

Pasar Pesantren Rakyat Sebagai Modal Sosial Pembangunan Ekonomi Bangsa

Sukron Mazid¹, Farikah², Ika Setyorini³, Margi Astuti⁴, Tri Hariyono⁵

¹PPKn, FKIP, Universitas Tidar, ²PBI, FKIP Universitas Tidar, ³Hukum, FSH, Universitas Sains Al-Qur'an, ⁴Manajemen, FEB, Universitas Sains Al-Qur'an

¹Email: sukronmazid@untidar.ac.id,

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 21 Agustus 2023

Disetujui : 25 September 2023

Kata Kunci: *Pasar rakyat Pesantren, modal social, ekonomi*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pasar pesantren rakyat sebagai modal social dalam pembangunan ekonomi bangsa. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data melalui triangulasi (sumber dan metode). Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan Pasar Rakyat Pesantren sebagai modal social. *pertama*; pasar rakyat pesantren sebagai modal social, yakni memberdayakan warga pesantren dan masyarakat sekitar untuk bersama-sama membangun ekonomi bangsa. Pembangunan ekonomi melalui kemandirian, moralitas, dan wirausaha. *Kedua*, pasar rakyat pesantren sebagai modal social pembangunan ekonomi bangsa, yakni Pasar Rakyat Pesantren sebagai modal social, bisa memberikan akses interaksi, komunikasi, kontribusi dan partisipasi. Sehingga bersama-sama demi memajukan pembangunan ekonomi bangsa.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 21 August 2023

Accepted : 25 September 2023

Keywords: *People's market is boarding, social capital, economics*

ABSTRACT

This research aims to determine the market of community-based Islamic boarding schools (pesantren) as a social capital in the development of the nation's economy. The role of the pesantren market as a social capital in supporting the development of the nation's economy is examined. The research method used a qualitative descriptive approach through observation, interviews, and documentation. Data validity was ensured through triangulation (source and method). Data analysis used the Miles and Huberman model, which included data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study showed that the Pesantren Market as a social capital has two roles. Firstly, the Pesantren Market as a social capital empowers pesantren residents and the surrounding community to work together to develop the nation's economy. Economic development is achieved through self-reliance, morality, and entrepreneurship. Secondly, the Pesantren Market as a social capital for the development of the nation's economy provides access to interaction, communication, contribution, and participation. Together, these elements contribute to the advancement of the nation's economic development.

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 56/M_DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 Tentang Pedomanan Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam Pasal II ayat 1 menyatakan bahwa penyebutan Pasar Tradisional itu sekarang menjadi Pasar Rakyat. Pasar Rakyat adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional tempat bertemunya penjual pembeli, terjadinya kesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar-menawar harga. Biasanya pasar Rakyat umumnya menyediakan berbagai macam bahan pokok keperluan rumah tangga, dan pasar ini biasanya berlokasi di tempat yang terbuka (Fikri, dkk., 2021).

Pasar tradisional atau pasar rakyat merupakan sebuah pusat kegiatan ekonomi di suatu daerah yang juga menjadi perwujudan kesejahteraan masyarakat sangat berpotensi dalam menggerakkan roda perekonomian berbasis ekonomi rakyat (Kalsum & Purnomo, 2019). Pasar rakyat juga menjadi jembatan perekonomian masyarakat kecil atau arus bawah. Bagaimanapun Gerakan ekonomi rakyat kecil akan sangat menentukan terhadap peningkatan kesejahteraan ekonominya. Hal ini, sejalan dengan cita-cita bangsa bahwa negara yang adil, makmur dan sejahtera memerlukan upaya pembangunan yang melibatkan pembangunan fasilitas umum seperti pasar tradisional. Untuk menciptakan kesejahteraan rakyat, penting untuk memiliki strategi atau manajemen tata kelola pasar yang baik dan terintegrasi dalam pembangunan dan pengelolaan pasar.

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan menjadi tulang punggung perekonomian yang tidak boleh diabaikan karena melibatkan banyak pedagang berskala kecil. Karena pasar tradisional merepresentasikan ekonomi rakyat kelas bawah dan menjadi tempat bergantung para pedagang skala kecil hingga menengah. Maka keberadaannya harus selalu

dijaga dan dilestarikan. Pasar tradisional sendiri bukan sekedar pranata ekonomi, tapi dia juga menyangkut sosial budaya (Fitriawan, 2021). Pasar tradisional mempunyai *Tiga* karakteristik, yaitu: arus barang dan jasa menurut pola tertentu, mekanisme ekonomi untuk mengatur dan memeliharanya, dan sistem sosial budaya dimana mekanisme tersebut tertanam (Cassiophea, 2012). Pemerintah mempunyai tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola pasar sebagai pelayanan sektor publik terhadap masyarakat. Dengan meningkatkan pengelolaan pasar yang efektif dan efisien, kepuasan pedagang dan masyarakat sebagai konsumen dapat ditingkatkan (Pangau, dkk., 2022).

Pasar Rakyat adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional tempat bertemunya penjual pembeli, terjadinya kesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar-menawar harga (Fikri & Pascayanti, 2022). Kegiatan saling membutuhkan antara penjual dan pembeli inilah yang menjadikan pasar rakyat mengalami pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Pasar rakyat merupakan salah satu wujud aplikasi ekonomi kerakyatan yang paling mendasar. Dimana transaksi ekonomi dilakukan oleh rakyat kebanyakan secara swadaya dengan mengelola sumberdaya ekonomi yang tersedia, yang meliputi sektor pertanian, peternakan, kerajinan, makanan, dan lain sebagainya. Keseluruhan kegiatan ekonomi tersebut berbasis masyarakat yang ditujukan untuk menghidupi dan memenuhi kebutuhan hidup tanpa mengeksploitasi sumber daya alam yang ada.

Era revolusi industry 4.0 perubahan besar-besaran dalam berbagai bidang tidak hanya tatanan social dan budaya. Tetapi, masuk kepada ranah ekonomi yang semakin masiv sehingga pola pasar rakyat kerakyatan perlahan mulai ditinggalkan. Hal ini, corak pasar rakyat berbasis tradisional sebagai kekuatan ekonomi warga mulai sepi. Padahal ekonomi rakyat sebagai kekuatan nasional. Ekonomi harus mendasarkan pada kemanusiaan yakni demi kesejahteraan manusia sehingga harus menghindari dari

ekonomi yang mendasar pada persaingan bebas (Mazid, dkk., 2022). Pasar rakyat harus dikembalikan kepada jatidirinya, menjadi ruang bagi memupuk semangat produktifitas masyarakat, yang makin tergusur oleh arus globalisasi (Indroyono, 2013). Arus market berbasis digital membuat roda ekonomi rakyat kecil yang gantungkan pasar rakyat konvensional semakin tergusur eksistensinya. Era digital dengan penggunaan aplikasi *online shop* yang memudahkan serta menawarkan produk, barang dan jasa. Membuat para *customer* merasa dimudahkan, hal ini karena begitu efektif, praktis dan pragmatis. Sehingga pola masyarakat yang sudah dimanjakan dengan berbagai kemudahan via teknologi kadang menjadi sungkan untuk berkunjung ke pasar rakyat.

Selain itu, pasar rakyat dianggap kurang menarik bagi kalangan *milenial*, karena dianggap tata kelola terkadang amburadul, lingkungan kurang sehat, kumuh, kebersihan kurang, serta tidak tertib dan tertata dengan baik. Masalah lainnya adalah pengelolaan pasar rakyat kurang profesional, apalagi jual beli dan harga yang terkesan kadang asal-asalan. Sehingga sebagian masyarakat kurang berminat untuk mengunjunginya. Perlunya inovasi serta terobosan dari Pemerintah untuk lebih mengenalkan pasar rakyat luas kepada masyarakat. Pemerintah harus merevitalisasi cara pandang mereka dalam pengelolaan pasar, mulai dari aspek produk, layanan, kelembagaan, sehingga pasar rakyat menjadi makin mandiri, menjadi *outlet* hasil produksi rakyat sekitar, baik hasil bumi, hasil kerajinan, maupun hasil industri rakyat (Indroyono, 2013). Dengan demikian, upaya-upaya untuk membuat eksistensi pasar rakyat terus berkibar terus dilakukan. Dukungan pemerintah saja tak cukup, perlu Kerjasama dengan berbagai pihak. Sehingga lambat laun pasar rakyat semakin mendapatkan kepercayaan kembali di hati warga masyarakat.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat perlu dikembangkan melalui pelatihan, sosialisasi, dan praktik. Sebagai proses, pemberdayaan ekonomi adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah (kondisi

ekonominya) dalam masyarakat (Nadzir, 2015). Syarat mutlak berjalannya sistem ekonomi nasional yang berkeadilan sosial adalah berdaulat di bidang politik, mandiri di bidang ekonomi, dan berkepribadian di bidang budaya (Mubaryanto, 2014). Bentuk upaya untuk mensejahterakan warga masyarakat adalah dengan kolaborasi dengan berbagai organisasi atau Lembaga. Kerjasama yang apik akan menjadi solusi dalam berbagai program ekonomi kerakyatan yang tidak terpusat pada pemerintah saja. Salah satu Lembaga yang menjadi perhatian adalah pesantren. Lembaga Pesantren dianggap pencetak agamawan saja. Melainkan, bertransformasi berbasis *entrepreneurship*.

Weber dalam *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*, mengatakan bahwa: *Religion is really economics, politics is really religion and economics is really politics* (Weber, 1930). Terdapat keterkaitan antara agama dan struktur sosial bahkan agama bersentuhan dengan kepentingan sosial ekonomi, maka realitas yang terjadi pola pikir, perilaku dan tindakan manusia sangat dipengaruhi oleh agama, itulah implikasi yang tak mungkin dinafikan (Misbah, 2021). Menurut Suhartini (2009) Pondok pesantren dengan berbagai harapan dan predikat yang diletakkan padanya, sesungguhnya berujung pada tiga fungsi utama, yaitu *pertama*, sebagai pusat pengkaderan pemikir-pemikir agama (*center of excellence*). *Kedua*, sebagai lembaga yang mencetak sumber dayam manusia (*human resource*). Dan *ketiga*, sebagai lembaga yang mempunyai kekuatan melakukan pemberdayaan pada masyarakat (*agent of development*). Pondok pesantren sebagai basis pemberdayaan ekonomi masyarakat mempunyai fungsi dan tujuan ikut mensejahterakan kehidupan bangsa.

Salah satu inisiator pasar rakyat adalah Pondok Pesantren Al-Mumtaz di Kerjan, Beji, Patuk, Gunung Kidul. Pesantren ini membuka wisata halal yaitu pasar tradisional Ahad Pahing dengan melibatkan warga masyarakat disekitar pondok pesantren. Pasar Ahad Pahing adalah perpaduan antara pasar dan wisata *edupreuner*, dimana pondok pesantren Al-Mumtaz selain mendidik

santrinya untuk sukses dan mandiri juga tidak lupa mengajak warga masyarakat sekitar pesantren untuk sukses dan mandiri. Alasan penulis meneliti di Pesantren ini adalah karena komitmen Pesantren ini dalam memberdayakan wirausaha melalui pasar rakyat yang ada di Gunung Kidul. Dengan harapan pasar rakyat ini akan menjadi sumber rejeki yang *halal* dan *thayyiban*. Santri dibekali selain belajar agama adalah dengan *skill* untuk berwirausaha, sebagai bekal kelak terjun di tengah masyarakat untuk berdakwah dan berdagang. Berdakwah sebagai jihad berjuang menegakkan agama sedangkan berwirausaha sebagai bekal penguat ekonomi keluarga. Secara mendasar kegiatan pemberdayaan ekonomi pesantren ditentukan oleh kemampuan pengelola pondok Pesantren dalam membaca, mendefinisikan, memanfaatkan, dan mengorganisasi sumberdaya, baik internal maupun eksternal (Amin, & Panorama, 2021).

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti terkait bagaimana peran pesantren dalam pembangunan ekonomi bangsa melalui pasar rakyat. Hal ini, sebagai modal social dalam tatanan ekonomi pesantren. Selain itu, menjadi daya tarik karena selama ini pesantren dipandang hanya sebagai pencetak para ustadz/ustadzah saja. Tetapi, Pesantren Al Mumtaz para santri selain dibekali ilmu agama dan umum, juga dibekali kemandirian untuk belajar berwirausaha. Sangat penting sekali bagaimana system pasar rakyat yang dilakukan oleh pesantren. Karena menjadikan modal social dalam tatanan kehidupan beragama, berbangsa dan bernegara. Bagaimana pasar rakyat pesantren sebagai modal social pembangunan ekonomi bangsa?

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan mendeskripsikan kata-kata. Adapun penentuan subjek dilakukan dengan penentuan subjek secara langsung (*purposive sampling*). Subjek terpilih nantinya mengungkap gejala-gejala yang ada serta mendeskripsikan bagaimana pasar rakyat

pesantren sebagai modal social pembangunan ekonomi bangsa. Data-data di lapangan dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data tersebut dianalisis dalam bentuk deskripsi. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara. Observasi dilakukan melalui pengamatan di lapangan terkait dengan kegiatan pasar rakyat pesantren sebagai modal social dalam pembangunan ekonomi bangsa. Sedangkan dokumentasi berupa foto/video dan dokumen lain diperoleh dari Ponpes Al Mumtaz Gunung Kidul Yogyakarta. Pengumpulan data dimulai dari bulan Maret – Agustus 2022. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik triangulasi dan metode. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1992).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3. 1. Pasar Rakyat Pesantren Sebagai Modal Sosial

Nilai sebuah komunitas, bisnis, atau masyarakat dapat diukur dengan melihat modal sosialnya, sebuah konsep yang relatif baru untuk mengukur kekuatan ikatan sosial. Dengan kata lain, modal sosial (*Social Capital*) dapat dianggap sebagai aset yang dapat ditukarkan dengan sumber daya lainnya. Untuk alasan ini, penting untuk dicatat bahwa modal sosial bukanlah aset yang berwujud, melainkan kualitas yang tidak berwujud yang ada di dalam diri seseorang. Konsep modal sosial menyoroti nilai kelompok dan hubungan antara orang-orang di dalam dan di luar komunitas. Ketika seseorang berkontribusi pada modal sosial suatu kelompok, maka hal tersebut dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kemampuan kelompok tersebut untuk berkembang dan tumbuh sebagai sebuah komunitas (Berns, 2004; Hasbullah, 2006).

Menurut Coleman (1988), modal sosial ditumbuhkan melalui sejumlah struktur sosial yang mengikutsertakan hubungan antarpihak. Struktur sosial yang terdiri dari hubungan antar pihak atau aktor inilah yang disebut sebagai modal sosial. Dengan demikian bahwa modal social menjadi sangat penting dalam kehidupan pranata social. Sebuah siklus dalam kehidupan menjaditatanan yang saling keterikatan dari segala aspek apapun. Dalam hal ini adalah peran pesantren yang berkomitmen dalam mengembangkan ekonomi kerakyatan berupa pasar rakyat. Sebuah lembaga pesantren biasanya hanya dipandang kepada ajaran agama saja, tetapi Pesantren Al Mumtaz mendasari santri juga untuk berwirausaha. Kolaborasi apik untuk kemandirian dan penyangga ekonomi masa depan bangsa. Seperti diutarakan oleh Pengasuh Ponpes Kyai K, bahwa pesantrennya selain mendidik para santri untuk belajar agama, juga dibekali belajar berwirausaha. Salah satunya adalah mengenalkan pasar rakyat pesantren yang bekerjasama dengan warga untuk penggerak ekonomi masyarakat.

Sejalan dengan pendapat pengasuhnya, atas nama santri L mengutarakan bahwa di Pesantren dirinya menimba ilmu agama juga diajarkan untuk Latihan berwirausaha, sebagai bekal di masyarakat tidak hanya dibekali ilmu agama saja, melainkan juga berwirausaha sebagai penopang ekonomi masa depan keluarga. Menurut Echdar (2013) *entrepreneurship* adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan risiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik. Oleh karena itu, warga pesantren Al Mumtaz betul-betul menyelami dunia usaha untuk kemandirian

kedepannya. Warga sekitar pesantren nama M mengatakan bahwa pesantren tersebut selalu bekerjasama dan berkolaborasi dengan warga sekitar untuk mengelola pasar rakyat sebagai penguat ekonomi warga. Karena di Gunung Kidul banyak potensi wisata maka para santri dan warga sekitar dilatih untuk mengembangkan unit usaha melalui pasar rakyat pesantren.

Selanjutnya pengasuh Kyai K menuturkan bahwa alasan untuk membuat Pasar Rakyat Pesantren adalah bertujuan mengembangkan wisata halal ini terdapat dua alasan yang menjadi pemikiran *Pertama*, Pondok pensantren Al-Mumtaz dalam menangkap fenomena tumbuhnya wisata di Gunungkidul disamping dampak positif tentunya juga terdapat dampak negatifnya, wisata baru kemaksiatan baru, kemudian dari pesantren ada pemikiran untuk mengembangkan wisata halal. Misalnya sebelum mereka datang ke Pantai Baron, Krakal dan sebagainya para wisatawan tersebut datang dan menikmati wisata halal yang dirintis dan dikembangkan disekitar pondok, *kedua*, ketika ada sekolah melakukan *studi tour* dan berkunjung ke industri kebanyakan oleh pendidiknya langsung diajak ke pabrik dan hanya menggugurkan kewajiban tidak ada kesan apapun dan inspirasi apapun, andaikan anak-anak yang *study tour* itu datang wisata halal ini paling tidak bisa menginspirasi mereka untuk menjadi wirausaha.

Secara umum dapat digambarkan bahwa lembaga pendidikan yang telah banyak berhasil dalam mengembangkan wirausaha dan mengelola berbagai bidang unit usaha adalah pesantren (Zafandi, 2019). Dengan demikian, gagasan pesantren Al Mumtaz begitu luar biasa, selain menjalankan bentuk Pasar Rakyat Pesantren dengan istilah wisata halal adalah sebagai bentuk dakwah dan pemberdayaan ekonomi. Sebagaimana bahwa ekonomi yang digerakkan di pesantren ini adalah sumber kekuatan rakyat. Ekonomi

kerakyatan adalah sistem perekonomian yang dibangun pada kekuatan ekonomi Rakyat (Hasmawati, 2018). Bentuk integritas dan komitmen dalam membangun ekonomi bangsa yang dilakukan oleh Pesantren Al Mumtaz merupakan salah satu contoh pilar pesantren yang terus ingin berkembang dan memberdayakan warga pesantren untuk bersama-sama membangun ekonomi bangsa. Pembangunan melalui kemandirian, moralitas, dan wirausaha. Tentu, hal ini sebagai modal sosial yang bisa menciptakan dan menggerakkan interaksi antar elemen anak bangsa sebagai kekuatan pembangunan ekonomi bangsa.

Menurut Coleman (1988), modal sosial ditumbuhkan melalui sejumlah struktur sosial yang mengikutsertakan hubungan antarpihak. Struktur sosial yang terdiri dari hubungan antar pihak atau aktor inilah yang disebut sebagai modal sosial. Senada dengan hal tersebut, Bourdieu (1980) mendefinisikan modal sosial sebagai aset sosial seperti norma, kepercayaan, dan jaringan sosial yang membuat kegiatan menjadi lebih terkoordinasi, yang menghasilkan peningkatan efisiensi dan produktivitas di tingkat individu, kelompok, dan masyarakat. Modal sosial dapat dianggap sebagai perekat yang menyatukan masyarakat, bukan hanya sebagai kumpulan institusi atau kelompok yang menjadi tulang punggungnya.

Kebersamaan, sirkulasi ide, rasa saling percaya, dan keuntungan bersama, semuanya dipandang sebagai hasil dari modal sosial yang tinggi. Bentuk pasar rakyat pesantren sebagai Modal sosial yang berkembang sebagai hasil dari nilai-nilai, norma-norma, dan pola interaksi bersama di antara para anggotanya. Demi kemajuan dan pembangunan serta eksistensi pembangunan ekonomi bangsa.

3. 2. Pasar Rakyat Pesantren sebagai Modal Pembangunan Bangsa

Pasar rakyat yang digagas oleh Pesantren Al Mumtaz menjadi sebuah terobosan yang menggembirakan. Karena dengan Gerakan ekonomi tersebut mampu menciptakan kekuatan roda ekonomi pesantren dan warga sekitar. Era digital saat ini memang sedikit membuat tatanan ekonomi menjadi sangat pragmatis. Kebutuhan pokok dengan menggunakan platform elektronik bisa memanjakan pelanggan cukup order dari sebuah aplikasi. Hal ini, pergeseran pasar memang sangat berbeda, apabila dikaitkan dengan pasar tradisional. Tetapi, pasar tradisional yakni pasar rakyat pesantren menjadi sebuah nilai tambahan karena keterikatan antar pedagang dan pelanggan bisa berinteraksi secara langsung. Dengan demikian, ada beberapa nilai yang tidak bisa disentuh dari kelebihan pasar rakyat yakni semangat kebersamaan, kedekatan, dan nilai-nilai gotong royong. Pasar rakyat pesantren terutama terkait wisata halal yang digagas oleh pengasuh pesantren Al Mumtaz menjadi sebuah terobosan baru guna geliatkan roda ekonomi warga pesantren.

Istilah yang dikemukakan oleh pengasuh bahwa transmisi dari wisata halal ini akan menciptakan dan membawa peluang usaha dan keberkahan serta kebermanfaatannya dalam usaha. Pola-pola yang dilakukan oleh pesantren Al Mumtaz merupakan sebuah Gerakan yang menggeliatkan roda ekonomi demi pembangunan bangsa. Pasar rakyat merupakan salah satu bentuk usaha yang sarat akan nilai-nilai tradisi dan kearifan local. Dari penyajian, bentuk tempat, cara usaha, aneka dagangan menjadi gambaran kesederhanaan.

Model relasi di antara pesantren dengan masyarakat yang dihubungkan oleh perasaan simpati dan kewajiban, serta oleh nilai dan norma pertukaran. Hakikatnya, pesantren ataupun masyarakat tersusun oleh individu-individu yang berinteraksi setiap hari dengan

berbagai kepentingan dan motivasi yang melatarinya (Dakir, & Umiarso, 2017). Oleh karena itu, relasi yang dibangun oleh beberapa pihak akan saling menguntungkan dan bisa menjadi penolong serta penopang dalam kekuatan ekonomi warga. Karakteristik yang hingga saat ini masih melekat kuat pada diri pesantren, di mana ia secara kontinu melayani kebutuhan pendidikan masyarakat (Dakir, & Umiarso, 2017).

Sebagaimana disampaikan oleh Pengasuh Kyai K bahwa peran utama Pesantren yang diasuhnya adalah berkomitmen menjaga ekonomi warga pesantren dan masyarakat sekitar. Dengan membukanya pasar pesantren rakyat akan membuka peluang dan usaha bagi warga sekitar untuk berkreasi dan inovasi produk dagangannya. Faktor ekonomi gerakan bawah inilah yang menjadi dasar utama penguat ekonomi kerakyatan yang selama ini perlahan terkikis oleh model ekonomi kapitalis. Penguatan sendi-sendi kawasan ekonomi tradisional akan menjadi pondasi kuat dalam mempertahankan ekonomi Pancasila. Model ekonomi Pancasila adalah yang menjadi kekuatan bangsa Indonesia menuju kesejahteraan dan keadilan social.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa santri Al Mumtaz seperti A, L, M dan K bahwa Pasar rakyat pesantren yang digagas oleh pengasuh adalah bukti kuat, pesantren ingin membangun kemandirian santri, warga sekitar dan membuka peluang usaha-usaha untuk dikembangkan menjadi produk-produk unggulan. Walaupun pasar rakyat pesantren belum besar, tetapi komitmen untuk menciptakan roda ekonomi agar konsisten dan menghasilkan pendapatan yang halal terus didengungkan. Hal ini membuat para santri menjadi lebih bersemangat dalam menjalankan aktifitas pasar rakyat pesantren. Karena ciri khas pesantren selain sebagai Lembaga keagamaan juga menjadi Lembaga yang melahirkan para santri untuk mandiri

dan merdeka baik secara ekonomi maupun social.

Ibu T dan S mengatakan Pasar rakyat pesantren sebagai Gerakan ekonomi *wong cilik* yang menjadi kekuatan ekonomi warga local. Bisa juga menjadi penyangga ekonomi nasional melalui berbagai macam-macam dagangan yang menjadi ciri khas dan oleh-oleh yang ada di Gunung Kidul. Dari berbagai hasil wawancara di atas bahwa pasar rakyat pesantren sebagai modal social pembangunan ekonomi bangsa. Dilihat bahwa tujuannya demi kesejahteraan social.

Model pasar rakyat sebagai modal social yang digagas oleh pesantren ini selain sebagai wisata halal juga menjadi wisata ekonomi kreatif warga. Beberapa aneka olahan dagangan jajanan tradisional kha swarga sekitar dijajakaan. Inilah salah satu bukti produk hasil usaha rakyat dengan beragam olahan. Pasar rakyat pesantren sebagai modal sosial harus ditanamkan pada waktunya sehingga menciptakan generasi yang memiliki ekonomi nilai dalam persiapan termasuk orang baru dunia kerja. Jadi, pesantren bereaksi melalui inovasi jadi ketika santri lulus dari pondok Pesantren bisa menarik, kompeten, inovatif dan solusi, dan visi sosial yang baik (Nurohmah, dkk., 2021).

Pasar Rakyat Pesantren sebagai Modal ekonomi, menurut Bourdieu (1986), memang dengan mudah dapat dikonversikan ke dalam bentuk uang, dan dapat dilembagakan dalam bentuk hak kepemilikan. Tetapi dalam kondisi tertentu modal budaya juga dapat dikonversikan menjadi modal yang memiliki nilai ekonomi, dan dapat dilembagakan, seperti kualifikasi pendidikan.

Tabel: Pembentukan Jaringan dan Kerja Sama Sosial

No	Terbentuknya Jaringan	Terbentuknya Kerja Sama
1. Syarat	1. Adanya nilai dan norma yang dipegang teguh bersama. 2. Terjalin hubungan yang bermuansa kerja sama.	1. Menciptakan identitas bersama 2. Norma timbal balik (pertukaran moral antar anggota) 3. Pengulangan interaksi

Sumber: (Fathy, 2017).

Modal sosial terutama hadir sebagai alternatif bentuk modalitas lain seperti modal ekonomi, modal budaya dan modal manusia (Fathy, 2019). Pertukaran pasar terjadi secara serentak dengan memprioritaskan pada perolehan manfaat yang paling tidak setimpal di antara keduanya. Sementara asas timbal balik sama sekali tidak demikian (Fathy, 2019). Konsep modal sosial sebenarnya muncul dari pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Diperlukan adanya kebersamaan dan kerja sama yang baik dari segenap anggota masyarakat yang berkepentingan untuk mengatasi hal tersebut (Syahra, 2003).

Selain itu tentunya kreatifitas dan inovasi menjadi tantangan sendiri dalam mengembangkan pasar rakyat ini, tentunya kerja kolaboratif antara santri, warga masyarakat, dan juga pemangku kebijakan lainnya menjadi sangat penting untuk segera dilakukan. Karena harapan dari pengurus Pesantren adalah setelah wisata edupreuner santri juga diajarkan pemasaran, sedangkan masyarakat disekitar pesantren juga banyak terdapat permasalahan yang sebisa mungkin bisa terselesaikan, dikarekan sebageian dari mereka pemudanya adalah pergi merantau dan sebagian lainnya adalah mereka terkena rentenir, mereka juga diiming-imingi menjual tanah mereka dan kemudian tanah yang dijual tersebut kemudian ditempati oleh oranglain,

kemudian dari permasalahan tersebut dari pesantren mencoba dan berusaha untuk membuat lapangan baru agar pemudanya tidak merantau maka dicoba dengan merintis pasar rakyat dengan harapan warga masyarakat juga semakin mandiri dan sejahtera.

Peran pertama mengacu pada bagaimana modal sosial dapat memperkuat kapasitas organisasi yang mempromosikan kegiatan ekonomi. Mereka melihat modal sosial sebagai alat untuk pembangunan ekonomi. Hal ini tercermin dalam kapasitas dan kinerja organisasi berbasis masyarakat, bisnis dan nirlaba. LSM berorientasi dan organisasi nirlaba lembaga pemerintah (Syahra, 2003). Dengan demikian, bahwa hadirnya Pasar Rakyat Pesantren mendorong ekonomi warga dan mampu menciptakan sebuah lapangan kerja. Selain itu, mampu menjadi kekuatan ekonomi warga masyarakat dan membuka peluang usaha-usaha baru. Pasar Rakyat Pesantren juga sebagai modal social yang bisa memberikan akses interaksi, komunikasi, kontribusi dan partisipasi. Sehingga Pasar Rakyat Pesantren menjadi kekuatan Gerakan pasar tradisonal yang bisa menjadi dasar utama ekonomi kerakyatan. Jelas ekonomi kerakyatan menjadi ciri khas ekonomi Pancasila yang bertujuan demi membangun ekonomi bangsa dan kesejahteraan social.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Pasar Pesantren Rakyat Sebagai Modal Sosial Pembangunan Ekonomi Bangsa disimpulkan sebagai berikut. *Pertama*, Pasar Rakyat Pesantren Sebagai Modal Sosial yang diwujudkan dengan Bentuk integritas dan komitmen dalam membangun ekonomi bangsa yang dilakukan oleh Pesantren Al Mumtaz salah satu contoh pilar pesantren yang terus ingin berkembang dan memberdayakanwarga pesantren dan masyarakat sekitar untuk bersama-sama membangun ekonomibangsa. Pembangunan melalui kemandirian,

moralitas, dan wirausaha. Bentuk pasar rakyat pesantren sebagai Modal sosial yang berkembang sebagai hasil dari nilai-nilai, norma-norma, dan pola interaksi bersama di antara para anggotanya. Demi kemajuan dan pembangunan serta eksistensi pembangunan ekonomi bangsa. *Kedua*, Pasar Rakyat Pesantren sebagai Modal Pembangunan Bangsa. Pasar Rakyat Pesantren mendorong ekonomi warga dan mampu menciptakan sebuah lapangan kerja. Selain itu, mampu menjadi kekuatan ekonomi warga masyarakat dan membuka peluang usaha-usaha baru. Pasar Rakyat Pesantren juga sebagai modal social yang bisa memberikan akses interaksi, komunikasi, kontribusi dan partisipasi. Sehingga Pasar Rakyat Pesantren menjadi kekuatan Gerakan pasar tradisional yang bisa menjadi dasar utama ekonomi kerakyatan. Jelas ekonomi kerakyatan menjadi ciri khas ekonomi Pancasila yang bertujuan demi membangun ekonomi bangsa dan kesejahteraan social.

4.2. Saran

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat merekomendasikan bahwa model pasar rakyat pesantren bisa menjadi kekuatan ketahanan ekonomi nasional. Selain itu, pasar rakyat pesantren bisa menjadikan rujukan unit kegiatan ekonomi masyarakat yang mandiri, gotong royong, produktif dan berprestasi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Z. (2019). Strategi Pendidikan Entrepreneurship di Pesantren Al-Mawaddah Kudus. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1), 55-68.
- Amin, A. R. N., & Panorama, M. (2021). Pesantren Sebagai Solusi Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(07), 895-914.
- Bourdieu, Pierre. (1983) (1986.) "The Forms of Capital", dalam J. Richardson, ed. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Cassiopea, L. (2012). Pasar Mingguan di Lingkungan Permukiman Jalan Putri Junjung uih Kota Palangka Raya. *Jurnal Perspektif Arsitektur*, 7(01), 25-28.
- Coleman, James S. (1988) 'Social capital in the Creation of Human Capital' *American Journal of Sociology* 94: S95-S120.
- Coleman, James S. (1990) *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Dakir, D., & Umiarso, U. (2017). Pesantren Dan Perubahan Sosial: Optimalisasi Modal Sosial Bagi Kemajuan Masyarakat. *Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam dan Filsafat*, 14(1), 1-22.
- Echdar, Saban. (2013). *Manajemen Entrepreneurship*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fathy, R. (2019). Modal sosial: Konsep, inklusivitas dan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17.
- Fathy, Rusydan. 2017. "Modal Sosial dan Ketahanan Ekonomi Ojek Pangkalan Salemba". Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fikri, M. A., & Pascayanti, Y. (2022). Return Pasar Modal dan Pasar Rakyat. *Empiricism Journal*, 3(2), 221-226.
- Fikri, M. A., Muhsyaf, S. A., & Kartikasari, N. (2021). Return Pasar Modal dan Pasar Rakyat? *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 6(1), 56-66.
- Fitriawan, W. (2021). Pasar Rakyat untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 3(1), 12-16.
- Hasmawati, F. (2018). Ekonomi Kerakyatan Berbasis Potensi Lokal. *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1), 62-76.
- Indroyono, P. (2013). Revitalisasi Pengelolaan Pasar Rakyat Berbasis Ekonomi Kerakyatan. *Yogyakarta Acad. Artic. Present. Cent. Econ. Democr. Stud. Universitas Gadjah Mada*.
- Kalsum, E., & Purnomo, Y. (2019). Pola Pertumbuhan Pasar Rakyat di Kota Pontianak. *Langkau Betang: Jurnal Arsitektur*, 6(2), 136-153.

- Mazid, Sukron., dkk. (2022). *Pendidikan Pancasila Wawasan Kebangsaan & Jati Diri Bangsa*. Wonosobo: Unsiq Press.
- Misbah, A. (2021). Ekonomi Kerakyatan Berbasis Pesantren. *Jurnal Al-Iqtishod*, 5(1), 1-15
- Mubyarto., dkk. (2014). *Ekonomi Kerakyatan*. Jakarta: Lembaga Suluh Nusantara.
- Nadzir, M. (2015). Membangun pemberdayaan ekonomi di pesantren. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 37-56.
- Nurohmah, M., Subiyantoro, H., & Suja'i, I. S. (2021). Peran Modal Sosial dalam Pendidikan Pesantren di Era Society 5.0. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 9(2), 133-141.
- Pangau, A. P. S., Massie, J. D., & Lintong, D. C. A. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PEDAGANG DAN PENGUNJUNG PADA PASAR RAKYAT TOMBATU KABUPATEN MINAHASA TENGGARA. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 840-849.
- Peraturan Menteri Perdagangan RI. (2014). *Pedomanan Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*
- Suhartini. (2009). "Problem Kelembagaan Pengembangan Ekonomi Pesantren", dalam *Pustaka Pesantren (ed.), Manajemen Pesantren*. Yogyakarta: LKIS
- Syahra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1-22.
- Weber, Max. (1930). *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*. London.