

BAB IV

PERAN MODAL SOSIAL DALAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DI SEKTOR INFORMAL

Kegiatan berdagang yang dilakukan oleh para perempuan menjadikan mereka belakukan proses interaksi dengan orang-orang di sekitarnya. Hubungan-hubungan yang dibangun oleh para perempuan bekerja di sektor informal, khususnya sebagai pedagang makanan matang bukanlah hubungan yang tanpa arti melainkan terdapat peran modal sosial didalamnya. Melalui peran modal sosial tersebut maka para perempuan dapat memberdayakan dirinya dengan terlibat di sektor informal.

Untuk mengetahui sejauhmana peran modal sosial dalam hubungannya terhadap pemberdayaan perempuan dan peneliti akan menguraikan pada bab ini, setelah pada bab sebelumnya telah menjelaskan hubungan – hubungan diantara variabel-variabel yang memiliki hubungan yang signifikan. Sebagaimana tergambar di bab III ternyata variabel tingkat *trust* berhubungan pada pemberdayaan perempuan dengan perolehan probabilitas 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 dengan ketentuan jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan bahwa adanya hubungan asimetris diantara kedua variabel.

Sedangkan menurut hasil uji statistik Somers 'D ternyata variabel-variabel yang tidak berhubungan seperti variabel keterikatan norma dan luas jaringan terhadap variabel kekuatan pemberdayaan perempuan karena diketahui bahwa probabilitas variabel keterikatan norma terhadap variabel kekuatan pemberdayaan perempuan

adalah 0,137 yang lebih besar daripada 0,05 sehingga tidak ada hubungan yang signifikan diantara kedua variabel. Begitupun dengan variabel luas jaringan diketahui bahwa nilai probabilitas variabel luas jaringan terhadap kekuatan pemberdayaan perempuan adalah 0,905 yang lebih besar daripada 0,05 sehingga juga tidak terdapat hubungan yang signifikan diantara kedua variabel. Maka, peneliti akan memaparkan alasan-alasannya berupa perolehan data-data baik secara statistik maupun hasil wawancara yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti.

Sehingga pada bab ini peneliti akan membaginya kedalam empat sub bab.

Pertama, sub bab keterikatan terhadap aturan informal didalam kelompok pedagang untuk membahas aturan-aturan informal yang mengikat kelompok pedagang serta alasan mengapa norma tidak berhubungan terhadap pemberdayaan perempuan di sektor informal yang terwujud dalam kegiatan berdagang yang dilakukan oleh perempuan. *Kedua*, sub bab implikasi *trust* terhadap pemberdayaan perempuan yang membahas peranan *trust* didalam pemberdayaan perempuan di sektor informal yang terwujud dalam kegiatan berdagang yang dilakukan oleh perempuan. *Ketiga*, sub bab luas jaringan personal pedagang yang membahas luasnya jaringan yang dibentuk oleh kelompok pedagang dimana berawal dari proses interaksi yang dilakukannya serta membahas alasan-alasan mengapa jaringan tidak berhubungan terhadap pemberdayaan perempuan.

4.1 Keterikatan Terhadap Aturan Informal di dalam Kelompok Pedagang

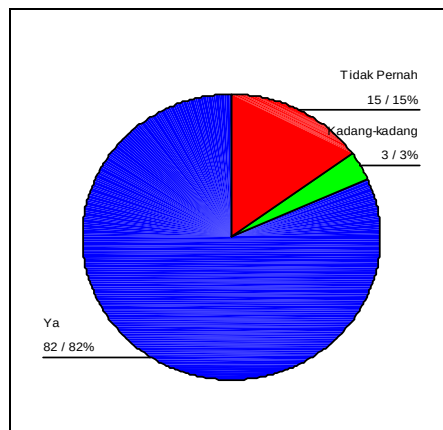
Kelompok pedagang di Kelurahan Cipinang memiliki aturan-aturan dan tata cara mereka sendiri dalam menjalankan usahanya. Aturan-aturan itu mengikat seluruh

pedagang baik secara langsung atau tidak langsung. Kesepakatan yang telah dibuat harus dilaksanakan oleh pedagang dan kesepakatan tersebut tidak hanya ada dan terjadi diantara kelompok pedagang tetapi juga diantara pihak-pihak yang berhubungan dengan para pedagang khususnya pedagang makanan matang di lokasi penelitian, misalnya pelanggan/pembeli, aparat, preman dan pemasok bahan baku.

Adapun bukti statistik dapat diketahui yaitu keterikatan norma yang berkembang di kalangan pedagang dapat dikatakan ketat karena persentase mencapai 48,3%.¹ Angka ini menandakan pedagang dan semua pihak yang berhubungan dengan pedagang makanan matang mematuhi aturan dan norma yang dibuat sehingga berjalan sebagaimana mestinya.

Perihal kerjasama dapat dilihat dari kurangnya rasa persaingan yang terjadi diantara sesama pedagang makanan matang. Faktanya responden banyak menjawab tidak pernah merasa bersaing hingga sampai terjadi konflik dengan sesama pedagang makanan lainnya untuk lebih jelasnya berikut hasil surveinya.

Gambar IV.1
Persaingan diantara sesama pedagang makanan



¹ *Op.Cit.*, Bab IV, hlm 63

Melalui hasil survei di atas diketahui bahwa responden yang menjawab tidak pernah berjumlah 49 orang dengan persentasenya sebanyak 82%. Maka kondisi persaingan ternyata tidak dirasakan oleh sesama pedagang makanan matang di lokasi penelitian di Kelurahan Cipinang.

Bahkan yang terjalin adalah perilaku kerjasama diantara pedagang yang bisa digambarkan dari pedagang di pasar Sodong Kelurahan Cipinang antara Ibu Irna dan Mpok Uci . Usaha Ibu Irna adalah warung nasi tegal atau disingkat dengan warteg, penghasilan per harinya bisa mencapai Rp. 400.000 s/d Rp. 500.000. Warung Bu Irna memang dikenal masakannya disamping rasanya yang menggugah selera harganya juga terjangkau. Sedangkan Mpok Uci adalah satu-satunya pedagang yang menjual soto betawi akan tetapi penghasilan per harinya tidak sebesar seperti Ibu Irna. Meskipun demikian keduanya kerap saling membantu, Ibu Irna sering memesan soto betawi kepada Mpok Uci untuk penjelasan berikutnya berikut adalah kutipan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada kedua informan tentang kerjasama yang terbangun diantara kedua pedagang makanan matang tersebut.

“Saya memang suka memesan soto buatan Mpok Uci karena saya sendiri kurang pandai membuat soto betawi, mulanya saya punya pelanggan yang ingin membeli makanan berkuah kayak soto lah, Mba tetapi saya selalu bilang gak bikin soto dan setelah saya tahu kalau Mpok Uci menjual soto betawi maka sejak itu saya selalu minta tolong buatin soto sama Mpok Uci.”²

“Wartegnya Bu Irna kan pembelinya banyak lagian juga bukanya sampe malem kalau saya kan cuman sampe siang doang paling lama jam 2 dah tutup kalo cepet yah jam 12 lah kira-kira. Bu Irna suka minta dibikinin soto katanya buat langganannya saya mah seneng aja namanya rejeki masa ditolak yah kita bikinin aja eh dia ketagian.”³

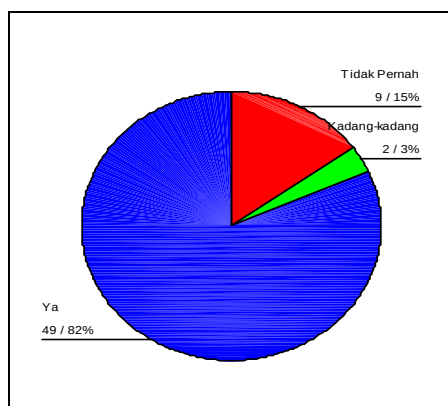
² Wawancara dengan Ibu Irna, 9 Februari 2008

³ wawancara dengan Ibu Uci, 3 Februari 2008

Penjelasan di atas telah menggambarkan hubungan kerjasama dan tidak ada tanda-tanda persaingan diantara keduanya dan bahkan sebaliknya hubungan sesama pedagang saling melengkapi.

Jika penjelasan di atas menggambarkan hubungan sesama pedagang, selanjutnya peneliti akan menggambarkan hubungan pedagang dengan aparat atau preman. Hasil survei yang dilakukan oleh peneliti membuktikan bahwa pedagang berhubungan dengan para aparat keamanan dan mereka para pedagang membayar biaya keamanan kepada aparat, berikut gambaran datanya.

Gambar IV.2
Jumlah pedagang yang ditarik biaya retribusi



Maka, diketahui bahwa jumlah pedagang makanan matang yang ditarik biaya retribusi sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar 82%. Ini berarti para pedagang makanan matang di Kelurahan Cipinang khususnya yang berdagang di pasar-pasar dikenai biaya retribusi. Padahal pasar-pasar yang ada di Kelurahan Cipinang bukanlah pasar dengan izin resmi melainkan pasar *tumpah*. Akan tetapi, seluruh pedagang dikenai pungutan retribusi setiap harinya.

Keberadaan aparat keamanan dan preman di pasar sepertinya pemandangan yang sudah biasa, khususnya di pasar Sodong. Kebetulan para pedagang di pasar Sodong acapkali berhubungan dengan aparat keamanan, mereka ditarik uang keamanan oleh aparat sebagai uang keamanan selama pedagang berjualan di wilayah tersebut.

Terlepas dari apakah pedagang merasa terganggu atau tidak dengan uang keamanan tersebut tetapi para pedagang tetap membayar uang keamanan tersebut karena pedagang ingin mendapatkan keamanan selama berdagang di pasar Sodong. Untuk mengetahui apakah pedagang merasa terganggu dengan retribusi yang ditarik oleh aparat, di bawah ini adalah jawaban dari Ibu Irna dan Mpok Uci.

“Saya seh tidak masalah sama tarikan uang keamanan yang penting selama saya berdagang disini warung jadi aman yah saya bayar uang keamanannya. Namanya juga kan semua nyari rejeki gitu dan yang penting halal.”⁴

“Kalo tarikan uang keamanan dibilang terganggu sih, enggak ya, Neng. Lagian gak gede-gede amat, kalo jumlah gede mah saya juga gak mampu bayar paling kalo pedagang gerobak kayak saya mah kena seribu atau dua ribu-an seharinya yah buat keamanan biar lancar dagangnya.”⁵

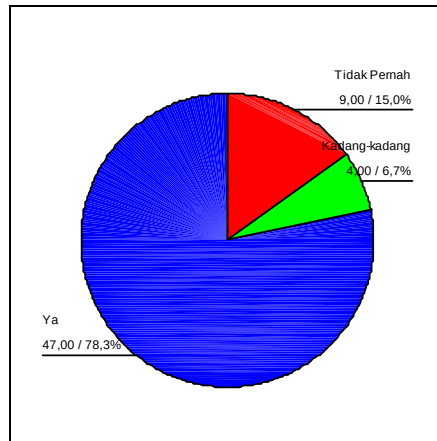
Uang keamanan merupakan salah satu aturan yang berlaku diantara pedagang dengan aparat keamanan. Ternyata dibalik pungutan uang keamanan tersimpan harapan pedagang agar mereka mendapatkan rasa aman sehingga usaha dapat berjalan lancar. Maka melalui data yang didapatkan oleh peneliti bahwa pedagang makanan matang pun bersedia membayar uang keamanan, berikut hasil perolehan datanya.

⁴ Wawancara dengan Ibu Irna, 9 Februari 2008

⁴ Wawancara dengan Ibu Uci, 3 Februari 2008

⁵ Wawancara dengan Ibu Irna, 9 Februari 2008

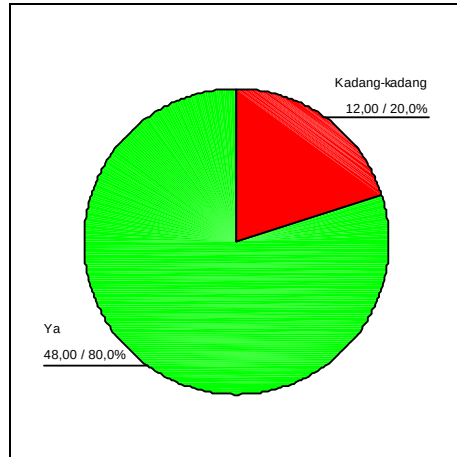
Gambar IV.3
Jumlah para pedagang yang membayar uang keamanan



Sehingga, jumlah pedagang makanan matang yang membayar uang keamanan sebanyak 47 pedagang dengan persentase sebesar 95,9%. Sebagaimana penuturan para pedagang bahwa mereka membayar uang keamanan dalam rangka memperoleh rasa aman nantinya selama menjalankan usaha dagangannya.

Kemudian diantara pedagang dan pembeli juga memiliki aturan tersendiri dan biasanya mengenai harga makanan yang harus dibayar dan persoalan piutang. Untuk aturan membayar menentukan harga makanan ternyata ditentukan langsung oleh penjual dalam hal ini adalah pedagang makanan matang karena mereka sendiri yang mempunyai keputusan absolut mengenai harga-harga barang dagangannya. Sedangkan ketika peneliti bertanya kepada para pedagang apakah para pelanggannya membayar jumlah makanan sesuai dengan harganya, maka hasil perolehan jawaban pedagang adalah sebagai berikut.

Gambar IV.4
Para pelanggan dari pedagang makanan yang membayar jumlah makanan sesuai dengan harganya



Berdasarkan gambar di atas maka diketahui bahwa jumlah pedagang yang memiliki para pelanggannya dan selalu membayar jumlah makanan sesuai dengan harga yang ditentukan oleh pedagang sebanyak 48 orang pedagang dengan persentase sebesar 80%. Artinya kebanyakan pelanggan mengikuti aturan-aturan yang diberlakukan oleh pedagang, khususnya pedagang makanan matang.

Biasanya pedagang memiliki aturan yang berbeda dengan para pembeli/pelanggannya, pedagang menerapkan aturan yang ketat kepada pembeli tidak tetap dan sebaliknya pedagang akan menerapkan aturan yang fleksibel kepada pembeli setianya. Seperti yang dikemukakan oleh Ibu Irna mengenai aturan-aturan apa saja diterapkan bagi para pelanggannya.

“Pokoknya gampang aja yang penting makanan yang dimakan atau yang dibeli oleh langganan saya harus dibayar sesuai dengan harga makanannya. Kalo masalah utang biasanya saya kasih sama pelanggan yang udah kenal kalo yang masih baru sih yah belum bisa ngutang.”⁶

Aturan antara pedagang dengan para pembelinya hampir tidak jauh berbeda dengan aturan pedagang dengan pemasok barang dan bahan-bahan mentah, khususnya juga masalah piutang. Seperti pengakuan yang dipaparkan oleh Mpok Uci berikut ini.

“Biasanya enak kalo punya pemasok langganan, kita bisa ngutang dulu trus bayarnya belakangan. Saya juga punya tukang sayur langganan di pasar Sodong juga sih, kalo saya lewat suka ditawarin bahan-bahan mentah buat bikin soto padahal masih ada stoknya dirumah karena gak bawa duit lebih eh malah dikasih utang”.⁷

Hubungan diantara pemasok bahan-bahan mentah dengan langganannya yakni pedagang makan matang terus dipelihara agar berlangsung dan tidak terputus. Maka keberlangsungan hubungan antara pemasok dengan pedagang merupakan harapan yang sebenarnya diinginkan oleh keduanya.

Ciri khusus yang terdapat di dalam hubungan kelompok pedagang adalah bentuk *expetation*—diterjemahkan menjadi harapan—dimana harapan-harapan itu lantas dibangun usai melakukan interaksi di dalam kelompok. Karena dasarnya mengukur norma pastinya melekat *trust* di dalamnya yang salah satu indikatornya yaitu adanya harapan-harapan positif untuk tujuan bersama.⁸

Aturan-aturan informal yang bahkan tidak tertulis diantara pedagang makanan matang dengan sesama pedagang, pelanggan, aparat dan pemasok bahan-bahan mentah seperti halnya dilakukan dengan sesuai dan kesepakatan masing-masing. Adanya perilaku saling mematuhi dan menghargai oleh aturan-aturan yang ada mengakibatkan kegiatan berdagang berlangsung sesuai dengan harapan setiap pihak

⁷ Wawancara dengan Ibu Uci, 3 Februari 2008

⁸ *Op.Cit.*, The World Bank, hlm .44

meskipun aturan-aturan informal tidak dibuat hitam di atas putih layaknya perjanjian. Ini yang menjadikan aturan-aturan informal unik di kalangan pedagang karena aturan-aturan informal berwujud menjadi norma yang dipatuhi oleh pedagang dan semua pihak yang berhubungan dengan pedagang sehingga menciptakan kerjasama diantara mereka. Sebagaimana penjelasan Fukuyama di bawah ini.

*“Meminjam pembahasan James S. Coleman, dalam “Social Capital in the Creation of Human Capital,” American Journal of Sociology, Fukuyama mendefinisikan modal sosial (sosial capital) sebagai serangkaian nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama diantara mereka”.*⁹

Meskipun ketika peneliti menguji hubungan norma dengan pemberdayaan perempuan menunjukkan hasil yang tidak signifikan, karena hasil probabilitas variabel keterikatan norma terhadap variabel kekuatan pemberdayaan perempuan adalah 0,137 yang lebih besar daripada 0,05. Sebagai ketentuan nilai probabilitas harus lebih kecil dari 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan, sehingga tidak ada hubungan yang signifikan diantara kedua variabel yaitu keterikatan norma dengan kekuatan pemberdayaan perempuan di sektor informal, khususnya pedagang makanan matang. Ini berarti melalui aturan-aturan informal saja belumlah cukup meningkatkan pemberdayaan perempuan di sektor informal diperlukan sentuhan struktural berupa kebijakan yang sangat menyentuh kepentingan dan kebutuhan pedagang di sektor informal, khususnya kaum perempuan.

Berdasarkan hasil penghitungan statistik serta temuan-temuan lapangan seperti yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya, maka peneliti membuat

⁹ Francis Fukuyama, *Trust Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*, 1995, Yogyakarta:Qalam, hlm xii

bagan alur pemikiran sejauhmana hubungan norma dengan pemberdayaan perempuan di sektor informal, sehingga akan menjawab permasalahan penelitian.

Tabel IV.1

Peran Norma dalam Pemberdayaan Perempuan di Sektor Informal

Analisis Variabel penelitian	Norma  Pemberdayaan Perempuan (Tidak berhubungan)
Keterikatan terhadap aturan informal	- Adanya aturan-aturan informal yang mengikat diantara kelompok pedagang makanan matang serta pihak-pihak yang berhubungan dengan mereka. - Aturan-aturan tersebut dapat dipatuhi secara bersama sehingga membentuk kerjasama tanpa perlu dibuat perjanjian resmi yang mengaturnya.
Implikasi <i>trust</i>	Mematuhi aturan-aturan dan kesepakatan bersama menciptakan harapan-harapan positif di masa mendatang maka <i>trust</i> membentuk implikasinya.
Luas jaringan personal pedagang	Aturan-aturan yang telah disepakati akan membentuk pola jaringan nantinya.
Kekuatan pemberdayaan perempuan	Aturan-aturan yang berkembang didalam kelompok pedagang hanya berupa aturan-aturan informal saja sehingga belum mampu menghubungkan kekuatan pemberdayaan perempuan di sektor informal, khususnya pedagang makanan matang.

Melalui tabel di atas dapat diketahui bahwa alasan mengapa norma tidak berhubungan pada pemberdayaan perempuan di sebabkan oleh aturan-aturan yang berkembang di dalam kelompok pedagang makanan matang hanya aturan informal saja yang mengikatnya. Seperti pada penelitian ini bentuk-bentuk dari norma-norma informal adalah *pertama* adalah pelanggan membayar makanan sesuai dengan harganya. *Kedua*, kerjasama di dalam kelompok pedagang misalnya ditandai oleh perilaku saling membantu diantara sesama pedagang. *Ketiga*, pedagang mendapatkan

rasa aman karena mereka bersedia membayar uang keamanan. Dengan kata lain bentuk norma informal pada penelitian ini adalah kejujuran, kerjasama dan rasa aman. Maka pemberdayaan perempuan di sektor informal dalam hal berdagang menjadi kurang meningkat. Padahal untuk meningkatkan pemberdayaan perempuan dibutuhkan aturan-aturan formal yang mengikat di dalamnya.

Meskipun demikian, ternyata modal sosial tetap menjalankan peranannya, bisa dilihat dari hubungan diantara keterikatan aturan informal, implikasi *trust* dan luas jaringan personal pedagang yang saling berhubungan satu sama lainnya. Sehingga mencerminkan modal sosial merupakan kumpulan beberapa entitas.

4.2 Implikasi *Trust* terhadap Pemberdayaan Perempuan

Hubungan- hubungan informal yang terjalin terus berlanjut menjadi *trust*. Selanjutnya dipelihara oleh masing-masing pihak baik diantara pedagang, pedagang dengan pembeli, pedagang dengan anggota keluarganya, pedagang dengan pemasok bahan-bahan baku dan pedagang dengan aparat/preman. Sampai menimbulkan harapan-harapan yang berkembang didalam kelompok pedagang. Harapan-harapan yang dibangun bukan hanya untuk masa kini melainkan juga masa yang akan datang maka modal sosial menjadi tinggi dan modal sosial bukan sekedar partisipasi saja melainkan juga harapan-harapan positif.¹⁰ Sebab harapan-harapan yang dibangun pada masa kini akan bermanfaat untuk masa depan yang akan menimbulkan tindakan kolektif dan solidaritas di dalam kelompok.

¹⁰ *Op.Cit.*, The World Bank, hlm. 31

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti menghasilkan bahwa tingkat *trust* yang dimiliki oleh pedagang makanan matang di Kelurahan Cipinang berada di kategori tinggi dengan persentase sebesar 61,7%,¹¹ selain itu ternyata variabel tingkat *trust* berhubungan terhadap variabel kekuatan pemberdayaan perempuan dengan perolehan nilai probabilitasnya adalah 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 dengan ketentuan jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan bahwa adanya hubungan simetris diantara kedua variabel atau dengan kata lain terdapat hubungan yang signifikan antara *trust* dan pemberdayaan perempuan.

Kamus Inggris *Oxford* mendefinisikan *trust* sebagai “*confidence in or reliance on some quality or attributes of a person or thing, or the truth of a statement*”.¹² *Trust* sebagai kepercayaan/keyakinan yang dimiliki oleh seseorang untuk berlaku jujur masih dalam kamus Inggris *Oxford* mendefinisikan *trust* dalam perspektif ekonomi sebagai “*confidence in the ability and intention of a buyer to pay a future time for goods supplied without present payment*”.¹³ Giddens juga menambahkan *trust* sebagai “*confidence vested in probable outcomes expresses a commitmen to something rather than just a cognitive understanding*”.¹⁴ Jadi, *trust* bukan hanya dimengerti secara kognitif tetapi juga sebagai keyakinan untuk berkomitmen. Sedangkan Barbara ikut menambahkan *trust* (mengutip dari William,

¹¹ *Op.Cit.*, Bab IV, hlm. 64

¹² Barbara A. Misztal, 1996, *Trust*, Cambridge: Polity Press, hlm. 16. Pada buku ini juga memaparkan konsep *trust* menurut para ahli sosiologi ke dalam tiga pendekatan. Pendekatan pertama *trust* sebagai sesuatu yang dimiliki individu seperti, perasaan, emosi dan nilai-nilai individu. Pendekatan kedua *trust* sebagai sesuatu yang dimiliki masyarakat seperti kolektivitas. Pendekatan ketiga *trust* sebagai sistem sosial yang mempunyai nilai-nilai publik yang diberikan oleh anggota masyarakat atas yang dilakukan masyarakat, hlm. 14-15.

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 15

Lewis dan Weigert) bahwa motivasi menjadi hasil dari *trust* karena alasan-alasan positif yang kuat dan menjadi alasan rasional yang baik sifatnya sehingga muncul keyakinan. Berikut kutipannya.

“Motivation to trust seems to be result of either strong positive personal bonds or affect for the object of trust, or a result of our belief that we have good rational reasons(irrespective of their nature) to trust, or a result of belief that trust enhances our interests or, more often, a result of a combination of all.”¹⁵

Hubungan yang signifikan ini ditandai oleh *trust* sebagai hasil dari motivasi. Motivasi untuk alasan-alasan positif yang dilakukan oleh perempuan bekerja di sektor informal sebagai wujud dari bentuk pemberdayaan perempuan.

Trust di dalam sosiologi menurut Granovetter adalah “*the main factors responsible for the production of trust in economy life are social relations and the obligations inherent in them*”.¹⁶ Sedangkan menurut Wolfe yaitu,

“We are not social because we are moral; we are moral because we live together with others and therefore need periodically to account for who we are. Morality matters because we have reputations to protect, cooperative tasks to carry out, legacies to leave, others to love and careers to follow.”¹⁷

Jadi, ada kewajiban-kewajiban yang dilakukan di dalam berinteraksi dalam rangka memperoleh tindakan kolektif sehingga kerjasama adalah hasil dari *trust* ketimbang sumber *trust*. Perilaku yang mencerminkan *trust* oleh pedagang makanan matang di Kelurahan Cipinang sebagai *trust* di dalam kehidupan ekonomi sekaligus hubungan sosial digambarkan dari keterangan yang diberikan oleh pedagang ketika membayar retribusi oleh aparat keamanan yang merupakan kewajiban dan pedagang mempunyai harapan agar lokasi berdagangnya aman. Pedagang menunaikan kewajibannya untuk mendapatkan harapan rasa aman begitupun aparat menunaikan kewajibannya agar

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 21

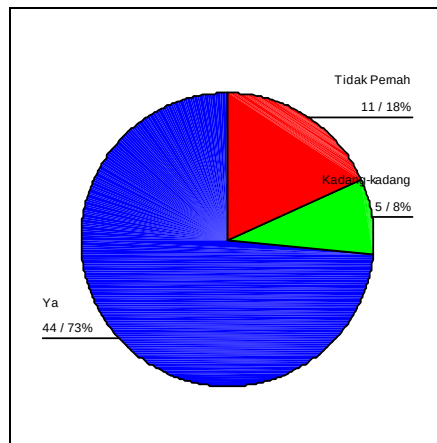
¹⁶ *Op.Cit.*, Barbara, hlm 19

¹⁷ *Ibid*

harapan pedagang dapat terwujud dan proses berdagang berjalan sebagaimana mestinya.

Hubungan diantara sesama pedagang juga mencerminkan *trust* pedagang, hal ini digambarkan dari antar pedagang saling bekerjasama dalam hal meminjam uang, barang, bahan-bahan baku kepada sesama pedagang makanan matang dagangan. Untuk lebih jelasnya di bawah ini adalah hasil surveinya.

Gambar IV.5
Pedagang makanan saling membantu satu sama lainnya
(meminjam uang, barang, bahan-bahan baku)

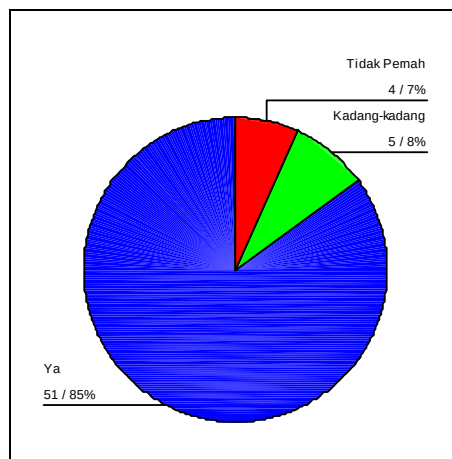


Sesama pedagang makanan matang mencerminkan perilaku saling membantu diantara mereka, terlihat dari gambar di atas bahwa 44 orang pedagang atau sebanyak 73% orang pedagang melakukan kerjasama seperti meminjam uang, barang dan bahan-bahan baku. Melalui kerjasama akan timbul harapan dari pedagang satu kepada pedagang lainnya dan begitupun sebaliknya. Serta hubungan diantara pedagang dengan pemasok bahan baku juga demikian dimana *trust* sudah timbul diantara mereka yakni ketika pedagang boleh mengambil bahan-bahan mentah tanpa membayar dahulu kepada pemasok dengan kata lain pedagang diperbolehkan

berhutang oleh pemasok dengan harapan pemasok agar pedagang dalam hal ini bisa menjadi pelanggannya.

Tidak hanya itu saja, timbulnya *trust* juga dapat dilihat dari perilaku pedagang yang dibantu oleh anggota keluarganya dalam menjalankan usahanya. Terbukti melalui penghitungan survei bahwa para pedagang mempercayai anggota keluarganya untuk menjaga warung dan di bawah ini adalah hasilnya.

Gambar IV.6
Pedagang mempercayai anggota keluarga dalam membantu menjalankan usahanya



Para pedagang makanan matang mempercayai kerabatnya atau anggota keluarganya dalam membantu menjalankan usaha dagangnya karena berdasarkan hasil survei membuktikan bahwa ketika peneliti bertanya apakah para pedagang mempercayai anggota keluarganya lainnya untuk menjaga warungnya dan sebanyak 51 orang pedagang atau dengan persentase 85% menjawab 'ya'. Data tersebut juga didukung dengan keterangan dari beberapa responden yang didapat melalui wawancara.

Ketika peneliti menanyakan kepada Ibu Ike, Ibu Irna, dan Ibu Tika alasan mengapa mereka mengajak anggota keluarga terlibat dalam usaha dagang yang dijalannya itu dan berikut penuturannya.

*“Kebetulan dari kecil saya memang sudah dekat sama sepupu saya ini, jadi udah enak aja ama dia, cocok gitu lah, apalagi masih keluarga sendiri. Tiap pagi kita buka warung dan sama-sama melayani pembeli”.*¹⁸

*“Namanya juga sodara sendiri ya, Mba. Bukannya gak percaya sama orang lain tapi kan kalo sama adik sendiri saya lebih percaya, sekalian bagi-bagi rejeki”.*¹⁹

*“Saya seneng ada sodara yang mau ngebantu saya. Karena lebih dekat hubungannya jadi gak perlu malu-malu lagi. Kadang kalo sama orang lain saya punya pengalaman suka rada ribet kayak baru belum ada sebulan kerja tapi udah mau pulang kampung, kadang balik kadang juga enggak. Yah begitulah, Mba”.*²⁰

Hubungan kekerabatan yang dimiliki oleh kelompok pedagang telah menjadi nilai-nilai bersama bagi mereka bahwa ikatan keluarga dianggap sebagai ikatan batin yang kuat dibandingkan dengan orang di luar keluarganya. Hubungan kekerabatan masih dianggap penting dan utama di kalangan pedagang makanan matang karena anggota keluarga yang lain adalah bagian dari sebuah keluarga besar, maka inilah yang menjadikan nilai-nilai bersama di kalangan pedagang dengan anggota keluarganya. Dengan kata lain ikatan keluarga muncul sebagai perasaan yang kuat dan sudah terbentuk di dalam masyarakat, khususnya kelompok pedagang. Kenyataannya hubungan kekerabatan bukan hanya sekedar *passion*—perasaan yang kuat—melainkan rasionalitas dengan membayar tenaga anggota keluarga yang dikeluarkan dalam membantu usaha pedagang makanan matang di lokasi penelitian, seperti yang dipaparkan oleh Barbara bahwa “... *trust does not need to be based only on familiarity or passion. It can rely on rational expectations, as our trust in money illustrate*”.²¹

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Ike, 4 Februari 2008

¹⁹ Wawancara dengan Ibu Irna, 3 Februari 2008

²⁰ Wawancara dengan Ibu Tika, 6 Februari 2008

²¹ *Op.Cit.*, Barbara, hlm. 20

Meskipun banyak perdebatan tentang peran keluarga sebagai hubungan kekerabatan yang bisa menimbulkan *trust* seperti Fukuyama menjelaskan bahwa masyarakat familistik yang *low-trust*—*trust* rendah—seperti Cina, Itali, Perancis dan Korea Selatan karena perusahaan yang berbasis keluarga akan menyulitkan mereka untuk merambah pasar-pasar baru yang lebih besar dan luar atau menerima keuntungan yang lebih besar, adanya anggapan bahwa keluarga besar akan mempunyai jumlah anggota keluarga yang banyak pula sehingga berapa jumlah yang harus dibayar untuk memberi makan disamping itu Fukuyama juga memaparkan bahwa negara Jepang dan Amerika adalah contoh negara *high trust*—*trust* tinggi—dimana bisnis bukan berdasarkan kekerabatan dan Fukuyama juga, akan tetapi Fukuyama juga mengakui bahwa Amerika mengalami krisis kepercayaan karena orientasi individualistiknya.²²

Sebenarnya tidak ada maksud dari peneliti untuk membandingkan tulisan Fukuyama dengan penelitian ini, lagipula akan terlalu naif karena sebagaimana diketahui bahwa tulisan Fukuyama terlalu makro cakupannya bila dibandingkan dengan penelitian ini. Peneliti hanya ingin menjelaskan bahwa sejarah dan budaya menjadi perbedaan sendiri apalagi itu semua tidak dapat dipisahkan dari perekonomian karena modal sosial menjadi kompleks karena menyangkut persoalan kultural. Sementara itu Barbara juga menjelaskan bahwa keluarga tidak selalu secara otomatis diasumsikan sebagai bentuk solidaritas akan tetapi keluarga adalah tempat kebahagiaan, *trust* dan semacamnya. Berikut kutipannya.

²² *Op.Cit.*, Fukuyama, hlm. 33- 44

*“Today we cannot automatically assume that the family is always a realm of solidarity as opposed to the anxiety that is in the profesional realm. But it also must be acknowledged that, despite all the difficulties faced today’s family, people still value their families and see them as a place of love, trust and happiness. None the less, people’s ability to operate within less traditional forms of famili relationship varies. In order to support people’s effort to construct and sustain rewarding familiy relations there is a need for policy which would facilitate and sustain trust in the family”.*²³

Adapun *trust* yang dibentuk berawal dari norma-norma yang saling menguntungkan dan bermanfaat bagi kedua belah pihak (*mutual benefit*).²⁴ Tindakan-tindakan sosial tidak hanya untuk kepentingan individu semata akan tetapi juga bagi kepentingan bersama sehingga menghasilkan kerjasama yang mendatangkan manfaat.²⁵

Demikian juga, tindakan yang dilakukan oleh pedagang mencerminkan norma informal berlanjut kepada timbulnya *trust* diantara pedagang dan pihak-pihak yang berinteraksi dengan pedagang sehingga adanya nilai-nilai yang dibangun bersama (sosiabilitas). Norma dan nilai yang dibangun bukan dalam waktu singkat dan selesai dalam waktu yang relatif singkat pula karena norma dan nilai-nilai bersama harus dipelihara oleh kelompok selama mereka sedemikian rupa sehingga bisa digunakan dan bermanfaat pada masa yang akan datang. Selain itu, *trust* dapat menghubungkan pemberdayaan perempuan karena *trust* memiliki aspek motivasi yang dapat mengeluarkan kekuatan yang dimiliki oleh perempuan yaitu ketika bekerja di sektor informal.

²³ *Op.Cit.*, Barbara, hlm. 176

²⁴ *Op.Cit.*, Zulkifli Al-Humami, hlm. 20

²⁵ *Op.Cit.*, Laura, hlm 32

Adapun tabel di bawah ini akan menjelaskan secara ringkas atas beberapa uraian terkait dengan sejauhmana hubungan *trust* dengan pemberdayaan perempuan di sektor informal. Serta alasan-lasan mengapa variabel tingkat *trust* berhubungan terhadap variabel kekuatan pemberdayaan perempuan.

Tabel 4.2
Peran *Trust* dalam Pemberdayaan Perempuan di Sektor Informal

Analisis Variabel penelitian	<i>Trust</i> → Pemberdayaan Perempuan (Berhubungan)
Keterikatan terhadap aturan informal	▪ Sosiabilitas (nilai-nilai bersama) yang dibangun di dalam kelompok pedagang serta pihak-pihak yang berinteraksi dengan pedagang.
Implikasi <i>trust</i>	▪ Motivasi ▪ Ekspetasi ▪ Hasrat yang kuat
Luas jaringan personal pedagang	▪ Terjadinya piutang di dalam kelompok pedagang
Kekuatan pemberdayaan perempuan	▪ Motivasi untuk mendapatkan sumber penghasilan, berinteraksi dengan lingkungannya, motivasi menumbuhkan rasa percaya diri sehingga mampu hidup mandiri. ▪ Sehingga <i>trust</i> dapat berhubungan terhadap pemberdayaan perempuan di sektor informal

Hubungan *trust* dengan pemberdayaan perempuan dimulai dari nilai-nilai yang dibangun (sosiabilitas) di dalam kelompok pedagang dan pihak-pihak yang berinteraksi dengan pedagang (sesama pedagang, kerabat, aparat keamanan, pelanggan, pemasok), kemudian ada kesepakatan bersama diantara mereka sehingga terciptalah perilaku piutang di dalam kelompok pedagang. Meskipun kekuatan hubungan variabel tingkat *trust* dengan kekuatan pemberdayaan lemah karena hanya terjadi diantara hubungan keluarga dengan sesama pedagang akan tetapi hubungan *trust* terhadap pemberdayaan perempuan sangat signifikan karena *trust* menimbulkan motivasi, ekspetasi serta hasrat yang kuat bagi perempuan agar dapat hidup mandiri

yakni melalui kegiatan berdagangnya. Dengan demikian bentuk *trust* pada penelitian ini adalah motivasi, ekspektasi dan hasrat yang kuat.

4.3 Jaringan Personal Perempuan Pedagang

Pola hubungan-hubungan yang dibangun oleh pedagang berdasarkan norma-norma informal nantinya akan menciptakan jaringan diantara pihak-pihak yang berinteraksi dengan pedagang. Secara statistik hasil survei yang dilakukan oleh peneliti diperoleh data tingkat jaringan yang dimiliki oleh pedagang makanan matang di Kelurahan Cipinang yang berada di kategori luas dengan persentase sebesar 55%.²⁶ Maka, mengartikan bahwa jaringan yang dibangun oleh kelompok pedagang bisa dikatakan luas karena pedagang membangun jaringan kepada pihak-pihak yang berinteraksi kepadanya seperti diketahui pada uraian sebelumnya bahwa pihak-pihak yang melakukan interaksi dengan pedagang adalah pelanggan, pemasok bahan-bahan mentah, anggota keluarga dan aparat keamanan bila berdagang di lokasi pasar sedangkan preman bila berdagang di lokasi pinggir jalan raya.

Jaringan terbentuk tidak dengan sendirinya melainkan ada proses terlebih dahulu yang harus dilalui yakni membangun hubungan berdasarkan norma karena keberhasilan modal sosial tidak hanya dilihat dari aspek jaringan saja melainkan aspek kognitif juga turut disertakan. Seperti yang dikemukakan oleh Krishna, “*While cognitive elements predispose people toward mutually beneficial collective action, structural elements of social capital facilitate such action.*”²⁷

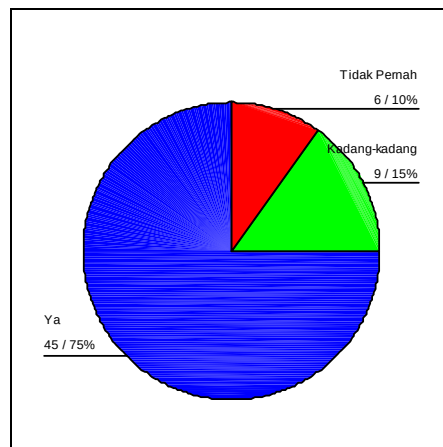
²⁶ *Op.Cit.*, Bab III, hlm 65

²⁷ *Ibid*

Pada dasarnya norma dan jaringan tidak dapat dipisahkan karena merupakan keduanya saling berkaitan meskipun memiliki sifat dimensi yang berbeda. Begitu pun jaringan yang berkembang di kelompok pedagang diawali dengan norma-norma informal yang berfungsi sebagai aturan yang harus dipatuhi bersama agar tercapainya suatu kerjasama di dalam komunitas tersebut.

Untuk melihat terbangunnya jaringan dalam rangka meningkatkan usaha dagang yang dijalani oleh pedagang maka peneliti melihat adanya hubungan yang dibangun antara pedagang dengan pelanggan, pedagang dengan pemasok bahan-bahan mentah, sesama pedagang makanan matang dan pedagang dengan anggota keluarganya. Jika pada bahasan sebelumnya sudah didapatkan data mengenai hubungan yang tercipta antara Bu Irna dengan Mpok Uci juga Mpok Uci dengan pemasok langganannya hingga membentuk suatu jaringan, maka selanjutnya mengetahui apakah para pedagang bisa berbasa-basi dengan para pembelinya dalam rangka menarik pelanggan nantinya dan berikut hasil surveinya.

Gambar IV.7
Keramahan pedagang kepada para pembeli



Menurut data survei di atas diketahui bahwa kebanyakan para pedagang mampu bersikap ramah kepada para pembeli dibuktikan dari banyaknya responden yang menjawab pilihan ‘ya’ sebanyak 45 orang dengan persentase sebesar 75%. Hubungan diantara pedagang dengan pelanggannya juga terjalin sebagaimana yang dituturkan oleh Ibu Ike berikut ini.

“Jika tiap pagi saya buka warung dan pembelinya datang saya suka sekedar tanya-tanya kabarnya bagaimana, sehat apa enggak, sekarang lagi sibuk apa aja. Yah seputar itulah walaupun sama pelanggan yang kebetulan lewat sini aja tapi gak beli saya juga suka negor kok kayak mau kemana, dah lama gak keliatan kemana aja, mampir dulu. Namanya juga pedagang yah mesti ramah ama pembeli.”²⁸

Ternyata kepandaian berbicara juga dibutuhkan oleh pedagang agar calon pembeli tertarik dengan apa yang ditawarkan. Selain hubungan antara pedagang dan pelanggan selanjutnya adalah penuturan oleh Ibu Tika dan Ibu Irna mengenai hubungan yang tercipta diantara pedagang dengan anggota keluarganya.

“Di warung saya gak sendiri saya juga dibantu ama sodara keponakan suami saya. Jadi gak terlalu berat juga sih Neng karena ada yang ngebantuin.”²⁹

“Terus terang saya gak sanggup kalau mengerjakan semuanya sendiri selain ada orang yang bantuin saya juga ada keluarga yang ngebantuin disini, adik saya. Dia juga suka bantuin saya di sini daripada diem aja di rumah.”³⁰

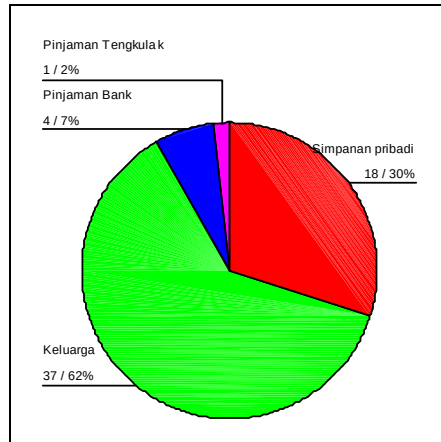
Selain anggota keluarga juga dapat mendukung kegiatan berdagang pedagang. Perihal ini dapat dibuktikan melalui data kuantitatif berdasarkan hasil survei bahwa para pedagang lebih banyak mendapatkan bantuan modal berasal dari orang-orang terdekatnya atau keluarga. Berikut perolehan hasilnya.

²⁸ Wawancara dengan Ibu Ike, 4 Februari 2008

²⁹ Wawancara dengan Ibu Tika, 6 Februari 2008

³⁰ Wawancara dengan Ibu Irna, 3 Februari 2008

Gambar IV.8
Asupan modal



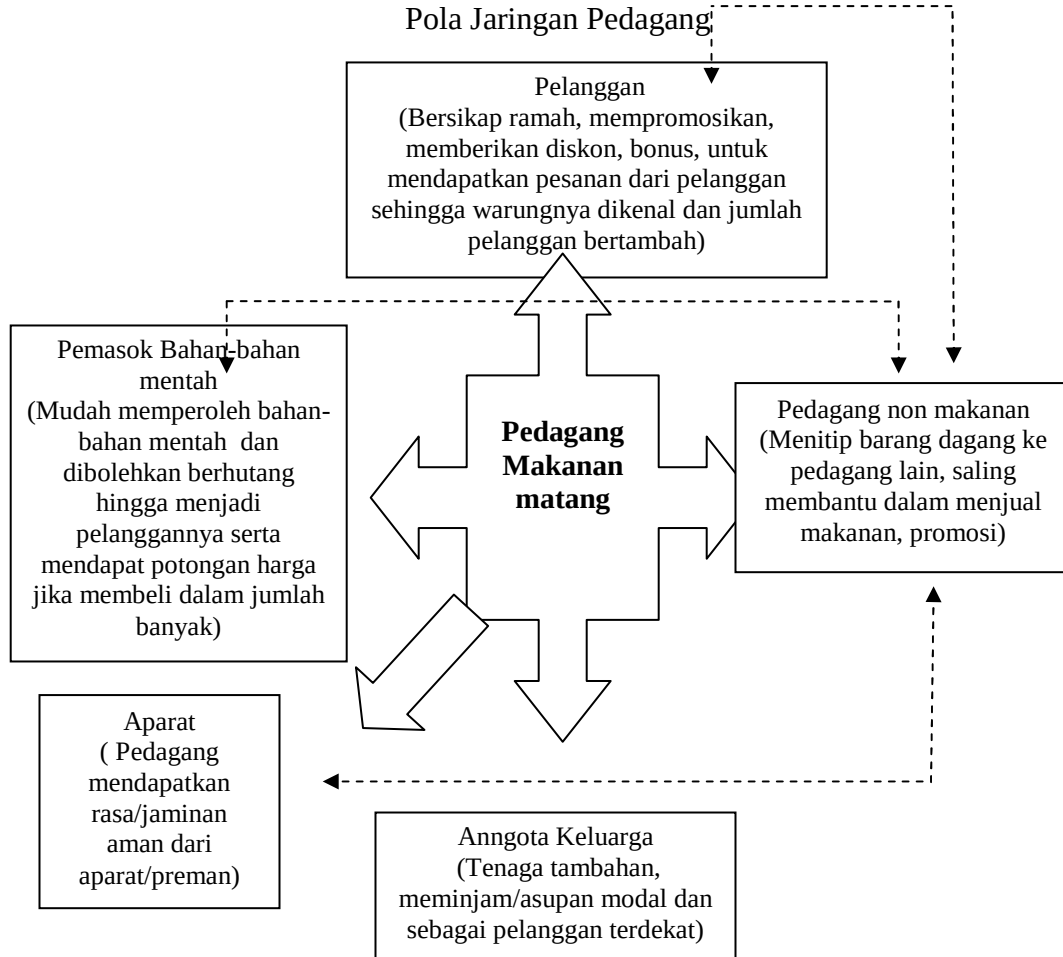
Merujuk gambar di atas diketahui bahwa para pedagang ternyata paling banyak mendapatkan asupan modal dari keluarganya, responden yang menjawab keluarga sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar 62%. Peran keluarga dalam usaha yang dilakukan oleh pedagang juga dirasakan oleh Ibu Tika seperti pengakuannya berikut ini.

“Kalau modal awal-awal saya pinjem sama keluarga kebetulan paman saya punya usaha bengkel alhamdulillah rame bengkelnya. Begitu saya kasih tau kalo saya pengen buka usaha dagang makanan paman mau bantuin modalnya lagian masih keluarga jadi dia percayalah istilahnya sama saya. Gak hanya itu aja kadang juga paman mesen makanannya kesini buat anak buahnya buat makan sianglah katanya.”³¹

Pola jaringan pedagang dapat bersifat dua tipologi yakni terikat (*bonding*) dan menjembatani (*bridging*). Untuk tipologi menjembatani digambarkan dengan garis putus-putus. Sedangkan, tipologi terikat digambarkan dengan garis sambung/tidak putus-putus dan di bawah ini adalah gambar polanya.

³¹ Wawancara dengan Ibu Tika, 6 Februari 2008

Gambar IV.9
Pola Jaringan Pedagang



Melalui gambar dapat diketahui bahwa hubungan pedagang dengan pihak-pihak yang melakukan interaksi dengan pedagang makanan matang secara tidak langsung diantara mereka telah membangun jaringan atau secara *bonding*/terikat. Hubungan pedagang dengan pelanggan jaringan berperan meliputi promosi dagangan, memberikan diskon, bonus dengan tujuan mendapatkan pesanan dari pelanggan sehingga warungnya dikenal dan jumlah pelanggan pun semakin bertambah. Hubungan pedagang dengan pedagang lainnya maka jaringan berperan adanya perilaku saling membantu dalam menjual makanan sehingga menimbulkan

kerjasama diantara mereka. Hubungan pedagang dengan pemasok bahan-bahan mentah maka jaringan berperan sebagai keuntungan bersama karena pedagang dengan pemasok saling bergantung satu sama lainnya dan keduanya saling membutuhkan seperti pedagang membutuhkan bahan-bahan mentah dan pemasok membutuhkan pembeli, di samping itu pedagang memiliki keuntungan mempunyai pemasok langganan karena dapat memudahkan pedagang dalam memperoleh bahan-bahan mentah bahkan berhutang hingga menjadi pelanggan tetap pemasok sehingga mendapatkan potongan harga jika membeli dalam jumlah banyak. Hubungan pedagang dengan aparat keamanan maka menciptakan jaringan yang berperan memberikan rasa aman bagi pedagang makanan matang. Sedangkan, hubungan pedagang dengan anggota keluarga atau kerabat jaringan memiliki peranannya terkait dengan tenaga tambahan, meminjam/asupan modal sekaligus sebagai pelanggan terdekat.

Selain itu, pada pola diatas juga menggambarkan hubungan yang dibentuk oleh pedagang non makanan dimana *pertama*, jenis pedagang bukan makanan juga berhubungan dengan pemasok bahan-bahan mentah. *Kedua*, pedagang bukan makanan lainnya juga berhubungan dengan aparat. *Ketiga*, pedagang bukan juga yang terpenting menciptakan hubungan dengan para pelanggannya.

Kendati demikian, data statistik membuktikan bahwa tidak ada hubungan antara jaringan dengan pemberdayaan perempuan yang berwujud dalam kegiatan perempuan berdagang dengan alasan nilai probabilitas variabel luas jaringan terhadap kekuatan pemberdayaan perempuan adalah 0,905 yang lebih besar daripada 0,05 sehingga juga tidak terdapat hubungan yang signifikan diantara kedua variabel.

Perihal ini disebabkan oleh jaringan yang terbentuk ternyata belum mampu meningkatkan pemberdayaan perempuan karena tingkat jaringan yang tinggi hanya ada di tingkat kelompok pedagang kecil saja melainkan dibutuhkan tingkatan yang lebih luas seperti institusi-institusi formal agar jaringan yang dibangun tidak sebatas hubungan horisontal tetapi juga vertikal.

Adapun tabel di bawah ini akan menjelaskan secara ringkas atas beberapa uraian terkait dengan sejauhmana hubungan jaringan dengan pemberdayaan perempuan di sektor informal. Serta alasan-lasan mengapa variabel luas jaringan tidak berhubungan terhadap variabel kekuatan pemberdayaan perempuan.

Tabel IV.3
Peran Jaringan dalam Pemberdayaan Perempuan di Sektor Informal

Analisis Variabel penelitian	Jaringan → Pemberdayaan Perempuan (Tidak berhubungan)
Keterikatan terhadap aturan informal	▪ Pola interaksi antara pedagang dengan sesama pedagang, pemasok bahan-bahan baku, kerabat, dan aparat keamanan. ▪ Keramahan adalah salah satu contoh pola interaksi yang dilakukan pedagang dengan para pembelinya.
Implikasi <i>trust</i>	▪ Kepercayaan dalam bentuk memberikan piutang dan pinjaman modal.
Luas jaringan personal pedagang	▪ Pola interaksi yang tercipta akan membentuk pola jaringan di dalam kelompok pedagang
Kekuatan pemberdayaan perempuan	▪ Pola jaringan di dalam kelompok pedagang yang terbentuk hanya sebatas jaringan personal pedagang saja sehingga belum mampu menghubungkan kekuatan pemberdayaan perempuan di sektor informal.

Jaringan terbentuk di dalam kelompok pedagang berawal dari interaksi yang dilakukan oleh para pedagang makanan matang di Kelurahan Cipinang. mereka

berinteraksi dengan sesama pedagang makanan, pemasok bahan-bahan baku, kerabat dan aparat keamanan. Setelah pola interaksi terbentuk selanjutnya menimbulkan kepercayaan diantara mereka dan salah bentuk dari kepercayaan adalah pemberian hutang oleh pedagang dengan pelanggannya, selain itu pedagang juga dapat memperoleh pinjaman modal dari orang-orang terdekatnya/keluarga. Selanjutnya pola interaksi yang terbentuk layaknya yang telah dijelaskan di atas ternyata membentuk jaringan. Pola jaringan yang terbentuk pun hanya berupa hubungan personal bukan hubungan yang profesional, sehingga luas jaringan personal pedagang belum mampu berkontribusi terhadap kekuatan pemberdayaan perempuan di sektor informal.

4.4 Kekuatan Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan Berdagang

Dinamika ekonomi yang begitu rumit dan tidak bisa ditentukan oleh dimensi waktu dan telah menjadikan manusia terus mencari cara alternatif agar dapat terus bertahan hidup, kira-kira begitulah yang dialami masyarakat perkotaan. Kebijakan-kebijakan yang ditujukan masyarakat miskin dari pemerintah sepertinya hanya bersifat temporer dan tidak bisa bertahan lama seperti Bantuan Langsung Tunai (BLT), peraturan ini akan berupa proyek instan semata dan tidak akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang.

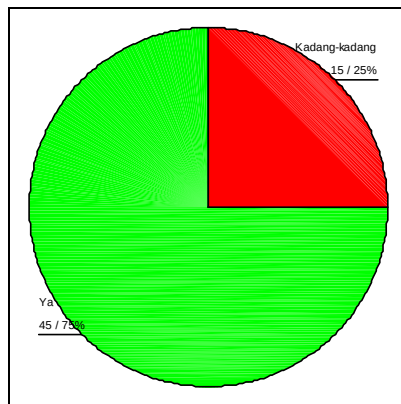
Gejala sektor informal juga termasuk kedalam cara alternatif yang dilakukan oleh masyarakat di tengah-tengah kesulitan ekonomi. Sektor ini dirasakan paling mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat kecil tidak hanya oleh laki-laki melainkan perempuan juga terlibat di dalamnya. Keterlibatan perempuan di sektor

informal sepertinya tidak dapat ditampilkan begitu saja karena perempuan bekerja di luar rumah kini bukanlah gejala yang awam lagi

Data statistik berdasarkan survei yang dilakukan peneliti membuktikan bahwa kekuatan pemberdayaan perempuan khususnya pedagang makanan matang ada di kategori kuat dengan persentase 41,7%. Potensi tersebutlah yang sekaligus menjadi kekuatan pemberdayaan bagi perempuan pedagang makanan matang di Kelurahan Cipinang.

Kekuatan pemberdayaan perempuan dapat terlihat dari sejauhmana para perempuan yang pekerjaannya berdagang dalam rangka mencari sumber-sumber keuangan. Sebagaimana gambar di bawah ini akan menggambarkan bahwa kegiatan berdagang menjadi salah satu sumber keuangan bagi perempuan.

Gambar IV.10
Berdagang menjadi salah satu sumber keuangan bagi perempuan

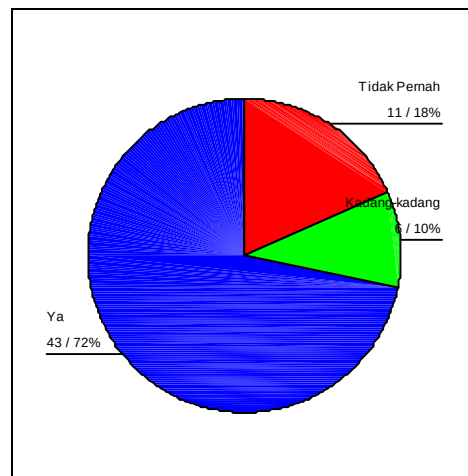


Berdasarkan hasil survei di atas membuktikan bahwa ketika peneliti menanyakan apakah kegiatan berdagang dapat menjadi salah satu sumber keuangan bagi perempuan kebanyakan dari mereka menjawab 'ya' yakni sebanyak 45 orang atau 75% -nya dari 60 jumlah responden. Maka, kekuatan pemberdayaan di sektor

informal dapat diukur dari akses perempuan dalam memperoleh sumber penghasilan yaitu kegiatan berdagang.

Selain itu, kekuatan pemberdayaan perempuan juga dapat diukur dari kemampuan perempuan dalam menentukan keputusan terkait keuntungan yang diperoleh melalui hasil berdagangnya. Ketika peneliti menanyakan apakah perempuan menentukan sendiri setiap keuntungan yang diperoleh akan digunakan untuk apa saja dan untuk lebih jelasnya berikut sajian datanya.

Gambar IV.11
Perempuan memiliki keputusannya sendiri dalam kegiatan berdagang

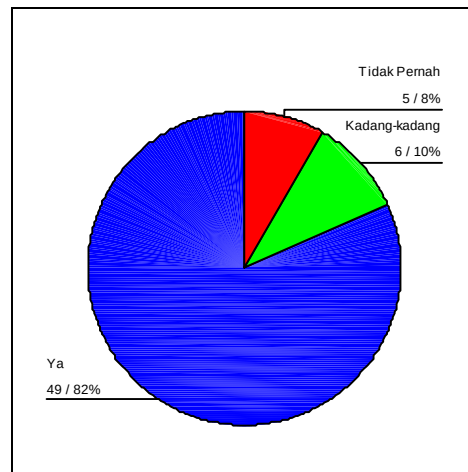


Ternyata perempuan yang bekerja sebagai pedagang di sektor informal memiliki keputusan otonomi terhadap hasil keuntungan yang diperolehnya melalui kegiatan berdagang. Perihal tersebut dibuktikan melalui data kuantitatif di atas yaitu 43 orang pedagang atau 72% responden memiliki otonominya dalam menentukan keberlanjutan dalam kegiatan berdagangnya.

Kekuatan pemberdayaan perempuan ternyata juga dapat diukur dari kepercayaan diri perempuan setelah mereka terlibat dalam kegiatan ekonomi.

Sebagaimana gambar di bawah ini akan menggambarkan bahwa rasa kepercayaan diri perempuan mulai bertambah sejak mereka melakukan kegiatan berdagang. untu lebih jelasnya sebagai berikut hasil perolehan surveinya.

Gambar IV.12
Kepercayaan diri perempuan bertambah sejak terlibat dalam kegiatan berdagang



Ketika peneliti menanyakan apakah kepercayaan diri perempuan bertambah sejak terlibat dalam kegiatan berdagang dan kebanyakan dari mereka menjawab ‘ya’ sebanyak 49 orang atau 82% -nya dari 60 jumlah responden. Sehingga kegiatan berdagang dapat memupuk rasa kepercayaan diri pedagang, khususnya di lokasi Kelurahan Cipinang.

Fakta ini ternyata tidak terlepas dari peran modal sosial di dalamnya terutama *trust* karena *trust* membentuk motivasi untuk bertindak positif. Motivasi untuk mencari sumber keuangan, motivasi menentukan keputusan terkait dalam hal berdagang serta motivasi memupuk rasa kepercayaan diri melalui kegiatan berdagang. Dengan demikian potensi inilah yang dinamakan oleh Friedmann sebagai

kekuatan pemberdayaan yang meliputi kekuatan sosial, kekuatan psikologi, dan kekuatan politik,³² sedangkan menurut Shardlow³³ pemberdayaan masyarakat adalah unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan, dan dalam pengertian yang dinamis, mengembangkan diri dan mencapai kemajuan.

Adapun data statistik terkait dengan peran *trust* dalam menghubungkan pemberdayaan perempuan dimana perolehan nilai probabilitas variabel tingkat *trust* terhadap kekuatan pemberdayaan perempuan adalah 0,013 yang lebih kecil dari 0,05 dengan ketentuan jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan bahwa adanya hubungan asimetris diantara kedua variabel. Sedangkan norma informal dan jaringan yang dibangun oleh pedagang ternyata belumlah cukup menghubungkan pemberdayaan perempuan karena membutuhkan sentuhan-sentuhan struktural didalamnya. Akhirnya peran *trust* dapat dijangkau oleh mereka yang bergerak di sektor informal.

³² *Op.Cit.*, A. M. W. Pranarka & Vidhyankadika Moeljarto, hlm. 61

³³ *Ibid.*, Dewantari Raphaella