



ABSTRAKSI

Fenomena rentenir yang hingga kini masih terus eksis di tengah-tengah pasar tradisional memang tidak dapat kita pungkiri. Berbagai program bantuan pemerintah dan ragam inovasi yang dihadirkan oleh institusi finansial formal nyatanya tidak dapat sepenuhnya menarik perhatian masyarakat. Jasa rentenir menjadi jalan keluar utama karena dianggap mudah, cepat, dan terasa lebih dekat dengan *wong cilik*. Rentenir kemudian menjadi profesi yang cukup menjanjikan, hingga mengundang para pendatang untuk turut mengambil keuntungan di pasar tradisional. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan studi kasus Pasar Kota Wonogiri yang dengan pesonanya telah mengundang rentenir dari suku Batak (*Batakan*) untuk ikut serta meramaikan jasa peminjaman uang. Studi kasus ini meminjam konsep modal sebagai strategi sosial yang diperkenalkan oleh Pierre Bourdieu sebagai pisau bedahnya. Berdasarkan analisis yang dilakukan, penelitian ini menjabarkan modal-modal yang digunakan oleh kelompok *Batakan* di Pasar Kota Wonogiri sebagai strategi kunci. Bukan hanya modal ekonomi, kelompok *Batakan* juga memaksimalkan modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik untuk berkontestasi dengan rentenir lokal. Namun modal budaya menjadi modal utama karena modal inilah yang memicu lahirnya modal-modal lain. Pasar Kota Wonogiri sebagai arena telah menjadi tempat bagi *Batakan* untuk berkontestasi dan melakukan beragam negosiasi hingga kelompok ini mampu bertahan bahkan menyaingi penyedia jasa serupa dalam kurun waktu kurang dari 20 tahun saja.

Kata kunci : *rentenir, kelompok Batakan, strategi sosial, modal*



ABSTRACT

Moneylender phenomenon which still exists in traditional markets cannot be denied. In fact, the government aid and various innovations provided by formal financial institutions cannot fully change the people's interest in borrowing money. Moneylender becomes the only way out since it is considered as the easiest and fastest way. In addition, the lower class society feels more connected with these moneylenders rather than the formal financial and government institutions. Thus, moneylender becomes a promising occupation that makes newcomers from other cities and provinces are interested to gain the opportunity as moneylenders in traditional markets. Based on the phenomenon, this research used a case study of Wonogiri Market with its beauty which has invited the Batakese (*Batakan*) moneylenders. This study case used the capital concept as the social strategy which was introduced by Pierre Bourdieu. Based on the analysis, the result of this research described the capitals used by the *Batakan* community in Wonogiri Market as the key strategy. Not only economic capital, but *Batakan* community also maximized social, cultural, and symbolic capitals in order to compete the local moneylenders. However, the cultural capital uniquely becomes the main capital because it stimulates the existence of the other capitals. Wonogiri Market as the 'arena' became the stage of *Batakan* to compete and make various negotiations until this community is finally able to survive and even compete other similar service providers within less than 20 years.

Keyword : *moneylender, social strategy, capital*