



Modal Sosial Pedagang di Pasar Sri Gading Air Molek Kecamatan Pasir Penyu (Studi Kasus Pedagang Sayuran Pasar Sri Gading)

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Angelina Situmorang Universitas Riau angelina.situmorang3591@student.unri.ac.id Rd. Siti Sifro Sidiq Universitas Riau sitiosofrosidiq@lecturer.unri.ac.id	ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 2, Agustus 2025 http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Situmorang, A., & Sidiq, R. S. S. (2025). Modal Sosial Pedagang di Pasar Sri Gading Air Molek Kecamatan Pasir Penyu (Studi Kasus Pedagang Sayuran Pasar Sri Gading). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (2),1246-1254.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada pedagang sayuran di Pasar Sri Gading dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana modal sosial pedagang sayuran di Pasar Sri Gading Air Molek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian dalam penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang informan. Penentuan informan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling* merupakan menentukan subjek dengan menetapkan ciri-ciri khusus dengan tujuan penelitian diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Pengumpulan data peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori modal sosial yang dikemukakan oleh James Coleman yang terdiri dari tiga unsur yaitu kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*), dan norma (*norm*). Hasil penelitian adalah bahwa pengaplikasian modal sosial sangat oleh pedagang sayuran sangat penting dalam menjalankan usaha dan kelanggengan usaha di Pasar Sri Gading, seperti kepercayaan memudahkan pedagang menjual sayuran dan memudahkan mendapatkan pasokan sayuran. Jaringan memudahkan pedagang untuk melancarkan usaha.

Kata Kunci : Pedagang Sayuran, modal sosial, kontribusi pedagang dalam ekonomi keluarga

Abstract

This research was conducted on vegetable traders at Sri Gading Market with the aim of understanding the social capital of the vegetable traders in Sri Gading Market, Air Molek. The study employed a descriptive qualitative research method. The research subjects consisted of six informants. The informants were selected using purposive sampling, a technique that involves selecting individuals based on specific characteristics, in order to ensure the research objectives could be effectively addressed. Data collection was carried out using observation, interviews, and documentation techniques. The theory used in this research is the social capital theory proposed by James Coleman, which includes three main elements: trust, networks, and norms. The results of the study show that the application of social capital by the vegetable traders is very important for running and sustaining their businesses at Sri Gading Market. For instance, trust helps traders to sell vegetables more easily and to obtain a steady supply of products. Networks also help traders in the smooth operation of their businesses.

Keywords: Vegetable traders, social capital, traders' contribution to the family economy

A. Pendahuluan

Melangsungkan kehidupan sehari-hari manusia memerlukan kebutuhan dan dalam pemenuhan kebutuhan diperoleh dari penghasilan atau pendapatan. Penghasilan atau pendapatan adalah usaha yang dilakukan individu dalam mempertahankan kehidupan sejahtera. Pendapatan menjadi sumber utama kebutuhan ekonomi rumah tangga. Manusia ialah makhluk sosial yang hidup berdampingan dalam masyarakat, saling membutuhkan individu lain ketika melakukan aktivitas. Oleh karenanya manusia melangsungkan perekonomian tentu membutuhkan manusia lain. Setiap orang perlu mampu menjaga kelangsungan hidupnya dengan memanfaatkan situasi atau sumber daya yang tersedia agar kebutuhan hidupnya bisa tercukupi. Kesulitan hidup pedagang di lihat dari latar belakang mereka salah satunya pendidikan yang rendah, sehingga mereka bekerja pada sektor informal dalam melakukan aktivitas ekonomi. Hal ini disebabkan mereka tidak memiliki keahlian khusus hingga pada akhirnya tidak mampu bersaing dan memilih bekerja pada sektor informal. Sumber daya adalah elemen dari strategi mempertahankan kehidupan manusia. Jaringan sosial terbentuk dari adanya interaksi-interaksi sosial. Sektor informal menyambut mereka yang tidak memiliki keterampilan khusus. Manusia berusaha sebaik mungkin untuk memaksimalkan potensi dan sumber daya.

Ruang publik dapat diakses oleh khalayak umum tanpa dikenakan biaya. Fasilitas-fasilitas publik yang tersedia di dalam lingkungan masyarakat beragam dibangun sebagai ruang pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, keberadaan sektor non formal sudah menjadi pemandangan yang lazim. Kesulitan hidup pelaku sektor non-formal terlihat dari latar belakang mereka sendiri dalam melakukan aktivitas ekonominya. Pasar tradisional adalah salah satu ruang publik dalam Masyarakat yang dimanfaatkan pelaku sektor non-formal. Eksistensi pasar memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan hidup. Selain itu, laju pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh keberadaan pasar. Maziyah (Arifin et al., 2021) mengemukakan bahwa dalam pasar tradisional terjalin suatu interaksi yang diiringi dengan transaksi tawar menawar antara penjual dan pembeli akan suatu produk. Interaksi ini melahirkan norma dan sanksi yang berasal dari masyarakat (Parlina, 2017). Dalam pasar tradisional ditandai oleh tawar menawar secara langsung. Jaringan sosial merupakan interaksi sosial yang berlangsung antara pedagang, pembeli, dan pemasok.

Pasar tradisional biasanya terdiri dari kios atau lapak terbuka yang dibangun oleh para pedagang dengan izin dari pihak pengelola pasar. Pasar menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang, jasa, maupun bertukar informasi. Kegiatan yang menghasilkan uang baik berupa barang dan jasa disebut transaksi. Tidak hanya penjual serta pembeli, pemasok juga turut serta melakukan interaksi sosial. Interaksi antar individu membentuk norma dan sanksi, sama seperti proses terbentuknya suatu masyarakat (Parlina, 2017). Interaksi antar pelaku ekonomi di dalam pasar tradisional membuat kegiatan ekonomi berputar.

Usaha sektor informal muncul dengan ciri-ciri usaha berskala kecil, peralatan yang digunakan sederhana jumlah modal yang dikeluarkan relative kecil, kemampuan pengelolaan usaha yang tidak memerlukan pendidikan khusus. Salah satu contoh pelaku usaha sektor informal adalah pedagang sayuran di Pasar Sri Gading. Pedagang-pedagang sayuran ini pastinya memiliki sebuah kepentingan yaitu mencari rezeki dan mempertahankan kelangsungan hidup dengan cara berdagang. Dalam proses berdagang pedagang tentunya harus membutuhkan jaringan dan komunikatif terhadap pemasok maupun pembeli. Namun tidak selamanya pedagang berada dalam keadaan menguntungkan. Kesulitan yang dialami pedagang ialah kemunculan pedagang sayur pendatang. Pedagang sayur pendatang merupakan pedagang yang berasal dari Pekanbaru menggunakan mobil bak terbuka. Tidak hanya satu mobil, mereka datang berbondong-bondong bahkan sampai empat mobil. Para pedagang ini datang dan berjualan membawa sayuran dengan berbagai jenis sebanyak. Waktu kedatangan pedagang sayuran Pekanbaru tidak bisa diperkirakan.

Dalam setahun pedagang tersebut bisa muncul 2 sampai 3 kali. Eksistensi pedagang sayuran pendatang ini membawa dampak jumlah sayuran di Pasar Sri Gading menjadi melimpah. Mereka menjual sayuran dengan harga murah. Kemunculan pedagang non lokal ini membuat aktivitas pedagang lokal melemah. Sayuran dijual dengan harga murah dibanding harga sayuran lokal oleh pedagang non lokal. Pedagang lokal dan pemasok mengalami kerugian yang berdampak pada menurunnya harga sayuran dipasaran. Penurunan harga sayuran juga berdampak pada jaringan pedagang dan pemasok. Kondisi ini mau tidak mau membuat pedagang akan mengurangi jumlah sayuran yang diambil dari pemasok seperti tidak biasanya.

Sumber daya ialah bagian dari usaha, strategi maupun teknik mempertahankan hidup. hubungan sosial yang terbentuk membuat adanya suatu kesatuan sosial yang disebut jaringan sosial (Dumaris, 2017). Jaringan sosial menjadi alat para pelaku dalam menguasai sumber daya yang bisa dimanfaatkan. Modal sosial merupakan strategi pelaku ekonomi guna memperoleh dukungan sumber daya manusia. Manusia memerlukan modal sosial berupa kepercayaan, jaringan, dan norma. Ketiga unsur ini berperan penting dalam mendukung kelangsungan dan kesuksesan usaha ekonomi yang dijalankan.

Alasan penulis meneliti pedagang sayuran karena kondisi pedagang sayuran pendatang dan sayur banjir membuat pedagang harus memiliki modal sosial yang baik antara pemasok maupun pembeli. Pedagang sayuran lokal harus mampu bertahan ketika saat kemunculan pedagang sayuran pendatang. Pedagang sayuran harus memiliki modal sosial agar tetap mempertahankan usaha dagangannya berkelanjutan. Kemunculan pedagang pendatang bukanlah situasi yang dihadapi pedagang sayuran lokal setiap harinya akan tetapi kondisi yang tidak bisa diperkirakan terjadi. Kondisi-kondisi ini menjadi tantangan bagi pedagang sayuran lokal membangun jaringan maupun kepercayaan terhadap pemasok dan pembeli.

Berdasarkan latar belakang penelitian, untuk mempermudah analisis penelitian maka pokok permasalahan dijabarkan dalam beberapa submasalah sebagai berikut: (1.) Bagaimana modal sosial pedagang sayuran Pasar Sri Gading Air Molek? (2.) Bagaimana kontribusi pedagang sayuran dalam ekonomi keluarga?

1. Tinjauan Pustaka

A. Teori Modal Sosial

Modal sosial menurut Bourdieu merupakan hubungan sosial dan Interaksi sosial yang digunakan oleh seseorang untuk mencapai tujuan atau kepentingan pribadi maupun kelompok. Modal sosial menjadi sarana dalam perjuangan kelas. Sebagai sumber daya, modal sosial dimiliki oleh individu atau kelompok dengan memanfaatkan jaringan atau hubungan yang terstruktur dan saling diakui oleh anggota yang terlibat di dalamnya (Rusydi & Ermiati, 2015). Modal sosial yang dimiliki bergantung pada kemampuan orang tersebut mengembangkan dan memobilisasi hubungan dan jaringan dalam kelompok atau dengan orang lain diluar kelompok. James Coleman mengatakan untuk mencapai suatu tujuan, orang-orang bertindak secara sengaja. Tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan itu dibentuk oleh nilai-nilai atau pilihan-pilihan.

James Coleman membagi tiga unsur modal sosial (Rusydi dan Ermiati, 2015) yaitu:

- a. Kepercayaan, merupakan harapan yang timbul dari rasa percaya dalam lingkungan sosial. kepercayaan menjadi sarana suatu hubungan atau relasi berlangsung langgeng. Modal sosial terbentuk ketika setiap individu bersedia untuk saling mempercayai, sehingga tercipta komitmen yang dapat dipertanggungjawabkan dengan tujuan untuk mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan. Lawang (2004:36) mendefinisikan kepercayaan ialah hubungan antara pihak-pihak yang berbeda yang mengandung harapan yang menguntungkan pihak-pihak yang terlibat melalui interaksi sosial. Torsvik (2000:458) juga menjelaskan bahwa resiko sebagai akibat dari perilaku dapat diminimalisir dengan adanya kepercayaan (Damsar & Indrayani, 2009).
- b. Jaringan, merupakan suatu hal yang diyakini penting dalam hubungan sosial untuk mendorong berkembangnya kegiatan dalam masyarakat. Masyarakat yang memiliki pola hubungan sosial yang tidak baik cenderung akan menyebabkan individu tidak berani melakukan sesuatu. Jaringan akan menjembatani komunikasi dan interaksi terbentuk yang memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama. Jaringan menurut Lawang dalam (Damsar & Indrayani, 2009) ialah hubungan antara individu atau kelompok yang terhubung melalui interaksi sosial dan didasari oleh kepercayaan. Norma berperan dalam menjaga dan memperkuat kepercayaan antara kedua pihak agar hubungan tersebut tetap terjalin dengan baik.
- c. Norma-norma, merupakan nilai-nilai yang ditaati berisi adanya sanksi yang jelas dan efektif. Keadaan anomie (kacau) akan muncul jika seperangkat norma tidak ada, individu akan bertindak sesuai kemauan sendiri dan tidak ada mekanisme atau tata aturan untuk memberikan sanksi karena tidak adanya norma hasil dari kesepakatan bersama. Norma-norma yang muncul berbentuk norma informal yang disepakati bersama. Norma merupakan hasil pertukaran dua pihak atau lebih yang membawa hasil pada keuntungan. Pertukaran sosial tidak akan terjadi bila mana pertukaran hanya dinikmati oleh satu pihak. Maka dari itu, norma yang terbentuk harus dipelihara.

Kapital Sosial dan Tipe-tipenya Menurut Portes (Damsar & Indrayani, 2009) ialah sebagai berikut:

Sumber	Motivasi Donor	Alasan	Contoh
Nilai	Altruistik	Moral umum yang imperative	Pemberian orang tua pada anak
Solidaritas	Altruistik	Identifikasi dengan kebuthuna dan tujuan kelompok dalam	Pemberian pada orang sekampung
Resiprositas	Instrumental	Harapan kembalian yang sepadan di masa datang	Informasi bisnis
Kepercayaan	Instrumental	Harapan untuk mencapai status komunitas yang lebih baik serta timbal balik yang setimpal di masa depan, yang juga terikat pada sanksi kolektif	Jaminan utang yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang berasal dari kampung atau daerah yang sama

B. Pedagang

Christine memaparkan, aktivitas berdagang ialah salah satu cara masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam menunjang kebutuhan hidup sehari-hari. Pasar menjadi sarana tempat berdagang. Pedagang merupakan aktor yang melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Kegiatan berdagang pada dasarnya merupakan proses membeli barang untuk kemudian dijual kembali. Pedagang dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu pedagang besar (distributor atau agen tunggal), pedagang menengah, dan pedagang eceran. Malano menyatakan bahwa pasar tradisional tempat dimana pedagang dan pembeli saling bertemu tatap muka untuk bertransaksi, tawar menawar, menimbang barang dagangan serta adanya bangunan berbentuk gerai, kios, los maupun dasaran terbuka. Pasar tradisional masih banyak ditemui di wilayah Indonesia dan umumnya berada dekat dengan lokasi pemukiman supaya mudah diakses. Keberadaan pasar tradisional mempengaruhi perkembangan ekonomi dan masyarakat (Nanda & Fikriyah, 2020). Dalam konteks usaha mikro, pedagang mikro merupakan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat kategori bawah dalam skala kecil yaitu sektor informal atau ekonomi subsisten, yang ditandai dengan rendahnya tingkat pendidikan formal, tidak memiliki keahlian khusus, mayoritas pelanggannya berasal dari kalangan bawah, pekerjaannya adalah anggota keluarga yang bekerja secara intensif, dan penjualannya dilakukan secara eceran dengan modal yang berasal dari pinjaman (Yuliana, 2022).

(Damsar & Indrayani, 2009) memaparkan bahwa berdasarkan jalur distribusi, pedagang dibedakan menjadi tiga antara lain:

- Pedagang distributor (Tunggal) merupakan pedagang yang berhak atas distribusi suatu produk dari perusahaan tertentu.
- Pedagang partai (besar) merupakan produk yang dibeli dalam jumlah besar oleh pedagang yang kemudian produk dijual kembali kepada pedagang lain.
- Pedagang eceran merupakan produk dijual langsung kepada konsumen tanpa perantara oleh pedagang.

Berdasarkan Geertz (1963), Mai, dan Buchholt (1987) (dalam Damsar & Indrayani, 2009) pedagang terbagi menjadi 3 yaitu:

- Pedagang profesional merupakan kegiatan perdagangan menjadi sumber pendapatan satu-satunya bagi keluarga pedagang.
- Pendapatan semi profesional merupakan kegiatan perdagangan bukan pendapatan utama keluarga dan hanya pendapatan tambahan penghasilan keluarga.
- Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual hasil produksi atas hasil kegiatannya seperti seorang petani menjual ke pasar sayuran hasil produksi sendiri untuk memenuhi ekonomi keluarga.
- Pedagang semu merupakan kegiatan berdagang yang dilatarbelakangi oleh hobi untuk kesenangan.

B. Metodologi

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, di mana penulis menggali, menganalisis, dan memahami fenomena secara mendalam berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Penelitian kualitatif adalah penelitian berpedoman pada pola pikir induktif

berdasarkan atas pengamatan obyektif partisipasi terhadap suatu fenomena social (Harahap, 2020).

Penelitian ini mengambil lokasi di Pasar Sri Gading Air Molek, Desa Candirejo, Kecamatan Pasir Penyu, Kabupaten Indragiri Hulu. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung kepada objek yang diteliti yakni pedagang sayuran Pasar Sri Gading. Data sekunder bersumber dari studi dokumen atau jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini ialah teknik wawancara terstruktur. Teknik analisis data yang digunakan ialah reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

C. Hasil dan Pembahasan

Teori Modal Sosial Pedagang Sayuran di Pasar Sri Gading

Teori modal sosial yang dipaparkan oleh James Coleman terdiri dari tiga unsur yaitu kepercayaan (*trust*), jaringan (*networking*), norma (*norm*). James Coleman mengatakan melalui tindakan-tindakan yang dilakukan secara sengaja untuk mencapai tujuan itu dibentuk oleh nilai-nilai atau pilihan-pilihan. Modal sosial dilakukan oleh aktor-aktor yang berkepentingan untuk mencapai suatu tujuan yaitu pedagang sayuran Pasar Sri Gading, pemasok sayuran, pembeli, dan sesama pedagang.

1. Kepercayaan Antara Pemasok Sayuran, Pembeli, dan Sesama Pedagang

Kepercayaan merupakan salah satu elemen penting dalam modal sosial, sebab dapat mempengaruhi keberlangsungan dan keputuan hubungan dagang antara kedua belah pihak. Kepercayaan yang terbentuk dalam modal sosial pedagang sayuran di Pasar Sri Gading terlihat dari kepercayaan pedagang dan pemasok yaitu dilatarbelakangi oleh kualitas sayuran, harga sayuran, pelayanan serta rekam jejak pemasok. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ermayanti, 2023) bahwa kepercayaan pedagang buah Pasar Cik Puan dengan pemasok dilatarbelakangi oleh kualitas buah dan harga murah buah yang di dapat pedagang sehingga pedagang berlangganan dengan pemasok. Selain itu, kepercayaan pedagang terhadap pemasok juga dipengaruhi oleh faktor rekam jejak pemasok dengan tujuan mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan rasa saling percaya. Rasa saling percaya yang tercipta akan membangun hubungan sosial jangka panjang yang turut menjadi upaya pengendalian pedagang dan pemasok saat kondisi pasar sayur tidak stabil.

Ketika sayur banjir akibat adanya pedagang sayuran Pekanbaru muncul, kerjasama antara pedagang dan pemasok tetap terjalin dengan kesepakatan pedagang tetap memilih mengambil sayuran dari pemasok namun, dengan jumlah yang berbeda dan harga sesuai kesepakatan. Sayur banjir akibat kemunculan pedagang sayur Pekanbaru memberi dampak yang besar terhadap aktivitas ekonomi pedagang dan pemasok, harga sayur menjadi anjlok. Pedagang tetap mengambil sayuran dari pemasok dan pemasok tetap menjual sayuran ke pedagang dengan harga dibawah standar harga saat itu. Pedagang sayuran Pasar Sri Gading akan mempertahankan usaha dengan menjual sayuran sesuai harga pasaran pedagang Pekanbaru bahkan bisa saja dibawah pasaran pedagang Pekanbaru sehingga pembeli tetap memilih membeli sayuran di pedagang lokal maka dari itu aktivitas ekonomi pedagang dapat berlangsung. Selain memberi dampak terhadap pedagang, pemasok turut juga merasakan dampak tersebut. Pemasok menjual sayur kepada pedagang dengan harga murah. Penjualan sayur dengan harga murah menyebabkan pemasok mengalami kerugian. Pemasok tidak memiliki alternatif lain dalam mengatasi kerugian, sehingga pemasok tetap menjual kepada pedagang dengan tujuan hasil panen dapat terjual dengan cepat. Hubungan sosial saling menguntungkan dipengaruhi oleh rasa saling percaya. Apabila rasa percaya tidak dimiliki maka akan meimbulkan kerugian bagi aktor yang terlibat.

Kepercayaan antara pedagang sayuran dan pembeli didasari oleh kualitas sayuran, kejujuran, komunikasi, dan pelayanan. Pertama, menjaga dan menawarkan sayuran dengan kualitas yang baik menjadi hal penting bagi pedagang. Kualitas sayuran yang bagus akan menarik perhatian pembeli. Kedua, komunikasi serta pelayanan. Ketika berjualan komunikasi dan pelayanan turut menjadi hal yang penting. Pedagang menciptakan suasana nyaman kepada pembeli. Pembeli yang merasa nyaman akan senang untuk belanja. Komunikasi yang baik antara pedagang dan pembeli akan berdampak terhadap keputusan yang terjadi selanjutnya. Kualitas sayuran, komunikasi serta pelayanan menentukan keberhasilan suatu usaha. pedagang akan bisa mempertahankan usaha saat terjadi hal-hal yang akan terjadi. Perilaku pedagang akan

mempengaruhi aktivitas usaha. Pembeli tidak jarang menitipkan barang belanjaan kepada pedagang karena adanya rasa saling percaya.

Ketika sudah terjalin hubungan penjual dan pembeli secara baik, terjadilah kepercayaan (*trust*) yang perlu dipegang dua pihak. Selain, dalam bukan proses jual beli, pertemuan pembeli dan penjual sekaligus bertukar informasi terkini, menjalin silaturahmi sebagai bagian dari ritme kehidupan, dan sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan. Kepercayaan antara sesama pedagang yaitu didasari oleh rasa senasib dan sepenanggungan. Muncul sifat saling tolong menolong seperti menjaga lapak dan barang dagangan, meminjam uang bahkan meminjam plastik sekalipun. Bantuan-bantuan seperti itu sangat memudahkan pedagang dengan kata lain usaha pedagang tetap dapat berlangsung. ketika pedagang membutuhkan uang kembalian maka pedagang akan meminjam pada pedagang disekitarnya. Contoh lainnya lagi ketika pedagang sedang dalam keadaan mendesak penting maka pedagang meminta bantuan pada pedagang lain untuk menjaga lapaknya. Kedua contoh diatas menjadi bukti bahwa membangun kepercayaan dan *image* membawa keuntungan.

2. Jaringan Antara Pemasok Sayuran, Pembeli, dan Sesama Pedagang

Jaringan sosial yang terbentuk pada pedagang sayuran di Pasar Sri Gading terlihat dari jaringan antara pedagang dan pemasok yaitu memasok sayuran dari pemasok langganan dan pemasok eceran. Pemasok eceran menjadi alternatif lain apabila pemasok langganan tidak bisa memenuhi kebutuhan pedagang. Pedagang sayuran memiliki pemasok langganan. Hubungan pedagang dan pemasok didasari oleh keterbukaan dan kualitas sayuran. Meningkatnya jumlah sayuran di pasar akibat kemunculan pedagang sayur Pekanbaru tidak mempengaruhi hubungan sosial antara pedagang dan pemasok. Dalam kondisi ini, pedagang tetap memesan pasokan sayuran pada pemasok dengan jumlah dan harga yang tidak seperti saat pasar normal.

Jaringan sosial juga dapat terbentuk akan kesamaan asal usul, kesamaan kepercayaan, kesamaan kebutuhan yaitu uang, dan kesamaan lainnya. Seperti yang terjadi pada pedagang sayuran di Pasar Sri Gading. Jaringan ini mempermudah pemasok dan sesama pedagang dalam mempertahankan usaha mereka untuk dapat bekerjasama dan saling membantu mengenai keperluan berdagang dan apabila menghadapi kesulitan. Pedagang akan berbagi informasi mengenai kondisi sayuran di pasaran kepada pemasok. Bentuk dari jaringan ini dapat dilihat dari interkasi sesama pedagang untuk saling berbagi informasi mengenai jaringan dengan pemasok, jaringan dengan pelanggan, serta jaringan dengan sesama pedagang.

Kemudian jaringan sosial antara pedagang dan pembeli yaitu didasari oleh kualitas sayuran dan pelayanan. Pelayanan yang baik merupakan strategi pedagang dalam menarik perhatian pembeli-pembeli sehingga pembeli nyaman dan datang seterusnya. Kepuasan pembeli menjadi hal penting bagi pedagang sehingga tidak jarang pedagang mendapat pembeli baru atas rekomendasi pembeli lain sehingga memperluas jaringan pedagang. Terdapat hubungan sosial timbal balik yang timbul atas perlakuan pedagang kepada pembeli.

Selanjutnya, jaringan sosial antara sesama pedagang Pasar Sri Gading jalinan hubungan sosial baik ini terlihat pada adanya keinginan dan keterbukaan saling berbagi informasi antara sesama pedagang. Komunikasi membuat hubungan mereka terintegrasi. Lingkungan tempat berjualan yang nyaman membuat pedagang tidak merasa terganggu saat mencari nafkah. Keterbukaan saling berbagi informasi antara sesama pedagang mengenai pasokan sayuran. Pedagang tidak sulit berbagi informasi mengenai sumber sayuran yang didapat. Hubungan diantara pedagang seperti keluarga dengan saling membantu. Hubungan jaringan yang terbentuk antara pedagang memberikan keuntungan. Pedagang akan saling berbagi informasi mengenai pemasok sayuran yang memberikan harga yang murah dan sayur dengan kualitas baik. Selain itu, pedagang akan merekomendasikan pembeli kepada pedagang lain yang membutuhkan sayuran yang diinginkan.

3. Norma Antara Pemasok Sayuran, Pembeli, dan Sesama Pedagang

Norma sosial yang terbentuk dalam modal sosial pedagang sayuran di Pasar Sri Gading terlihat dari norma sosial antara pedagang dan pemasok sayuran yaitu ketika meningkatnya sayuran di pasaran melonjak yang disebabkan oleh kemunculan pedagang sayur Pekanbaru, pedagang tetap memilih mengambil pasokan sayuran dari pemasok artinya pedagang tidak beralih dari pemasok langganan apapun kondisi di pasar sehingga pemasok tetap percaya menyalurkan sayuran. Terdapat hubungan sosial kuat dan mengikat. Selain itu, adanya kesepakatan mengenai kesepakatan harga dan aturan pembayaran sayur. Saat penjualan sayur sedang tidak baik, pedagang akan meminta keringanan waktu sebab tidak bisa membayar langsung pada saat sayur sampai kepada pedagang.

Selanjutnya, norma sosial antara sesama pedagang yaitu hubungan pedagang di Pasar Sri Gading saling tolong menolong serta saling menghargai. Selain itu, hubungan sesama pedagang

sudah seperti keluarga dan menjaga kenyamanan lingkungan kerja. Pedagang saling mengundang dan menghadiri suatu kegiatan yang dilakukan pedagang dengan senang hati misal pesta. Pedagang menjaga kebersihan pasar dari sampah sayuran yang dihasilkan sehingga tidak mengotori lapak pedagang lain dan menjaga lingkungan kerja yang nyaman. Aturan penetapan harga penjualan sayur yang akan dijual mengikuti harga pasaran sayur di pasar saat itu dan berdasarkan modal yang dikeluarkan terhadap sayuran. Maka dari itu, jenis sayuran yang sama tidak pula harga penjualan sama sebab penjual yang berbeda.

Norma antara pedagang dan pembeli ialah pembeli tidak diperbolehkan berhutang sebab keuntungan yang didapatkan oleh pedagang akan diputar atau digunakan kembali membeli pasokan sayuran di esok hari. Keuntungan pedagang ialah kecil. Keterbatasan modal dan kebutuhan menjadi faktor hal tersebut dilakukan. Hasil jualan yang tidak seberapa harus dibagi-bagi untuk kebutuhan hidup dan modal jualan. Keuntungan digunakan untuk kebutuhan modal berjualan dan kebutuhan hidup. Pedagang melayani pembeli dengan baik, ramah, dan jujur. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hasna & Mayvani, 2023) bahwa pedagang dan pembeli bertindak sopan dan santun ketika melakukan kegiatan transaksi. Melayani pedagang tanpa memandang latar belakang pembeli dengan begitu pembeli akan merasakan kepuasan tersendiri sebab pembeli merasa dirinya seperti saudara dekat sehingga pembeli nyaman berbelanja.

4. Analisis Kontribusi Pedagang Sayuran dalam Ekonomi Keluarga

Keluarga merupakan suatu unit sosial terkecil dalam Masyarakat yang bertanggungjawab dan menjamin akan kesejahteraan anggota keluarga baik itu kesejahteraan sosial, ekonomi, serta kelestarian hidupnya. Peran dan tanggungjawab dalam mencari nafkah keluarga tidak hanya dijalankan oleh kepala keluarga yaitu suami. Akan tetapi peran dan tanggungjawab ini dapat mengalami perubahan dan beralih kepada istri. Selain pria, ibu sebagai anggota perempuan didalam keluarga dapat memberikan kontribusi cukup besar dalam menjamin kelangsungan hidup anggota keluarga secara ekonomi. Perempuan memainkan peran sebagai pencari nafkah ekonomi keluarga. Hal ini terjadi karena tuntutan ekonomi rumah tangga semakin bertambah sehingga turut serta mengatasi berbagai tuntutan tersebut. Keterbatasan Perempuan dalam pendidikan dan keterampilan menyebabkan perempuan melakukan pekerjaan pada sektor informal. Sektor informal inilah yang menjadi penyelamat dimasa ketidakberdayaan dan menjadi penyelamat rumah tangga di masyarakat. Tidak adanya syarat khusus menyebabkan sektor informal menjadi pilihan.

kontribusi Perempuan sebagai pedagang sayuran dalam ekonomi keluarga ialah, Pertama yaitu pendapatan pedagang sayuran digunakan sebagai menambah penghasilan. Penghasilan suami yang tidak mencukupi menyebabkan Perempuan bekerja sebagai pedagang sayuran yang mana penghasilan suami dan penghasilan jualan sayur dijadikan satu dan digabung untuk memenuhi kebutuhan hidup seluruh anggota keluarga. Kedua, selain sebagai penambah penghasilan, penghasilan penjualan sayur juga digunakan sebagai tabungan. Penghasilan yang telah terkumpul dan menjadi tabungan nantinya akan digunakan sebagai dana pendidikan anak dan dana darurat. Ketiga, pendapatan pedagang digunakan sebagai penghasilan utama. Pemenuhan kebutuhan hidup yang bergantung pada pendapatan jualan sayur digunakan pedagang untuk membayar sewa tempat tinggal dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Selain itu, pendapatan juga digunakan untuk pendidikan anak. Kebutuhan hidup yang semakin mahal menyebabkan pedagang memiliki pekerjaan lain. Pekerjaan lain yaitu membuka jahitan rumahan dan berjualan sayur di dua pasar selain Pasar Sri Gading.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada pedagang sayuran di Pasar Sri Gading, maka penulis simpulkan bahwa:

1. Kepercayaan yang terbentuk dalam modal sosial pedagang sayuran di Pasar Sri Gading terlihat dari kepercayaan pedagang dan pemasok yaitu didasari kualitas dan pelayanan pemasok. Ketika sayur banjir akibat pedagang sayuran pendatang muncul, hubungan antara pedagang dan pemasok tetap terjalin dengan kesepakatan pedagang tetap memilih mengambil sayuran dari pemasok namun dengan jumlah yang berbeda dan harga sesuai kesepakatan. Terdapat kesepakatan-kesepakatan yang melanggengkan rasa percaya pedagang dan pemasok. Hubungan sosial yang telah terjalin lama menjadi faktor yang mempengaruhi hubungan pedagang dan pemasok saling ketergantungan. Selain itu, kepercayaan pedagang terhadap pemasok juga dipengaruhi oleh faktor rekam jejak pemasok dengan tujuan menghindari ketidakpastian dan meningkatkan

kepercayaan. Kemudian, kepercayaan antara pedagang sayuran dan pembeli didasari oleh kualitas sayuran, kejujuran, komunikasi, dan pelayanan. Pembeli tidak jarang menitipkan barang belanjaan kepada pedagang karena adanya rasa saling percaya. Selanjutnya, kepercayaan antara sesama pedagang yaitu didasari oleh rasa senasib dan sepenanggungan. Muncul sifat saling tolong menolong seperti menjaga lapak dan barang dagangan, meminjam uang bahkan meminjam plastik sekalipun. Bantuan-bantuan seperti itu sangat memudahkan pedagang dengan kata lain usaha pedagang tetap dapat berlangsung.

2. Jaringan sosial yang terbentuk dalam modal sosial pedagang sayuran di Pasar Sri Gading terlihat dari jaringan antara pedagang dan pemasok yaitu memasok sayuran dari pemasok langganan dan pemasok eceran. Pedagang sayuran memiliki pemasok langganan. Hubungan pedagang dan pemasok didasari oleh keterbukaan dan kualitas sayuran. Meningkatnya jumlah sayuran di pasar akibat kemunculan pedagang sayur Pekanbaru tidak mempengaruhi hubungan sosial antara pedagang dan pemasok. Pedagang akan berbagi informasi mengenai kondisi sayuran di pasaran kepada pemasok. Kemudian jaringan sosial antara pedagang dan pembeli yaitu didasari oleh kualitas sayuran dan pelayanan. Pelayanan yang baik merupakan strategi pedagang dalam menarik perhatian pembeli-pembeli sehingga pembeli nyaman dan datang seterusnya. Kepuasan pembeli menjadi hal penting bagi pedagang sehingga tidak jarang pedagang mendapat pembeli baru atas rekomendasi pembeli lain sehingga memperluas jaringan pedagang. Terdapat hubungan sosial timbal balik yang timbul atas perlakuan pedagang kepada pembeli. Selanjutnya, jaringan sosial antara sesama pedagang Jalinan hubungan baik ini terlihat pada adanya keinginan dan keterbukaan saling berbagi informasi antara sesama pedagang. Pedagang tidak sulit berbagi informasi mengenai sumber sayuran yang didapat.
3. Norma sosial yang terbentuk dalam modal sosial pedagang sayuran di Pasar Sri Gading terlihat dari norma sosial antara pedagang dan pemasok yaitu ketika sayuran melimpah akibat kemunculan pedagang sayur pendatang, pedagang tetap memilih mengambil pasokan sayuran dari pemasok maksudnya pedagang tidak beralih dari pemasok langganan apapun kondisi sehingga pemasok tetap percaya menyalurkan sayuran. Terdapat hubungan sosial kuat dan mengikat. Selain itu, adanya kesepakatan mengenai kesepakatan harga dan aturan pembayaran sayur. Saat penjualan sayur sedang tidak baik, pedagang akan meminta keringanan waktu sebab tidak bisa membayar langsung pada saat sayur sampai kepada pedagang. Selanjutnya, norma sosial antara sesama pedagang yaitu hubungan pedagang di Pasar Sri Gading saling tolong menolong serta saling menghargai. Selain itu, hubungan sesama pedagang sudah seperti keluarga dan menjaga kenyamanan lingkungan kerja. Seperti, pedagang menjaga kebersihan pasar dari sampah sayuran yang dihasilkan sehingga tidak mengotori lapak pedagang lain dan menjaga lingkungan kerja yang nyaman. Sedangkan, norma sosial antara pedagang dan pembeli yaitu pembeli saat membeli tidak diperbolehkan berhutang sebab keuntungan yang didapatkan oleh pedagang akan diputar atau digunakan kembali membeli pasokan sayuran di esok hari. Keuntungan pedagang ialah kecil. Keterbatasan modal dan kebutuhan menjadi faktor hal tersebut dilakukan. Hasil jualan yang tidak seberapa harus dibagi-bagi untuk kebutuhan hidup dan modal jualan.
4. Kontribusi pedagang dan ekonomi keluarga Kontribusi pedagang dalam ekonomi keluarga ialah menambah penghasilan, penghasilan utama, memenuhi kebutuhan hidup, dan tabungan. Pedagang sayuran yang masih memiliki suami, penghasilan penjualan sayuran dialihkan sebagai penambah penghasilan keluarga. Sedangkan pedagang sayuran yang sudah tidak memiliki suami atau *single parent*, penghasilan penjualan sayuran digunakan sebagai penghasilan utama untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan pendidikan anak.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan diatas, penulis paparkan peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Agar dapat mengoptimalkan modal sosial yang terdapat pada pedagang sayuran di Pasar Sri Gading Kecamatan Pasir Penyus, maka perlu menumbuhkan, menciptakan, menjaga, dan mempertahankan rasa saling menghormati dalam menjalin hubungan sehingga pada kondisi apapun pedagang usaha tetap bertahan. Pedagang dan pemasok

diperlukan menjaga kualitas sayuran melalui kesepakatan yang dibuat sebelum membeli sayuran sehingga terhindar perselisihan atau percekakan.

2. Sesama pedagang diharapkan agar selalu menjunjung persaudaraan melalui menjaga kenyamanan dengan cara menghormati pedagang disekitar lapak sehingga tercipta lingkungan kerja harmonis.
3. Pedagang juga harus menjaga dan meningkatkan kepercayaan pembeli dengan cara memberikan keterangan terkait kondisi sayuran dan pelayanan saat berjualan. Terbentuknya modal sosial diharapkan terus dijalankan supaya usaha tetap berlanjut.
4. Penulis menyarankan pedagang sayuran meningkatkan penghasilan dengan menggunakan kemajuan teknologi seperti menjual sayuran secara *online*. Masa kini masyarakat dihadapkan dan dituntut menguasai perkembangan teknologi. Masyarakat dihadapkan pada pemenuhan kebutuhan serba *online*. Penjualan sayuran secara *online* diharapkan meningkatkan penghasilan. Penjualan secara *online* memberikan memiliki keuntungan yaitu waktu yang lebih *efisien*. Sehingga pedagang tidak hanya melakukan jualan *offline* di pasar.

F. Referensi

- Arifin, G., Trinugraha, Y. H., & Nurhadi. (2021). Solidaritas dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.25077/jsa.7.2.112-126.2021>
- Damsar, & Indrayani. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (2nd ed.). Prenadamedia Group.
- Dumaris, A. (2017). Modal Sosial Pedagang Sayur-Sayuran Di Pasar Dewi Sartika Dewi. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) FISIP*, 4(1).
- Ermayanti. (2023). Modal Sosial Pedagang Buah di Pasar Pagi Cik Puan Kota Pekanbaru. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 2(2).
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali (ed.); Cetakan pe). Wal ashri Publishing.
- Hasna, F., & Mayvani, T. C. (2023). Identifikasi Modal Sosial Fungsi Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kapas Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro). *Neo Bis: Jurnal Berkala Jemu Ekonomi*, 12(1).
- Nanda, D. U., & Fikriyah, K. (2020). Perilaku Pedagang Pasar Bandar Kecamatan Mojojoto Kota Kediri Dalam Prespektif Prinsip Dasar Pasar Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3).
- Parlina, Y. (2017). Praktik Pinjaman Rentenir dan Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka. *INKLUSIF*, 2(2).
- Rusydi, E. (2015). Peran Modal Sosial Pada Kontrak Pinjaman Antara Pedagang Dan Rentenir (Studi Kasus Di Pasar Karuwisi Kota Makassar). *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2).
- Yuliana, E. (2022). Faktor-Faktor Pedagang Sayur Memilih Pinjaman Pada Rentenir Dibandingkan Pinjaman Pada Lembaga Keuangan (*Studi Kasus di Pasar Pagi Margorejo Metro Selatan*).