

MODAL SOSIAL PEDAGANG NANAS DI DESA RIMBAPANJANG KECAMATAN TAMBANG KABUPATEN KAMPAR

Oleh: Siti Fathin Azzah

E-mail: azzahsitifathin@gmail.com

Pembimbing: Dr. T. Romi marnelly,S.Sos,M.Si

E-mail: t.romi@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru

Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Perdagangan merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang baik yang tidak diproduksi sendiri maupun yang diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang biasanya berjualan disekitaran pasar ,tapi ada juga yang berjualan diluar pasar dengan berkumpul dan menjual jenis barang yang sama sehingga membentuk kelompok pedagang barang tertentu. keterikatan individu dalam hubungan sosial merupakan pencerminan diri sebagai makhluk sosial. Jaringan sosial tercipta karena adanya rasa percaya, saling menginformasikan, dan saling mengingatkan terhadap sesuatu. Sebagaimana dikatakan Putnam bahwa pemikiran dan teori tentang modal sosial memang didasarkan pada kenyataan bahwa “jaringan antara manusia”adalah bagian terpenting dari sebuah komunitas. Dalam kesehariannya pedagang rimbo panjang tidak hanya menjual nanas pada masyarakat. Durasi pengalaman dalam berjualan nanas membuat pedagang lama memiliki banyak jaringan dalam hal memasok barang dagangan sehingga menjadikan pedagang.

KataKunci: PedaganNenas, JaringanSosial, Kepercayaan

**SOCIAL CAPITAL OF PINEAPPLE TRADERS IN RIMBAPANJANG
VILLAGE MINING DISTRICT KAMPAR DISTRICT**

By: Siti Fathin Azzah

E-Mail: azzahsitifathin@gmail.com

Supervisor: Dr. T. Romi marnelly,S.Sos,M.Si

E-Mail: t.romi@lecturer.unri.ac.id

Departement of Sociology

Faculty of Social and Political Sciences

Universitas Riau

*Campus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru
28293 Telp/Fax. 0761-63277*

ABSTRACK

Traders are people who carry out trade, trade goods, both those that are not self-produced and those that are self-produced to make a profit. Commercial acts in general are acts of buying goods for resale. Traders usually sell around the market, but there are also those who sell outside the market by gathering and selling the same type of goods so as to form certain groups of goods traders. individual attachment to social relations is a reflection of oneself as a social being. Social networks are formed because of mutual trust, knowing each other, informing each other, and reminding each other of something. As Putnam said, thoughts and theories about social capital are indeed based on the fact that "networks between people" are the most important part of a community. In their daily lives, pineapple traders along the Long Jungle Road do not only sell pineapples to the public. The duration of experience in selling pineapples makes old traders have a lot of networks in terms of supplying merchandise so that they become traders.

Keyword : Pineapple seller, Social Network, Trust,

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor informal merupakan unit unit usaha tidak resmi berskala kecil yang menghasilkan barang dan jasa tanpa memiliki izin usaha atau izin lokasi berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sektor informal merupakan suatu kegiatan usaha berskala kecil yang dikelola oleh perorangan dengan tingkat kebebasan yang tinggi dalam mengatur cara bagaimana dan dimana usaha tersebut dijalankan. Sektor informal mempunyai peran yang besar di negara-negara yang sedang berkembang (NSB) termasuk Indonesia. Sektor informal adalah sektor yang tidak terorganisasi (*unorganized*), tidak teratur (*unregulated*), dan kebayangan legal tetapi tidak terdaftar (*unregistered*).

Badan pusat statistik (BPS) mencatat, sektor informal mendominasi pekerjaan di Indonesia dari tahun ketahun semakin besar pula pengaruhnya terhadap perekonomian. Pada Februari 2019 mencatat bahwa penduduk yang berusia 15 tahun keatas yang bekerja sebanyak 75 juta jiwa. Sementara penduduk yang bekerja di sektor formal hanya sekitar 55,3 juta jiwa. Perbandingan pertumbuhan sektor informal di tanah air pada periode 2015 sampai 2019 digambarkan sebagai berikut:

Table 1.1 Data Perbandingan Pekerja di Indonesia

No	Tahun	Informal	Formal
1	2015	49 Juta	67 Juta
2	2016	52 Juta	68 Juta
3	2017	53 Juta	70 Juta
4	2018	55 Juta	73 Juta
5	2019	58 Juta	75 Juta

Sumber " Data Pusat Ekonom dan Bisnis

Indonesia (DataBooks.com)

Salah satu sektor informal yang berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat ialah perdagangan. Perdagangan merupakan satu media bagi terjadinya berbagai interaksi baik interaksi antar manusia dan manusia, manusia dengan lingkungan, maupun interaksi antar kelompok manusia. Perdagangan merupakan kegiatan atau proses jual beli atau tawar menawar antar palaku ekonomi. Dalam perdagangan pelaku ekonomi dikenal dengan sebutan pedangan dan pembeli.

Pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, menjual belikan baik barang yang tidak diproduksi peerorangan maupun yang diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan (Sujatmiko,2014)

Daerah Rimbo Panjang memiliki luas wilayah yang besar, Rimbo Panjang sendiri juga memiliki batas wilayahnya masing-masing. Wilayah sebelah utara bersebelahan dengan Desa Karya Indah/Pagaruyung, Kecamatan Tapung, Wilayah Selatan bersebelahan dengan Desa Parit Baru, Tarai Baru Kecamatan Tambang, Wilayah arah Timur berbatasan dengan Tuah Madani Kecamatan Bina Widya, Wilayah arah Barat berbatasan dengan Kualu Nenas Kecamatan Tambang.

Disepanjang jalan Rimbo Panjang Pekanbaru terdapat komunitas pedagang yang berkumpul dan menjual jenis barang yang relatif sama. Kebanyakan pedagang disepanjang jalan Rimbo Panjang menjual nanas sebagai produk unggulan. Para pedagang memilih berkumpul disepanjang jalan.

Rimbo Panjang dikarenakan beberapa faktor yang menjadikan jalan ini dapat dikategorikan sebagai lokasi yang sangat strategis untuk menjual buah nanas. Hal ini pula yang menjadikan pembeli buah

nanas di sekitaran jalan Rimbo Panjang ndak hanya berasal dari kota Pekanbaru.

Dalam kesehariannya pedagang nanas di sekitar jalan Rimbo Panjang tidak hanyan menjual nanas pada masyarakat. Beberapa pedagang yang sudah cukup lama berjualan juga bertindak sebagai pemasok nanas untuk pedagang lainnya.

Hubungan sosial yang terbentuk antara pedagang nanas sangat terjaga dengan baik. Hal ini dapat dilihat tidak adanya konflik yang terjadi antar sesama pedagang. Selain itu ada beberapa faktor yang mengakibatkan terbentuknya jaringan sosial antar pedagang nanas di sekitar jalan Rimbo Panjang. Mayoritas pedagang memiliki beberapa kesamaan seperti adanya kesamaan suku, kesamaan suku, kesamaan asal daerah serta adanya hubungan kekeluargaan.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis melihat adanya fenomena jaringan sosial yang terahjadi, baik itu antara pedagang nenas dengan petani nanas dan antara sesama pedagang nanas sehingga penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Modal Sosial Pedagang Nanas di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan data-data diatas, penulis merumuskan beberapa masalah yang akan dijadikan sebagai acuan penelitian di lapangan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana jaringan sosial yang dilakukan oleh pedangan nenas di Desa Rimbo Panjang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar
- b. Bagaimana bentuk kerjasama yang dilakukan oleh pedagang nenas di Desa Rimbo Panjang kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Tujuan Penelitian

1. Bagaimana cara pedagang nanas dalam memenuhi stok buah nanas
2. Untuk menjelaskan bagaimana bentuk jaringan sosial pedagang nanas di jalan Rimbo Panjang Pekanbaru

Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis dapat menambah wawasan kepada pembaca tentang hubungan sosial pedagang nanas di jalan Rimbo Panjang Pekanbaru
2. Sebagai salah satu upaya pengembangan ilmu pengetahuan, baik secara umum sosiologi sebagai ilmu yang mempelajari masyarakat dan khususnya pada pembahasan mengenai hubungan sosial
3. Penulis berharap agar penelitian yang releban selanjutnya sehingga dapat menjadi acuan dan bahan perbandingan

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Jaringan

Jaringan merupakan terjemahan dari *network*, yang berasal dari dua suku kata yaitu *net* dan *work*. *Net* diterjemahkan dalam bahasa sebagai jaring, yaitu tenunan seperti jala, terbentuk dari banyak ikatan yang saling terhubung antara satu sama lain, sedangkan kata *work* bermakna sebagai kerja. Gabungan kata *net* dan *work*, sehingga menjadi *network*, yang penekanannya terletak pada kerja bukan pada jaring, dimengerti sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring (*net*)

Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kesatuan ataupun antar

suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun bentuk informal.

Teori jaringan sosial berangkat dari pengkajian atas variasi bagaimana perilaku individu berkumpul (*aggregate*) menjadi perilaku kolektif

Jaringan sosial merupakan suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (atau yang umumnya adalah perorangan atau kelompok) yang dijalin dengan satu atau lebih macam relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain. Satu ciri khas teori jaringan adalah pemusatan perhatiannya pada struktur mikro hingga makro. Artinya bagi teori jaringan, aktor bisa saja perorangan, tetapi bisa pula kelompok, perusahaan dan masyarakat.

Hubungan pedagang dan Petani nanas sebagai suatu pertukaran hubungan ikatan persahabatan yang berat sebelah antara seseorang dari status social ekonomi lebih tinggi (Pedagang), yang sangat berpengaruh dalam mengatur sumber daya sendiri untuk memberikan perlindungan kepada klien yang membalasnya dengan menawarkan dukungan umum dan bantuan kepada pedagang (Wolf E. R., Frinship And Toke-Client Relation In Complex Societies, 1966)

Istilah patron berasal dari bahasa Latin "*patronus*" atau "*pater*" yang berarti ayah (*father*). Karenanya, ia merupakan seorang yang memberikan keamanan dan manfaat serta menamai dan mendukung terhadap kegiatan beberapa orang. Sedangkan klien juga berasal dari istilah Latin "*cliens*" yang berarti pengikut. Dalam sejarah ilmu sosial patron adalah konsep hubungan strata sosial dan penguasaan sumber ekonomi. Konsep patron selalu diikuti oleh konsep klien, tanpa konsep klien konsep patron tentu saja tidak ada. Karenanya kedua istilah tersebut

membentuk suatu hubungan khusus yang disebut dengan istilah *clientelism*.

Jaringan yang terbangun merupakan modal terpenting dalam mempertahankan kelangsungan usaha pedagang nenas, dengan kondisi yang serba terbatas baik fasilitas dan permodalan pedagang akan berusaha untuk membangun jaringan yang kuat baik antara sesama pedagang, pedagang dengan petani sebagai pemasok nenas maupun antara pedagang dengan pelanggan.

Konsep Sosial Ekonomi

Sosial ekonomi ialah kedudukan seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh kegiatan ekonomi, pendidikan serta pendapatan. Dalam pembahasannya sosial dan ekonomi sering menjadi objek pembahasan yang berbeda.

Koentjaraningrat (1981) menyebutkan bahwa kondisi sosial ekonomi adalah suatu keadaan atau kedudukan yang diatur secara sosial dan menetapkan seseorang dalam posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat. Pemberian posisi ini disertai dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh si pembawa status. Sosial ekonomi berhubungan dengan keadaan-keadaan dimana manusia itu hidup, kemungkinan-kemungkinan perkembangan materi dan batas-batasnya yang tidak bisa diikuti manusia. Penduduk dan kepadatan penduduk, konsumsi dan produksi pangan, perumahan, sandang, kesehatan dan penyakit, sumber-sumber kekuatan dan pada tingkat dasarnya faktor-faktor ini berkembang tidak menentu dan sangat drastis mempengaruhi kondisi-kondisi dimana manusia itu harus hidup.

Konsep Norma

Setiap manusia membutuhkan aturan yang lebih dikenal dengan norma sosial. Menurut Hasbullah (2006) aturan-aturan kolektif tersebut biasanya tidak tertulis tapi dipahami oleh semua anggota masyarakat dan menentukan bentuk tingkah laku yang diinginkan dalam konteks hubungan sosial. Dapat dikatakan bahwa norma merupakan wujud konkret dan nilai-nilai pedoman yang berisi keharusan, kebolehan, dan suatu larangan.

Pedagang di Nanas dalam hubungannya selalu mengedepankan rasa saling menghormati dan saling menghargai sesama pedagang, sehingga dengan adanya ini hubungan dapat terjaga dengan baik dan tidak menyebabkan kekacauan antar pedagang di pasar. Selain itu sesama pedagang pasar telah menumbuhkan rasa kekeluargaan, perasaan tersebut memungkinkan mereka saling bertukar kebaikan, misalnya jika ada pedagang yang tidak berjualan karena sakit maka pedagang lain menjenguk. Selain itu jika ada pembeli yang datang untuk membeli suatu barang namun barang tersebut habis maka dicarikan ke pedagang lainnya, dan berkaitan dengan pembayarannya pedagang yang dipinjam tidak mematok harga yang harus dikembalikan oleh pedagang yang meminjam. Namun jika terdapat pedagang yang bertindak egois maka secara tidak langsung pedagang lainnya merasa kesal sehingga menjauh dan kurang memperhatikan keberadaannya.

Konsep Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari suatu hubungan. Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan tidak begitu saja dapat terjadi dengan mudah kepercayaan dapat diakui oleh pihak lain

melainkan harus dibangun mulai dari awal dan adanya bukti nyata

Kepercayaan merupakan unsur utama yang digunakan untuk membangun sebuah hubungan antara dua individu atau lebih, terutama dalam kerjasama. Kepercayaan dapat diwujudkan dalam bentuk kejujuran, keramahan dan saling menghormati. Pedagang nanas memiliki kesadaran bahwa kepercayaan harus dijaga agar hubungan dengan sesama pedagang maupun dengan pembeli dapat terjaga dengan baik. Kepercayaan tersebut dapat diwujudkan dalam sikap maupun perilakunya, misalnya dalam beraktivitas pedagang jujur terhadap kualitas barang, harga dan lain sebagainya. Sesama pedagang tidak saling menipu dalam hal usaha sehingga kepercayaan telah membuat sesama pedagang saling membantu, misalnya pedagang di nanas membantu menjagakan kios pedagang tetangganya jika yang punya kios ingin ke toilet atau ada urusan lainnya. Oleh karena itu dalam sistem seperti ini kepercayaan mempunyai peran yang sangat penting agar tidak merugikan sesamanya.

Bentuk Kerjasama

Bentuk kerjasama salah satu syarat untuk kehidupan yang lebih baik dalam masyarakat yang saling membutuhkan kerjasama dapat dijumpai hampir dalam setiap kehidupan sosial mulai dari anak-anak hingga kehidupan keluarga, kelompok, kekerabatan hingga dalam komunitas sosial.

Bentuk kerjasama yang dilakukan para pedagang nanas disekitar Desa Rimbo Panjang ialah terjalannya kerjasama antar pedagang sesama pedagang maupun antar pedagang dengan petani pedagang sama-sama melatak harga pasaran yang sesuai yang disepakati, dan petani selalu menyediakan stok buah nanas sesuai

permintaan para pedagang, petani juga selalu mempertahankan langganannya untuk menetap dan tidak mencari petani langganan yang baru.

Bentuk Kerjasama adalah nilai-nilai yang penting dalam jaringan sosial, karena adanya sikap saling membutuhkan antar pedagang nanas dan petani nanas. Pihak pedagang yang membutuhkan stok buah nanas para petani dengan kualitas yang terbaik dan pihak petani yang membutuhkan para pedagang sebagai langganan untuk memasokkan buah nanas milik petani dan uang yang didapatkan bisa diputar kembali oleh petani baik untuk kehidupan sehari-hari maupun untuk kebun nanas milik petani tersebut.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam rancangan penelitian ini adalah Desa Rimba Panjang. Lokasi yang dimaksudkan lebih spesifik adalah sepanjang jalan Lintah Pekanbaru-Kampar. Lokasi ini dipilih dikarenakan terkait dengan fenomena yang penulis kaji terkait Jaringan sosial antara pedagang Nanas dan Petani Nanas di Desa Rimba Panjang.

Dalam menentukan subjek penelitian ini penulis meletakkan beberapa kriteria yang digunakan sebagai acuan pemilihan subjek penelitian, antara lain:

1. Pedagang yang sudah berlangganan dengan petani nanas minimal 1 tahun
2. Pedagang Nanas yang sudah berjualan minimal 1 tahun
3. Pedagang Nanas yang sudah memiliki kios
4. Para pedagang disekitar Rimba Panjang terdapat kurang lebih 45 Kios pedagang nanas

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebagai cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data, menghimpun, mengambil data penelitian (Suwartono, 2014). Dalam rancangan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

a. Observasi

Teknik observasi sesuai untuk mengkaji proses dan perilaku. Dalam menggunakan sebagai jendela untuk merekam dan mengumpulkan data (Suwartono, Dasar-Dasar Metodologi Penelitian, 2014) Dengan melakukan observasi peneliti mengamati secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti dengan memperhatikan gejala atau kejadian yang terjadi di lapangan. Dalam hal ini peneliti memperhatikan bagaimana kegiatan sehari-hari para pedagang nanas, baik dari cara pedangan nanas memasarkan dagangannya maupun bagaimana hubungannya dengan sesama pedagang nanas yang lain.

b. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Wawancara adalah cara yang digubakan untuk menjangkau informasi atau datang melalui interaksi verbal/lisan. Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan untuk mengumpulkan keterangan-keterangan kehidupan manusia dalam bermasyarakat. Dalam penelitian ini, wawancara hanya ditujukan kepada informan yang berperan sebagai informan dan informan tambahan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang bersangkutan dengan rumusan permasalahan yang sudah disusun sebelumnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dalam pengumpulan data dengan teknik dokumentasi, penulis mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalan dan sebagainya.

PEMBAHASAN

1. Norma

Norma yang Dilakukan Pedagang Nanas

Norma Merupakan suatu bentuk aturan yang berorientasi dari Norma Budaya, Agama, maupun kearifan lokal yang sudah berkembang dalam lingkungan masyarakat. Norma yang ada di pedagang nanas Desa Rimbo Panjang merupakan norma yang menjadi acuan pedagang dalam bertindak, contohnya adanya keyakinan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur telah membentuk perilaku para pedagang agar tidak saling berprasangka buruk dan iri terhadap keberhasilan pedagang lain malah sebaliknya mereka saling menolong.

Pedagang nanas dalam hubungannya selalu bersikap rasa saling menghormati dan saling menjaga sesama pedagang. Sehingga dengan adanya ini hubungan dapat berjalan dengan baik dan tidak menyebabkan kekacauan antar pedagang. Selain itu sesama pedagang telah menumbuhkan rasa kekeluargaan, perasaan

tersebut memungkinkan mereka saling bertukar kebaikan.

2. Bentuk Kepercayaan

Kepercayaan merupakan unsur utama yang digunakan untuk membangun sebuah hubungan antara dua individu atau lebih, terutama dalam kerjasama. Kepercayaan dapat diwujudkan dalam bentuk kejujuran, keramahan dan saling menghormati. Pedagang nanas memiliki kesadaran bahwa kepercayaan harus dijaga agar hubungan dengan sesama penjual maupun dengan pembeli dapat terjaga dengan baik. Rasa percaya tersebut dapat terjadi dalam sikap maupun perilakunya, misalnya dalam beraktivitas pedagang jujur terhadap kualitas barang, harga dan lain sebagainya. Sesama pedagang tidak saling menipu dalam berdagang sehingga rasa percaya telah membuat sesama pedagang saling membantu.

Kepercayaan terhadap pemasok dan pedagang, pemasok kepada agen, pedagang kepada pelanggan. Adanya sikap saling percaya maka akan terciptanya kerjasama yang baik dan saling menguntungkan bagi dua belah pihak, apabila tidak adanya saling percaya maka akan mengakibatkan kerugian bagi dua belah pihak tersebut.

3. Bentuk Kerjasama

Bentuk kerjasama yang dilakukan pedagang nanas di

Desa Rimbo Panjangialah terjalinnya kerjasama antar pedagang sesama pedagang maupun antar pedagang dengan petani . Pedagang sama-sama meletak harga pasaran yang sesuai dengan yang disepakati. Kerjasama dapat terjadi karna didorong oleh kesamaan tujuan atau manfaat yang akan diperoleh dalam kelompok tersebut. Kerjasama antar pedagang juga tertanam dalam diri pedagang karna komunikasi setiap harinya. Olrh sebab itu mereka saling mengetahui antar sesama. Interaksi yang menjadikan pedagang dengan yang lainnya dapat saling mempengaruhi

KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian terkait Hubungan Sosial Pedagang Nanas dapat ditarik kesimpulan sebagai Berikut :

1. Hubungan antara para pedagang nanas dan petani nanas adalah terjadinya kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak, para pihak pedagang mendapatkan nanas dari para petani baik dengan sistem utang mau pun lunas , dan para petani mendapatkan langganan pedagang nanas untuk memasokkan buah nanas yang dibutuhkan para pedagang
2. Hubungan antara para pedagang dengan pedagang adalah meningkatnya daya saing dalam memasarkan buah nanas maupun daya saing dalam menyetok buah nanas , terjadinya kekerabatan antara para pedagang,saling mengenal maupun sikap saling tolong

3. Hubungan antara pedagang dan pembeli terjadinya interaksi jual beli ,dan memungkinkan para pedagang mendapatkan langganan seperti para umkm maupun pedagang buah keliling Terjadinya komunikasi dan interaksi antara pedagang sesama pedagang dalam penjualan , terjadinya komunikasi dan interaksi antara pedagang dan petani dalam proses pemasokan nanas hingga antara petani dan pedagang saling mengenal , dan terjadinya interaksi antara pedagang dengan pembeli

SARAN

1. Mengenai hubungan sosial para pedagang nanas , para pedagang hendaknya tidak hanya mennial nanas saja , tapi juga menjual prodak lain seperti keripik nanas maupun olahan nanas lainnya
2. Para pedagang hendaknya memiliki petani langganan yang lebih banyak , dan menjalin kedekatan kepara para petani nanas
3. Hendaknya memperbanyak organisasi untuk para kelompok tani para petani nanas , agar bisa menjadi untuk bisnis umkm
4. Para pedagang harus mempunyai strategi dalam mencari pembeli dan pelanggan
5. Adanya kepedulian dari pemerintah khususnya Kepala Desa Rimba Panjang terhadap para pedagang nanas
6. Para pedagang harus mempunyai Strategi pemasaran dalam menjual nanas

DAFTAR PUSTAKA

- Damsar. (1997). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damsar. (2009). *Pengantar sosiologi ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Kensil, C., & Kansil, C. S. (2008). *Pook-pokok Pengatahuan Hukum dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kusnadi. (2000). *Nelayan: Strategi Adaptasi Dan Jaringan*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Magfirah, A. (2018, Desember 20). *Review tulisan*. Retrieved from "Mengangkat Derajat Sektor Informal": <http://magfirahannisaulva.blogspot.com/2018/12/mengangkat-derajat-sektor-informal.html>
- Moh.Hefni. (2009). *Patron-Client Relationship Pada Masyarakat Madura*. *Jurnal Karsa*, 15 (1).
- moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Riduan. (2015). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung : ALFABETA.
- Ritzer, G., & Goodman, D. (2004). *Teori Sosiologi modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Salam. (2018). Keterlekatan Ekonomi Pada Kehidupan Sosial. *Jurnal Sosial & Budaya*, iv, 65-76.
- Sugiyanto. (2017). *Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D*. Bandung . Sujatmiko, E. (2014). *Kamus Ips*. Surakarta: Aksara Sinergi Media.
- Wolf, E. R. (1966). In *Frinship And Toke-Client Relation In Complex Societies* (pp. 1-22).
- Wolf, E. R. (1966). In *Frinship And Toke-Client Relation In Complex Societies* (pp. 1-22).
- Wolf, E. R. (1966). In *Frinship And Toke-Client Relation In Complex Societies* (pp. 1-22).
- Wolf, E. R. (1978). *Societies, Frinndship And Toke-Client Relation in Complex sicieties*. In *kinchip*.