

JAWABAN TUGAS 2

Rhiza S. Sadjad

NIM 045276176

Fakultas : **FHISIP/Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
Kode/Nama MK : **SOSI4404.12/Sosiologi Distribusi 12**
Tugas : **2**

Pertanyaan 1/3:

Jelaskan bagaimana pandangan Karl Marx, Max Weber dan Lenski mengenai teori kelas.

Jawaban 1/3:

Karl Marx [1818 – 1883], filsuf kelahiran Jerman yang hidup dan meninggal di Inggris pada awal-awal Revolusi Industri, **Max Weber** [1864 – 1920], filsuf Jerman satu generasi sesudah **Karl Marx**, dan **Gerhard Lenski** [1924 – 2015], sosiolog dari Amerika Serikat, adalah tiga orang tokoh dari 3 (tiga) generasi yang berbeda, yang hidup pada masa yang berbeda, di tempat yang berbeda-beda pula (Ref. [1], hal. 3.4 – 3.43). Oleh karena itu, mereka tentu masing-masing memiliki pandangan yang berbeda terkait dengan stratifikasi sosial berdasarkan teori kelas (Ref. [2 (a)])

Sesuai dengan pengamatan pada jamannya, **Marx** meyakini bahwa stratifikasi sosial menjadi kelas borjuis dan kelas proletar terkait langsung dengan penguasaan dan kepemilikan alat produksi (Ref. [2 (b)]). Karena kelas borjuis menguasai dan memiliki alat produksi, maka nilai tambah yang dihasilkan oleh kerja keras kelas proletar tidak menjadi milik kelas proletar tersebut, sebagian besar di-klaim dan diambil oleh kelas borjuis. Terjadi penumpukan modal (kapital) yang semakin mengukuhkan kedudukan kelas borjuis sebagai kelas yang di atas, meng-eksploitasi kelas proletar yang selalu berada di bawah. Dari perspektif sosiologi distribusi, stratifikasi sosial menjadi kelas borjuis dan kelas proletar ini menentukan distribusi kekayaan dan produk. Terjadi alienasi (keterasingan) kelas proletar dari produk yang nilai tambahnya dihasilkan dari kerja-keras mereka, karena pendapatan yang mereka peroleh tidak cukup untuk membeli produk yang mereka hasilkan dengan kerja-keras tersebut. **Marx** ber-teori bahwa pada masyarakat industri berbasis kapitalisme itu, selamanya akan terjadi konflik antar kelas, atau dialektika, sampai puncaknya akan terjadi revolusi perebutan kekuasaan, yaitu ketika kelas proletar berhasil merebut kepemilikan dan penguasaan alat produksi. Seandainya **Marx** masih hidup pada saat ini, tentu beliau akan terkejut melihat fenomena OJOL di Indonesia. Dalam era industri digital sekarang ini (Revolusi Industri 4.0), para pengemudi OJOL yang sepenuhnya menguasai dan memiliki alat produksi, yaitu kendaraan, tapi statusnya tetap menjadi buruh (kelas proletar), tidak menjadi majikan (kelas borjuis), sebagaimana yang di-teori-kan oleh **Marx**. Para majikan OJOL tidak menguasai atau memiliki alat produksi, tapi menguasai dan memiliki “aplikasi” yang belum ada pada jaman **Marx**

di awal Revolusi Industri 1.0. Jadi mungkin teori kelas Marx harus dikoreksi, khususnya yang terkait dengan penguasaan dan kepemilikan alat produksi. Catatan: Hari ini tanggal 20 Mei 2025, bersamaan dengan peringatan Hari Kebangkitan Nasional, terjadi unjuk-rasa besar-besaran para pengemudi OJOL yang menuntut perbaikan nasib.

Berbeda dengan **Marx**, **Weber** yang hidup di Jerman satu generasi sesudah **Marx**, tidak hanya memusatkan perhatian pada stratifikasi sosial yang berbasis pada dimensi ekonomi saja. Menurut **Weber**, terbentuknya kelas-kelas dalam masyarakat bersifat multi-dimensional (Ref. [2 (c)]). Seorang anak petinggi negeri, misalnya, menduduki kelas yang lebih tinggi dalam masyarakat, walau pun dipandang dari segi ekonomi anak tersebut tidak memiliki apa-apa. Kelas seorang warga dalam masyarakat bersifat dinamis, dan tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan atau penguasaan alat produksi. Mobilitas vertikal tidak harus dilakukan lewat revolusi, bisa juga dengan sistem meritokrasi, yaitu dengan penghargaan kepada warga masyarakat yang berjasa atau berprestasi. **Weber** juga menaruh perhatian pada sistem kekuasaan negara, yang sangat menentukan distribusi kekayaan dan produk industri. Contohnya, izin edar suatu produk industri ditentukan oleh institusi yang memegang kekuasaan. **Weber** hidup pada jaman ketika sistem dan mekanisme pasar mulai berkembang dalam proses distribusi produk. Dengan adanya mekanisme pasar, kelas bawah, yaitu buruh pabrik di industri, tidak lagi ter-alienasi dari produk yang dihasilkan dari kerja-keras mereka. Intinya, **Weber** memperluas teori kelas **Marx** dengan memperhatikan dimensi sosial dan politik – khususnya peranan kekuasaan – selain dimensi ekonomi.

Lenski hidup di Amerika Serikat pada masa yang lebih kekinian dari **Marx** dan **Weber** yang hidup di benua Eropa pada masa lalu. Berbeda dengan **Marx**, yang mempermasalahkan penguasaan dan kepemilikan alat produksi, **Lenski** mengamati dan mengalami bagaimana peranan kemajuan teknologi yang sangat pesat mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, termasuk terjadinya stratifikasi sosial berbasis teori kelas. (Ref. [2 (d)]). Seperti halnya **Weber** yang memperhatikan dimensi kekuasaan politik, **Lenski** juga memperhatikan hubungan erat antara kekuasaan politik dan kemajuan teknologi, khususnya yang terkait dengan teori kelas dan distribusi kekayaan dan produk. Berbeda dengan **Marx** yang mengharapkan terjadinya revolusi perebutan penguasaan dan kepemilikan alat produksi oleh kelas proletar melawan kelas borjuis, **Lenski** lebih meyakini terjadinya evolusi, atau perubahan yang berlangsung lambat secara bertahap, yang ditentukan oleh perubahan kekuasaan politik dan kemajuan teknologi. Fenomena OJOL di Indonesia, contohnya, mungkin akan lebih mudah dijelaskan dengan teori kelas dari **Lenski** daripada teori kelas dari **Marx** atau **Weber**. Para aplikator (pemilik aplikasi) menjadi bagian dari kelas majikan (borjuis) karena menguasai teknologinya, sedangkan pengemudi OJOL tetap berada

dalam posisi sebagai kelas buruh (proletar) walau pun sepenuhnya menguasai dan memiliki alat produksi, karena tidak menguasai teknologi-nya.

Pertanyaan 2/3:

Berikan contoh kekuatan dasar politik elit penguasa dalam menentukan sistem distribusi.

Jawaban 2/3:

Dari kacamata perspektif sosiologi distribusi – sesuai pandangan **Weber-ian** – *elite* yang memegang kekuasaan politik biasa memanfaatkan kekuasaan dasar politik, baik lembaga-lembaga politik, ideologi, mau pun sistem birokrasi pemerintahan, untuk me-legitimasi dan mengendalikan distribusi produk barang dan jasa, kekayaan dan kesempatan. Dengan berkedok efisiensi dan transaksi yang *fair*, *elite* penguasa memanfaatkan penguasaan dan pengendalian sistem distribusi barang dan jasa, serta kekayaan dan kesempatan, untuk upaya-upaya mempertahankan dan melestarikan kekuasaannya (Ref. [2 (d)]).

Contoh paling nyata dari bagaimana *elite* penguasa memanfaatkan kekuasaannya dalam mengendalikan sistem distribusi adalah dalam distribusi informasi melalui media massa. Di Indonesia, sebagaimana juga di beberapa negara lainnya, termasuk Amerika Serikat, oligarkh (Ref. [2 (f)]) dan *elite* partai memiliki media siaran TV. Partai Golkar dan Bakrie Group, misalnya, memiliki TVOne dan ANTV. Harry Tanoe, Chairul Tanjung dan Surya Paloh masing-masing juga memiliki media siaran TV, yaitu MNC Group, TransTV dan MetroTV yang dapat dimanfaatkan untuk mengendalikan sistem distribusi informasi demi kepentingan-(politik)-nya masing-masing. Beruntung saat ini ada media sosial sebagai alternatif bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, walau pun juga tidak terlepas dari penguasaan oleh kaum *elite* penguasa.

Contoh lainnya adalah dalam sistem distribusi kesempatan untuk menduduki jabatan publik. Sistem kroni dan nepotisme, misalnya, dimanfaatkan oleh *elite* penguasa untuk memperkokoh kekuasaannya, dengan membagi-bagikan jabatan-jabatan publik pada keluarga dan orang terdekatnya, sekaligus menutup akses bagi yang lain yang mungkin lebih kompeten dan berprestasi. Di Indonesia hal ini menjadi cikal-bakal tumbuh suburnya korupsi, kolusi dan nepotisme, serta politik dinasti. Pembagian kesempatan akan berlanjut dengan distribusi barang dan jasa dalam bentuk pembagian lisensi, ijin usaha, konsesi tambang, kuota ekspor-impor, dan seterusnya.

Secara umum, *elite* penguasa memanfaatkan kekuatan politik, baik secara institusional, ideologis mau pun birokrasi pemerintahan untuk menentukan siapa dapat apa, di mana, mengapa dan bagaimana dalam sistem politik, yang kemudian akan menentukan distribusi produk barang dan jasa, kekayaan dan kesempatan.

Pertanyaan 3/3:

Keterlekatan antara tradisi dan keberadaan pasar tradisional merupakan sebuah nilai dan norma yang telah terinternalisasi dalam masyarakat. Jelaskan bagaimana contoh keterlekatan tersebut jika dihubungkan dengan posisi sosial atau peranan aktor yang terlibat dalam kegiatan tersebut masing-masing

Jawaban 3/3:

Teori keterlekatan (atau saya lebih suka menyebutnya ketersematan), *theory of embeddedness*, dari **Mark Granovetter** [1943 -], sosiolog dari Amerika Serikat, sangat relevan jika dikaitkan dengan hubungan-hubungan transaksional yang terjadi di pasar-pasar tradisional di Indonesia dan beberapa negara berkembang lainnya. **Granovetter** berpendapat bahwa transaksi ekonomi tidak terlepas dari jejaring sosial, hubungan saling-percaya atau *trust*, kekerabatan dan norma-norma sosial lainnya. Jadi transaksi ekonomi itu selalu tersemat (*embedded*) dalam hubungan sosial (Ref. [2 (g)]). Hal ini jelas tampak pada transaksi ekonomi di pasar-pasar tradisional, karena semua pelaku ekonomi yang terlibat di dalamnya biasa saling mengenal dan tinggal bertetangga di kampungnya, atau masih ada hubungan kekerabatan satu dengan yang lain (Ref. [2 (h)]). Ketika terjadi transaksi jual-beli, maka hubungan antara penjual dan pembeli bersifat inter-personal dalam konteks sosial, tidak murni transaksi ekonomi jual-beli sebagaimana kita lihat di pasar swalayan, misalnya.

Misalnya kita membeli buah-buahan di pasar tradisional. Satu buah pepaya ternyata beratnya 1,5 kg, harganya Rp. 10.000/kg, sehingga kita harus membayar Rp. 15.000. Tapi setelah kita memeriksa dompet, ternyata tinggal tersisa uang Rp. 12.000. Penjual akan tetap memberikan pepaya itu kepada kita, dengan janji besok lusa jika membeli buah-buahan lagi, sisanya kita bayar. Yang seperti ini tentu tidak mungkin terjadi di pasar swalayan, hanya bisa terjadi di pasar tradisional, karena hubungan antara penjual dan pembeli yang sudah berlangsung lama (sudah “langganan”), ada rasa saling-percaya (bahwa besok lusa akan datang lagi berbelanja) dan untuk membangun reputasi. Yang seperti ini disebut ketersematan atau *embeddedness*, menurut **Granovetter**.

Pasar tradisional bukan hanya *venue* untuk semata-mata transaksi ekonomi, tapi juga berfungsi sebagai lembaga sosial, bahkan politik ketika masa kampanye tiba, tempat bertemunya para pemasok dan pedagang grosir, para tengkulak, para pedagang, para pelanggan, bahkan masyarakat kelas bawah seperti tukang parkir, ojek, supir angkot, “*Pak Ogah*”, pengamen, gelandangan-pengemis, birokrat dari kelurahan yang memungut retribusi, dan tentu saja (yang sekarang sedang menjadi *trend topic* di media massa) preman pasar. Merekalah “rakyat” yang sesungguhnya dalam kehidupan nyata sehari-hari dengan berbagai masalah yang dihadapi.

REFERENSI

- [1] **Kartono, Drajat Tri**, “*Sosiologi Distribusi*”, **Modul 1 – 9 SOSI4404**, Edisi 4 Cetakan Ketiga [Agustus 2023], Penerbit Universitas Terbuka, Jakarta
- [2] **Google Search**, Dari Aplikasi Penelusuran, <https://www.google.com/>, diperoleh referensi rujukan sebagai berikut:
- (a) **Davis, Kingsley and Wilbert Moore**, [1945], “*Some Principles of Stratification*”.
 - (b) **Marx, Karl**, [1867], “*Das Kapital*”.
 - (c) **Weber, Max**, [1922], “*Economy and Society*”, diterbitkan sesudah meninggal.
 - (d) **Lenski, Gerhard**, [1966], “*Power and Previlage: A Theory of Social Stratification*”.
 - (e) **Mills, C. Wright**, [1956], “*The Power Elite*”.
 - (f) **Winters, Jeffrey**, [2011], “*Oligarchy*”.
 - (g) **Granovetter, Mark**, [1985], “*Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*”.
 - (h) **Geertz, Clifford**, [1978], “*The Bazaar Economy*”.