

JAWABAN TUGAS 1

Rhiza S. Sadjad

NIM 045276176

Fakultas : **FHISIP/Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
Kode>Nama MK : **SOSI4205.2/Sosiologi Ekonomi 2**
Tugas : **1**

Pertanyaan 1/3:

Dalam modul 1 Pokok Bahasan 1 Sub Pokok Bahasan 1, telah dijelaskan mengenai sumbangan pemikiran tokoh sosiologi terhadap sosiologi ekonomi seperti Karl Mark, Max Weber dsb. Masing-masing tokoh memiliki pandangannya masing-masing. Coba anda simpulkan pandangan menurut 2 tokoh sosiologi kemudian kaitkan dengan salah satu contoh realita yang terjadi pada sosiologi ekonomi. Berikan penjelasan dari keterkaitan antara masing-masing pemikiran tokoh tersebut dengan contoh realitanya!

Jawaban 1/3:

Dua tokoh sosiologi yang dipilih adalah **Karl Marx [1818-1883]**, ekonom-sosiolog-filsuf kelahiran Jerman yang melahirkan gagasan-gagasannya setelah mengalami berbagai dampak sosial-ekonomi dari revolusi industri di Inggris, dan **Maximilian Weber [1864-1920]** ekonom-sosiolog-filsuf Jerman yang hidup satu generasi setelah **Karl Marx**, sehingga gagasan-gagasan **Weber** sedikit banyaknya dipengaruhi oleh gagasan-gagasan **Marx**.

Kontribusi **Marx** yang terbesar pada sosiologi ekonomi adalah karyanya “*Das Kapital*” [1867], Ref. ([1], [2 (a)], [2 (b)]), yang menguraikan teorinya tentang kapitalisme yang dilatarbelakangi oleh konflik yang terjadi antara kelas atas (majikan, borjuasi) dengan kelas bawah (buruh, pekerja, proletar) akibat penguasaan dan kepemilikan alat-alat produksi dalam dunia industri. **Weber** adalah pengagum **Marx**, sehingga banyak gagasan **Weber** yang terpengaruh oleh **Marx**, walau pun tidak sedikit **Weber** meng-kritik gagasan **Marx**, bahkan merupakan anti-tesis dari tesis yang diajukan **Marx**, Ref. ([1], [2 (c)], [2 (d)]), Kontribusi **Weber** yang terbesar bagi sosiologi adalah gagasannya untuk memperluas fokus perhatian **Marx** yang hanya pada materi dan ekonomi, untuk meliputi juga perhatian pada gagasan (ideologi), tatanan nilai, agama dan pemaknaan yang mendalam kepada kehidupan masyarakat.

Marx berpendapat bahwa kehidupan sosial hanyalah didorong oleh sepenuhnya motivasi ekonomi sehingga terjadi pertentangan kelas antara majikan (kelas borjuis) pemilik modal yang menguasai alat-alat produksi dengan buruh (kelas proletar) yang di-eksploitasi demi kepentingan pemilik modal. Pertentangan ini akan terjadi terus-menerus, sampai nanti terjadi revolusi proletar, ketika buruh merebut alat-alat produksi dari penguasaan oleh kelas borjuis. **Weber**, sebaliknya, berpendapat bahwa kehidupan sosial masyarakat tidak hanya di-motivasi oleh materi dan ekonomi, tapi juga oleh budaya, ideologi, agama, tatanan nilai, kekuasaan politik dan kelembagaan. Jika **Marx** hanya memandang kehidupan sosial dari dimensi tunggal, yaitu dimensi ekonomi, maka perpektif

Weber lebih luas dan multidimensional, meliputi dimensi ideologi, politik, ekonomi sosial dan budaya (ipoleksosbud).

Weber juga meng-kritik Marx yang menganggap stratifikasi sosial hanya disebabkan oleh perbedaan kelas, khususnya kelas borjuis di atas dan kelas proletar di bawah. Menurut **Weber**, selain karena perbedaan kelas akibat status ekonomi, stratifikasi sosial juga terjadi karena status kehormatan yang diberikan oleh masyarakat kepada seseorang atau sekelompok orang sehingga menduduki strata sosial di atas, dan bisa karena jabatan politik hasil pemilihan umum. Seorang komandan preman (seperti di Indonesia ada tokoh preman yang bernama **Hercules**) misalnya, walau pun secara ekonomi boleh dikatakan memiliki kekayaan yang jauh lebih besar daripada seorang ustadz, tapi dalam stratifikasi sosial yang berlaku di masyarakat, sang ustadz menduduki strata yang lebih tinggi daripada sang preman.

Marx membenci kapitalisme, Ref. ([1], [2 (a)], [2 (b)]), karena bagi **Marx** merupakan sumber dari penindasan, eksploitasi, keterasingan (buruh dari produk yang dihasilkannya) dan ketidak-adilan, sedangkan **Weber** justru mempunyai pandangan positif terhadap kapitalisme, Ref. ([1], [2 (c)], [2 (d)]), karena mengembangkan efisiensi dan rasionalisasi, walau pun **Weber** juga mengakui dalam kapitalisme ada potensi de-humanisasi, ketika manusia hanya dianggap sebagai alat produksi. **Marx** tidak menyukai agama yang menurutnya digunakan oleh kelas borjuis untuk me-manipulasi kesadaran kelas proletar agar tidak menyadari penderitaannya (“agama adalah candu”, kata **Marx**). **Weber** sebaliknya, justru memandang ethos Kristen-Protestan sebagai sumber inspirasi bagi berkembangnya kapitalisme., Ref. ([2 (d)]). Kritik **Weber** terhadap **Marx** juga terkait dengan metodologi yang digunakan. **Marx** menuntut sosiologi ekonomi sebagai ilmu agar secara normatif berpihak pada yang tertindas sebagai penegakan moral, sedangkan **Weber** memilih sikap “netral”, agar sosiologi ekonomi hanya menjelaskan fenomena sosial-ekonomi yang telah terjadi, tanpa “memaksakan” bagaimana yang seharusnya terjadi.

Dalam konteks kekinian, ada kesulitan dalam menerapkan baik teori-teori **Marx** mau pun **Weber** yang digagas pada era awal Revolusi Industri (*Industri 1.0*). Pada era *Industri 4.0* sekarang ini telah berkembang yang disebut oleh para pakar sebagai kapitalisme digital. Majikan tidak lagi merupakan pemilik modal yang menguasai alat produksi, sedangkan buruh tetap ter-eksploitasi walau pun memiliki dan menguasai sepenuhnya alat produksi. Contoh yang nyata adalah kasus pengemudi *on-line*. Para pengemudi *on-line* secara teoretis adalah “mitra” dari pemilik aplikasi. Karena pengemudi *on-line* ini memiliki dan menguasai alat produksi, yaitu kendaraan yang digunakan, seharusnya mereka menjadi “majikan” yang dilayani oleh aplikasi digital dalam bekerja. Para pengemudi harusnya menjadi “*master*” sedangkan aplikai digitalnya menjadi “*slave*”. Tapi kenyataannya malah terbalik. Para pengemudi menjadi “*slave*” dari aplikasi digital yang berfungsi

jadi “*master*”. Entah apa yang akan dikatakan **Marx** dan **Weber** jika mereka bangkit dari kuburnya dan menyaksikan fenomena ini.

Pertanyaan 2/3:

Jelaskan fenomena munculnya asosiasi pengusaha berbasis hubungan primordial, seperti pengusaha dan etnis tertentu? Apa maksud dari pengelompokan tersebut, dan adakah keterkaitan secara ekonomi?

Jawaban 2/3:

Primordialisme tidak hanya berlatar-belakang etnis, bisa yang lain, misalnya agama, bahasa, budaya, bahkan kesamaan sekolah (asosiasi alumni) atau organisasi, seperti KAHMI, yang merupakan asosiasi mantan anggota organisasi HMI, yang sering menjadi asosiasi bisnis juga, selain utamanya sebagai kegiatan politik, Ref. ([2(e)]). Sebenarnya primordialisme adalah “*natural*” (alamiah) saja, terutama jika terkait dengan asosiasi bisnis. Adalah wajar jika para pengusaha melakukan transaksi bisnis atau membentuk asosiasi, dengan pengusaha lain yang memiliki latar-belakang yang sama, khususnya latar-belakang etnis, atau latar-belakang kultural lainnya. Dalam transaksi bisnis atau pembentukan asosiasi bisnis yang berbasis primordialisme, yang pertama-tama terbangun adalah “*trust*” (rasa percaya) karena yang dihadapi bukan “orang lain” yang sama sekali tidak dikenal. Hubungan antar pebisnis yang berlatar-belakang etnis yang sama akan cepat “*cair*” dan informal. Pembicaraan bisa menggunakan bahasa atau logat yang sama, sehingga terhindar dari kesalah-pahaman. Orang Sunda yang berbisnis dengan orang dari etnis lain, misalnya, akan menggunakan bahasa Indonesia dengan logat Sunda yang mungkin kurang dipahami oleh etnos lain itu, yang dapat memicu kesalah-pahaman. Tapi jika berbisnis dengan sesama orang Sunda, misalnya, mereka dapat menggunakan bahasa Sunda sehingga lebih mudah untuk saling memahami satu sama lain.

Asosiasi bisnis yang berbasis primordialisme ber-latar-belakang etnis juga pada umumnya anggotanya saling mendukung, misalnya dengan bantuan modal atau pinjaman tanpa bunga dan tanpa agunan, karena memang sudah terbangun rasa saling percaya. Rasa solidaritas juga terbangun dalam asosiasi bisnis yang berbasis primordialisme, misalnya orang-orang India yang ber-diaspora ke seluruh penjuru dunia, atau orang Minang yang merantau ke seluruh penjuru Nusantara, terkenal punya solidaritas tinggi dengan sesamanya.

Primordialisme yang berbasis etnis juga membangun asosiasi bisnis dengan spesialisasi tertentu. Yang paling terkenal antara lain adalah orang Madura. Semua tukang cukur di kota Makassar, misalnya, pasti orang Madura atau keturunan orang Madura. Pengepul logam bekas di Kalimantan juga orang-orang Madura. Di Bandung, pernah sekumpulan orang Madura bersama-sama membuka lapak sate Madura dan soto sulung di sudut jalan Merdeka-Aceh, dan mereka

semua tinggal di rumah-rumah kontrakan dalam satu RT/RW. Orang Bugis-Makassar juga membentuk asosiasi “saudagar” yang secara periodik mengadakan pertemuan untuk saling berbagi informasi penting terkait perkembangan bisnis di tanah air dan mancanegara.

Sebenarnya, primordialisme bukanlah dasar ikatan yang terlalu kuat dalam pembentukan asosiasi bisnis. Terutama jika dilatar-belakangi oleh kesamaan etnis. Pada generasi-generasi selanjutnya, karena perkawinan antar-suku, identitas etnis akan memudar, sehingga ikatan primordial berbasis etnis pun akan punah. Mungkin nantinya ikatan primordial akan digantikan oleh ikatan yang berbasis profesionalisme, rasa percaya, reputasi, rekam jejak, pendidikan, dan seterusnya. Asosiasi bisnis akan terbentuk secara lebih formal, dalam naungan lembaga-lembaga resmi seperti KADIN dan asosiasi-asosiasi usaha sejenis.

Pertanyaan 3/3:

Jika ditinjau dari kepentingan ekonomi, trust memberikan jaminan bagi keuntungan-keuntungan karena transaksi yang dilakukan berjalan secara terbuka dan adil. Bagaimana menurut anda, jika trust terlanjut rusak, mungkinkah dipulihkan?

Jawaban 3/3:

Rasa saling percaya atau “*trust*” adalah sangat mendasar dalam hubungan bisnis, Ref. ([2(f)]), menjadi perekat dalam transaksi bisnis dan ekonomi, yang memungkinkan antar mitra yang berbisnis untuk misalnya melakukan pertukaran informasi penting, melakukan perencanaan bisnis jangka-panjang, tidak terlalu perlu membuat kontrak-kontrak resmi yang sering berbiaya tinggi, dan ketika terjadi perselisihan atau sengketa, dapat diselesaikan secara informal dan kekeluargaan. Tanpa “*trust*”, maka transaksi bisnis akan berbiaya tinggi, karena harus menggunakan pengacara atau kuasa hukum, ber-risiko tinggi dan juga menjadi rapuh karena masing-masing pihak selalu berusaha mencari “celah” yang bisa dimanfaatkan untuk kepentingan pihaknya saja.

Jika pihak-pihak yang melakukan transaksi bisnis kehilangan rasa saling percaya satu sama lain, atau kehilangan “*trust*”, karena perbuatan yang tercela dari salah satu pihak, maka semua pihak terpaksa bergantung pada dokumen-dokumen kontrak yang formal, atau jika tidak terselesaikan, terpaksa membawa perkaranya ke pengadilan, atau mengundang pihak ketiga sebagai mediator. Lebih lanjut, mungkin kerjasama terpaksa diputus. Semua perjanjian dibatalkan.

Rusaknya rasa saling percaya atau “*trust*” umumnya masih bisa dipulihkan kembali, walau pun mungkin sulit dan perlu waktu lama. Salah satu caranya adalah penyelesaian melalui lembaga formal, misalnya pengadilan perdata, atau dewan etis asosiasi. Rasa percaya juga bisa dibangun kembali dengan membangun reputasi melalui “*endorsement*” dari pihak-pihak yang dihormati, seperti pejabat tinggi, pemuka agama, dan lain sebagainya, mengakui kesalahan jika memang ada,

dan menyampaikan permohonan maaf, dan berbagai “gesture” lainnya yang menunjukkan niat baik untuk membangun kepercayaan kembali.

REFERENSI

- [1] **Chalid, Pheni**, “*Sosiologi Ekonomi*”, **Modul 1 – 9 SOSI4205**, Edisi 4 Cetakan Kelima [November 2024], Penerbit Universitas Terbuka, Jakarta
- [2] **Google Search**, Dari Aplikasi Penelusuran, <https://www.google.com/>, diperoleh referensi rujukan sebagai berikut:
 - (a) **Marx, Karl**, [1867], “*Das Kapital*”.
 - (b) **Marx, Karl**, [1848], “*The Communist Manifesto*”.
 - (c) **Roth, Guenther and Claus Wittich** (eds), [1978], “*Economy and Society, Vol. 1 and 2*”.
 - (d) **Weber, Max**, [1905], “*The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*”.
 - (e) **Shils, Edward**, [1965], “*Primordial, Personal, Sacred and Civil Ties*”.
 - (f) **Gambetta, Diego** (ed), [1988], “*Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*”.