

BAB II

KONDISI SOSIAL EKONOMI PEDAGANG *SECOND BRANDED* DI DESA KUBANGGA

A. Kondisi Sosial Ekonomi

1. Pengertian Kondisi Sosial Ekonomi

Kondisi sosial ekonomi adalah suatu kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam masyarakat, pemberian posisi itu disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh si pembawa status (Sumarji, 2001: 21). Kondisi sosial ekonomi menurut M.Sastropradja (2000) adalah keadaan atau kedudukan seseorang dalam masyarakat sekelilingnya. Manaso Malo (2001) juga memberikan batasan tentang kondisi sosial ekonomi yaitu merupakan suatu kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam sosial masyarakat. Pemberian posisi disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh sipembawa status.

Mengenai kondisi sosial ekonomi, Yayuk Yulianti yang dikutip Zaenal Arifin (2002) menjelaskan kondisi sosial ekonomi sebagai kaitan antara status sosial dan kebiasaan hidup sehari-hari yang telah membudaya ini biasanya disebut *culture activity*, kemudian ia juga menjelaskan pula bahwa dalam semua masyarakat didunia baik yg sederhana maupun yang kompleks, pola interaksi atau pergaulan hidup antara individu menunjuk pada perbedaan kedudukan dan derajat atau status kriteria dalam membedakan status pada masyarakat yang kecil biasanya sangat sederhana, karena disamping jumlah warga yang relatif sedikit, juga orang-orang yang dianggap tinggi status nya tidak begitu banyak jumlah maupun ragamnya.

Sementara W.S (dalam salim, 2002: 100) menyatakan bahwa pengertian status sosial ekonomi mempunyai makna suatu keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki, dimana keadaan ini bertaraf baik, cukup, dan kurang.

Selanjutnya Mubyarto (2001) berpendapat tinjauan sosialekonomi penduduk meliputi aspek sosial, aspek sosial budaya dan aspek Desa yang berkaitan dengan kelembagaan dan aspek peluang kerja. Aspek ekonomi Desa dan peluang kerja berkaitan erat dengan masalah kesejahteraan masyarakat Desa. Kecukupan pangan dan keperluan ekonomi bagi masyarakat baru terjangkau bila pendapatan rumah tangga mereka cukup untuk menutupi keperluan rumah tangga dan pengembangan usaha-usahanya. Menurut pendapat Sajogyo (2001) dalam hubungan dengan pola berusaha tani, perbedaan status seseorang dalam masyarakat ditentukan oleh pola penguasaan lahan, modal, teknologi, dan luasnya lahan pemilikannya.

Menurut Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter Evers (2002: 21) keadaan sosialekonomi adalah suatu kedudukan yang secara rasional dan menetapkan seseorang pada posisi tertentu dalam masyarakat, pemberian posisi itu disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh sipembawa status. Menurutnya pula ada ciri-ciri keadaan sosialekonomi yaitu sebagai berikut:

- a. Lebih berpendidikan
- b. Mempunyai status sosial yang ditandai dengan tingkat kehidupan, kesehatan, pekerjaan, dan pengenalan diri terhadap lingkungan
- c. Mempunyai tingkat mobilitas keatas lebih besar
- d. Lebih berorientasi pada ekonomi komersial produk
- e. Mempunyai sikap yang lebih berkenan dengan kredit
- f. Pekerjaan lebih spesifik.

Aspek sosial ekonomi Desa dan peluang kerja berkaitan erat dengan masalah kesejahteraan masyarakat Desa. Kecukupan pangan dan keperluan ekonomi bagi masyarakat baru terjangkau bila pendapatan rumah tangga cukup untuk menutupi keperluan rumah tangga dan pengembangan usaha-usahanya (Mubyanto: 2001).

Kondisi sosial ekonomi merupakan suatu keadaan yang dilakukan oleh manusia pada suatu daerah atau wilayah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari di dalam masyarakat, jika sudah terpenuhi kebutuhan

tersebut maka akan berdampak pada kesejahteraan dari masyarakat sebagai makhluk sosial dan makhluk ekonomi pada dasarnya selalu menghadapi masalah ekonomi (Talundu, 2015). Kehidupan sosial juga sangat penting dalam membina hubungan timbal balik antara sesama warga masyarakat kapan dan dimana saja mereka hidup bersama agar meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan para ahli tersebut dapat dinyatakan bahwa kondisi sosialekonomi adalah posisi individu dan kelompok yang berkenaan dengan ukuran rata-rata yang berlaku umum tentang pendidikan, pemilikan barang-barang, dan partisipasi dalam aktivitas kelompok dari komunitasnya, sedangkan kondisi sosialekonomi kaitannya dengan status sosialekonomi itu sendiri dengan kebiasaan hidup sehari-hari individu atau kelompok.

a. Kondisi Sosial

Menurut Kamus Bahasa Indonesia kondisi diartikan sebagai suatu keadaan atau situasi. Sedangkan kondisi sosial masyarakat diartikan sebagai keadaan masyarakat suatu Negara pada saat tertentu (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2000: 502). Jadi kondisi sosial adalah suatu keadaan yang berkaitan dengan keadaan atau situasi dalam masyarakat tertentu yang berhubungan dengan keadaan sosial. Linton (Basrowi dan Juariyah 2010:62) kondisi sosial masyarakat mempunyai lima indikator yaitu: umur dan kelamin, pekerjaan, prestise, famili atau kelompok rumah tangga, dan keanggotaan dalam kelompok perserikatan. Dari kelima indikator tersebut, hanya indikator umur dan kelamin yang tidak terpengaruh oleh proses pendidikan, sehingga tinggal empat indikator yang perlu diukur tingkat perbaikannya, guna tingginya manfaat sosial bagi masyarakat.

b. Kondisi Ekonomi

Keadaan ekonomi adalah suatu kedudukan yang secara rasional dan menetapkan seseorang pada posisi tertentu dalam masyarakat, pemberian posisi itu disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh si pembawa status (Basrowi dan Juariyah 2010:64).

Aspek ekonomi Desa dan peluang kerja berkaitan erat dengan masalah kesejahteraan masyarakat Desa. Kecukupan pangan dan keperluan ekonomi bagi masyarakat baru terjangkau bila pendapatan rumah tangga cukup untuk menutupi keperluan rumah tangga dan pengembangan usaha-usahanya Mubyanto (Basrowi dan Juariyah 2010:64).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas tentang kondisi ekonomi maka peneliti menyimpulkan bahwa kondisi ekonomi dalam penelitian ini adalah sesuai yang berkaitan dengan pedagang itu sendiri, mulai dari pekerjaan, pendidikan, jumlah tanggungan, modal, pendapatan, pemasaran. Sehingga kondisi sosial ekonomi menunjukkan kemampuan pedagang untuk dapat memenuhi atau mencukupi kebutuhan mereka yang meliputi indikator sosial ekonomi.

2. Faktor-faktor yang Menentukan Sosial Ekonomi

a. Kondisi Sosial

Aspek sosial merupakan hasil dari hubungan sosial antar manusia dan manusia dengan alam. Aspek sosial dalam penelitian ini hanya dibatasi sesuai variabel yang telah ditentukan yaitu tanggungan orang tua, pekerjaan dan pendidikan. Berikut ini aspek-aspek dari segi sosial:

1) Pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu kegiatan yang wajib dilakukan oleh setiap orang demi kelangsungan hidupnya atau untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan hidupnya. Setiap orang melakukan pekerjaan salah satunya untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, karena kebutuhan pokok merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dan tidak bisa di tunda-tunda. Kebutuhan tersebut misalnya pokok seperti makan, minum, pakaian, pendidikan dan lain-lain. Untuk mendapat memenuhi berbagai kebutuhannya makan manusia membutuhkan uang, dan umumnya uang di dapatkan dari bekerja, saat ini banyak sekali pekerjaan yang dilakukan manusia untuk menghasilkan uang.

2) Pendidikan

Pendidikan adalah segala daya upaya dan semua usaha untuk membuat masyarakat dapat mengembangkan potensi manusia agar memiliki pengendalian diri, berkepribadian, memiliki kecerdasan, berakhlak mulia, serta memiliki keterampilan yang diperlukan sebagai anggota masyarakat dan warga negara. Tingkat pendidikan akan memberi sumber pengetahuan bukan saja yang langsung berhubungan dengan pekerjaan, akan tetapi juga sebagai landasan untuk pengembangan diri dan kemampuan memanfaatkan semua sarana dan prasarana yang tersedia untuk kelancaran pekerjaan.

3) Jumlah Tanggungan

Proses pendidikan anak dipengaruhi oleh keadaan keluarga (Lilik,2007).

b. Kondisi Ekonomi

Kondisi sosial ekonomi dipengaruhi oleh beberapa aspek dari segi ekonomi. Aspek ekonomi dalam penelitian ini yang telah ditentukan yaitu modal, pendapatan, pemasaran (Husein, 2010). Berikut ini aspek-aspek dari segi ekonomi:

1) Modal

Modal merupakan sekumpulan uang ataupun barang yang bisa digunakan untuk dasar dalam melakukan suatu pekerjaan atau usaha. Dalam pengertian ekonomi, modal yaitu barang atau uang yang bersamasama faktor-faktor produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru. Menurut Suparmoko (2010:79), modal merupakan input (faktor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Tetapi bukan berarti faktor satu-satunya yang dapat meningkatkan pendapatan, sehingga dalam hal ini modal usaha bagi pedagang pasar juga merupakan salah satu faktor produksi yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang.

2) Pendapatan

Pendapatan adalah suatu hasil yang di dapatkan oleh seseorang setelah melakukan pekerjaan walaupun hasil yang dicapainya masih rendah ataupun sudah cukup tinggi yang nantinya digunakan untuk mencukupi suatu kebutuhan ataupun mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Pendapatan pedagang adalah hasil atau pendapatan yang diterima para pedagang dari kegiatan berdagang second branded di Desa Kubangga yang diukur dalam satuan rupiah dan dalam periode 1 (satu) tahun.

3) Pemasaran

Strategi Pemasaran merupakan fungsi organisasi dari suatu proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan nilai kepada pelanggan dan untuk membangun hubungan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi organisasi (Kotler, 2002). Pemasaran yang dilakukan oleh pedagang second branded yaitu:

- a) Menginformasikan barang yang dijual
- b) Membujuk konsumen agar mau membeli barang yang dijual
- c) Mempengaruhi konsumen agar tertarik terhadap barang yang dijual

B. Pedagang

Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil (Peraturan Daerah No. 10 Tahun 1998). Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

1. Pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
2. Pedagang eceran, disebut juga pengecer, menjual produk komoditas langsung ke konsumen.

Pemilik toko atau warung adalah pengecer. Pasar tradisional pedagang dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios.

1. Pedagang kios Pedagang kios adalah pedagang yang menempati bangunan kios di pasar.
2. Pedagang non kios Pedagang non kios adalah pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios, yaitu dalam los, luar los, dasaran dan playon. Sedangkan pedagang pasar adalah orang yang menyelenggarakan pembelian dan penjualan barang bertempat di pasar untuk tujuan mencari nafkah.

Pada objek penelitian ini pedagang *second branded* di Desa Kubangga masuk dalam kategori pedagang eceran yang menjual produk komoditas berupa *second branded* langsung ke konsumen.

C. Second Branded

Dilihat dari namanya sudah jelas barang bekas. *Second branded* ini merupakan barang bekas tapi berkualitas. *Second branded* ini berupa pakaian, kemeja kerja, kaos, celana panjang, celana pendek, topi, jaket, hingga sepatu. Namun *second branded* ini mempunyai kelemahan seperti pada kancing ataupun salah potong. Namun tidak sedikit masyarakat yang suka membeli barang *second branded* ini, karena dari segi harga yang sangat miring menjadi alasan mereka untuk membeli barang tersebut. Dan juga dari model dan merk ternama yang menjadi point penting dalam hal *second branded* tersebut.

Munculnya pakaian *second branded* ini bisa dikatakan fenomenal, karena dengan berbagai isu negative yang melekat seperti sarang penyakit, bau, dan tentunya bekas pakai orang lain, tetapi justru diminati oleh sebagian kalangan masyarakat, ini dikarenakan pakaian *second branded* sangat bisa dijangkau, dengan harga yang cukup murah membuat sebagian masyarakat lebih memilih *second branded* sebagai fashion mereka.

Di zaman modern ini tuntutan akan gaya hidup masyarakat semakin meningkat, terutama pada kaum muda di perkotaan, khususnya dalam gaya hidup berbusana. Tak heran jika pecinta fashion menyukai kota-kota besar seperti Malang, Surabaya, Bali, Jakarta, Bandung, dan kota-kota besar lainnya. Membeli produk brand ternama cukup mahal jika melihat brand luar negeri ternama dengan harga yang cukup mahal. Namun lain dengan mereka yang

sangat menyukai fashion, mereka tentunya lebih menyukai pakaian dari merk ternama. Kebutuhan masyarakat akan gaya hidup berpakaian sekarang ini sudah bermacam-macam dalam mengikuti perubahan di zaman yang modern ini.

Kebutuhan berpakaian sekarang ini kurang lebih di gambarkan dengan barang yang berstatus merk dan berkualitas. Dengan adanya barang second branded ini mungkin akan sedikit membantu masyarakat untuk mendapatkan sebuah barang yang berbeda dengan barang yang lain dan tentunya juga dapat dijangkau oleh semua masyarakat.

D. Penelitian Relevan

Guna mendukung penelitian lebih lanjut sebagaimana yang di kemukakan pada latar belakang masalah tersebut maka peneliti berusaha untuk penelaahan lebih awal terhadap sumber-sumber data pustaka yang ada, seperti buku, karya ilmiah, skripsi, maupun jurnal antara lain:

1. Skripsi dengan judul “Dampak Penjualan Pakaian Bekas Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Sambu Kota Medan Dalam Prespektif Ekonomi Islam”

Karya Isma Padillah Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan. Dalam Skripsi ini membahas tentang dampak penjualan pakaian bekas terhadap tingkat pendapatan pedagang dan apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam penjualan pakaian bekas terhadap tingkat pendapatan pedagang di Pasar Sambu Medan serta untuk mengetahui pandangan ekonomi islam terhadap penjualan pakaian bekas tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dampak penjualan pakaian bekas terhadap tingkat pendapatan pedagang sangat berpengaruh terhadap tingkat perekonomian pedagang, usaha pedagang pakaian bekas dapat membantu roda perekonomian masyarakat kecil, dan membantu masyarakat menengah kebawah untuk mendapatkan pakaian bermerek dan harga yang sangat terjangkau. Faktor penghambat dalam penjualan pakaian bekas terhadap

tingkat pendapatan pedagang adalah pandemi covid-19, larangan pemerintah dan keluhan dari pelanggan. Dan jika ditinjau dari perspektif ekonomi islam jual beli di Pasar Sambu di perbolehkan, karena dengan berdagang pakaian bekas dapat membantu kebutuhan dan meningkatkan ekonomi meskipun pemerintah dengan undang-undang tersebut melarang impor pakaian bekas akan tetapi masih lebih besar manfaatnya dari pada mudaratnya. Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian ini berfokus pada dampak penjualan pakaian bekas, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti hanya berfokus pada daya saing *second branded* dan tingkat pendapatannya.

2. Skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Second Brandid”

Karya Dewi Anggraini Mahasiswi Universitas Islam Negeri (Uin) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Dalam Skripsi ini membahas tentang pengaruh gaya hidup dan harga produk terhadap minat beli pakaian second brandid (studi pada mahasiswa universitas islam negeri jambi fakultas ekonomi). Sebagai tujuan diantaranya untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pakaian second brandid pada mahasiswa FEBI UIN STS Jambi, untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap minat beli pakaian brandid pada mahasiswa FEBI UINS STS Jambi, dan untuk mengetahui minat mahasiswa terhadap pakaian second brandid pada mahasiswa FEBI UIN STS Jambi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif-deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Gaya Hidup berpengaruh Positif Signifikan yaitu t hitung variabel Gaya Hidup adalah sebesar 4.289 lebih besar dari t tabel sebesar 1,661, variabel Harga Produk tidak berpengaruh Signifikan t hitung variabel Harga Produk adalah sebesar 0,874 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,661. Uji Secara simultan variabel Gaya Hidup dan Harga Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli pakaian second brandid dengan uji f sebesar 12.800 lebih besar dari f table sebesar 3,09. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pengaruh gaya hidup dan harga produk second

brandid, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti hanya berfokus pada daya saing *second branded* dan tingkat pendapatannya.

3. Skripsi dengan judul “Perilaku Sosial Second Branded Sebagai Gaya Hidup Remaja Tulungagung”

Karya Mohammad Faiz Abdurrasyid Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam Skripsi ini membahas tentang gambaran perilaku sosial remaja dalam mengkonsumsi *second branded* secara berlebihan yang nantinya akan mengarah pada perilaku konsumtif pada remaja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja didasari oleh rasa keinginan yang muncul pada diri remaja dan juga dalam lingkungan sosial yang memaksa mereka (remaja) untuk melakukan tindakan konsumtif, karena pada dasarnya seorang remaja memiliki tingkat prestise yang cukup tinggi terhadap rekan kerja atau pergaulan teman, dimana mereka yang berpenampilan tidak menarik merasa terasing dalam lingkungan sosialnya, oleh karena itu mereka (remaja) melakukan tindakan konsumtif sehingga dapat masuk ke dalam lingkungan sosial. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu perilaku sosial *second branded* sebagai gaya hidup, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti hanya berfokus pada daya saing *second branded* dan tingkat pendapatannya.