

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berbincang tentang mal hampir tiada habisnya, selalu muncul hal-hal baru yang layak untuk di jadikan topik pembicaraan. Sebagai salah satu identitas masyarakat modern, mal menjadi “sumber gosip” yang aktual bagi pencinta *food, fashion, electrical fashion, recreation* serta kebutuhan-kebutuhan lain dari manusia kontemporer saat ini.

Menyingkap diskursus mal dalam konstelasi ekonomi politik internasional, menggiring penulis untuk menemukan rentetan fakta yang menghubungkan antara mal dengan studi ekonomi-politik internasional. Secara sederhana, kaitan keduanya diawali dengan perkembangan ekonomi-politik internasional yang melibatkan aktor-aktor non-negara dalam interaksi ekonomi politik global.

Sejak berakhirnya Perang Dunia II, fenomena ekonomi-politik internasional mencatat perkembangan baru yang ditandai dengan munculnya aktor-aktor non-negara yang ikut memainkan peran penting di dalam hubungan ekonomi lintas batas negara. Perubahan besar yang dapat kita lihat adalah makin menonjolnya, dan makin cepatnya pertumbuhan investasi asing langsung (FDI = *Foreign Direct Investment*). Dalam perkembangannya, distribusi FDI melibatkan pelaku-pelaku baru dalam konteks bisnis internasional. Salah satunya adalah *Multinational Corporations* yang selanjutnya disebut MNCs, merupakan badan yang bertanggung jawab atas penyebaran FDI.<sup>1</sup> Melalui kekuatan modal,

---

<sup>1</sup> Lih. Paul Hirst & Grahame Thompson *Globalisasi adalah Mitos*, YOI, Jakarta, 2001. Hal. 80-81

seluruh dunia terdapat tidak kurang dari 35.000 MNCs bergerak diberbagai bidang yang membangun jaringan kerjasama dengan tidak kurang dari 150.000 perusahaan-perusahaan domestik diberbagai negara. Beragam prestasi yang telah diukir oleh MNCs, membuat struktur perekonomian global mengalami perubahan yang signifikan.

Kapasitas keagenan yang dimiliki oleh MNCs sebagai salah satu aktor ekonomi-politik internasional, dengan sendirinya membutuhkan ruang gerak yang luas untuk mempertegas posisinya dalam hubungan transnasional.<sup>4</sup> Kebutuhan untuk mendistribusikan aneka produk yang dihasilkan oleh MNCs, diperlukan agen-agen baru untuk melanjutkan rentetan aktivitas dari bisnis internasional ini. Agen-agen baru yang dimaksudkan adalah alat-alat konsumsi modern yang berperan sebagai pusat penjualan produk-produk MNCs.<sup>5</sup> Salah satunya adalah pusat perbelanjaan modern, seperti Mal, Plaza, Supermarket, Toserba, serta Twon Square.

Sejauh pengamatan penulis, berbagai jenis pusat perbelanjaan modern di atas memiliki kesamaan ciri sebagai pasar modern yang menyediakan berbagai jenis barang kebutuhan masyarakat di dalam satu tempat berupa bangunan permanen, sedangkan harga ditentukan oleh penjual tanpa ada mekanisme tawar-menawar, antara penjual dan pembeli masih bertemu, dan alat pembayaran berupa *cash money* maupun menggunakan *credit card*. Dibanding dengan Mal, Plaza, dan

---

<sup>4</sup> Untuk lebih jelasnya lih. Richard Falk, *A Study of Future Worlds*, Free Press, 1975 dalam Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, LP3ES, 1994, hal. 231

<sup>5</sup> Defenisi alat-alat konsumsi diambil dari gagasannya Jean P Baudrillard yang membedakan antara alat-alat konsumsi (drugstore, mall, credit card, dan sebagainya) dengan komoditas yang dikonsumsi (yaitu; barang atau jasa yang kita konsumsi). Untuk lebih jelasnya lih. Geoge Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosial Modern*, Kencana, 2003, hal.567.

Town Square, jenis pusat perbelanjaan seperti Toserba, Supermarket, dan Swalayan memiliki ukuran atau luas bangunan yang lebih sempit dengan sistem kepemilikan pribadi. Sementara itu, pendirian Mal, Plaza, dan Twon Square dikembangkan dengan konsep yang berbeda.

Mal, Plaza, dan Twon Square merupakan bisnis properti dalam kategori bisnis rite, yaitu, bisnis eceran yang menyediakan sejumlah *outlet* untuk disewakan, yang mana hal ini tidak dimiliki oleh Toserba, Supermarket, maupun Swalayan. Kemudian, di lengkapi dengan arena tempat hiburan dan beberapa fasilitas lainnya yang menunjukkan kekhasan dari Mal, Plaza dan Town Square.

Dalam penelitian kali ini, penulis memilih mal sebagai pokok pembahasan. Hal ini, didasarkan oleh alasan sebagai berikut:

*Pertama*, mal merupakan jenis pusat perbelanjaan modern pertama yang mengembangkan konsep yang berbeda dari pusat perbelanjaan modern yang sudah ada. Yaitu, dengan memadukan antara konsep belanja dan hiburan, serta memiliki alat pengatur suhu yang terpusat<sup>6</sup>. Dan di Indonesia, saat ini istilah mal jauh lebih populer ketimbang plaza, maupun twon square.

*Kedua*, mal merupakan *universal culture*, maksudnya adalah bahwa antara mal yang satu dengan yang lainnya memiliki kesamaan konsep. Misalnya, mal yang ada di Indonesia dengan mal yang ada di Amerika Serikat adalah sama. Kesamaan antara satu mal dengan mal yang lain hadir dalam bentuk jenis outlet yang ditawarkan adalah sama, meliputi *Food, Fashion, and fun* (dalam beberapa jenis merek tertentu antara mal yang di dalam negeri dengan yang di luar negeri

---

<sup>6</sup> [http://www.icsc.org/srch/about/impact of shopping/briefhistory.html](http://www.icsc.org/srch/about/impact%20of%20shopping/briefhistory.html), diakses 16-09-2005.

sama-sama menjualnya). Berikutnya adalah penggunaan teknologi canggih dalam sistem pengamanannya seperti *Security Check, Lift, alarm* pasti akan ditemui pada setiap mal. Ironisnya, praktik sosial berupa kesamaan ini tidak diatur pada sebuah legal formal tertentu. Artinya, pihak pengelola dengan sendirinya akan memfasilitasi mal dengan berbagai fasilitas di atas.

Menurut hemat penulis, keberadaan mal dan sejenisnya, berperan besar dalam melanggengkan bisnis MNCs diberbagai negara termasuk Indonesia. Masuknya retail asing, seperti Walmart, J.C. Penney, Rotelli, Nautica, Planet Surf, Ultima, Courreges, dan sebagainya di fasilitasi dalam *outlet-outlet* yang ada di mal. Hal ini dapat dibuktikan melalui produk-produk yang menghuni mal (seperti; Malioboro Mal) sekitar 70% adalah produk-produk MNC dalam bentuk konsumsi tahan lama.<sup>7</sup>

Konsep mal sendiri diambil dari nama sebuah permainan yang bernama *the game of pall-mall*. Sedangkan kata mal diambil dari nama sebuah taman di St. James's Park, London (*a pall-mall alley*). mal adalah wilayah publik (garis tengah yang memanjang), dengan kanan-kiri ditumbuhi pohon, bunga-bunga yang di desain sebagai tempat pejalan kaki.<sup>8</sup> Melalui nalar modernitasnya, kapitalisme mereduksi makna mal secara besar-besaran. Mal yang seharusnya berfungsi sebagai *ruang publik*, meminjam istilah Habermas sebagai ruang yang bebas dominasi, menjadi wilayah yang serba terkontrol. Motif ekonomi memberikan makna baru mal menjadi *Shopping Centre*.

---

<sup>7</sup> Data ini diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis di Malioboro Mal yang terletak di kota Jogja. Penelitian ini menggunakan metode *observation research* selama tujuh hari yaitu tepatnya dari tanggal 10-17 Juni 2005. Hasil penelitian dalam bentuk tabel *outlet-outlet* di Malioboro Mal akan dilampirkan.

<sup>8</sup> Encarta Reference Library 2004.

Mal selain sebagai alat komoditi yang memiliki nilai komersial yang tinggi, mal juga mempunyai sistem dan struktur yang memadai, serta memiliki masyarakat yang disebut dengan *'Mall Societies'* yang mentaati setiap peraturan yang mengatur pola interaksi mereka selama di dalam batas teritorial mal.

Di Indonesia, pertumbuhan mal mulai terjadi pada akhir tahun 1980-an. Saat itu di Jakarta hanya terdapat lima buah mal, dengan total luas ruangan 83.680 meter persegi, termasuk Ratu Plaza yang merupakan mal tertua di Indonesia. Kemudian, pembangunan mal dan plaza semakin gencar, sehingga pada tahun 1990 Jabotabek (sebagian besar masih berlokasi di Jakarta) mendapat tambahan delapan buah mal, dengan total ruangan seluas 112.576 meter persegi.

Pada tahun 1991, luas ruangan mal di Jakarta bertambah dua kali dibandingkan tahun sebelumnya. Yaitu, tambahan seluas 228.140 meter persegi dari tujuh buah mal baru. Berdasarkan informasi Prolease, konsultan pusat belanja menyatakan bahwa; pada tahun 1993, luas pusat belanja di Jabotabek sekitar 900.000 meter persegi. Dua tahun kemudian (1995) menjadi 1,4 Juta meter persegi. Tahun berikutnya meningkat menjadi 1,8 Juta meter persegi dan tahun 1997 sudah menjadi dua juta meter persegi dengan total jumlah mal di Jabotabek mencapai 60 buah.<sup>9</sup>

Menurut data Biro Perekonomian DKI, pusat perbelanjaan di Jakarta hingga Februari 2005 sudah mencapai 449 buah. Jumlah itu terdiri atas 152 Mal, 126 Toserba, 9 Pusat Grosir, 11 Hypermarket dan 151 Pasar Tradisional. Jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah, karena permohonan izin untuk membangun

---

<sup>9</sup> Kompas, Selasa, 12 Maret 1996

pusat perbelanjaan baru terus meningkat. Sementara itu, data yang di keluarkan oleh Badan Pusat Statistik Nasional dari hasil sensus penduduk tahun 2003 menunjukkan jumlah pusat perbelanjaan modern (meliputi Mal, Toserba, dan Supermarket) se-Indonesia mencapai 6776 buah. Jumlah terbesar terdapat di propinsi Jawa Barat 1230 buah. Kemudian diikuti oleh propinsi Jawa Timur sebanyak 996 buah dan propinsi Jawa Tengah 535 buah<sup>10</sup>.

Data di atas memberikan gambaran seputar penyebaran aneka pusat perbelanjaan modern yang kian merata disejumlah kota-kota besar di Indonesia. Bahkan, keberadaan mal dan sejenisnya sudah merambah sejumlah wilayah pinggiran. Artinya, mal bukan hanya menjadi fenomena masyarakat urban, namun telah menjadi bagian tersendiri dari masyarakat sub-urban. Dari jumlah 6776 buah pusat perbelanjaan modern se-Indonesia, sekitar 2328 buah berada di daerah sub-urban<sup>11</sup>. Salah satu mal terbesar di Asia Tenggara terdapat di wilayah pinggiran kota Jakarta yaitu di daerah Tangerang, sekitar 30 menit perjalanan dari Jakarta kalau tidak macet.

Pusat perbelanjaan yang dibangun oleh Lippo Group ini diberinama Supermall Lippo Karawaci dengan luas 210.000 meter persegi. Supermall yang dibangun tahun 1995 ini menghabiskan dana sebesar Rp 250 milyar. Untuk menarik minat pengunjung, pengelola Supermall menghadirkan beberapa retailer kondang dari Amerika Serikat seperti Walmart, J.C. Penny, Toys "R" Us, serta

---

<sup>10</sup> Katalog BPS: 1610, *Sensus Pertanian*, 2003, hal. 354

<sup>11</sup> *Ibid*, hal. 356

pengecer-pengecer *branded* semacam Athlete's Foot, The Body Shop dan sebagainya.<sup>12</sup>

Dari paparan singkat di atas, untuk sementara dapat ditarik logika sederhana bahwa aktivitas ekonomi-politik internasional yang melibatkan aktor-aktor non-negara dalam interaksinya, telah menempatkan mal sebagai *the last agent* setelah investor sebagai agen pertama dan perusahaan-perusahaan logo sebagai agen kedua. Proses keagenan yang dilakukan oleh mal memanfaatkan kapasitasnya sebagai pusat perbelanjaan modern yang memiliki nilai kapitalisasi yang tidak sedikit. Layaknya budaya yang berasal dari Amerika, maka mal-pun dengan cepat menyebar ke seluruh dunia. Menilik kapasitas keagenan yang dimiliki oleh mal, patut dielaborasi lebih lanjut secara akademis melalui media penelitian ini, guna mendapatkan peta-peta permasalahan yang lebih kurang terarah dan obyektif dan dalam kerangka kerja yang sistematis, agar memperoleh kedalaman data yang akan disajikan kemudian.

## **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah berfungsi untuk merangsang *Research Question* dan mengeksplorasi data lebih jauh. Oleh karena itu, latar belakang masalah menjadi pijakan pokok dalam perumusan masalah. Adapun pokok permasalahan yang coba penulis teliti adalah: **Bagaimana mal bisa disebut sebagai agen ekonomi-politik internasional?**

---

<sup>12</sup> Lihat; Rubrik Ekonomi Majalah Berita Mingguan GATRA, edisi 9 Desember 1995, No.4/II.

### C. Kerangka Berpikir

Untuk kebutuhan menganalisa fenomena mal, penulis menggunakan dua pendekatan yaitu; pertama. model hubungan transnasionalis, dan kedua, teori strukturasi. Pendekatan pertama digunakan untuk mengeksplorasi mengenai aktivitas mal dalam situasi hubungan internasional yang saat ini didominasi oleh hubungan transnasional. Asumsi pokok pandangan ini adalah berkurangnya peranan negara sebagai aktor dalam ekonomi-politik dunia dan meningkatnya peranan aktor non-negara. Pendukung pandangan ini seperti Robert O. Keohane, Joseph S. Nye, Jr., Richard Mansbach, Samuel Huntington, Raymond Hopkins, dan Richard Falk, meyakini bahwa batas-batas yang memisahkan bangsa-bangsa semakin kurang relevan. Negara-negara seringkali disusupi dan dilompati oleh aktor-aktor lain, baik sama-sama Negara bangsa maupun non-negara<sup>13</sup>.

Bagi beberapa aktor-aktor non-negara seperti; *multinational corporation* (MNC), *Transnational Corporation* (TNC), melihat bahwa batas-batas wilayah geografis tidak perlu dihiraukan lagi. Mereka ini mengusulkan model untuk menggambarkan dunia dalam pengertian hubungan *transnasional*, bukan hubungan internasional. Transnasionalisme didefinisikan oleh Richard Falk sebagai perpindahan barang, informasi, dan gagasan melintas batas wilayah nasional tanpa partisipasi atau dikendalikan secara langsung oleh aktor-aktor pemerintah.

Memahami keberadaan mal dalam ruang lingkup hubungan transnasional menghadirkan sebuah fakta baru bahwa mal merupakan bentuk nyata praktik

---

<sup>13</sup> Mohtar Mas' oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, LP3ES, 1994, hal. 231

hubungan transnasional. Hubungan ini terangkai dalam situasi perdagangan internasional yang melibatkan MNC sebagai salah satu aktornya dengan mekanisme manajemen dan distribusi produk-produk MNC yang melampaui batas-batas negara. Melalui modal ventura, lisensi, dan *franchise* (waralaba) membuat MNC kian eksis hingga detik ini. Bentuk pemasaran internasional tersebut difasilitasi dalam sebuah bangunan yang kita kenal dengan sebutan mal.

Dengan kapasitas mal sebagai agen atau istilah lain perpanjangan tangan dari MNC menempatkan mal sebagai kunci keberhasilan dari pemasaran aneka produk MNC. Karena melalui mal jarak dan waktu bisa diluruhkan sedemikian rupa. Misalnya; Parfum Hugo's yang hanya diproduksi di Perancis bisa dikonsumsi atau dibeli oleh masyarakat Jogja dengan mudah dan cepat tanpa harus berangkat ke Perancis dan tentunya lebih ekonomis karena Malioboro Mal telah memajang sekaligus menawarkannya.

Singkatnya model transnasionalisme telah mengurangi makna penting gagasan tentang kedaulatan, batas wilayah nasional, dan interaksi pemerintah-pemerintah dalam sistem dunia. Karena interaksi yang ada dalam batas teritorial mal telah menggantikan peran Negara dalam mengontrol masyarakat. Sederhananya, pandangan transnasionalis telah menggeser isu-isu dalam interaksi internasional, dari isu militer keamanan ke isu ekonomis.

Sementara itu, analisa seputar keagenan yang dimiliki oleh mal akan digunakan pendekatan kedua, yaitu teori strukturasi (*structuration*) yang digagas oleh Antony Giddens<sup>14</sup>. Teori ini menekankan hubungan timbal balik antara

---

<sup>14</sup> Anthony Giddens, *The Constitution of Society*, Cambridge: Polity Press, 1984, hal.2.

struktur (*structure*) dan pelaku (*agency*) yaitu berupa relasi dualitas (*duality*) bukan dualisme. Dimana tindakan dan struktur saling mengandaikan Dualitas itu terjadi dalam “praktik sosial yang berulang dan terpola dalam lintas ruang waktu.” Menurut Giddens praktik sosial (*social practices*) inilah yang seharusnya menjadi objek utama kajian ilmu-ilmu sosial.

Praktik sosial itu bisa berupa kebiasaan menyebut pengajar dengan istilah guru, membawa surat izin mengemudi (SIM) sewaktu mengendarai sepeda motor atau mobil, mematikan rokok begitu memasuki pintu masuk mal, atau kegiatan menitipkan barang ketika hendak memasuki supermarket. Praktik sosial tersebut bisa berlangsung di Jogja atau Medan (ruang/tempat), tahun 2000 maupun 2004 (waktu). Dualitas terletak dalam fakta bahwa suatu ‘struktur mirip pedoman’ yang menjadi prinsip praktik-praktik di berbagai tempat dan waktu tersebut yang merupakan hasil perulangan berbagai tindakan kita. Namun sebaliknya, skemata yang mirip ‘aturan’ itu juga menjadi sarana (*medium*) bagi berlangsungnya praktik sosial kita. Giddens menyebut skemata itu struktur.

Kata *struktur* didefinisikan sebagai aturan serta sumber daya yang membatasi (*costraining*) sekaligus memampukan (*enabling*) para pelaku sosial dan dipakai sebagai perangkat dan reproduksi sistem sosial<sup>15</sup>. Sistem sosial mempunyai kaitan erat dengan struktur karena sistem sosial mengandung pola-pola interaksi sosial dimana hal ini memiliki kesatuan dialektis dengan struktur. Karenanya setiap sistem memiliki bangunan strukturalnya sendiri-sendiri, dengan

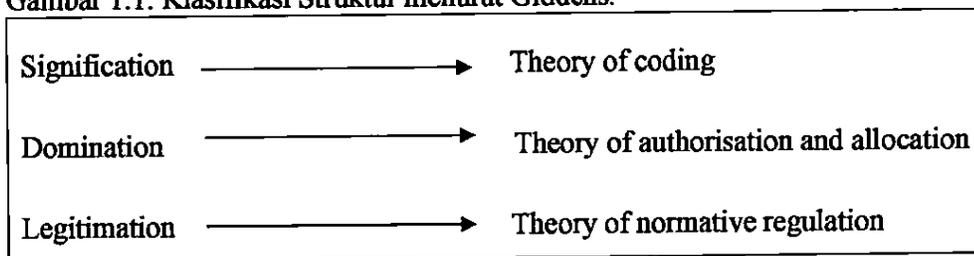
---

<sup>15</sup> Anthony Giddens, *Central Problem in Social Theory*, University of California Press, 1979, hal 22

perangkat struktural itulah nantinya reproduksi sistem sosial dijalankan melalui proses strukturasi.

Giddens mengklasifikasikan tiga gugus besar struktur.<sup>16</sup> Pertama, struktur penandaan atau signifikansi (*signification*) yang menyangkut skemata simbolik, pemaknaan, penyebutan, dan wacana. Kedua struktur penguasaan dan dominasi (*domination*) yang mencakup skemata penguasaan atas orang (politik) dan barang/hal (ekonomi). Ketiga, struktur pembenaran atau legitimasi (*legitimation*) yang menyangkut skemata peraturan normatif, yang terungkap dalam tata hukum.

Gambar 1.1. Klasifikasi Struktur menurut Giddens.



Sumber: Anthony Giddens, *Central Problem in Social Theory*, hal 97.

Dalam gerak praktik-praktik sosial, ketiga gugus prinsip struktural tersebut terkait satu sama lain. Struktur signifikansi pada gilirannya juga mencakup struktur dominasi dan legitimasi. Contohnya, skemata *signifikansi* ‘orang yang menjaga keamanan (baca; di mal) disebut Satpam’ pada gilirannya menyangkut skemata *dominasi* ‘otoritas satpam atas pengunjung’ dan juga skemata *legitimasi* ‘hak satpam untuk ‘mengingatkan atau mengambil tindakan pada pengunjung yang dianggap melanggar peraturan mal.’ Hal yang sama juga berlaku bagi

<sup>16</sup> op.cit, *Central Problem....* hal 82.

struktur dominasi dan legitimasi. Berikut akan dijelaskan keterkaitan ketiga gugus struktural tersebut dalam gambar di bawah ini:

Gambar 1.2. Relasi Tiga Gugus Prinsip Struktur.

STRUKTUR	INSTITUSI
S-D-L	Tata Simbolik/bentuk-bentuk pewacanaan
D(auth)-S-L	Institusi Politik
D(alloc)-S-L	Institusi Ekonomi
L-D-S	Hukum / sangsi

(Keterangan: S = Signifikansi, D = Dominasi, L = Legitimasi)

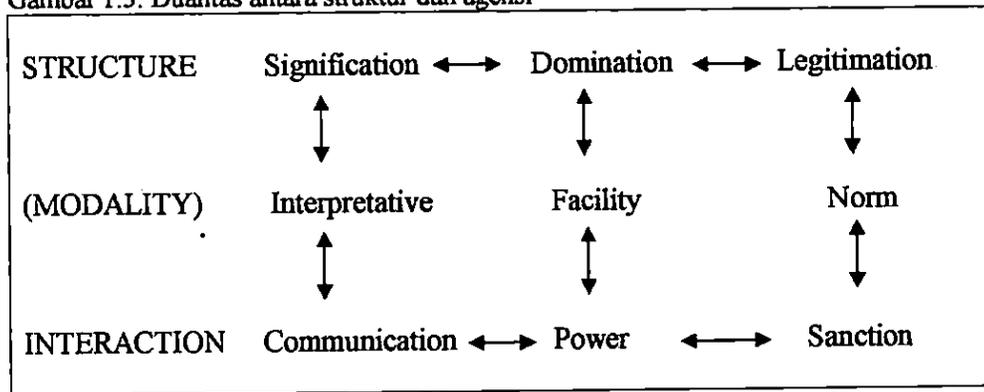
Sumber: Anthony Giddens, *A Contemporary Critique of Historical Materialism*, hal. 47

Gambar di atas menunjukkan keterkaitan antara satu gugus struktur dengan gugus struktur lainnya. Dimana, setiap struktur berhubungan secara aktif dalam setiap mekanisme praktik-praktik sosial. Struktur signifikansi membutuhkan struktur dominasi dan legitimasi dalam waktu yang bersamaan, demikian juga sebaliknya.

Disebut konsep penting disamping struktur, yaitu "agensi". Agensi merupakan orang-orang yang nyata dalam arus tindakan dan peristiwa di dunia.<sup>17</sup> Keterkaitan (*dualitas*) antara struktur dan agensi dihubungkan oleh sarana-sarana (*modality*) yang memungkinkan terjadinya interaksi. Gambar di berikut ini akan menjelaskannya

<sup>17</sup> op.cit, "CPST", hal. 55-59

Gambar 1.3. Dualitas antara struktur dan agensi



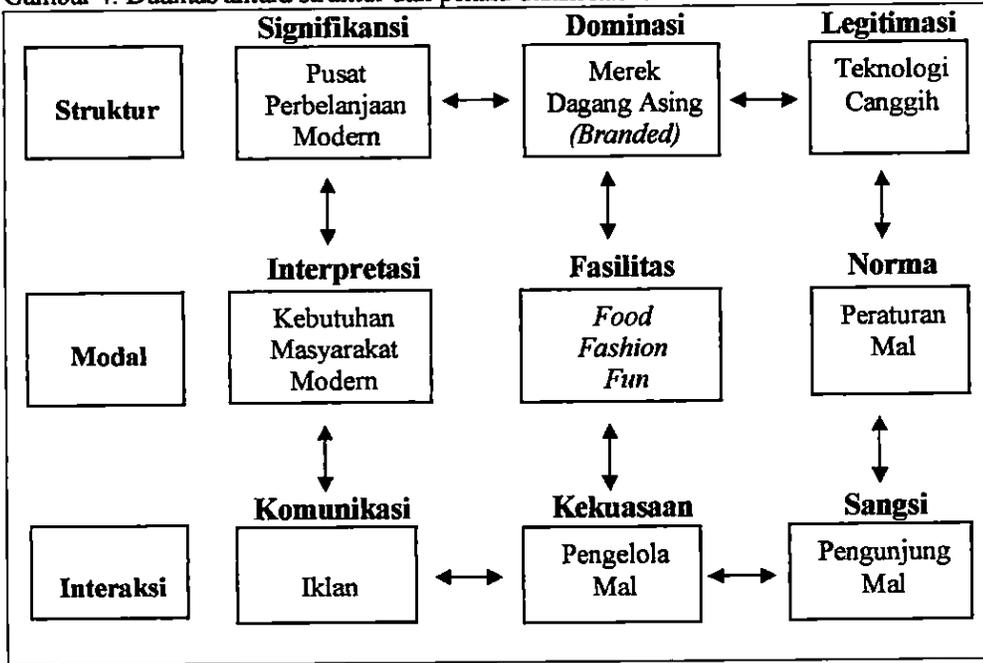
Sumber: Anthony Giddens, *"The Constitutions of Society"*, hal. 29

Dalam gambar tersebut, dualitas antara struktur dan pelaku berlangsung sebagai berikut. Struktur sosial yang terdiri dari gugus signifikansi, dominasi, dan legitimasi membutuhkan sarana-antara untuk membangun dualitas antara struktur dan agensi yang akan menciptakan interaksi. Misalnya, struktur signifikansi membutuhkan sarana (modal) interpretasi untuk melahirkan interaksi komunikasi.

Demikian pula struktur dominasi membutuhkan fasilitas untuk melahirkan kekuasaan, dan struktur legitimasi akan melahirkan sanksi jika memiliki norma atau aturan. Begitu pula sebaliknya, perilaku komunikasi akan membutuhkan kekuasaan minimal pada tataran penguasaan akan informasi yang akan disampaikan, dan pada saat tertentu kekuasaan akan melahirkan sanksi. Perilaku komunikasi akan melahirkan struktur pewacanaan yang dijumpai melalui sarana interpretasi, dan kekuasaan yang dimiliki pelaku kerap membutuhkan fasilitas untuk melakukan struktur dominasi. Sebuah sanksi lahir karena adanya struktur legitimasi yang mengandaikan sejumlah norma.

Berikut akan digambarkan mekanisme teori strukturasi dalam menganalisa kapasitas mal sebagai agen ekonomi-politik internasional.

Gambar 4. Dualitas antara struktur dan pelaku dalam kasus mal



Sumber: Anthony Giddens, "The Constitutions of Society", hal. 29

Struktur *signifikansi* mal sebagai pusat perbelanjaan modern, membutuhkan kehadiran merek-merek dagang asing untuk mengisi sejumlah outlet di mal yang merupakan struktur *dominasi* dan sekaligus membutuhkan sistem pengamanan yang memadai dengan menggunakan teknologi canggih sebagai struktur *legitimasi*.

Namun sebagaimana terlihat pada gambar di atas, dualitas antara struktur dan tindakan selalu melibatkan sarana-antara (modal). Misalnya, mal sebagai pusat perbelanjaan modern (*signifikansi*), yang dikomunikasikan melalui iklan mengandaikan bingkai interpretasi bahwa mal adalah suatu tempat yang menyediakan aneka kebutuhan dari masyarakat modern. Dalam dualitas antara struktur *dominasi* dan praktik penguasaan misalnya, tindakan pengelola mal untuk memfasilitasi merek-merek dagang asing dalam bentuk penyediaan outlet khusus

bagi aneka produk *food, fashion, dan fun*. Begitu juga tentang dualitas legitimasi dan sanksi, satuan pengamanan (satpam) dan penggunaan teknologi canggih seperti kamera pengawas, *security check* mengandaikan sejumlah norma atau aturan di mal yang akan mengontrol perilaku pengunjung mal dan akan memberikan sanksi bagi pengunjung yang dianggap melanggar peraturan yang ada..

Lalu bagaimana pengaruh agensi terhadap struktur? Apakah agensi selalu mengikuti proses reproduksi sosial itu secara sadar atau justru sebaliknya? Untuk menjawabnya kita harus ingat bahwa reproduksi sosial dalam teori strukturasi selalu melibatkan agen dan struktur secara timbal balik. Agensi pasti tahu tentang apa yang tengah ia lakukan namun belum tentu mereka “sadar”. Terutama jika sadar dikaitkan dengan kemampuan eksplanasi secara sistematis dan jelas.

Giddens membagi tiga dimensi internal dari agensi. Dimensi tersebut yaitu, pertama motivasi tak sadar (*unconscious motives*), kedua, kesadaran diskursif (*discursive consciousness*), dan ketiga, kesadaran praktis (*practical consciousness*).<sup>18</sup> Motivasi tak sadar merupakan keinginan atau kebutuhan yang berpotensi untuk mengarahkan suatu tindakan. Misalnya kebiasaan mengikuti upacara bagi seorang prajurit setiap hari sangatlah jarang disebabkan karena kesadarannya untuk memperkuat nasionalisme kecuali mereka akan diberangkatkan ke medan perang. Kesadaran diskursif menyangkut kemampuan agensi untuk melakukan refleksi serta memberi penjelasan yang rinci dan eksplisit atas tindakannya. Dari kemampuan inilah maka alasan dari tindakan upacara

---

<sup>18</sup> Anthony Giddens, *The Constitution of Society*, University of California Press, 1984, hal. 5-14

setiap hari dapat diturunkan. Seperti memperkuat nasionalisme, mengecek kesiapan anggota, ataupun sekedar agar tidak dimarahi atasan.

Sementara itu, kesadaran terakhir adalah kesadaran praktis, yang menyangkut pengetahuan praktis dalam diri pelaku yang sukar dijelaskan lagi karena ia telah menyatu sebagai bagian dari rutinitas kehidupan pribadi maupun sosialnya sehingga tidak perlu lagi untuk mempertanyakannya. Ikut serta upacara setiap hari, atau kesanggupan buruh untuk bekerja keras demi mencapai produksi merupakan wujud nyata dari kesadaran ini karena sifatnya yang berupa sekedar kewajiban atau aturan. Kesadaran praktis inilah yang menjadi fokus dalam strukturasi, karena ia mampu menjadi sumber bagi rutinisasi yang akan membentuk pola dan proses dari produksi serta reproduksi praktik-praktik sosial.

Proses strukturasi ini tidak hanya bersifat memproduksi praktik sosial semata, namun membawa serta perubahan-perubahan yang pada kondisi ekstrem mampu menyebabkan derutinisasi praktik-praktik sosial. Giddens mengungkapkan bahwa kemampuan manusia untuk melakukan introspeksi (*reflexive monitoring*) atas tindakan-tindakannya merupakan keistimewaan yang tidak hanya berpengaruh pada diri sendiri namun juga pihak lain. Dengan demikian, kapasitas ini menyebabkan setiap agen tidak hanya tunduk dan menjalankan reproduksi sosial tetapi juga memonitor secara aktif konteks dimana mereka beraktivitas, baik itu secara material maupun sosial.

Karenanya terbuka kemungkinan bagi agensi untuk keluar dari struktur dengan cara mencari kesempatan dan membuat kemungkinan tidak patuh atas

aturan-aturan yang ada. Kondisi ini disebut *dialectic of control*<sup>19</sup>. *Dialectic of control* juga dapat ditemui dalam pola interaksi yang terjadi di wilayah mal. Seperti seorang karyawan mal secara sengaja masuk kerja tidak tepat waktu, sehingga mengakibatkan derutinisasi praktik sosial yang terjadi di mal.

Kemudian bagaimana kaitan antara struktur, praktik sosial/tindakan dan apa yang biasanya disebut sistem sosial (*social system*)?. Sistem sosial merupakan pelembagaan dan regularisasi praktik-praktik sosial. Contoh skematis tentang praktik, sistem, dan struktur ekonomi kapitalis. Berikut pemetaan singkat mengenai keterkaitan ketiganya:

Tabel 1.1. Skema tentang Relasi antara Praktik, Sistem, dan Struktur Ekonomi Kapitalis.

STRUKTUR SOSIAL	SISTEM SOSIAL	PRAKTIK SOSIAL
S(teori dan wacana akumulasi laba)-D-L D(tingkatan garis otoritas)-S-L D(keramatnya hak milik pribadi)-S-L L(peraturan kontrak kerja)-D-S	Perusahaan: Institusionalisasi dan regularisasi praktik sosial berdasar skemata S-D-L	Rapat dewan direksi, produksi, barang/jasa, pembukuan, rekrutmen, transaksi, investasi, reklame, dsb.

Sumber: B. Herry-Priono, *Anthony Giddens Suatu Pengantar*, hal. 32

Dalam struktur ekonomi kapitalis terdiri dari gugus *struktur S-D-L* (kolom paling kiri) yang antara lain berisi skema keramatnya kepemilikan pribadi (*the sanctity of private property*), peraturan kontrak kerja, garis komando yang hirarkis dalam badan-badan usaha, berbagai teori tentang akumulasi laba, dan sebagainya.

<sup>19</sup> Giddens memberikan penjelasan bahwa *dialectic of control operates in highly repressive forms of collectivity or organization*. Lebih jauh periksa Anthony Giddens, *The Constitution of Society*, University of California Press, 1984, hal. 5

Namun gugus skemata itu merupakan hasil dari dan sekaligus menjadi sarana bagi berbagai *praktik* sehari-hari (kolom paling kanan) yang berupa pembukuan oleh akuntan, transaksi saham, pembuatan iklan, transaksi untung rugi, dan lain sebagainya.

Koordinasi berbagai praktik harian itu dilembagakan dalam *sistem* (kolom tengah) berupa kantung-kantung usaha yang disebut perusahaan. Tidak ada gugus struktur dalam kolom paling kiri bila tidak ada praktik-praktik dalam kolom paling kanan yang terlembagakan dalam kantung-kantung usaha (kolom tengah). Begitu pula sebaliknya, praktik-praktik seperti pembuatan iklan sulit dipahami tanpa adanya gugus struktur signifikansi (S) yang terungkap dalam prinsip-prinsip pemasaran. Akan tetapi iklan dan pemasaran juga tidak bisa dipahami di luar keberadaan badan-badan usaha pencari laba yang disebut perusahaan (kolom tengah).

Review konseptual yang telah dikemukakan di atas, dicoba digunakan untuk melihat cara kerja mal sebagai agen ekonomi-politik internasional, yang melibatkan dualitas antara struktur dan pelaku, yaitu pola interaksi yang saling mengandaikan, tidak ada struktur tanpa pelaku begitu juga sebaliknya. Keduanya dihubungkan melalui sarana-antara (modal) dalam melakukan interaksinya.

#### **D. Hipotesis**

Mal sebagai agen ekonomi-politik internasional, dengan memanfaatkan MNC sebagai pola baru dalam hubungan transnasional serta dualitas antara struktur dan pelaku melalui; penggunaan struktur *dominasi* merek dagang asing yang difasilitasi oleh pengelola mal dalam bentuk *Food, Fashion, and Fun*.

#### **E. Metode Penelitian**

Metode penulisan skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini disebabkan adanya pertimbangan, bahwa: *Pertama* metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden; *Kedua* metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.<sup>20</sup>

Adapun analisa data bersifat deskriptif-analitik; yaitu pemaparan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Sementara itu, strategi pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan pengamatan, serta *library research* atau studi pustaka yang bersumber pada buku-buku literatur, jurnal-jurnal ilmiah, situs, atau website yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **F. Tujuan dan kegunaan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan:

1. Memberikan wawasan baru dalam studi hubungan internasional, terkait dengan pelaku-pelaku baru dalam studi ekonomi-politik internasional.

---

<sup>20</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2001, hal. 5

2. Sebagai prasyarat akademis untuk memperoleh gelar strata satu pada universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kegunaan penelitian:

1. Memberikan informasi kepada para pembaca tentang fenomena ekonomi-politik global.
2. Menambah bahan kepustakaan dan semoga skripsi ini berguna untuk menambah wawasan para pembaca.

### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk membahas persoalan tersebut, maka penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bagian.

Pada bab I berisi latar belakang masalah serta kerangka teori beserta hipotesa. Dalam bab ini digambarkan bagaimana pendekatan yang digunakan dalam membedah mall sebagai agen ekonomi-politik internasional. Dilanjutkan dengan ulasan tentang metode penelitian yang digunakan, tujuan dan kegunaan penelitian, dan ditutup dengan kerangka penulisan.

Di bab II berisi kajian awal mengenai dinamika struktur perekonomian global. Yang meliputi; bagaimana ekonomi-politik internasional menjadi bagian dari diskursus HI. Kemudian paparan mengenai perkembangan pelaku atau aktor dalam bisnis internasional akan melengkapi kupasan pada bab ini dan ditutup dengan eksplorasi mengenai FDI dan pertumbuhan MNCs

Bab III. Setelah menelaah aktor-aktor non-negara yang beroperasi dalam hubungan transnasional, ulasan mengenai mall sebagai wujud nyata praktik globalisasi menjadi sangat penting mengingat keberadaan mall turut

melanggengkan narasi agung yang bernama globalisasi. Pembahasan akan dimulai dari mal dalam ruang lingkup sejarah dan bisnis, kemudian dilanjutkan pada analisa keberhasilan praktik globalisasi dalam relasinya dengan mal. Peran mal dalam menciptakan identitas global disajikan sebagai penutup dalam bab ini.

Bab IV. Diarahkan untuk menganalisa kapasitas keagenan yang dimiliki oleh mal. Dinamika dualitas antara struktur dan pelaku yang ada di mal akan menjawab pertanyaan bagaimana mal bisa disebut sebagai agen Ekonomi-Politik Internasional.

Catatan-catatan yang dianggap penting dalam penulisan ini akan dirangkum dalam bab V.