

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN ANALISA**

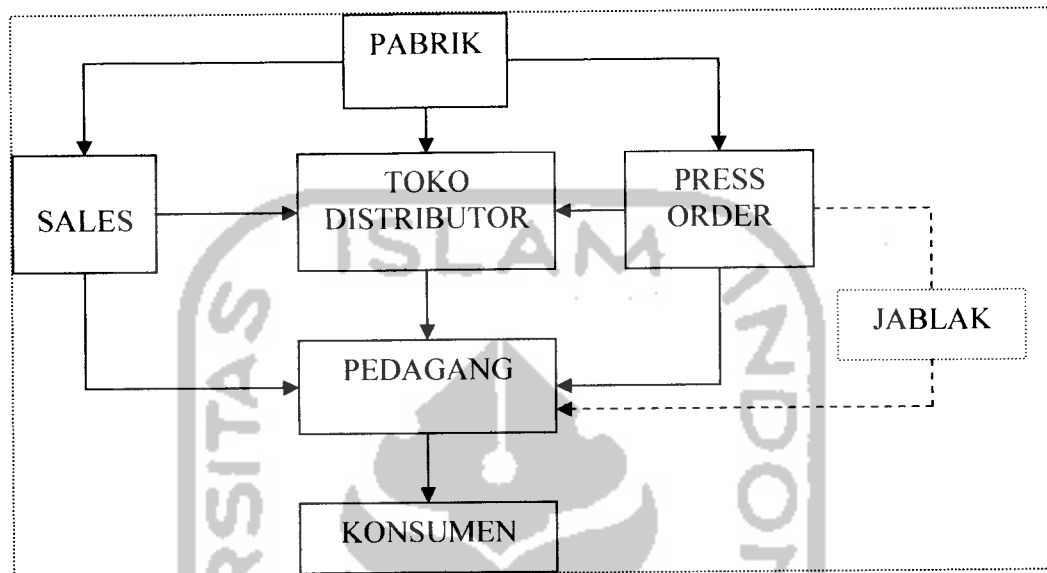
#### **4.1 Strategi Produksi**

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 yard<sup>23</sup> 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

<sup>23</sup> 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 *jablak*, 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 mengetahui 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 tetapi 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 *khیار*<sup>24</sup> 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.

---

<sup>24</sup> *Khیار* adalah pilihan terbaik antara dua perkara untuk dilaksanakan atau ditinggalkan.

## 4.2 Strategi pemasaran

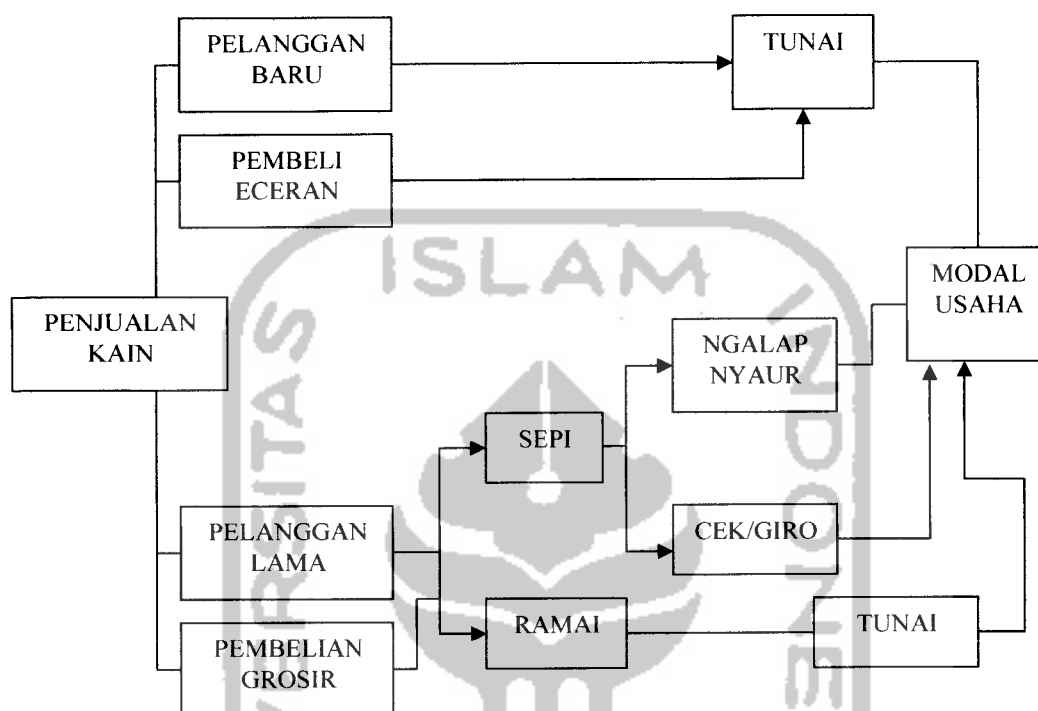
Strategi kedua yang dilakukan pedagang kain Tegalgubug adalah strategi pemasaran. Ada tiga macam strategi di sini, yaitu dengan strategi penjualan, strategi harga, dan strategi fokus.

### 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 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”.

”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 Tegalbugug pada dasarnya memiliki musim-musim ramai dan sepi sebagaimana perdagangan di pasar lainnya. Hanya saja tidak semua komoditi yang diperdagangkan di Pasar Tegalbugug memiliki musim ramai dan sepi secara bersamaan. Seperti perdagangan konfeksi dan kain keduanya memiliki musim ramai dan sepi yang berbeda. Untuk Pasar Tegalbugug 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 buku<sup>25</sup>. 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”.

---

<sup>25</sup> 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 Tegalbugbug 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 didatangi 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 negeri 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 bakalan 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.

