



HABITUS PEREMPUAN PEDAGANG DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KELUARGA DI PARIWISATA PANTAI MERTAJASAH

Nubli Maftuh Anwaruddin¹ & Ekna Satriyati²

Program Studi Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura

Email: nublimaftuh@gmail.com, ekna.satriyati@trunojoyo.ac.id

Abstract

Generally, the role of women is limited to being household helpers. However, based on data from the Ministry of Trade, it is observed that in the MSME sector in Indonesia, there is a potential business value achievement of 130 billion US dollars by 2025, of which 64.5% of MSMEs are managed by women. In this context, tourism becomes a crucial foundation to support the improvement of family economic conditions for female traders. Mertajasah beach tourism has several attractions that draw tourists to visit, including the mangrove bridge and the attractive beach scenery. These supporting tourist attractions encourage the local community, especially women, to take advantage of the potential of unique natural tourism attractions to establish culinary-based MSMEs. This study aims to understand the habitus of female traders in improving family economic conditions at Mertajasah beach tourism. Research results show that the habitus of women in trading is caused by low economic factors. This habitus is formed in the tourism sector, which has the potential to attract customers through various forms of capital possessed by women, such as the capital of the food products they market, social networks with managers, family, and friends in supporting their trading processes, and women also have experience and inheritance in managing their business, enabling them to gain recognition in taking on dual roles. Based on the research results, it can be concluded that the tourism sector provides strong support for women who engage in their trading habitus to improve their family economy.

Keywords: Habitus, Women, Economy, Tourism

Abstrak

Pada umumnya peran perempuan hanyalah sebatas ibu rumah tangga, namun berdasarkan data dari kementerian menilai bahwa dari sektor UMKM di Indonesia, memiliki potensi pencapaian nilai bisnis sebanyak 130 miliar dolar AS tahun 2025, dari pencapaian nilai tersebut, UMKM yang dikelola oleh perempuan sebesar 64,5%. Pada kondisi tersebut, pariwisata menjadi fondasi krusial untuk mendukung peningkatan perekonomian keluarga bagi perempuan pedagang. Pariwisata pantai mertajasah memiliki beberapa objek yang menarik wisatawan untuk berkunjung, diantaranya terdiri dari jembatan mangrove dan pesona pantai yang atraktif. Objek wisata yang mendukung tersebut merangsang masyarakat lokal khususnya perempuan dalam memanfaatkan potensi daya tarik wisata alam yang unik, untuk mendirikan UMKM berbasis kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui habitus perempuan pedagang dalam meningkatkan perekonomian keluarga di pariwisata pantai mertajasah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa habitus perempuan dalam berdagang disebabkan oleh faktor rendahnya ekonomi. Habitus ini dibentuk di ranah wisata yang mempunyai potensi daya tarik pelanggan dengan melalui berbagai modal yang dimiliki oleh perempuan, seperti modal produk makanan yang dipasarkan, lalu jaringan sosial terhadap pengelola, keluarga dan teman dalam mendukung proses alur dagangannya, dan juga perempuan memiliki pengalaman dan warisan dalam mengelola dagangannya yang memungkinkan perempuan mendapatkan pengakuan dalam mengambil peran ganda. Berdasarkan hasil penelitian



dapat disimpulkan bahwa sektor pariwisata memberikan dukungan kuat terhadap perempuan yang menjalani habitusnya dalam berdagang untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

Kata Kunci : Habitus, Perempuan, Perekonomian, Pariwisata

Pendahuluan

Gender perempuan terbentuk melalui konstruksi sosial, artinya gender tersebut dibangun sejak ketika perempuan lahir dan bersosialisasi di berbagai faktor lingkungan masyarakat. Umumnya peran perempuan dianggap sebagai nomor dua di masyarakat, yakni dalam bidang ekonomi, sosial maupun politik, hal ini dikarenakan perempuan merupakan salah satu gender yang memiliki sifat feminim, namun sebagian besar komunitas perempuan membantah argumen tersebut. Saat ini banyak perempuan yang mengambil peran ganda. Perempuan tidak hanya berperan sebagai domestik atau ibu rumah tangga, namun perempuan bisa mengambil peranan publik, artinya perempuan dapat terlibat dalam beraktifitas untuk memenuhi kebutuhan perekonomian keluarga, seperti salah satu contoh perempuan pedagang (Dewi, 2021).

Perempuan pedagang merupakan perempuan yang terlibat dalam lingkungan aktivitas jual beli barang untuk memperoleh keuntungan, seperti perempuan pedagang di bidang kuliner. Perempuan pedagang memiliki peran yang signifikan dalam membantu meningkatkan perekonomian pendapatan keluarga. Pada umumnya peran perempuan hanyalah sebatas ibu rumah tangga, namun berdasarkan hasil data dari Kemendag menilai bahwa dari sektor UMKM di Indonesia, memiliki potensi pencapaian nilai bisnis sebanyak 130 miliar dolar AS tahun 2025, dari pencapaian nilai tersebut, UMKM yang dikelola oleh perempuan sebesar 64,5% (Safitri, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa peran perempuan memiliki potensi besar sebagai penggerak perekonomian keluarga. Pada kondisi tersebut, pariwisata menjadi fondasi krusial untuk mendukung perempuan dalam peningkatan perekonomian keluarga.

Perempuan yang memiliki pendidikan rendah dan kapasitas keahlian kerja yang tidak memadai dalam melamar berbagai profesi dapat berpartisipasi membangun UMKM di kawasan pariwisata. Hal ini dikarenakan keterampilan dalam berdagang tidak memerlukan gelar pendidikan. Berdasarkan latar belakang historis perempuan tersebut, pariwisata ini dapat dijadikan sarana untuk memberdayakan perempuan yang minim pendidikan dan keterampilannya dalam meningkatkan perekonomian keluarganya (Nurdin, 2023).



Peran perempuan pedagang kuliner relatif memberikan kontribusi besar dalam mengembangkan sektor pariwisata. Adanya peran perempuan pedagang kuliner tersebut bisa meningkatkan daya tarik pariwisata dengan menawarkan makanan khas yang mencerminkan budaya dan warisan kuliner daerah dan di samping itu terdapat makanan siap saji yang memudahkan perempuan dalam mengelola dagangannya. Perempuan dalam mengambil peran aktif bisnis kuliner juga bisa mendorong pemberdayaan ekonomi lokal, menciptakan lapangan pekerjaan baru, serta memberikan dampak positif bagi perkembangan komunitas setempat (Febriana, 2024).

Pariwisata Pantai Mertajasah terletak di Kecamatan Bangkalan, Desa Mertajasah. Pariwisata ini memiliki beberapa objek yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan hasil observasi, objek tersebut diantaranya terdiri dari jembatan mangrove dan pesona pantai yang atraktif. Objek wisata yang mendukung tersebut merangsang masyarakat lokal khususnya perempuan dalam memanfaatkan potensi daya tarik wisata alam yang unik, untuk mendirikan UMKM berbasis kuliner di Pariwisata Pantai Mertajasah. Hal ini membuka peluang lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Menurut hasil data dari *website* pemerintah Kabupaten Bangkalan jumlah UMKM kuliner di Kecamatan Bangkalan pada tahun 2024 sebanyak 2.151 pengusaha (Bangkalan, 2024). Demikian, kolaborasi antara UMKM kuliner dengan pariwisata ini menjadi sektor penting yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di tingkat daerah, oleh karena itu penelitian ini menimbulkan pertanyaan yaitu bagaimana habitus perempuan pedagang dalam meningkatkan perekonomian keluarga di Wisata Pantai Mertajasah?

Berdasarkan pendekatan teori penelitian mengenai habitus yang dilakukan oleh perempuan pedagang dengan memanfaatkan objek Wisata Pantai Mertajasah untuk meningkatkan perekonomian keluarga di Kabupaten Bangkalan sangat menarik untuk diteliti dan di publikasikan dalam bentuk artikel. Penelitian terkait dengan Wisata Pantai Mertajasah sudah banyak diteliti. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Peneliti bernama Edy Purwanto & Hetti Mulyaningsih dengan artikel berjudul “Jaringan Sosial Lintas Sektoral sebagai Upaya Pelestarian Wisata Bahari di Pantai Martajasah Bangkalan, Madura” menyatakan bahwa kepedulian terhadap pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat signifikan bagi komunitas sekitarnya. Pantai Martajasah di Bangkalan adalah destinasi

wisata yang terbentuk dari perpaduan antara produksi kapital dan konversi kapital, sehingga mengarah pada pembangunan yang berkelanjutan. Jejaring sosial memiliki fungsi krusial dalam mempromosikan serta merealisasikan potensi ekonomi dan sosial. Pada sisi lain, potensi-potensi ini harus dikelola dengan mengoptimalkan kolaborasi dan kerjasama untuk mencapai kesejahteraan sosial (Edy Purwanto & Hetti Mulyaningsih, 2024).

Peneliti bernama Edy Purwanto & Hetti Mulyaningsih dengan judul artikel yang berbeda yaitu “Agensi Kelembagaan Modal Sosial Dalam Tata Kelola Wisata Bahari di Pantai Martajasah, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur” menyatakan bahwa pada konteks pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata Pantai Mertajasah, modal sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam memperkuat jaringan sosial di kalangan masyarakat. Pada konteks ekowisata, sangat tepat jika dikembangkan oleh komunitas lokal karena beberapa alasan, pertama, objek dan daya tarik wisatanya memiliki skala kecil, sehingga lebih mudah diterima dan dikelola oleh masyarakat; kedua, terdapat partisipasi serta kepemilikan bagi masyarakat lokal; ketiga, manfaat dari pengelolaan lebih banyak dirasakan oleh masyarakat yang berperan sebagai pengelola wisata. Salah satu syarat untuk menciptakan ekowisata yang berfokus pada komunitas adalah keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata. Objek wisata bisa dikembangkan dengan dukungan dari masyarakat, yang akan menjadi jaminan keberlanjutan pembangunan sektor wisata sekaligus dapat meningkatkan kualitas dan pengalaman bagi wisatawan (Edy Purwanto & Hetti Mulyaningsih, 2024).

Berdasarkan dari dua penelitian diatas belum ada yang membahas terkait habitus perempuan pedagang untuk meningkatkan perekonomian keluarga di Wisata Pantai Mertajasah. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk masyarakat lokal khususnya perempuan pedagang dalam memanfaatkan objek wisata sebagai faktor pendukung untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

Metode penelitian

Artikel ini merupakan salah satu hasil penelitian dari luaran MBKM Riset yang dilaksanakan pada tahun 2025 oleh tim peneliti. Lokasi penelitian ini terletak di Kabupaten Bangkalan dengan fokus di Kecamatan Bangkalan, tepatnya di daerah Wisata Pantai Mertajasah. Penelitian ini dilakukan secara bertahap. Tahap pertama di mulai pada bulan September hingga

Oktober 2025 dengan melakukan proses penulisan proposal, perijinan, observasi, wawancara, dan analisis. Tahap kedua, pada bulan oktober hingga Desember 2025, tim peneliti mulai merancang penulisan laporan kemajuan dan akhir serta sosialisasi hasil dengan publikasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yakni mengkaji secara spesifik terkait habitus pengalaman perempuan pedagang (Pujiati, 2025). Tim peneliti menggunakan beberapa informan untuk memenuhi data primer dan sisanya menggunakan data sekunder berupa artikel, buku dan lain sebagainya. Sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Tim peneliti menentukan kriteria informan yang merupakan perempuan pedagang di Wisata Pantai Mertajasah.

Tim peneliti menggunakan 2 teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu wawancara dan observasi. Tim peneliti melakukan wawancara dengan mencari beberapa informan yang sesuai dengan kriteria, yakni perempuan pedagang yang aktif, lalu tim peneliti memberikan beberapa pertanyaan bagi informan terkait habitus perempuan pedagang untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Tim peneliti juga melakukan observasi dalam melakukan pengamatan di Wisata Pantai Mertajasah.

Tim peneliti menggunakan teknik analisis data yang mengacu pada Miles dan Huberman. Langkah awal tim peneliti melakukan proses pengumpulan data primer dan sekunder terkait perempuan pedagang di Wisata Mertajasah, setelah semua data terkumpul, tim peneliti melakukan reduksi data yaitu memilah kata hasil wawancara dengan memusatkan hal hal penting yang memberikan gambaran jelas terkait habitus perempuan pedagang, lalu tim peneliti melakukan penyajian data yakni menginterpretasikan hasil wawancara dengan membetrokan teori habitus milik Pierre Bordieu (Ratnaningtyas, 2021).

Hasil analisis menyatakan bahwa 1) Habitus perempuan dalam berdagang disebabkan oleh faktor rendahnya ekonomi. 2) Habitus perempuan pedagang dibentuk pada ranah Wisata Mertajasah yang mempunyai potensi daya tarik pelanggan dengan melalui berbagai modal yang dimiliki oleh perempuan, seperti 1) Modal produk makanan yang dipasarkan, 2) Jaringan sosial terhadap pengelola, keluarga dan teman dalam mendukung proses alur dagangannya, 3) Perempuan memiliki pengalaman dan warisan dalam mengelola dagangannya yang memungkinkan perempuan mendapatkan pengakuan dalam mengambil peran ganda.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan yang membangun UMKM kuliner atau berdagang di Pariwisata Pantai Mertajasah sangat terjamin dalam meningkatkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Hal ini dapat digambarkan melalui pendekatan teori habitus yang dikemukakan oleh Pierre Bordieu sebagai berikut.

Habitus

Habitus adalah hasil dari proses internalisasi struktur-struktur yang ada dalam dunia sosial, dan hal ini terlihat dari perbedaan objektif dalam struktur kelas, seperti usia, kelas sosial, kelompok sosial, dan jenis kelamin. Berdasarkan pemahaman Bordieu, habitus selalu dibentuk dalam momen praktik, artinya habitus dipengaruhi dan dibentuk oleh agen saat menghadapi masalah dalam kehidupan (Manarfa, 2024). Hal ini terbukti bahwa hasil penelitian menunjukkan rata-rata semua perempuan pedagang yang diwawancarai merupakan lulusan dari SMA. Pada situasi ini dikarenakan perempuan pedagang disana memiliki keterbatasan ekonomi dan kurangnya eminensi pendidikan, sehingga tidak ada kesempatan untuk meneruskan pendidikan di tingkat sarjana. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan yang diwawancara:

“Saya lulusan SMA mas, bukan lulusan sarjana hehehe..., jadi motivasi saya dalam memilih dagang disini karena untuk meningkatkan pendapatan untuk anak-anak saya dirumah dan juga untuk melunasi tagihan utang mas, jadi disini saya kerja buka usaha jual mie ayam dan alhamdulillah laku mas disini dari pada saya ngikut usaha orang mending saya buka usaha sendiri dan untungnya keluarga saya sangat mendukung saya dalam membuka usaha disini dan juga disini ada wisata yang mendukung larisnya dagangan saya.”
(Ida, 2025).

Berdasarkan hasil pemaparan lisan tersebut, diketahui bahwa dengan latar belakang yang merupakan lulusan dari SMA, tidak menghambat perempuan dalam berprofesi sebagai pedagang. Menurut hasil survei, perempuan yang berdagang di Wisata Pantai Mertajasah merupakan kelompok kelas bawah. Keluarga yang merupakan kelas bawah cenderung memiliki perekonomian yang sulit, hal ini membuat perempuan mengambil peran ganda yakni sebagai domestik (ibu rumah tangga) dan juga sebagai tulang punggung keluarga. Demikian habitus perempuan pedagang dibentuk oleh kondisi kelas sosial dan peran gender.

Habitus dapat dipahami sebagai struktur mental (kognitif) yang digunakan oleh aktor dalam berinteraksi dengan kehidupan sosial. Aktor menerima sejumlah skema atau pola yang

diinternalisasikan, yang mereka gunakan untuk merasakan, memahami, menyadari, dan menilai dunia sosial. Pola-pola ini membentuk tindakan serta penilaian yang dilakukan oleh aktor (Manarfa, 2024). Berdasarkan hasil observasi Wisata Pantai Mertajasah cukup populer di tingkat Kabupaten Bangkalan. Pernyataan ini membangun stimulasi bagi perempuan dalam membuka usaha di wilayah wisata tersebut. Perempuan pedagang cenderung menjual produk pop mie, pop ice dan kopi saset, dikarenakan produk tersebut lebih banyak diminati oleh para pelanggan yang berkunjung. Biasanya pada saat hari libur seperti hari sabtu dan minggu banyak pengunjung yang liburan di Wisata Pantai Mertajasah tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh ketua pokdarwis dan perempuan pedagang yang di wawancara:

“Biasanya di hari libur seperti hari sabtu dan minggu tiap setoran pendapatan karcis masuk itu bisa mencapai 100 ribu lebih, jadi beda dengan pendapatan di hari senin sampai jumat, itu setorannya biasanya dibawah 50 ribu” (Inul, 2025).

“Waktu yang rame disini biasanya di waktu sabtu dan minggu sore, karena ya di hari libur itu banyak anak anak sekolah kesini, biasanya sesama bestie atau pasangan atau keluarga ada juga kak, mereka kesini biasanya sambil menikmati sunset sore hari sambil ambil foto gitu, jadi ya tidak heran kalo banyak pedagang di hari libur kesini” (May, 2025).

Gambar 1. Kondisi UMKM di hari Minggu



Sumber (Dokumentasi Peneliti)

Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat diketahui bahwa terdapat skema atau pola yang di manifestasikan oleh perempuan pedagang, seperti berdagang di hari libur dan menjual produk yang banyak diminati oleh pengunjung. Struktur mental atau kognitif ini digunakan oleh perempuan pedagang dalam berinteraksi di lingkungan Wisata Pantai Mertajasah.

Modal

Habitus tidak berdiri sendiri. Ia berinteraksi dengan modal (sumber daya kekuasaan) dan ranah (medan sosial) untuk menghasilkan praktik sosial. Modal tersebut terdiri dari modal ekonomi, sosial, budaya dan simbolik (Hadizan, 2025).

Modal Ekonomi

Modal ekonomi ini meliputi sumber daya fisik seperti uang, tanah, mesin, atau peralatan produksi. Modal ekonomi adalah jenis modal yang paling mudah digunakan karena bisa diubah menjadi bentuk lain dengan mudah (Hadizan, 2025). Modal ekonomi bagi perempuan pedagang merujuk pada sumber daya finansial. Berdasarkan hasil penelitian, untuk mendapatkan modal awal yang didapatkan oleh perempuan dalam membangun usaha bisnis kuliner, sebagian dari mereka menggunakan hasil pinjaman uang dan ada juga hasil warisan dagang orang tuanya. Perempuan yang mengambil modal dari hasil pinjaman atau utang, maka perempuan tersebut memiliki tekanan dalam aspek perekonomian keluarga, hal ini seperti yang diungkapkan oleh perempuan pedagang yang diwawancara:

“Saya utang dek kalo modal awalnya, soalnya mahal dek buat yang beli ayamnya, berasnya, jadi saya ga mampu dek. Saya pernah dek ditawarkan pinjaman 10 juta, tiap minggu bayar 400 ribu tapi saya tolak, karena saya ga mampu bayar dek, kenapa ga mampu?, karena saya ada cicilan dek, buat bayar cicilan rumah. Jadi saya ga mampu yang ambil 10 juta itu” (Sri, 2025).

Modal yang didapatkan dari perempuan tersebut digunakan untuk membeli dan menjual kembali dalam hasil produk makanan. Makanan siap saji atau instan seperti produk pop mie dan pop ice, menjadi salah satu modal yang banyak digunakan oleh perempuan pedagang disana, hal ini dikarenakan makanan siap saji tidak memerlukan waktu yang lama dalam proses pembuatannya. Menurut hasil survei Jakpat, di Indonesia sebanyak 49% Gen Z mengaku mengonsumsi makanan fast food sekitar 1-2 kali per minggu. Sementara itu, 24% responden tercatat mengonsumsinya sebanyak 3-4 kali per minggu, bahkan ada 12% yang makan makanan cepat saji setiap hari (Yonatan, 2025). Berdasarkan hasil survei tersebut menunjukkan bahwa makanan siap saji juga menjadi makanan favorit bagi para pengunjung. Pernyataan ini seperti yang diungkapkan oleh beberapa perempuan pedagang yang diwawancara:

“Alasan saya menjual makanan siap saji ini kak karena disini emang laku aja, disini produk saya yang sering kejual itu pop mie kak. Satu pop mie ini

harganya 10 ribu dan biasanya rata rata tiap minggu itu terjual 20 pop mie. Jadi bukan hanya pop mie aja kak yang terjual, jadi pop ice, air botol itu juga laku kak” (May, 2025).

Gambar 2. Produk Pop mie yang dijual



Sumber (Dokumentasi Peneliti)

“Saya jualan produk itu ngikut apa kata orang disini mas, aslinya saya disini jual mie ayam, tapi karena banyak yang nyaranin jual pop mie, pop ice jadi saya ngikutin aja. Jadi saya bukan hanya jual mie ayam saja, tapi juga pop mie sama pop ice ini, biar nambah minat pelanggan yang beli mas” (Ida, 2025).

Gambar 3. Warung mie ayam bakso



Sumber (Dokumentasi Peneliti)

Selain produk makanan siap saji seperti pop mie dan pop ice yang dijual oleh perempuan dalam dagangannya, ternyata ada juga yang menjual produk minuman khas untuk memperkaya cita rasa khas masyarakat lokal. Salah satu perempuan pedagang menyebutkan bahwa dirinya menjual hal yang berbeda dari yang lain, yaitu kopi jamu. Perlu diketahui bahwa jamu merupakan minuman rempah-rempah berupa warisan dari nenek moyang indonesia (Satriyati, 2017).

“Jualan saya disini dek ada nasi campur, nasi pecel, rujak sama kopi jamu, disini saya memilih jualan kopi jamu itu siapa tau banyak orang yang pesan. Soalnya jamu itu bikin badan jadi sehat dek, bisa sembuhin banyak penyakit. Nah disini saya racik sendiri dek kopi jamunya” (Sri, 2025).

Gambar 4. Kopi jamu ibu Sri



Sumber (Dokumentasi Peneliti)

Berdasarkan pemaparan diatas diketahui bahwa modal yang di miliki perempuan berupa bentuk finansial seperti uang dan produk sangat mempengaruhi hasil pendapatan pedagang. Kolaborasi antara makanan khas yang dijual dan wisata yang menjadi objek pendukung menariknya pengunjung sangat membawa dampak perekonomian yang positif.

Modal Sosial

Modal sosial adalah jaringan hubungan yang dimiliki individu atau kelompok. Hal ini seperti berupa pertemanan, koneksi keluarga, atau relasi dengan orang berpengaruh (Hadizan, 2025). Perlu diketahui bahwa wisata pantai mertajasah dikelola oleh bapak Hj Mustofa. Pengelola memberikan kontribusi besar dalam membantu peran perempuan untuk berinsinatif membuka usaha dagang. Pengelola menyediakan berbagai fasilitas yang cukup memadai dalam membantu perempuan pedagang seperti warung warung kecil dan juga gardu untuk pengunjung yang hendak istirahat. Perempuan pedagang disana memiliki relasi sosial yang kuat dengan pengelola wisata. Relasi ini membantu dalam mempermudah perempuan mengelola dagangannya. Pernyataan ini seperti yang disebutkan oleh beberapa informan perempuan yang diwawancarai:

“Alhamdulillah hubungan saya dengan pengelola sini baik, disini saya di bantu, malah saya tidak mengeluarkan uang sepersen pun, saya dibantu sama pengelola, dan disini saya tidak ada unsur sewa, cuma pake aja kalo butuh, pengelolanya baik, dan saya disini diberikan fasilitas yang sudah sangat membantu menurut saya” (Ida, 2025).

Gambar 5. Gardu dan warung pedagang



Sumber (Dokumentasi Peneliti)

Modal sosial juga merupakan segala jenis hubungan sebagai sumber daya untuk penentuan kedudukan sosial (Manarfa, 2024). Perempuan dalam menentukan peran gandanya yakni pihak kedua sebagai pedagang memerlukan adanya hubungan relasi sosial sebagai sumber daya. Relasi sosial tersebut dapat memperkuat kedudukan perempuan sebagai aktor penggerak ekonomi keluarga. Modal sosial yang digunakan tidak hanya membangun relasi dengan pengelola saja, tetapi ada sebagian menggunakan modal sosial berupa dukungan dari keluarga dan juga dukungan dari teman perempuan dalam mempromosikan hasil dagangannya ke orang lain. Pernyataan ini seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan yang di wawancarai:

“Saya ga pernah dilarang kak sama orang tua saya jualan disini, malah saya di dukung. Soalnya orang tua saya menganggap ini itu bagus buat meningkatkan pendapatan sehari-hari, buat ngebantu ekonomi keluarga saya, dan juga bukan hanya keluarga saya saja yang ngedukung, tapi teman saya juga ngedukung dalam hal mempromosikan dagangan saya biar laris” (May, 2025).

Modal Budaya

Modal budaya adalah seluruh kemampuan intelektual yang bisa dikembangkan melalui pendidikan formal atau dari kebiasaan yang diwariskan oleh keluarga. Modal budaya merujuk pada sumber daya non-ekonomi yang berasal dari pengetahuan, keterampilan, selera, dan disposisi yang tertanam dalam individu atau kelompok melalui proses sosialisasi (Hadizan, 2025). Sebagian besar pengetahuan dan keterampilan perempuan dalam berdagang diperoleh oleh hasil warisan keluarga, namun ada juga yang berupa dari pengalaman pribadi. Bourdieu membagi menjadi tiga bentuk

utama modal budaya salah satunya ialah bentuk *embodied* yakni disposisi jangka panjang dalam pikiran dan tubuh, seperti kebiasaan, bahasa, atau pengalaman yang diinternalisasi secara tidak sadar melalui keluarga dan lingkungan (Vega, 2021). Hal ini seperti yang dijelaskan oleh beberapa perempuan yang diwawancara:

“Saya belajar berdagang itu dari pengalaman, dulu saya ga jual di warung begini, dulu saya itu COD online, jualan online jadi ya dengan hasil COD itu awalnya saya kumpulin uang dulu buat buka usaha yang lebih besar ini, ya mungkin dengan hasil pengalaman itu saya jadi lebih mudah dalam mengelola dagangan saya” (Ida, 2025).

“Orang tua saya itu pedagang juga dek, jual ikan, jadi saya belajar dagang itu dari orang tua saya dek, sebelum saya buka usaha disini saya dulu sempet buka usaha jual gamis di sunan ampel tapi tidak ada hasilnya sama sekali, jadi saya buka usaha warung makan gini dek sama jual kopi jamu ini” (Sri, 2025).

Pemaparan diatas dapat dijelaskan bahwa modal budaya yang dialami oleh perempuan pedagang sering kali muncul dari aset embodied yang dibentuk oleh pengalaman sehari-hari, baik dengan keluarga maupun pengalaman pribadi. Adanya modal budaya berupa pengalaman tersebut, memberikan keuntungan yang kompetitif dalam ranah ekonomi, seperti kemampuan komunikasi dalam menawarkan produk dan juga mengelola produk dengan menentukan harga yang sekiranya memberinya keuntungan bagi perempuan pedagang tersebut. Bentuk pengalaman tersebut, diinternalisasi melalui sosialisasi keluarga ataupun personalitas yang memungkinkan perempuan pedagang bertahan di tengah fluktuasi perdagangan Wisata Pantai Mertajasah.

Modal Simbolik

Modal simbolik merupakan bentuk pengakuan, prestise, atau otoritas yang diberikan masyarakat kepada individu. Modal simbolik memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi orang lain terhadap realitas sosial (Hadizan, 2025). Modal simbolik peran perempuan selalu dipengaruhi oleh norma gender. Pada umumnya secara patriarki peran perempuan lebih di akui sebagai ibu rumah tangga atau pekerja domestik. Hal ini menyebabkan adanya batasan-batasan tindakan yang dilakukan oleh perempuan, seperti larangan perempuan dalam bekerja. Namun, hal ini bisa dibantahkan dengan adanya modal budaya (pengalaman berdagang) dan modal sosial yang dapat dikonversi menjadi prestise yang memperkuat peran gender perempuan sebagai penggerak ekonomi keluarga. Hal ini seperti yang ucapkan oleh perempuan pedagang yang diwawancarai:

“Kalo saya kerja jauh jauh itu saya ga di bolehin dek, waktu itu dek saya pernah mau kerja di ponakan di kalimantan, tapi saya ga di bolehin dek sama

suami saya, karena saya perempuan udah tua dek, jadi saya terpaksa jualan disini dekat dekat” (Sri, 2025).

“Alhamdulillah mas dengan saya bekerja disini membantu banget perekonomian keluarga, dulu mas saya sempat nyewa karyawan disini satu hari satu malam tapi emang lah jadi saya yang kerja disini dari pada saya hanya kerja urus anak mending saya ngebantu suami saya cari uang dan alhamdulillah suami saya sangat mendukung saya” (Ida, 2025).

Berdasarkan pemaparan diatas terbukti bahwa perempuan masih rentan terhadap pandangan simbolik patriarki, namun perempuan yang memiliki modal budaya berupa pengalaman dalam berdagang dan modal sosial dalam mendukung perempuan berdagang dapat membentuk sebuah prestise atau pengakuan terhadap perempuan dalam mengambil peran ganda.

Ranah

Ranah menurut Bordieu adalah sebuah arena kekuatan yang di dalamnya terdapat usaha perjuangan perebutan sumber daya (modal), dan juga upaya memperebutkan akses terhadap kekuasaan (Manarfa, 2024). Wisata Pantai Mertajasah dijadikan tempat sebagai arena kekuatan yang didalamnya terdapat para perempuan pedagang saling bersaing dalam menjual produk yang ia punya untuk mendapatkan uang pendapatan dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Posisi agen dalam ranah tergantung dari jumlah kepemilikan (volume) modal yang dimiliki. Modal merupakan suatu energi sosial yang hanya ada dan membuahkan hasil-hasil dalam ranah perjuangan, artinya modal dapat memproduksi dan mereproduksi. (Manarfa, 2024). Perempuan yang merupakan agen memiliki berbagai modal yang dapat disaingi oleh pedagang lainnya. Modal tersebut bisa berupa modal ekonomi, seperti perempuan yang cenderung lebih banyak menjual produk makanan siap saji yang dikarenakan saat ini sebagian besar masyarakatnya menyukai makanan instan, dalam ranah ini perempuan yang menjual makanan instan di Wisata Pantai Mertajasah sangat diuntungkan posisinya.

Struktur ranah membimbing dan memberikan strategi kepada agen yang memiliki posisi, individu, atau kelompok, serta melindungi atau meningkatkan posisi mereka agar dapat menerapkan prinsip penjenjangan sosial yang memberikan manfaat atau keuntungan bagi mereka. Bordieu menjelaskan bahwa terdapat strategi agen yang tergantung pada posisi yang ditempati dan modal yang dimiliki di dalam ranah. Kekuatan dan bentuk strategi tergantung pada posisi yang ditempati agen dalam hubungan kekuasaan (Manarfa, 2024). Wisata Pantai Mertajasah merupakan tempat yang sangat strategis untuk dijadikan sebagai pusat perdagangan. Wisata ini memiliki

berbagai potensi diantaranya wisata jembatan mangrove dan wisata pantai yang atraktif. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan yang di wawancarai:

“Iya kak, saya jualan disini dapat untung besar, biasanya sini yang bikin rame itu suasana pantai sunset sama jembatan mangrovenya. Biasanya sore hari di sini ada rumah balon dan terkadang ada juga spot-spot foto, lalu juga katanya jembatan mangrove ini mau di renovasi kembali, tapi saya gatau kapan kak” (May, 2025).

“Kalo tantangannya itu di monyetnya kak, disini kan dekat sama jembatan mangrove, di jembatan mangrove itu banyak monyetnya kak, jadi monyetnya itu biasanya suka ngambil pop mie, pop ice, jajan snack ini, jadi rugi besar kak” (May, 2025).

Gambar 6. Jembatan mangrove



Sumber (Dokumentasi Peneliti)

Gambar 7. Suasana Pantai Mertajasah



Sumber (Dokumentasi Peneliti)

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dijelaskan bahwa strategi dalam memanfaatkan wisata sangat efektif untuk meningkatkan hasil pendapatan keseharian perempuan pedagang. Perlu diketahui jembatan mangrove dihuni oleh beberapa monyet yang mengganggu. Monyet tersebut

terkadang selalu mencuri produk yang dijual oleh pedagang yang membuat pedagang mengalami kerugian, hal ini dikarenakan kurangnya pengawasan ketat oleh pihak wisata, sehingga ini menjadi sebuah tantangan besar yang dihadapi oleh perempuan pedagang. Bourdieu juga mengemukakan beberapa jenis strategi lain, diantaranya yang relevan dengan penelitian ini yaitu strategi investasi biologis yang bertujuan untuk melestarikan keturunan dan memastikan bahwa kekayaan yang dimiliki dapat diwariskan kepada generasi mendatang agar kualitas kehidupan individu atau kelompok menjadi lebih baik (Manarfa, 2024). Hal ini seperti yang diucapkan oleh salah satu informan:

“Ini aslinya dagangan ibu saya kak, cuma di teruskan ke saya aja, jadi saya sekarang yang ngelola dagangan ini, saya itu baru 1 tahun kak pas lulusan SMA saya mulai kerja disini, jadi modal awal itu dapatnya dari ibu saya kak” (May, 2025).

Adanya strategi investasi biologis ini memungkinkan perempuan disana dapat bersinambungan dalam melestarikan usaha dagangan yang diwarisi oleh orang tuanya, namun tidak hanya strategi itu saja yang memiliki dampak positif. Bordieu juga menjelaskan bahwa strategi investasi simbolis memiliki tujuan dalam memperkuat atau meningkatkan pengakuan sosialnya (Manarfa, 2024). Dagangan yang sudah lama dibangun tentunya memiliki relasi sosial yang tinggi terhadap pelanggan, artinya sudah banyak pelanggan mengakui atau mempercayai usaha dagangannya, dengan adanya strategi investasi biologis ini memungkinkan perempuan pewaris memiliki relasi terhadap pelanggan yang lebih tinggi jika dibanding dengan perempuan perintis atau pemula yang cenderung memiliki relasi terhadap pelanggan yang rendah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa habitus perempuan pedagang dibentuk oleh faktor ekonomi yang kurang mencukupi dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Wisata Pantai Mertajasah menjadi ranah bagi perempuan dalam mengelola dagangannya, hal ini dikarenakan wisata tersebut memiliki potensi daya tarik besar (Suasana pantai dan jembatan mangrove) dalam memikat pelanggan. Perempuan memiliki beberapa modal dalam membentuk habitusnya di arena tersebut. Modal tersebut berupa modal ekonomi seperti menjual produk makanan siap saji dan makanan dan minuman khas yang menyesuaikan selera pelanggan, lalu modal sosial yang merupakan jaringan sosial dengan pengelola, keluarga dan teman, dan ada juga

modal budaya yang merupakan bentuk warisan atau pengalaman perempuan dalam berdagang dan terakhir modal simbolik yaitu memanfaatkan modal budaya dan sosial dalam membantah prospektif simbolik patriarki. Kemudian modal tersebut dimainkan dalam bersaing merebutkan kekuasaan di arena tersebut. Hal ini menjadi bukti bahwa perempuan dalam membentuk habitus berdagang di ranah Wisata Pantai Mertajasah dengan modal yang dimiliki dapat meningkatkan hasil pendapatan keluarganya dalam waktu jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Bangkalan, P. K. (2024, Januari 2024). *Jumlah UMKM Bidang Kuliner Berdasarkan Kategori Usaha Menurut Kecamatan*. Diambil kembali dari Portal Open Data Kabupaten Bangkalan: <https://data.bangkalankab.go.id/id/dataset/jumlah-umkm-bidang-kuliner-berdasarkan-kategori-usaha-menurut-kecamatan>
- Dewi, A. Y. (2021). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Daerah Pariwisata Nusa Dua Dengan Berjualan Sayur Mayur. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper*, 517. Diambil kembali dari <https://ejurnal.uwp.ac.id/lppm/index.php/prosiding/article/view/114/49>
- Edy Purwanto & Hetti Mulyaningsih . (2024). Jaringan Sosial Lintas Sektoral sebagai Upaya Pelestarian Wisata Bahari di Pantai Martajasah Bangkalan, Madura. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 22. Diambil kembali dari <https://e-journal.fisipol-undar.ac.id/index.php/panoptikon/article/view/48>
- Edy Purwanto & Hetti Mulyaningsih. (2024). Agensi Kelembagaan Modal Sosial Dalam Tata Kelola Wisata Bahari di Pantai Martajasah, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur. *Journal Of Tourism And Leisure*, 8. Diambil kembali dari <https://journal.lasigo.org/index.php/IJTL/article/view/408>
- Febriana, A. (2024). Kontribusi Perempuan Penjual Kuliner Dalam Pengembangan Wisata Argo Wijil. *Journal of Society Bridge*, 43. Diambil kembali dari <https://www.bk3s.org/ojs/jsb/article/view/27/34>
- Hadizan, R. (2025, Juli 16). *Teori Pierre Bourdieu: Sumber Modal, Habitus, Field dan Contoh Fenomena Sosial dalam Kehidupan Modern*. Diambil kembali dari Blogger: <https://www.sosiologiku.com/2025/07/pierre-bourdieu-fenomena-sosial.html>
- Manarfa, L. O. (2024). *Teori Sosiologi*. Purbalingga: Eureka Media Aksara. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/publication/379189040_Teori_Habitus_dan_Ranah_Pierre_Bourdieu
- Nurdin, F. (2023). Kontribusi Pedagang Perempuan Terhadap Ekonomi Keluarga di Kawasan Objek Wisata Sinjai Timur. *Jurnal Bisnis Digital dan Entrepreneur*, 45. Diambil kembali dari <https://mail.ojs.amiklps.ac.id/index.php/bisenter/article/view/26/20>
- Pujiati. (2025, April 21). *Penelitian Fenomenologi: Karakteristik, Jenis, Kelebihan, Contoh*. Diambil kembali dari deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-fenomenologi/>



- Ratnaningtyas, E. M. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. Diambil kembali dari https://www.researchgate.net/publication/370561417_Metodologi_Penelitian_Kualitatif
- Safitri, R. D. (2025, April 24). *Kemendag: 64,5 Persen UMKM di Indonesia Dikelola Perempuan*. Diambil kembali dari Tirto.id: <https://tirto.id/kemendag-645-persen-umkm-di-indonesia-dikelola-perempuan-haWA>
- Satriyati, E. (2017). Menjaga Tradisi Minum Jamu Madura Dengan Penyampaian Pesan Interpersonal Kesehatan Antara Peramu Dan Pengguna. *Journal Of Sociology*, 6. Diambil kembali dari <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/dimensi/article/view/3757>
- Terome, H. (2023, November 7). *Budaya, Struktur dan Agensi dalam Pemikiran Pierre Bourdieu*. Diambil kembali dari Our Philosophy: <https://falsafahkita.wordpress.com/budaya-struktur-dan-agensi-dalam-pemikiran-pierre-bourdieu/>
- Vega, S. R. (2021). Comparison and Contrast between Bourdieu's Theory of Practice and Shamsul's. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 6. Diambil kembali dari <https://media.neliti.com/media/publications/522753-comparison-and-contrast-between-bourdieu-f4b7a949.pdf>
- Yonatan, A. Z. (2025, Januari 12). *Seberapa Sering Gen Z Konsumsi Makanan Cepat Saji?* Diambil kembali dari Goodstats: <https://data.goodstats.id/statistic/seberapa-sering-gen-z-konsumsi-makanan-cepat-saji-CBDA2>