

Modal Sosial dan Kesuksesan Pedagang Intan Kota Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan

Yusuf Hidayat
Program Studi Pendidikan Sosiologi Antropologi, FKIP,
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

yu_hid@yahoo.co.id

Abstract

This paper is the result of research focused on the study of the importance of social capital in diamonds trading as a rare commodity in Martapura City. This research has been done in Martapura city with qualitative research method and has been interviewed as many as 5 people as informant. This study found that the form of social capital in trading diamonds was trust and social network, reciprocity in a joint venture formed by diamond traders and subscription relationships formed in the sale and purchase of diamonds. Social capital has an important meaning in the success of diamond trading because with the social capital of traders it can muster the power to acquire and market diamonds as a rare and speculative commodity.

Keywords: *diamonds trading, social capital, trust, reciprocity*

Abstrak

Tulisan ini merupakan hasil penelitian yang difokuskan pada kajian tentang arti penting modal sosial dalam perdagangan intan sebagai komoditas yang langka di Kota Martapura. Penelitian ini dilakukan di kota Martapura dengan metode penelitian kualitatif dan telah diwawancarai sebanyak 5 orang sebagai informan. Penelitian ini menemukan bahwa bentuk modal sosial dalam perdagangan intan adalah kepercayaan dan jaringan sosial, resiprositas dalam perkongsian yang dibentuk oleh para pedagang intan serta hubungan langganan yang terbentuk dalam transaksi jual beli intan. Modal sosial mempunyai arti penting dalam kesuksesan dalam berdagang intan karena dengan modal sosial para pedagang dapat menghimpun kekuatan untuk mendapatkan dan memasarkan intan sebagai komoditas yang langka dan penuh dengan spekulatif.

Kata Kunci: *perdagangan intan, modal sosial, kepercayaan, resiprositas*

Pendahuluan

Komoditas intan merupakan komoditas yang mahal karena komoditas ini langka dan sarat dengan makna simbolik di mana intan dianggap sebagai simbol cinta dan simbol keamanan. Terbatasnya komoditas ini menjadikan perdagangan intan merupakan perdagangan yang dinamis dengan pola persaingan antar pedagang yang sangat kental. Tingginya tingkat persaingan dalam perdagangan intan menjadikan para pedagang intan tergabung dalam beberapa kelompok pedagang yang eksklusif dan saling bekerjasama. Mereka saling bahu membahu untuk mendapatkan dan memasarkan intan dari mulai pendulangan intan sampai ke tangan kolektor intan.

Di Indonesia, perdagangan intan merupakan perdagangan yang terbatas dan dilakukan oleh pedagang yang terlibat dalam sebuah jaringan yang bersifat eksklusif dan beroperasi dari level bawah di pasar-pasar intan di pasar-pasar intan tradisional sampai ke pasar internasional. Eksklusifitas jaringan ini semakin mengukuhkan nilai intan sebagai sebuah komoditas yang langka dan bernilai tinggi. Jaringan pedagang intan di Indonesia menyebar di kota-kota besar seperti di Jakarta, Bandung, Yogya, Solo, Surabaya serta di kota-kota penghasil intan di Indonesia yaitu Martapura, Barito Selatan dan Pontianak.

Salah satu kota tempat perdagangan intan adalah kota Martapura yang merupakan salah satu kota di Kalimantan Selatan yang dikenal sebagai kota intan. Sebagai daerah penghasil intan yang telah berlangsung lama, sejak sebelum zaman Hindia Belanda (Daud, 1997) pasar Martapura ramai oleh toko-toko permata. Pada pertengahan tahun 1990-an bersamaan dengan dibangunnya taman kota, didirikan juga sebuah kompleks

pertokoan permata "Cahaya Bumi Selamat" untuk melengkapi pertokoan permata sebelumnya yang telah ada di pasar Martapura. Di pasar inilah perdagangan intan maupun berlian berlangsung. Berlian yang sudah berbentuk asesoris perhiasan dijual bersama-sama dengan asesoris lain di toko-toko di kompleks pertokoan barang mulia, sedangkan intan yang masih mentah dan yang sudah digosok namun dalam bentuk biji permata dijual di taman di depan pasar Martapura. Di pasar inilah para pembeli intan dari berbagai daerah penghasil intan bertransaksi. Para pedagang yang terlibat di dalam perdagangan intan berasal dari daerah-daerah pendulangan intan di Kabupaten Banjar seperti dari daerah Pengaron, Karang Intan, Astambul (Benua Hanyar), Mataraman, Simpang Empat dan Sungai Pinang serta dari Kecamatan Cempaka, Kota Banjarbaru.

Perdagangan intan di Martapura tidak hanya melibatkan para pedagang lokal, tetapi juga melibatkan pedagang dari Jakarta, Bandung dan bahkan dari luar negeri seperti dari India, Belgia, Korea dan lain-lain. Para pedagang yang terlibat di dalam perdagangan intan di Martapura terhimpun di dalam kelompok-kelompok pedagang yang berlapis-lapis dari kelompok pengepul yang paling bawah sampai pada kelompok *Boss* dan *Big Boss*. Mereka berdagang dengan transaksi yang sangat sederhana tanpa ada pembukuan yang jelas dan bertransaksi atas dasar kejujuran dan kepercayaan.

Kelompok pedagang ini beroperasi dengan sangat eksklusif dan bertransaksi dengan orang-orang yang sudah mereka kenal. Para pedagang intan dari tingkatan pengepul sampai ke tingkatan *boss* dan *big boss* semuanya berjalan berdasarkan jalurnya masing-masing. Pedagang yang berada di bawah merupakan *bubuhan*

(kelompok) dari pedagang di atasnya. Para pedagang intan yang di bawah menjadi pemasok bagi pedagang yang di atasnya.

Oleh karena itu, kesuksesan pedagang intan dalam berdagang intan tidak hanya mengandalkan pada kepemilikan sejumlah modal ekonomis semata tetapi juga didukung oleh penguasaan mereka terhadap jaringan sosial serta hubungan-hubungan kerjasama antar pedagang intan yang dalam istilah ilmu sosial dikenal sebagai modal sosial (Burt, 1992; Fukuyama, 1995; Cox, 1995; Coleman, 1999). Modal sosial bisa didefinisikan secara variatif namun pada dasarnya mereka mendefinisikan modal sosial sebagai kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama, demi mencapai tujuan-tujuan bersama, di dalam berbagai kelompok dan organisasi.

Kajian-kajian tentang modal sosial telah banyak dilakukan oleh ilmu sosial dan menjadikannya sebagai factor penting dalam kesuksesan seseorang dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Di Indonesia beberapa kajian tentang modal sosial dan perdagangan telah dilakukan oleh beberapa peneliti di antaranya adalah kajian yang dilakukan oleh Handoyo (2013) yang meneliti tentang kontribusi modal sosial terhadap peningkatan kesejahteraan pedagang kaki lima. Ada kontribusi yang sifatnya tidak langsung dari modal sosial terhadap kesejahteraan para PKL. Modal sosial memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima yaitu 'trust' di antara sesama pedagang PKL sehingga mereka dapat bekerja dengan aman, nyaman dan tenteram dalam melakukan aktivitas ekonomi tanpa adanya kekhawatiran akan rongrongan dari sesama pedagang PKL sehingga mereka dapat mencukupi kebutuhan keluarga mereka. Selain itu, modal sosial juga berkontribusi terhadap pengendalian sosial melalui kegiatan rutin arisan. Kegiatan ini telah

menciptakan keadaan yang menyejukkan hati bagi para pedagang karena terbangun suasana kebersamaan.

Kajian lain yang mengkaji tentang perdagangan dan modal sosial adalah kajian yang dilakukan oleh Purwanto (2013) tentang modal budaya dan modal sosial dalam industri kerajinan keramik di Kasongan, Yogyakarta. Dalam penelitiannya, Purwanto menemukan bahwa modal sosial dalam klaster memiliki peran yang besar dalam memfasilitasi proses transaksi di antara para pengusaha, membantu para pengusaha untuk menguasai modal ekonomi dan memungkinkan institusi yang ada bekerja dengan baik dalam memberikan layanan kepada para pengusaha. Pengusaha yang dominan dengan modal simboliknya - modal ekonomi, budaya, dan sosial yang diakui sah - mendominasi klaster industri kerajinan keramik dan mempertahankan posisinya dengan menguasai koperasi; berusaha membuat aturan kepemilikan dan penggunaan desain keramik serta bekerja sama dengan pemerintah dalam memajukan klaster industri kerajinan keramik secara keseluruhan.

Kajian tentang modal sosial dalam perdagangan intan ini berupaya untuk menunjukkan bahwa penguasaan pasar intan sebagai komoditas yang langka dan sarat dengan simbol di dalamnya sangat diperlukan kepemilikan modal sosial di samping modal ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengkaji tentang bentuk-bentuk modal sosial apa saja yang ada dalam perdagangan intan dan bagaimana modal sosial ini bekerja untuk kesuksesan dalam berdagang intan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pola

hubungan sosial antar pedagang intan di dalam perdagangan intan. Dengan metode ini, peneliti mempelajari benda-benda di dalam konteks alaminya, yang berupaya untuk memahami atau menafsirkan fenomena dilihat dari sisi makna yang dilekatkan manusia (peneliti) kepadanya (Denzin dan Lincoln, 2009: 2). Fenomena yang dikaji oleh metode kualitatif ini diarahkan pada pemeriksaan terperinci terhadap persoalan yang muncul secara alamiah dalam kehidupan sosial (Neuman, 2013: 189). Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji tentang pola hubungan sosial antar pedagang intan secara terperinci dan mendalam sehingga dapat diperoleh pemahaman yang mendalam tentang pola hubungan sosial tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Martapura, ibu kota Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Alasan kota ini dijadikan sebagai lokasi penelitian karena beberapa hal berikut: *Pertama*, kota ini merupakan salah satu pusat perdagangan intan di Indonesia. *Kedua*, Kota Martapura merupakan kota Kabupaten Banjar yang wilayahnya banyak menghasilkan barang tambang intan. *Ketiga*, Kota Martapura merupakan kota tujuan para pedagang intan nasional dan internasional.

Subyek penelitian ini adalah para pedagang yang tergabung dalam komunitas pedagang intan Martapura. Sumber informasi utama dalam penelitian ini adalah para pedagang intan sesuai dengan kapasitasnya. Informan sebagai sumber informasi yang terpilih dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu informan yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu dengan sifat-sifat yang bisa diketahui sebelumnya. Berdasarkan teknik tersebut penelitian ini menentukan 5 orang pedagang sebagai informan penelitian.

Jumlah informan tersebut ditentukan berdasarkan ketercukupan data, di mana pada jumlah ini data penelitian sudah mulai jenuh. Lima informan tersebut terdiri dari seorang pedagang besar, 2 orang pedagang menengah, 2 orang pedagang kecil.

Data penelitian diperoleh dengan tiga cara yaitu: *Pertama*, observasi dengan melihat secara langsung kegiatan transaksi jual beli para pedagang intan, cara tegur sapa di antara para pedagang, ciri-ciri fisik para pedagang serta berbagai perilaku lain yang terkait dengan kegiatan perdagangan intan di pasar intan di Kota Martapura. *Kedua*, wawancara secara mendalam (*indepth interview*) dengan menggunakan wawancara tak terstruktur terhadap informan yang telah terpilih. Wawancara dengan model ini akan memberi ruang yang lebih luas kepada informan untuk mengungkapkan apa yang mereka pikirkan (Fontana dan Fray, 2009, 507). Dengan model ini penulis lebih dapat menggali apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh informan sehingga peneliti lebih dapat mengungkap informasi dari sudut pandang informan serta mendapatkan informasi yang mendalam dari informan. Wawancara ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Oktober tahun 2016. Masing-masing informan diwawancarai secara variatif dalam durasi waktu antara 1-2 jam sesuai dengan ketercukupan data dan dibantu tape recorder sebagai alat perekam. *Ketiga*, catatan harian merupakan salah satu sumber data yang penting di dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Catatan harian ini merupakan catatan lapangan peneliti yang merekam apa yang peneliti, dengar, lihat alami dan pikirkan di dalam proses pengumpulan data. Catatan ini memudahkan peneliti untuk menyerap proses koleksi data dan dapat merefleksikan apa yang terjadi. Dari proses pencatatan tadi diperoleh dua

catatan, catatan deskriptif yang menyajikan rinci kejadian dan bukan hanya sebuah ringkasan dan catatan *reflektif* yang mengetengahkan kerangka pikiran, ide, dan perhatian dari peneliti.

Data yang di dapat dari lapangan berupa rekaman wawancara kemudian ditranskrip. Transkrip wawancara kemudian diberi catatan-catatan pinggir berupa tema yang dikaji, urutan kejadian serta penjelasan secara konseptual atas ungkapan-ungkapan yang ditulis untuk memudahkan analisis. Transkrip wawancara dari beberapa informan kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang sudah terklasifikasikan kemudian dinarasikan sehingga dapat menggambarkan fenomena sesuai dengan data yang diperoleh dari lapangan dan menghasilkan berbagai temuan-temuan penelitian. Temuan penelitian ini kemudian didiskusikan dengan teori-teori sebelumnya yang terkait dengan tema penelitian.

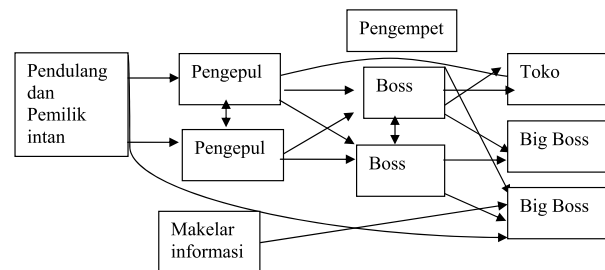
Temuan Penelitian

Modal sosial mempunyai arti penting dalam perdagangan intan karena dengan kepemilikan modal sosial, para pedagang dalam melakukan hubungan yang intensif dan dapat mengembangkan usaha dagang mereka jangkauan yang semakin luas. Ada beberapa bentuk modal sosial dalam perdagangan intan yaitu: jaringan sosial pedagang dan kepercayaan, resiprositas dalam perkongsian serta langganan.

Jaringan Sosial Pedagang

Jaringan sosial didefinisikan Powel dan Smith Door (1994) sebagai satu set hubungan atau ikatan di antara para aktor (baik individual maupun organisasi). Ikatan antara aktor memiliki baik isi (bentuk hubungan) dan bentuk

(kekuatan hubungan). Isi dari ikatan terdiri dari informasi, kesetiakawanan, berbagi keanggotaan kebangsawanan serta berbagai bentuk hubungan sosial dapat dikategorikan sebagai ikatan sosial. Jadi organisasi terlekat di dalam jaringan yang tumpang tindih – sumber jaringan pertukaran, jaringan informasi. Jaringan sosial di dalam perdagangan intan terbentuk dari serangkaian interaksi yang dibangun oleh para pedagang intan yang melibatkan beberapa level pedagang intan dalam saluran distribusi barang intan dari mulai pengepul sampai kepada boss besar. Seorang pedagang intan menjaga hubungan baik dengan para pedagang besar (Big Boss) begitu juga sebaliknya para pedagang kecil akan menjaga hubungan baik dengan pedagang yang di atasnya. Gambaran jalur pedagang intan dapat dilihat dari bagan berikut:



Gambar 1. Arus Barang Intan di Martapura

Dari gambar di atas dapat dilihat bagaimana arus barang dalam perdagangan intan di Martapura. Intan yang ditemukan para pendulang akan dijual kepada pengepul dan dari pengepul intan akan dijual pada boss (Pedagang Menengah) yang selanjutnya akan mereka jual kepada para Boss besar (pedagang besar). Masing-masing pedagang akan membangun sebuah jaringan sosial yang kokoh untuk menjaga eksistensi mereka dengan membangun relasi sosial yang intensif dari level pedagang besar sampai dengan pengepul dan membangun sebuah

kelompok pedagang intan.

Kelompok pedagang ini beroperasi dengan sangat eksklusif dan bertransaksi dengan orang-orang yang sudah mereka kenal. Model ini berfungsi untuk menjaga pasar intan agar senantiasa dicitrakan sebagai barang yang langka dan sangat berharga di mana tidak semua orang dapat masuk di dalam jaringan ini. Kepercayaan merupakan hal yang mendasar di dalam menjalin sebuah komunikasi dan sebuah hubungan. Dengan adanya kepercayaan, para pedagang intan dapat berinteraksi dengan intan tanpa ada kekhawatiran akan dicerderai dan dibohongi oleh kawan.

Organisasi perdagangan intan berjenjang dari pedagang level bawah di lokasi-lokasi pendulangan sampai ke level atas yang merupakan agen perdagangan intan internasional. Pedagang intan dari tingkatan pengepul sampai ke tingkatan boss dan big boss semuanya berjalan berdasarkan jalurnya masing-masing. Pedagang yang berada di bawah merupakan *bubuhan* (kelompok) dari pedagang di atasnya. Para pedagang intan yang di bawah menjadi pemasok bagi pedagang yang di atasnya sehingga terbangun hubungan sosial yang kokoh di antara para pedagang. Hubungan sosial yang intensif yang dilakukan para pedagang intan pada akhirnya akan membentuk sebuah jaringan sosial pedagang intan. Jaringan sosial ini terbangun berdasarkan landasan kepercayaan di antara para pedagang intan. Kepercayaan ini tumbuh dan berkembang di antara para pedagang intan dalam proses yang panjang dengan melalui serangkaian ujian kepercayaan.

Resiprositas Dalam "Perkongsi"

Salah satu upaya dalam mengembangkan usaha dagang intan adalah "join" atau berkongsi yang dilakukan oleh beberapa pedagang intan untuk mendapatkan intan.

Mereka yang berkongsi saling memberikan andil bagi berjalannya sebuah perkongsi di mana semua para pihak yang terlibat dalam perkongsi saling bekerjasama untuk mewujudkan kepentingan bersama mereka dalam pengembangan usaha berdagang intan.

Ada dua macam kongsi di dalam perdagangan intan yaitu kongsi yang tetap dan kongsi yang cair. *Pertama*, Kongsi tetap dilaksanakan ketika beberapa anggota kelompok menjalin perkongsi jangka panjang untuk jangka waktu yang lama yang diarahkan untuk memudahkan di dalam mendapatkan intan yang bernilai tinggi. Mereka berkongsi karena ada hubungan resiprositas karena sama-sama memerlukan di mana pedagang besar memerlukan informasi tentang keberadaan intan dan pedagang kecil yang memerlukan dukungan keuangan untuk mendapatkan intan.

Intan yang dihasilkan oleh para pendulang akan menjadi rebutan para pedagang intan bergantung dari ukuran intan. Berdasarkan ukurannya arus barang intan dapat diklasifikasikan pada intan-intan kecil, intan sedang dan intan besar. Intan ukuran kecil biasanya kurang dari sekrat dari pendulang langsung dibeli oleh para pengepul di tempat pendulangan. Para pengepul berlomba-lomba untuk mendapatkan intan di pendulangan, biasanya Intan kecil-kecil biasanya dibeli oleh para pengepul langsung di tempat pendulangan. Pengepul kemudian menjualnya ke boss yang memiliki modal lebih besar, dari boss intan kemudian dijual ke boss besar atau dijual ke pemilik toko-toko yang ada di CBS (Cahaya Bumi Selamat) sentra penjualan intan dan perhiasan yang ada di kota Martapura.

Berbeda dengan intan yang kecil-kecil, intan yang ukuran sedang (sekrat - 5 krat atau nominal kisaran sampai 100 juta)

dan besar (biasanya di atas 5 krat atau di atas 100 juta) persaingan para pedagang intan untuk mendapatkan intan menjadi semakin sengit. Persaingan yang terjadi antara bos-bos yang bermodal banyak untuk memenangkan persaingan, bos-bos besar intan akan menggunakan jasa anak buahnya (pedagang yang lebih kecil yang menjadi penopang keberlangsungan bisnisnya) untuk mencari informasi dan mempengaruhi pemilik intan agar menjual intan kepadanya.

Sebagaimana pengakuan H. Ifat salah satu bos intan di Martapura dan merupakan seorang penaksir intan yang paling disegani di kota Martapura karena hitungannya hampir selalu tepat. Ia menjadi pembeli intan kecil-kecil sampai intan berukuran sedang dari pendulangan intan untuk digosok sendiri dan dijual ke pasar intan ia hanya mampu membeli intan dengan nominal di bawah seratus juta. Ketika ditemukan intan yang besar yang harganya ratusan juta bahkan sampai milyaran, H. Ifat menjadi bagian dari jaringan H. Izai, penguasa perekonomian di Benuang, Kabupaten Tapin. H. Ifat menjadi juru taksir sekaligus juga sebagai bawahannya untuk mendapatkan intan-intan yang besar. Ia menjadi aktor utama di dalam pemburuan intan untuk kepentingan boss besarnya. Sebagai imbalannya, dia mendapatkan hadiah berupa tanah dan lokasi pendulangan serta sejumlah uang dari Big Bos.

Ketika ditemukan intan ukuran besar di pendulangan-pendulangan intan di Cempaka, Pengaron dan beberapa wilayah pendulangan lain yang ada di Kabupaten Banjar, maka untuk mendapatkan intan, para pedagang besar harus mendapatkan informasi yang cukup. Informasi yang cukup dan akurat ini tentunya merupakan jaminan bagi mereka untuk mendapatkan intan dengan kualitas dan kuantitas terbaik.

Untuk mendapatkan intan ini, pedagang besar (Big boss) pasti menggunakan jasa orang lain yaitu pedagang yang berada di bawahnya. Begitu juga ketika ada "tamu" dari kota lain bahkan dari luar negeri, jaringan pedagang yang ada di Jakarta akan memberikan informasi perihal kedatangan tamu tersebut kepada rekanan pedagang mereka yang ada di Martapura.

Gejala perebutan "tamu" menjadi persaingan yang keras di kalangan para pedagang intan di kota Martapura. Mereka saling berebut "tamu" untuk menjual intan yang mereka miliki. Bahkan tidak jarang mereka saling menculik tamu dan diarahkan pada boss mereka agar tamu tersebut membeli kepada boss mereka. Pengelolaan informasi tentang kehadiran tamu-tamu ini dijalankan oleh jaringan pedagang intan. Siapa yang mendapatkan informasi yang cukup tentangnya tentu ia yang akan menjadi pemenangnya.

Kedua, kongsi yang sifatnya cair yaitu kongsi yang dilakukan oleh para pedagang intan ketika mendapati adanya intan yang mahal yang tidak mungkin sendiri akhirnya mereka mengajak kawan mereka untuk menjadi anggota kongsi. Mereka bekerjasama karena sama-sama saling menguntungkan yaitu pemenuhan modal yang tidak mungkin mereka dapatkan ketika mereka membeli intan sendiri karena keterbatasan dana yang mereka miliki. Mereka akan melakukan kongsi dalam pembelian intan dengan pembagian modal sesuai dengan kesepakatan sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Ishak, sekretaris paguyuban pedagang Intan sebagai berikut:

"Untuk kepentingan kongsi, masing-masing anggota kongsi menyumbang dana yang sama untuk membeli intan. Kalau beli umpamanya 100 juta oleh lima orang jadi masing-masing harus 20 juta, 20 juta kadang nggak juga,

jadi nggak punya uang tapi dia ahli menaksir, ia juga diikutin, karena ilmunya. Nanti dia yang ngatur membuatnya kayak apa”.

Untuk menjadi anggota kongsi, ada beberapa aspek yang menjadi pertimbangan keanggotaan mereka dalam sebuah kongsi yaitu: kepemilikan dana, sama-sama berani, kelanggengan hubungan dan memiliki posisi yang sama dalam strata pedagang. Kepemilikan dana menjadi faktor utama di dalam perkongsian karena dengan adanya kesanggupan dari masing-masing anggota untuk menyediakan dana dengan jumlah yang sama akan menjamin terjadinya proses transaksi perdagangan intan. Kemungkinan calon anggota yang berkongsi memiliki kemampuan pendanaan merupakan hasil berinteraksi di antara mereka di dalam perdagangan sehari-hari sehingga Mereka saling memahami kondisi keuangan masing-masing pedagang intan.

Aspek selanjutnya adalah adanya kesamaan keberanian masing-masing anggota di dalam mengambil keputusan untuk mengambil (membeli) intan. Keberanian menjadi hal penting di dalam perdagangan intan yang sifatnya spekulatif terutama kalau barangnya masih mentah (intan yang belum digosok). Dengan keberanian, pedagang intan dapat mengikuti pergerakan intan yang dinamis dengan disertai keyakinan untuk ikut mendapatkan intan dengan segala resikonya. Dengan tingkat keberanian yang tinggi pedagang dapat bersaing dengan pedagang yang lain. Keberanian yang dimaksud tentunya berdasarkan pemikiran dan perhitungan nilai maksimal dari sebuah intan atau dengan kata lain mereka memiliki pengetahuan yang cukup di dalam memperhitungkan intan baik pengetahuan dalam memperkirakan potongan (*cutting*),

warna (*colour*), kejernihan (*clarity*) maupun ukuran intan. Dengan adanya kesamaan dalam keberanian untuk membeli intan menjadi sumber inspirasi pengikat di antara para pedagang intan yang ikut dalam perkongsian sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Fahrul, salah seorang Bos intan sebagai berikut:

“Nggak juga pokok kita kerjasama lah sama-sama kita berani, Mas berani saya berani ok, kalau saya tidak berani mas berani ok, sifatnya kaya gitu”.

“Sehati” merupakan salah satu alasan para pedagang intan melakukan perkongsian. “Sehati” adalah bahwa para pedagang mempunyai pemikiran dan pandangan yang sama tentang intan yang akan dibeli serta adanya kepercayaan yang terbangun di antara sesama anggota yang terjalin. Kesamaan pemikiran akan membawa para anggota perkongsian pada kemudahan di dalam melakukan berinteraksi dan bertukar pikiran di dalam mempertimbangkan kualitas intan serta penetapan harga yang pantas.

Konsep Langganan

Seperti di dalam perdagangan jenis lain, konsep *langganan* juga ditemukan di dalam perdagangan intan. *Langganan* di dalam perdagangan intan dapat bermakna dua yaitu: langganan dalam mendapatkan (pembelian) intan serta langganan dalam menjual intan. Langganan dalam konteks pembelian tentu berbeda dengan konsep langganan dalam konteks penjualan.

Langganan dalam konteks pembelian adalah langganan para pedagang ataupun pendulang intan yang mempunyai satu atau sejumlah intan yang biasa dia jual. Untuk menciptakan langganan dalam konteks ini adalah yang pertama dan ini berlaku umum pada semua istilah langganan adalah menjaga kepercayaan

dari para pedagang atau pendulang. Kepercayaan tersebut dapat dibangun melalui sebuah interaksi yang intens antara pedagang dengan pedagang yang lebih kecil dan dengan pendulang intan.

Selain itu juga, pedagang intan harus menunjukkan bahwa ia memiliki dana *cash* ketika akan membeli intan, tidak ada penundaan pembayaran, tidak ada hutang. Kepemilikan dana *cash* menjadi perhatian para pedagang intan karena mereka akan sangat malu ketika menawar suatu barang intan namun mereka tidak dapat membayar secara *cash*. *Kedua*, berusaha agar penawaran lebih menarik dari pada yang yang lain dengan harga yang lebih tinggi. Ekspektasi yang tinggi terhadap harga intan ini dapat dibangun melalui kejelian para pedagang di dalam menaksir intan sehingga mereka dapat menaksir harga intan semaksimal mungkin.

“Misalnya, kalau intan mentah (belum digosok) itu kita mempunyai feeling yang kuat, kita tebak lah ini airnya sekian 95 kita menebak 96 diatas dari orang air itu otomatis harga itu tinggi dari orang tadi, harus berani, kalau sudah berlian itu orang sudah banyak yang bisa”.

Langganan untuk penjualan adalah langganan yang dibangun oleh pedagang intan untuk menjaga pasar yaitu pedagang yang lebih besar. Langganan dalam konteks ini dibangun melalui penjagaan kepercayaan dengan keberlangsungan pasokan yang dapat diberikan dan dengan harga yang standard.

Diskusi

Kapital yang bekerja di dalam perdagangan intan tidak hanya kapital ekonomi semata melainkan juga ada kapital yang lain yaitu kapital sosial. Kapital sosial di dalam perdagangan intan lebih

banyak merujuk pada fungsinya sebagai sumber daya yang dapat didayagunakan untuk kepentingan pengembangan berdagang intan sehingga modal sosial yang digunakan dalam perdagangan intan lebih banyak merujuk pada konsep modal sosialnya Coleman. Modal sosial, bagi Coleman, merepresentasikan sumber daya karena hal ini melibatkan harapan akan resiprositas dan melampaui individu manapun sehingga melibatkan jaringan yang lebih luas yang hubungan-hubungannya diatur oleh tingginya tingkat kepercayaan dan nilai-nilai bersama. Dalam perdagangan intan, kepercayaan menjadi hal yang sangat penting karena kepercayaan merupakan landasan para pedagang dalam menjalin kerjasama dalam proses berdagang intan pada semua level pedagang dari mulai pengepul, boss, boss menengah dan boss besar.

Penggunaan sistem kepercayaan dalam perdagangan intan tidak terlepas dari model perdagangan intan yang masuk dalam kategori ekonomi informal. ekonomi informal menurut Granoveter makin banyak ia dilaksanakan mendekati model pasar yang sebenarnya makin banyak ia bergantung pada pertalian sosial di dalam memfungsikannya secara efektif di mana saling percaya di antara anggota suatu kelompok menjadi sebuah keniscayaan. Kepercayaan di dalam pertukaran informal biasanya dihasilkan oleh kesamaan identitas dan perasaan dan oleh harapan bahwa tindakan curang akan ditinggalkan dengan mengeluarkan pelanggar dari kunci jaringan sosial. Tumbuhnya kepercayaan dalam perdagangan intan berkaitan dengan kepercayaan mereka bahwa intan merupakan barang yang mulia sehingga dalam melakukan

Ada perbedaan pandangan Coleman dengan Bourdieu dalam memahami kapital sosial. Bagi Bourdieu, individu-

individu yang berada dalam posisi diatas (menguasai) mempertahankan posisi mereka dengan menggunakan koneksi mereka dengan orang lain yang berkedudukan istimewa. Asosiasi sukarela, sebagai salah satu wujud modal sosial adalah milik orang yang berkuasa yang dapat mengatasnamakan asosiasi untuk kepentingan diri mereka yang tidak dapat dilakukan oleh aktor yang lemah, yang hanya menjadi pengikut. Pandangan Coleman lebih sarat makna karena di dalamnya ia menggambarkan nilai hubungan bagi semua aktor, individu dan kolektif, baik yang berkedudukan istimewa maupun yang berkedudukan tidak menguntungkan. Keanggotaan para pedagang intan dalam perkongsian yang dibangun oleh para pedagang intan berdasarkan pada manfaat yang diperoleh oleh para pihak yang terlibat dalam perkongsian. Dengan kata lain, resiprositas antar anggota perkongsian menjadi landasan mereka dalam melakukan perkongsian baik perkongsian tetap yang dibangun oleh pedagang besar dengan pedagang menengah dan pedagang kecil dalam melakukan pemburuan intan maupun perkongsian cair yang dilakukan oleh sesama pedagang intan menengah yang berkongsi dalam pemenuhan modal uang untuk membeli intan ukuran menengah dan besar yang hanya dapat mereka lakukan ketika mereka berkongsi dengan berbagi modal uang.

Kapital sosial dalam perdagangan intan juga dipengaruhi oleh konsep kapital sosial Putnam yang hampir senada dengan Coleman, mengembangkan konsep kapital sosial dengan menggunakan teori-teori sosiologi integrasi. Konsep kapital sosial dalam konteks teoritis Putnam sangat nampak dalam jaringan sosial perkongsian yang terbangun antara pedagang besar, menengah dan kecil di

mana mereka terintegrasi dalam sebuah kelompok perkongsian yang menentukan kerja bersama di antara mereka untuk mewujudkan tujuan bersama yang dibangun. Ini terkait dengan konsep kapital sosial Putnam yang diarahkan pada mekanisme yang memperkuat integrasi nilai-nilai masyarakat, solidaritas dan kebersamaan dan kemudian membuat konsensus dan menciptakan kestabilan pembangunan masyarakat. Pendekatan Putnam tidak menerima konflik dan atau kepentingan oposisi. Dari perspektif teoritis Putnamian, konflik dikeluarkan dari proses konsensus dan integrasi, pergulatan sosial diinterpretasikan sebagai ekspresi amoral.

Putnam merujuk modal sosial pada bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan terkoordinasi. Lebih tepatnya, modal sosial memberikan sumbangsih pada tindakan kolektif dengan meningkatkan biaya potensial bagi para pelaku politik; mendorong diperkuatnya norma-norma resiprositas, memfasilitasi aliran informasi, memasukkan informasi tentang reputasi para aktor, memasukkan keberhasilan upaya kolaborasi di masa lalu; dan bertindak dengan cetak biru bagi kerja sama di masa yang akan datang.

Teori kapital sosial yang dikemukakan Putnam menunjukkan kesamaan dengan menonjol dengan pandangan Durheimian tentang solidaritas dan penggunaan kata seperti 'produktivitas' dan 'secara efektif' menunjukkan bahwa ia melihat modal sosial sebagai sesuatu yang fungsional. Dengan pemilikan modal sosial dalam perdagangan intan dapat mengokohkan para pedagang intan untuk menguasai pasar intan mengiringi kepemilikan mereka pada modal material dan modal

kebudayaan, modal lain yang diperlukan dalam perdagangan intan.

Kesimpulan

Perdagangan intan sebagai perdagangan yang beroperasi diluar pengawasan pemerintah dan termasuk dalam sektor informal sangat memerlukan modal sosial dalam pengembangan usaha dagang ini. Melalui modal sosial para pedagang intan dapat mengokohkan hubungan sosial yang terbangun di antara para pedagang intan pada semua aras pedagang intan sehingga akan membuka peluang untuk

mendapatkan pasar intan yang intensif dan sangat luas. Bentuk modal sosial yang terbangun di dalam perdagangan intan adalah jaringan sosial dan kepercayaan, resiprositas dalam perkongsian serta langganan. Mengoptimalkan ketiga bentuk modal sosial akan membantu para pedagang dalam mengokohkan usaha dagang mereka mengingat intan merupakan barang yang langka dengan harga yang sangat mahal sehingga diperlukan dukungan dari beberapa pedagang untuk saling mendukung dalam proses perdagangan intan.

Daftar Pustaka

- Abidin, Djainal. 2010. Modal Sosial dan Dinamika Usaha Mikro Kecil, dalam *Jurnal Sosiologi MASYARAKAT*, Vol. 15. No. 1 Januari, Hal. 69 – 85.
- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna S. 2009. *Hand book of Qualitative Research*, Terjemahan Dariyatno, dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Field, John. 2014. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Fontana, Andrea dan Frey, James H.. 2009. Wawancara Seni Ilmu Pengetahuan dalam Denzin, Norman K., dan Lincoln Yvonna S., *Hand Book of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Granoveter. 1985. Economic Action an Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology* 91, No. 3.
- Neuman, W. Lawrence. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Powell, W. and L. Smith-Doer. 1994. Network and Economic Life dalam N. J. Smelser and R. Swedberg (eds). *The Handbook of Economic Sociology*. New York: Princeton University Press.
- Purwanto, Antonius. 2013. Modal Budaya dan Modal Sosial dalam Industri Seni Kerajinan Keramik, *Jurnal Sosiologi MASYARAKAT* Vol 18. No 2. Juli.
- Putnam, R. D. 1993. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton: Princeton University Press.