administrasinya.

Berbagai kondisi diatas turut mempengaruhi pedagang dalam menetapkan strategi harga kepada pembelinya. Praktik banting harga di masa sepi seperti biasa lazim terjadi. Seorang informan mengatakan bila banyak pedagang yang rela menjual barang dagangannya dengan harga dasar belinya asalkan mendapatkan uang untuk pembelian berikutnya serta mengantisipasi keluarnya model baru sehingga barang lama yang dimilikinya harus keluar dan tidak menjadi barang yang menumpuk digudang. Disamping itu dalam menghadapi calon pelanggan baru pedagang biasanya mempunyai strategi khusus dalam memberi insentif harga. Seorang pedagang kain seprai dan tumpal menuturkan triknya pada penulis.

”Pernah ada pembeli yang membeli kain seprai saya sebanyak 20 kodi sekali beli. Saya pikir ini kesempatan bagus untuk mendapatkan pelanggan baru, maka saya kasih harga dibawah harga biasanya, jadi waktu itu tiap kodi saya cuma dapat dua ribu perak padahal biasanya minimal dapat empat ribu per kodinya. Setelah beberapa bulan ditunggu nyatanya pembeli itu *gak* pernah kembali. Yah itulah resiko saya yang penting saya sudah berusaha”.

”Kalo ada pelanggan baru saya tidak kasih banyak perbedaan harga karena saya pikir saya tidak mau merusak harga pasaran kain tumpal. Paling saya cuma kasih potongan beberapa ribu rupiah dari total pembelian agar pembeli merasa senang dan suatu waktu bisa kembali belanja ke tempat saya”.

Perilaku pedagang dalam menjalankan strategi harganya seringkali didasari pada kemampuan mereka membaca kondisi pasar. Artinya, bila mereka memiliki suatu barang baru dan belum ada standar harga yang berlaku di Pasar Tegalbugub pedagang biasanya melakukan upaya coba-coba atau yang lebih dikenal dengan istilah *test case* pasar, jadi bila pasar dapat menerima maka harga akan sesuai dengan ketika peluncuran pertama kali sebaliknya bila penerimaan pasar kurang harga dapat saja diturunkan. Sementara yang paling diuntungkan disini adalah pedagang yang

memiliki monopoli atas komoditi barang tertentu atau yang punya banyak *stock* barang karena yang menentukan besar kecilnya kenaikan harga ditentukan oleh mereka. Seorang pedagang kain celana mengutarakan pengalamannya menjual sarung printing milik orang tuanya. Menurutnya, berdagang tekstil itu berbeda dengan usaha lain seperti berdagang kebutuhan sehari-hari yang harga biasanya ditentukan oleh produsen sehingga keuntungan yang dapat diambil sangat kecil. Saat mencoba menjual sarung printing yang motifnya *nembak* dari sarung mahal, omsetnya lumayan besar dan sampai ekspor ke Malaysia dan Brunai. Soal keuntungan juga tidak menentu karena bila menemukan satu motif barang dan *trend*-nya sesuai, maka keuntungan yang diambil bisa mencapai 100%.

4.2.3 Strategi Fokus

Ada kecenderungan bila setiap pedagang di Pasar Sandang Tegalgubug lebih memilih satu jenis komoditas yang diperdagangkan. Seperti yang penulis amati di sekitar pasar, misalnya seorang pedagang kain tumpal hanya akan menjual kain tumpal saja. Begitupula yang berjualan kain celana maka satu kios atau los hanya berisi beragam kain celana saja.

Kondisi seperti ini bukannya tanpa alasan karena bagi pedagang umumnya lebih merasa aman agar usaha yang digelutinya tidak turut ambruk lantaran terlalu asyik mengikuti selera pasar. Seorang pedagang kain tumpal mengungkapkan beberapa alasannya.

“Orang Tegalgubug biasanya kalau menekuni bawahan, bawahan saja, kain celana ya celana aja, jarang yang nyebrang ke lain karena kalau ikut-ikutan pasar ngeri terlalu banyak beban, kalau dia menggeluti satu bidang meski ada sisa kita tetap mampu menjualnya, meski ada sisa penjualannya. Seperti kain tumpal yang saya jual yang bahannya terbuat dari bahan serat polyester dapat bertahan lama sehingga mengetahuiin depan bisa dijual kembali”.

Meski alasan yang dikemukakan cenderung menunjuk pada ke-‘*ngeri*’-an yang dihadapi oleh pedagang agar usahanya lebih bertahan daripada upaya spekulasi yang dilakukannya serta alasan ekonomis karena keunggulan barang dagangannya yang dapat dijual untuk pada waktu-waktu mendatang, alasan yang lebih memiliki pilihan strategis adalah karena bidang yang selama ini ditekuni dan dikuasai adalah pada satu jenis komoditas tertentu. Ini dapat dilihat dari pilihan jenis kain yang diperdagangkan oleh salah seorang pedagang kain celana yang mengatakan bila pilihan usahanya tersebut karena orang tuanya berjualan kain celana sehingga selama masa magang usaha dengan orang tua, penguasaan yang dimiliki adalah mengenai seluk beluk perdagangan kain celana. Tidak menutup kemungkinan kondisi ini berbeda seperti antara orang tua dan anak sengaja berlainan jenis usahanya namun tetap dalam pasar kain hanya beda spesialisasinya.

Dalam strategi fokus, perhatian yang dipusatkan pada layanan untuk satu segmen pasar tertentu saja. Pilihan segmen pasar tersebut dapat didasarkan pada keunikan karakteristik wilayah pemasaran atau keunikan atribut barang yang diperlukan oleh segmen pasar tersebut. Strategi fokus, dengan demikian, dimulai dengan jalan memilih satu ceruk pasar (*a market niche*) tertentu yang memiliki preferensi kebutuhan barang yang khas (Muhammad, 2002:261).

Kini pada usianya yang tidak lagi remaja Hapid masih menggantungkan kehidupannya pada magang kerja dengan H. Muhaimin. Keinginan untuk berjualan sendiri adalah cita-cita yang masih dipendamnya untuk sewaktu-waktu diwujudkan setelah ia menikah. Statusnya yang masih lajang menyadarkannya bahwa saat ini ia sedang menimba ilmu karena ilmu itu mahal. Sekarang mana ada pendidikan yang murah?, begitu ia mencoba merefleksikan dan memfilosofikan atas proses yang sedang dijalannya, seperti kalimatnya berikut ini. "Disaat ini saya bekerja sambil menuntut ilmu yakni ilmu tentang bahan dan penjualan kain, gurunya adalah majikan saya, adapun bayarannya adalah rejeki saya".

Lebih jauh Muhammad (2002:261) mengungkapkan bila keunggulan bersaing perusahaan dalam melayani ceruk pasar tersebut dapat dibangun dengan cara menjual barang dengan harga yang lebih rendah dibanding pesaing (*cost focus*). Disamping itu, perusahaan juga dapat membangun keunggulan bersaing berdasar kemampuannya untuk mendiferensiasikan barang yang ditawarkan kepada segmen pasar yang dipilih (*differentiation focus*). Langkah yang ditempuh pedagang di Pasar Tegalgubug pada dasarnya merujuk pada dua cara tadi, hanya saja kemampuan pedagang untuk menjual harga barang yang lebih rendah tidak dimiliki oleh banyak pedagang. Hanya pedagang skala besar yang dapat melakukannya. Sementara untuk *differentiation focus* justru lebih banyak yang dipilih dan ditekuni oleh banyak pedagang meski mereka pada umumnya tidak dalam posisi menguasai pasar yang besar.

4.3 Strategi Usaha Kain dalam Perspektif Moral dan Rasional

4.3.1 Strategi Usaha Kain dalam Perspektif Moral

Karakteristik yang tampak di masyarakat pedesaan hingga kini adalah adanya hubungan sosial yang akrab berlandaskan tradisi, kekerabatan, pertalian tempat tinggal dan kebutuhan kerja sama demi keamanan dan kebutuhan minimum. Di sini terkandung harapan supaya tiap warga mengindahkan hak dan kewajiban timbal balik sebagai hasil dari interaksi sosial Kikuchi dan Hayami (Destha, 2003:127). Yang dimaksud dengan dimensi moral dalam ekonomi adalah bahwa nilai-nilai “moral” diletakkan di atas pertimbangan ekonomi di dalam setiap pengambilan keputusan untuk menjalankan usaha. Nilai-nilai “moral” berfungsi mempererat hubungan sosial

dengan pihak lain. "Moral" disini mengacu kepada aspek-aspek tindakan manusia yang dianggap baik dan benar di dalam masyarakat pada umumnya, khususnya di lingkungan pedagang kain Tegalgubug.

Beberapa pola tindakan yang dapat dikatakan berdasarkan atas strategi moral antara lain adalah mendidik orang menjadi pedagang, dan membentuk hubungan langganan melalui pembayaran *ngalap nyaur*. Pedagang kain Tegalgubug yang sudah merasa eksis dengan usahanya ada semacam kewajiban untuk berusaha membantu pihak yang membutuhkan, baik itu kerabat, tetangga maupun pihak lain yang hendak menjadi pedagang.

Sebagaimana pengalaman Hapid yang karena permintaan orang tua temannya akhirnya bersedia menjadi tenaga magang yang suatu saat nanti akan menjadi pedagang yang mandiri. Salah seorang tenaga magang jenis usaha kain tumpal di Tegalgubug menjelaskan bahwa sejak awal masuk menjadi tenaga magang dia sudah berkeinginan untuk suatu waktu buka usaha sendiri. Dia telah tiga tahun bekerja dan selama itu pula menggeluti lika-liku usaha kain tumpal. Namun untuk buka usaha sendiri dia tidak ingin asal buka atau *slonong boy* keluar dari majikannya saat ini karena pada saat pertama kali masuk dia diterima karena faktor kekeluargaan. Syaratnya untuk buka usaha sendiri adalah dia harus menikah dulu. Menurutnya, ada kesan kalau seseorang sudah menikah maka tuntutananya berbeda dan ini merupakan kecenderungan dikalangan masyarakat Tegalgubug yang mulai terjun ke dunia usaha setelah mereka menikah tetapi tidak menutup kemungkinan beberapa yang belum menikah juga sudah berani melakukannya.

Kasus diatas memperlihatkan upaya pembelajaran untuk mempersiapkan seseorang menjadi pedagang mandiri setelah dirasa cukup untuk dapat dilepas oleh majikannya. Di sisi lain terlihat juga upaya untuk memberikan ilmu kepada tenaga magang dengan diberinya kepercayaan untuk menangani penjualan bahkan sesekali pembelian kain ke Bandung sehingga dari pengalaman-pengalaman yang didapatnya dari pasar timbul keinginan kuat untuk membuka usaha sendiri.

Kasus lain adalah upaya seorang pedagang kain yang saat ini tengah menimba ilmu dari orang tuanya dengan berjualan kain seprai di samping los milik orang tuanya.

”Semenjak menikah saya merasa ada kewajiban untuk dapat hidup mandiri. Awalnya kurang lebih dua mengetahuin saya magang sama orang tua saya dengan imbalan yang cukup untuk menghidupi anak dan istri. Kini saya sedang belajar memproduksi sekaligus memasarkan kain seprai yang sengaja orang tua saya tidak memproduksinya agar pasarnya suatu saat nanti dapat saya rintis sendiri, khususnya untuk jenis kain seprai yang saya produksi”.

Ini menggambarkan salah satu bentuk pembelajaran yang dilakukan oleh orang tua agar anaknya yang telah menikah dapat hidup secara mandiri. Cara yang dilakukan adalah dengan memberikan pembelajaran kepada anaknya untuk dapat merasakan langsung bagaimana untung ruginya berjualan kain seprai, setelah anaknya merasa cocok dengan berjualan seprai, orang tua pun tidak secara langsung mempercayakan sepenuhnya untuk langsung berjualan seprai, namun dengan memberinya porsi produksi dan pemasaran untuk jenis kain seprai tertentu.

Dari dua kasus diatas terlihat prinsip kerjasama yang terbentuk antara mereka yang sudah mapan dalam berdagang mencoba mendidik tetangga dan anaknya untuk

suatu saat menjadi seorang pedagang mandiri. Dengan pola seperti ini tidak mengherankan bila bentuk jejaring yang terjadi dikalangan masyarakat Tegalgubug terbentuk secara terus menerus, setiap saat akan muncul generasi baru pedagang yang itu tidak jauh dari lingkungan mereka sendiri, baik tetangga atau kerabatnya. Kesempatan untuk saling melindungi dan bekerja sama terbuka lebar terutama untuk mengantisipasi ancaman datangnya pedagang dari luar daerah yang potensial mengusur dominasi pedagang asal Tegalgubug di Pasar Tegalgubug. Meski demikian, gejala tergusurnya pedagang asal Tegalgubug sudah terlihat di beberapa sisi, seperti yang disampaikan oleh Suhemi, seorang Sekretaris Desa yang juga pengelola pasar Tegalgubug. Menurutnya, tingkat persaingan antar pedagang asal Tegalgubug sendiri begitu keras sehingga kadang menimbulkan persaingan yang tidak sehat, seperti saling menjatuhkan harga dan itu berdampak pada bangkrutnya usaha beberapa pihak yang kalah bersaing. Sementara gejala yang lainnya adalah banyaknya kios atau los yang menempati lokasi strategis yang sebelumnya dimiliki oleh pedagang asal Tegalgubug kemudian dijual kepada pedagang dari luar daerah. Mereka yang menjual kios atau los tersebut akhirnya memilih membeli kios atau los di tempat lain yang lokasinya lebih jauh dan harganya masih murah sehingga sisa uang dari penjualan sebelumnya dimanfaatkan untuk tambahan modal usahanya.

Bentuk lain yang mencerminkan dimensi moral dalam perdagangan kain di Tegalgubug adalah pola pembayaran *ngalap nyaur* yang banyak diterapkan oleh pedagang.

“Dulu orang Tegalgubug utang di bank masih tidak mau, masih menganggap riba. Tetapi generasi kedua dan seterusnya sudah mulai agak longgar. Karena ini dipengaruhi usahanya yang meningkat dan juga dari pihak bank berlomba-lomba masuk ke pedagang Tegalgubug karena melihat potensinya yang besar. Seperti saya sendiri yang tidak memakai bank, lebih suka *ngalap nyaur*, saling percaya saja, mau utang atau *cash*. Mau utang ratusan juta sampai milyaran pun gak masalah tergantung kemampuan kita. Tetapi yang jelas sih bagaimana pembayarannya dan satu lagi saling kepercayaan antara keduanya”.

”Mungkin orang Tegalgubug bisa dipercaya sehingga bisa memberi utang ratusan juta sampai milyaran rupiah. Dan itu tidak perlu ada jaminan apapun. Dengan orang Pekalongan, Tegal, dan Kuningan mereka satu tipe, pun tidak ada masalah karena mereka juga dari kalangan santri. Jadi yang membentuknya ikatan kultural atau karena ikatan sesama santri”.

”Saya baru dua mengetahuin terakhir berjualan seprai dan baru sedikit pelanggan tetap yang saya miliki. Untuk pembayaran umumnya pakai *cash* dan hanya sedikit yang boleh ngutang atau *ngalap nyaur*. Saya belajar banyak dari orang tua saya yang sampai saat ini masih memiliki beberapa pelanggan yang kabur dengan tunggakan sampai belasan juta. Sudah beberapa kali ditagih bahkan sampai mendatangi langsung ke rumahnya tetapi tetap juga belum mau bayar.”

Setidaknya dari catatan penulis ada tiga pola yang diberikan sebagaimana ketiga kutipan diatas, pertama, *ngalap nyaur* bagi sementara pihak di Tegalgubug adalah bentuk alternatif terbaik daripada penggunaan utang bank yang mempunyai resiko riba yang dipercayai oleh mereka. Kedua, adanya kedekatan kultural sebagai salah satu pilihan seseorang dipercayai untuk mendapatkan fasilitas *ngalap nyaur* dari pedagang. Ketiga, adanya pentahapan kepada siapa *ngalap nyaur* akan diberikan, upaya mengurangi resiko barang dibawa kabur adalah salah satu pertimbangannya.

Sejatinya, hubungan *ngalap nyaur* tetap berdasarkan kepercayaan antara kedua pihak, karena bila kepercayaan telah terbentuk efeknya pada semakin banyak pelanggan yang rutin membeli kainnya sehingga bagi pedagang ini merupakan kesempatan untuk meningkatkan omset penjualan. Dalam pandangan ekonomi moral

dikenal dengan istilah "pemencaran resiko" Scott (Destha, 2003:130). Langkah ini juga dilakukan para pedagang di Pasar Tegalgubug, seperti yang ditunjukkan melalui tindakan memilih dan memilah siapa yang akan diberi fasilitas *ngalap nyaur* baik melalui pendekatan kultural atau melalui pentahapan.

4.3.2 Strategi Usaha Kain dalam Perspektif Rasional

Dimensi rasional dari tindakan pedagang tampak pada aktifitas-aktivitas tertentu yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan bagi dirinya sendiri. Rasional dalam hal ini artinya dilatarbelakangi keinginan mendapatkan keuntungan. Tindakan yang tampak rasional di sini, misalnya memberi harga murah dan potongan harga kepada calon pelanggan baru, fokus pada satu unit usaha, dan memonopoli motif kain tertentu. Dua contoh berikut memberi gambaran upaya seorang pedagang untuk mendapatkan pelanggan barunya.

"Pernah ada pembeli yang membeli kain seprai saya sebanyak 20 kodi sekali beli. Saya pikir ini kesempatan bagus untuk mendapatkan pelanggan baru, maka saya kasih harga dibawah harga biasanya, jadi waktu itu tiap kodi saya cuma dapat dua ribu perak padahal biasanya minimal dapat empat ribu per kodinya. Setelah beberapa bulan ditunggu nyatanya pembeli itu *gak* pernah kembali. Yah itulah resiko saya yang penting saya sudah berusaha".

"Kalo ada pelanggan baru saya tidak kasih banyak perbedaan harga karena saya pikir saya tidak mau merusak harga pasaran kain tumpal. Paling saya cuma kasih potongan beberapa ribu rupiah dari total pembelian agar pembeli merasa senang dan suatu waktu bisa kembali belanja ke tempat saya".

Kesempatan untuk memperoleh pelanggan baru semakin sulit seiring maraknya persaingan usaha. Maka berbagai cara untuk memperoleh pelanggan dilakukan, seperti yang dilakukan oleh pedagang kain seprai dengan memberi

potongan harga khusus kepada calon pelanggannya meski harus menanggung kerugian seperti keuntungan yang berkurang dari biasanya serta kemungkinan pelanggan tidak kembali. Berbeda dengan pedagang kain tumpal yang lebih memilih realistis terhadap kondisi harga kain tumpal yang sangat ditentukan oleh mekanisme pasar, maka pilihannya adalah hanya memberi potongan beberapa ribu rupiah agar pembeli merasa senang dan suatu waktu akan membeli kembali kepadanya.

Strategi fokus pada penjualan komoditas tertentu menjadi pilihan banyak pedagang. Disamping itu ada keuntungan tertentu yang dimiliki oleh pedagang ketika melihat komoditi lainnya berpotensi memberinya keuntungan. Namun pilihan menekuni pada satu jenis komoditi tertentu adalah upaya yang paling rasional dan aman bagi kelangsungan usaha mereka, karena tidak sedikit resiko yang akan dihadapi bila bermain dibanyak komoditi kain. Selain itu jenis dan kualitas kain yang cukup banyak membuat para pedagang harus berupaya keras mempertahankan pangsa pasar yang sudah dikuasainya sehingga bila bermain pada jenis kain lain yang bukan spesialisasinya membutuhkan modal yang tidak sedikit. Hal ini umumnya terjadi pada pedagang kain grosir yang sekali berbelanja satu jenis kain di Bandung atau di pabrik langsung dalam jumlah banyak sementara untuk pedagang kain eceran yang hanya menyediakan sebatas permintaan konsumen umumnya menyediakan berbagai macam jenis kain. Seperti pengakuan seorang pedagang kain tumpal dibawah ini:

“Orang Tegalgubug biasanya kalau menekuni bawahan, bawahan saja, kain celana ya celana aja, jarang yang nyebrang ke lain karena kalau ikut-ikutan pasar ngeri terlalu banyak beban, kalau dia menggeluti satu bidang meski ada sisa kita tetap mampu menjualnya, meski ada sisa penjualannya. Seperti kain tumpal yang saya jual yang bahannya terbuat dari bahan serat polyester dapat bertahan lama sehingga mengetahuiin depan bisa dijual kembali”.

Salah satu bentuk usaha kain yang paling banyak resiko adalah ketika seorang pedagang berani bermain pada skala usaha besar. Berikut pengakuan seorang pedagang kain tumpal yang menceritakan pengalaman temannya bermain dengan pembelian *press order*.

“Seperti teman saya seangkatan, meski masih muda dia sudah berani turun sendiri dan bermain dengan skala besar berupa pembelian *press order* langsung ke pabrik. Saya sih maklum saja karena pabriknya itu sebelumnya langganan orang tuanya yang kemudian diturunkan anaknya. Nah, strateginya biasanya pihak pabrik menawarkan terlebih dulu kalau pihaknya punya motif dan jenis kain tertentu, semisal motif nanas. Kemudian dia ambil contoh barangnya dan nawarin kepada pelanggannya. Setelah dirasa cocok dengan harga dan kuantitas pembelian yang diminta pelanggannya, maka dia tinggal pesan ke pabrik tersebut dan tidak bakal keluar barangnya ke orang lain, tetapi itu butuh spekulasi besar, dan untuk pemula berat untuk memulainya karena modalnya tinggi”.

Dari penuturan di atas motif untuk memonopoli salah satu jenis kain menjadi salah satu tantangan tersendiri. Pembelian *press order* misalnya, selain membutuhkan modal besar juga dibutuhkan kejelian dalam membaca *trend* kain yang sedang berkembang. Apabila ia salah dalam membaca *trend*, resikonya adalah utang yang menumpuk dan tidak menutup kemungkinan ancaman kebangkrutan akan menimpanya. Bila kesuksesan menyertainya, maka kesempatan menguasai pasar untuk jenis kain tertentu serta mempermainkan harga yang ada dipasaran bukan sesuatu yang mustahil dilakukannya. Namun kesempatan tersebut semakin sedikit

mengingat semakin terbukanya pasar serta kemampuan pelaku pasar cukup merata sehingga persaingan harga jauh lebih kompetitif untuk saat ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1 Kesimpulan

Kajian tentang strategi adaptasi dimaksudkan untuk mengungkap sistem pengetahuan dari sekelompok masyarakat atau komunitas yang diwujudkan dalam tingkah laku. Dalam kajian ini diperoleh pengetahuan pedagang kain yang digunakan untuk mengatasi masalah-masalah yang ditemui dalam kegiatan usahanya. Strategi pembelian barang dan strategi pemasaran digunakan untuk menjaga kelangsungan usaha. Pada kedua pola strategi tersebut tersirat perilaku ekonomi moral dan rasional.

Beberapa pilihan yang mengikuti patokan moral diantaranya adalah mendidik orang menjadi pedagang, dan membentuk hubungan langganan melalui pembayaran ngalap nyaur. Sementara pilihan yang bermakna keuntungan ekonomis atau bersifat rasional tampak pada perilaku seperti memberi harga murah dan potongan harga kepada calon pelanggan baru, fokus pada satu unit usaha, dan memonopoli motif kain tertentu.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian kualitatif dalam bidang manajemen pemasaran masih sangat terbatas dan belum populer dilakukan di Fakultas Ekonomi UII. Bagi kondisi ini penulis ingin menyadari bila apa yang telah tersaji masih belum maksimal dikembangkan. Akan halnya penelitian mengenai strategi usaha kain di Tegalubug ini memiliki peluang yang besar

untuk dikembangkan dalam fokus penelitian yang lebih terarah dan memiliki landasan teori berbasis manajemen pemasaran.

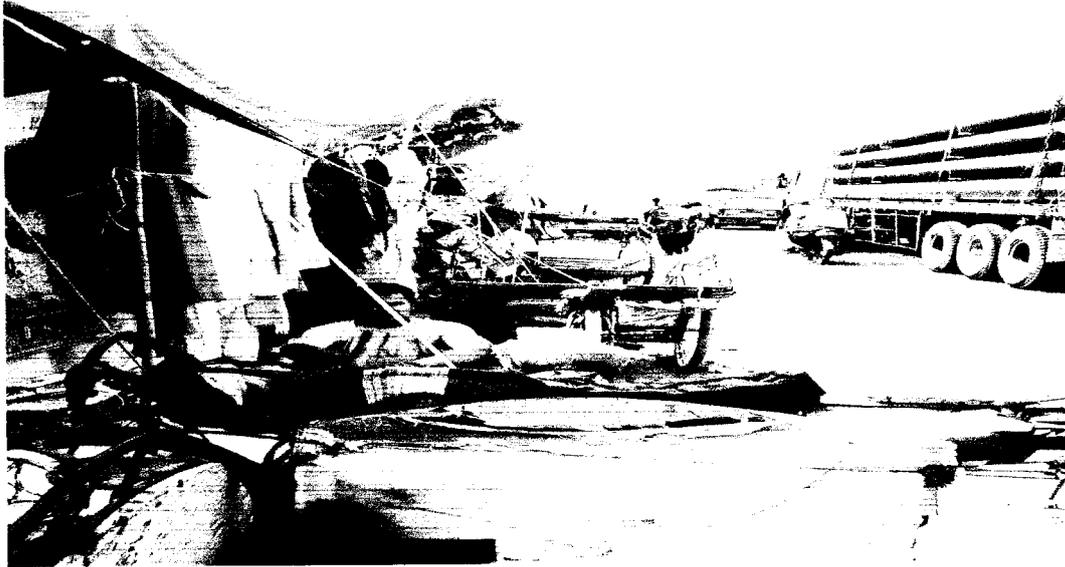
Beberapa analisis yang penulis tampilkan di penelitian ini sesungguhnya masih belum memberikan analisis kritis atas permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan dunia pemasaran sehingga harapan akan munculnya solusi praktis atas permasalahan tersebut masih belum terurai lebih kongkrit. Namun sebagai bahan penelitian lanjutan, data berupa paparan etnografis serta permasalahan-permasalahan strategik seputar perdagangan kain sekiranya dapat membantu untuk dikembangkan di masa yang akan datang.

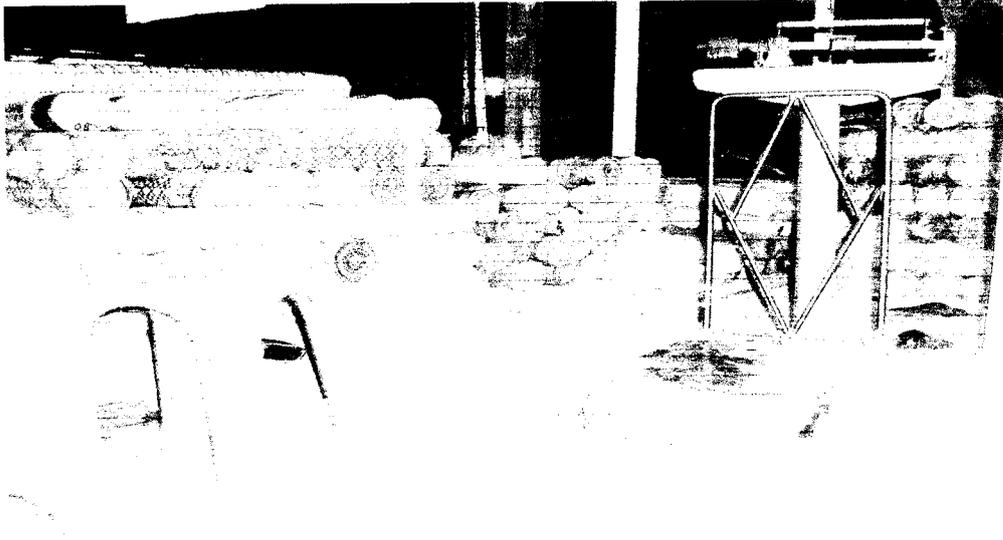
DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa-Putra, H.S. (ed). *Ekonomi Moral, Rasional, dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Kepel Press. Yogyakarta.2003.
- Azharie, Muhammad Maghfurie. *Sejarah dan Perkembangan Desa Tegalgubug Kec. Arjawingangun Kab. Cirebon Jawa Barat*. Karya Tulis, Madrasah Aliyah Darussalamah, Kediri. 2003.
- Badriyah. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Kain Sisa : Studi Kasus di Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon*. Skripsi Sarjana, Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. 1997.
- Basri, Faisal. *Perekeonomian Indonesia*. Erlangga. Jakarta. 2003
- Burns, Alvin C. dan Ronald F. Bush. *Marketing Research*. 3rd ed. Prentice Hall. New Jersey. 2000.
- Desa Tegalgubug. *Monografi Desa Tegalgubug*. 1996
- Destha, T. Raharjana. "Siasat Usaha Kaum Santri : Ekonomi Moral dan Rasional dalam Usaha Konfeksi di Mlangi, Yogyakarta" dalam Ahimsa-Putra, H.S. (ed). *Ekonomi Moral, Rasional, dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Kepel Press. Yogyakarta.2003.
- Hidayat, Anas dan Mizerski Katherine. *Pembajakan Produk : Problema, Strategi dan Antisipasi Strategi*. Jurnal Siasat Bisnis 95-122. No. 10 Vol. 1, Juni 2005.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua Cet.IV. Balai Pustaka. Jakarta.1995
- Malhotra, Naresh K. *Maketing Research An Applied Orientation*. 3rd ed. Prentice Hall. New Jersey. 1999.
- "Masyarakat Desa Tegalgubug "Ngamuk" Tuntut Mundur Kuwu dan BPD", Tabloid Dinamika Indonesia, Edisi 02, Minggu I : 8-23 Juni 2005, hal. 2 dan 14
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung. 1998.
- Muhammad, Suwarsono. *Manajemen Strategik : konsep dan Kasus*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta. 2002.

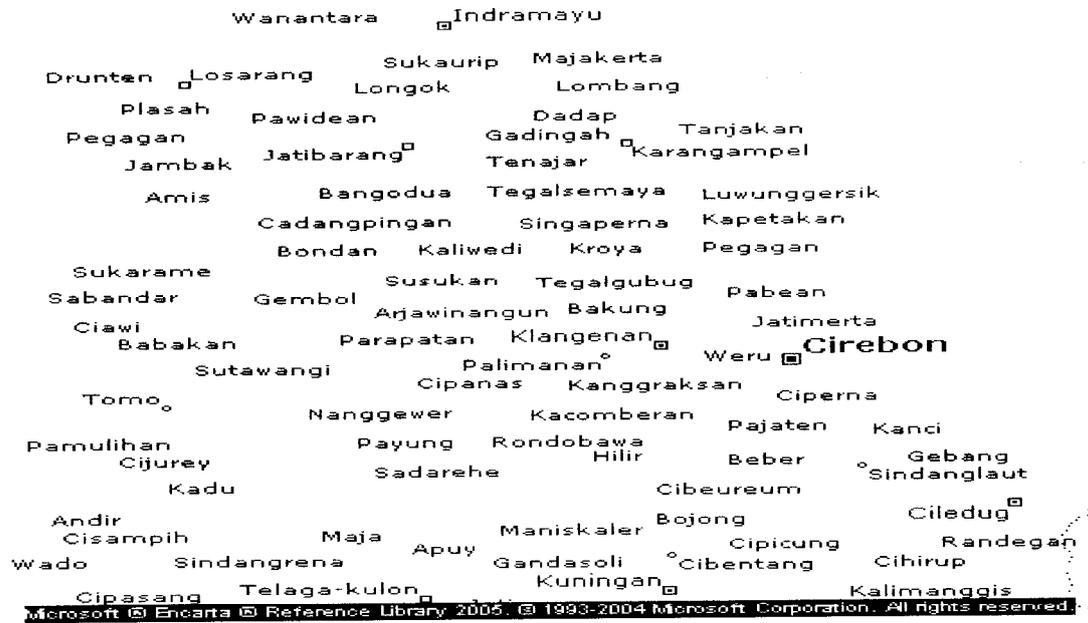
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta. 1983.
- Sairin, S., dkk. *Pengantar Antropologi Ekonomi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 2002.
- Sarmini. “Politik Usaha Pengusaha Islam: Kiat Manipulatif dalam Industri Penyamakan Kulit di Magetan, Jawa Timur” dalam Ahimsa-Putra, H.S. (ed). *Ekonomi Moral, Rasional, dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Kepel Press. Yogyakarta.2003.
- Sumintarsih. “Merajut Kerjasama, Menjangkau Pasar: Siasat Resiprositas dalam Usaha Kerajinan Agel di Kulon Progo, Yogyakarta” dalam Ahimsa-Putra, H.S. (ed). *Ekonomi Moral, Rasional, dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Kepel Press. Yogyakarta.2003.
- Suryadi, Endang T. *Perilaku Wanita Muslim dalam Pengembangan Ekonomi : Studi Kasus Bursa Tekstil Pasar Klewer, Solo, Indonesia*. ISEFID Review. Volume 2 No1. 1424 H / 2003.
- Twikromo, Y. Argo. *Gelandangan Yogyakarta : Suatu Kehidupan dalam Bingkai Tatahan Sosial – Budaya “Resmi”*. Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta. 1999.
- Zikmund, Wiliam G. *Business Research Methods*. 6th ed. Orlando: The Dryden Press.2000.

LAMPIRAN I
AKTIVITAS PERDAGANGAN KAIN DI PASAR INDUK SANDANG
TEGALGUBUG





LAMPIRAN II PETA PROPINSI JAWA BARAT DAN KABUPATEN CIREBON



LAMPIRAN III PETA DESA TEGALGUBUG

