

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perdagangan masih menjadi salah satu sektor dominan yang memberikan kontribusi cukup besar bagi struktur perekonomian Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa pada triwulan III 2022, kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 12,74 %, terbesar ketiga setelah sektor industri manufaktur dan pertanian. Kontribusi tersebut tidak terlepas dari transaksi masyarakat Indonesia pada sarana perdagangan konvensional seperti pasar tradisional, yang kini disebut sebagai pasar rakyat.¹

Pasar tradisional masih menawarkan berbagai produk dan komoditi, salah satunya bahan makanan pokok, seperti daging ayam dan ikan dalam kondisi yang segar dan baru karena kita dapat langsung melihat proses potong langsung di pedagang. Begitu pun dengan sayur mayur yang bahkan kita bisa mencari waktu-waktu tertentu untuk bisa membeli sayuran yang baru dikirim langsung dari tengkulak. Dengan begitu, masih banyak masyarakat yang menyukai membeli bahan makanan pokok di pasar tradisional.

Pasar tradisional adalah tempat penjual dan pembeli bertemu dan berinteraksi secara langsung, melakukan aktivitas pertukaran, yaitu aktivitas jual beli itu sendiri. Perdagangan yang terjadi di pasar tradisional merupakan salah satu sumber pendapatan dan merupakan salah satu pusat perekonomian

¹ Profil Pasar Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Rakyat di Kalimantan, Maluku, dan Papua, BPS RI (2022), di akses melalui <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=ZWNlZjliODVmZmU0MzNhZjEyZTg2MgYx&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMjMvMDVlZjYyZTg2MgYxL3Byb2ZpbC1wYXNhci0yMDIyLS1hbmFsaXNpcy1kYW1wYWstcmV2aXRhbGlzYXNpLXBhc2FyLXJha3lhdC1kaS1rYWxpWFudGFuLS1tYWx1a3UtZGFuLXBhcHlh0bWw%3D&twoadfnarfeuf=MjAyMy0wOC0wNyAxND01MDowMQ%3D%3D> pada 3 Maret 2023

daerah. Oleh karena itu, keberadaannya sangat penting bukan hanya bagi masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, namun juga merupakan roda pendorong bagi perekonomian daerah.

Perdagangan atau usaha berbasis etnis dapat dijumpai pada masyarakat Indonesia. Misalnya, sebagian besar penjual baju dan kain berasal dari suku Minang. Orang Tasikmalaya dikenal luas sebagai pedagang keliling yang menjual perlengkapan rumah tangga dengan cara kredit. Orang Madura, identik dengan perdagangan besi tua dan lapak barang bekas. Orang Garut yang dikenal luas dengan usaha pangkas rambut. Etnis Tionghoa yang terkenal dengan usaha penjualan barang-barang elektronik. Serta orang Jawa yang banyak bekerja sebagai pedagang sayur, seperti halnya yang ditemui peneliti di pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat.

Pasar Gembrong lama Jakarta Pusat adalah salah satu Pasar tradisional yang menawarkan beragam komoditi, mulai dari kebutuhan pokok seperti kelontong atau sembako, sayur-mayur dan buah, komoditi pakaian, komoditi rumah tangga, dan komoditi lainnya. Terdapat 300 pedagang yang berada di pasar tersebut. Diketahui sebanyak 53% atau lebih dari separuh pedagang yang berjualan di pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat berasal dari suku Jawa dan lebih dari setengah mereka berjualan sayur di sana. Melihat banyaknya pedagang sayur mayur beretnis Jawa di Pasar gembrong Lama Jakarta Pusat, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana modal sosial terbangun di antara pedagang dengan salah satunya yang diperkuat dengan kesamaan etnis yang dimiliki.

Modal sosial menekankan pada kebersamaan dalam suatu kelompok masyarakat yang berfungsi untuk meningkatkan kualitas hidup bersama, dengan penyesuaian yang terjadi selama terus-menerus.² Pada dasarnya, modal sosial melihat bagaimana suatu entitas atau kelompok masyarakat dalam bekerjasama membentuk sebuah jaringan untuk mencapai tujuan bersama.

² Rusydi Syahra. Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, Volume 5 no.1 Tahun 2003. Hal 7.

Tentunya, di dalam kerjasama tersebut terdapat suatu pola relasi timbal balik yang saling menguntungkan, dan dibangun atas kepercayaan (*trust*) yang timbul karena adanya norma-norma sosial yang bersifat positif dan kuat. Sedangkan identitas etnis menjadi upaya yang dapat didayagunakan secara efektif sebagai penguat modal sosial yang dimiliki pada masyarakat yang dimaksud.

Ditemukan dalam beberapa literatur bahwa dalam setiap kelompok etnis memiliki nilai-nilai kearifan lokal tersendiri mengenai aktivitas berdagang atau berwirausaha. Seperti pada jurnal milik Okki Sutanto, Nani Nurrachman yang berjudul Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial tertulis bahwa pada masyarakat Jawa, terdapat ungkapan *sopo ubet ngliwet* yang berarti bahwa siapa yang bekerja keras dan berusaha maka ia akan menanak nasi.³ Ungkapan itu berarti, bahwa siapa yang bekerja keras dan berusaha dengan sungguh-sungguh maka ia yang akan memperoleh hasil seperti apa yang diinginkannya. Ditemukan pula pada Tembang Macapat Dalam Budaya Jawa Terkait Kewirausahaan, adanya nilai-nilai seperti kerja keras, profesionalitas, kesabaran, ketelitian, tidak menyuap, dan tidak ingkar janji.⁴ Nilai-nilai tersebut dapat menjadi pendorong dalam menguatnya modal sosial para pedagang jika didayagunakan oleh kelompok pedagang dengan efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana modal sosial terbangun diantara pedagang sayur yang memiliki kesamaan etnis, yaitu etnis Jawa di pasar Gembong Lama Jakarta Pusat. Penelitian ini melihat bagaimana hubungan antar sesama pedagang sayur etnis Jawa di pasar Gembong Lama, Jakarta Pusat. Penelitian ini juga membahas bagaimana mereka menjalin hubungan positif dan mempertahankan nilai-nilai

³ Okki Sutanto dan Nani Nurrachman. Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial. *Jurnal Psikologi Ulayat*, Tahun 2018.

⁴ Setiyadi, D. B. P, Pemahaman Kembali Local Wisdom Etnik Jawa Dalam Tembang Macapat Dan Pemanfaatannya Sebagai Media Pendidikan Budi Pekerti Bangsa, *Magistra*, Volume 24 No. 79 Tahun 2012.

sehingga dapat memberikan keuntungan kepada mereka sebagai sesama pedagang sayur.

1.2 Permasalahan Penelitian

Pedagang sayur-mayur yang berada di pasar Gembrong Lama Jakarta Pusat sebagian besar adalah berasal dari etnis Jawa. Para pedagang membentuk sebuah jaringan, dan di dalam jaringan tersebut terdapat nilai/ norma, dan rasa kepercayaan yang terbangun dalam aktivitas perdagangan yang mereka lakukan. Modal sosial yang terjalin di antara pedagang sayur orang Jawa di Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat dikuatkan dengan aspek kesamaan dari asal etnis mereka, yaitu etnis Jawa. Hal itu memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka dan memberikan keuntungan untuk mencapai tujuan bersama dalam hal keberhasilan perdagangan yang mereka lakukan. Untuk itu, secara rinci penelitian ini memiliki dua pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana bentuk modal sosial yang terdapat pada pedagang sayur etnis Jawa di pasar Gembrong Lama?
2. Bagaimana bentuk kejawaan sebagai bagian dari modal sosial yang dimiliki oleh pedagang sayur etnis Jawa di pasar Gembrong Lama?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bentuk modal sosial yang terdapat pada pedagang sayur etnis Jawa di pasar Gembrong Lama.
2. Untuk mendeskripsikan bentuk nilai kejawaan sebagai bagian dari modal sosial yang dimiliki oleh pedagang sayur etnis Jawa di pasar Gembrong Lama.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan referensi serta kontribusi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan dengan

topik atau permasalahan yang ada untuk mengembangkan tema sosiologi ekonomi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang kajian sosiologi gender.

b. Manfaat praktis

(1) Bagi pedagang sayur etnis Jawa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada para pedagang mengenai cara membangun dan mengembangkan modal sosial dengan khususnya yang dapat diperkuat dengan kesamaan etnis dari para pedagang dengan membentuk jaringan dan kepercayaan yang akan saling menguntungkan satu sama lain.

(2) Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dan manfaat bagi masyarakat khususnya individu yang memiliki latar belakang yang sama maupun berada di lingkungan terkait. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang luas mengenai jaringan etnis sebagai modal sosial. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi dan gambaran umum serta memberi saran bagi institusi terkait baik pemerintah maupun non-pemerintah mengenai kondisi pedagang di pasar tradisional beserta modal sosial yang mereka miliki.

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa tinjauan penelitian lain yang masih berkaitan dengan penelitian ini. Tinjauan penelitian sejenis dibutuhkan untuk membantu proses penelitian. Kegunaan penelitian sejenis adalah untuk membantu peneliti mengetahui kekurangan yang dimiliki sehingga diharapkan mampu menutupi kekurangan tersebut dengan penelitian yang lebih baik.

Peneliti telah mereview beberapa penelitian sejenis untuk keperluan penelitian ini. **Penelitian pertama** yaitu penelitian yang ditulis oleh Anita Syafitri dan Lina Sudarwati pada 2015 dengan judul Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Sektor Perdagangan (Studi Pada Etnis Tionghoa, Batak, Dan

Minangkabau Di Kota Medan).⁵ Penelitian ini berfokus pada penggambaran bentuk-bentuk modal sosial di kalangan pedagang Etnis Tionghoa, Etnis Batak dan Etnis Minangkabau di Kota Medan. Penelitian tersebut menggunakan jenis metode kualitatif dengan mengambil data melalui observasi, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan. Konsep teori yang digunakan penulis adalah konsep modal sosial.

Jurnal ini membahas tentang bentuk modal sosial yang dimiliki pedagang yang berasal dari etnis Tionghoa, Batak, dan Minangkabau yang berada di Kota Medan. Pedagang dari ketiga etnis tersebut telah memiliki eksistensi tersendiri dalam kancah perdagangan di Kota Medan dan mendominasi perdagangan di zona-zona perdagangan di kota Medan. Terlihat bahwa etnis Tionghoa mendominasi Pasar Petisah yang menjadi pedagang di hampir seluruh jenis perdagangan, mulai dari perdagangan baju, makanan, perabotan rumah tangga dan lain sebagainya. Berbeda dengan etnis Tionghoa, pedagang etnis Batak terlihat mendominasi Pasar Simalingkar. Sedangkan etnis Minangkabau menguasai pasar pusat yang terletak di kecamatan Medan Kota.

Dalam mempertahankan eksistensi di dunia perdagangan pada zona-zona perdagangan tertentu di kota Medan, modal sosial dimanfaatkan oleh pedagang etnis Tionghoa, Batak, dan Minangkabau dengan sangat baik. Namun, modal sosial yang dimiliki oleh ketiga etnis tersebut memiliki perbedaan antara satu etnis dengan etnis lainnya. Adapun konsep modal sosial digunakan dalam jurnal penelitian tersebut. Berdasarkan definisi oleh Puttnam, Coleman, dan Fukuyama, peneliti menyimpulkan bahwa modal sosial adalah serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal, seperti rasa saling percaya, saling pengertian, adanya jaringan, hubungan sosial, kesamaan nilai dan perilaku, yang dimiliki bersama di antara para anggota suatu kelompok masyarakat yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka dan akhirnya mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini, modal sosial memiliki unsur pokok, yaitu terdiri

⁵ Anita Syafitri dan Lina Sudarwati. Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Sektor Perdagangan (Studi Pada Etnis Tionghoa, Batak, Dan Minangkabau Di Kota Medan). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Perspektif Sosiologi*, Volume 3 No. 1 Tahun 2015.

dari *trust* (rasa saling percaya), jaringan sosial, resiprositas, norma sosial, dan nilai-nilai.

Dalam penelitian tersebut ditemukan bentuk modal sosial yang dimanfaatkan oleh ketiga etnis pedagang terdiri dari *trust*, jaringan sosial, tindakan proaktif, resiprositas, norma, dan nilai. Pada etnis Tionghoa, ditemukan kuatnya budaya familisme yang mewarnai perdagangan mereka. Keluarga menjadi tombak sistem perdagangan mereka. Selain itu, modal sosial lainnya yang dimiliki oleh mereka dan membedakan dari etnis lainnya adalah nilai kerapuhan, kreatifitas, inovatif, disiplin, dan semangat kerja yang ikut mendorong kemajuan perdagangan yang mereka lakukan. Pada etnis Batak, ditemukan modal sosial berbentuk nilai semangat kerja yang sangat besar dan sangat berbeda dengan etnis lainnya serta kemandirian yang membuat mereka dapat bertahan walau tidak mendapat bantuan dari manapun. Sedangkan pada etnis Minang, memiliki jiwa *enterpreneurship* yang kuat, di mana jaringan keluarga tidak serta merta membuat mereka menjadi bergantung sehingga lebih mandiri.

Penulis menyebutkan beberapa hasil penelitian dalam jurnal tersebut yaitu bentuk-bentuk modal sosial yang terlihat di kalangan pedagang Etnis Tionghoa, Etnis Batak dan Etnis Minangkabau di Kota Medan yaitu terdiri dari: (1) “cash bon” atau yang biasa disebut hutang sebagai bentuk *trust* kepada distributor dan pelanggan dalam perdagangan etnis Tionghoa, Batak, dan Minangkabau. (2) menitipkan toko ke pedagang lain sebagai bentuk *trust* antar sesama pedagang etnis Batak dan Minangkabau. (3) jaringan familisme sebagai jaringan inti yang dimiliki oleh pedagang etnis Tionghoa. (4) jaringan kerabat, kawan sekampung, pertemanan dan induk semang pada perdagangan etnis Minangkabau. (5) jaringan Dongan Sahuta sebagai jaringan pedagang etnis batak. (6) jaringan pedagang dengan pemerintah agar mendapatkan izin berdagang di pasar milik pemerintah. (7) jaringan pedagang dengan pegawai hingga memunculkan “patron klien” terlebih pada pedagang etnis Tionghoa. (8) tindakan proaktif sebagai katalis kemajuan perdagangan pada etnis Tionghoa, Batak dan Minangkabau. (9) keikhlasan sesama pedagang pada etnis

Batak dan Minangkabau. (10) norma untung rugi menjadi norma utama pada pedagang Tionghoa dan Minangkabau namun menjadi norma sekunder pada etnis Batak. (11) Kedisiplinan menjadi norma tertinggi yang dijunjung pedagang etnis Tionghoa. (12) semangat kerja sebagai nilai-nilai yang dipegang pada pedagang etnis Tionghoa dan Batak. (13) ramah, sopan, dan hemat menjadi nilai-nilai yang dipegang oleh pedagang etnis Minangkabau. (14) kemandirian menjadi nilai dasar perdagangan yang dijalankan oleh etnis Batak dan Minangkabau. (15) kerapihan, kreatifitas, dan inovatif pada perdagangan etnis Tionghoa.

Relevansi dalam jurnal ini dengan penelitian yaitu modal sosial yang dimiliki pedagang dengan kesamaan etnis. Persamaan membahas bentuk-bentuk modal sosial dalam perdagangan yang dimiliki oleh pedagang yang memiliki kesamaan etnis. Perbedaan dengan penelitian yaitu lebih memfokuskan dalam mengidentifikasi perbedaan bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki oleh pedagang etnis Tionghoa, Batak, dan Minangkabau sedangkan penelitian berfokus pada bentuk-bentuk modal sosial pada pedagang etnis Jawa.

Penelitian kedua yaitu jurnal yang ditulis oleh Okki Sutanto, Nani Nurrachman pada 2018 dengan judul Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial.⁶ Pada penelitiannya, penulis menggambarkan bahwa budaya memiliki keterkaitan dengan kewirausahaan yaitu untuk dapat mengeksplorasi pemaknaan kewirausahaan pada etnis. Budaya dapat mempengaruhi perbedaan dalam Pemaknaan kewirausahaan yang terdapat pada etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah mixed method.

Dijelaskan bahwa perbedaan kultural memiliki pengaruh yang cukup penting dalam konteks kewirausahaan. Terdapat beberapa penelitian lain yang disebutkan di dalam jurnal bahwa adanya dinamika sifat kewirausahaan antar

⁶ Okki Sutanto dan Nani Nurrachman. Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial. *Jurnal Psikologi Ulayat*, volume 5 No.1 Tahun 2018.

kelompok etnis di Indonesia. Disebutkan pula setiap etnis memiliki nilai-nilai kearifan lokal yang berbeda terkait kewirausahaan. Contohnya, ungkapan *sopo ubet ngliwet*, yang bermakna “siapa bekerja keras akan menanak nasi” pada masyarakat Jawa; keuletan dan kemauan bekerja keras dalam berdagang pada masyarakat Tionghoa, serta pepatah “di mana ada air di situ ada orang Tionghoa” yang berarti orang Tionghoa harus dapat bertahan hidup dan berkembang di belahan bumi mana pun; serta tradisi merantau sebagai guru kehidupan pada masyarakat Minang.

Teori representasi sosial digunakan dalam jurnal ini untuk menggali bagaimana masing-masing etnis memaknai kewirausahaan. Peneliti mengartikan representasi sosial sebagai suatu gambaran terstruktur akan bagaimana suatu hal yang telah diketahui, disadari, dan dimaknai oleh sekelompok orang, dipahami secara kolektif melalui interaksi sosial antar anggota suatu kelompok, yang pada akhirnya mengarahkan anggota kelompok tersebut untuk memahami, merasakan, menilai, dan berperilaku.

Temuan dari jurnal ini menunjukkan central core pada ketiga etnis berbeda dalam memaknai kewirausahaan. Ditemukan, central core pada etnis Jawa adalah kemandirian dan bekerja keras. Kemudian central core pada etnis Minang adalah berdagang, produk, modal, dan kemandirian. Sedangkan central core pada etnis Tionghoa adalah strategi dan manajemen, serta kerja keras.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara, perbedaan ketiga etnis dalam memandang kewirausahaan termanifestasi dalam sejumlah aspek yakni: (1) alasan dan asal-usul mereka berwirausaha; (2) nilai dan hal yang mereka anggap penting dalam berwirausaha; dan (3) terkait proses pelestarian nilai-nilai kewirausahaan. Pada aspek alasan berwirausaha, ditemukan pada aspek Jawa bahwa berwirausaha karena kesesuaian dengan kepribadian, unsur idealisme dan pemberdayaan dengan menganggap bahwa berwirausaha bukan hanya sekedar mencari keuntungan namun untuk kepentingan yang lebih besar, serta sebagai penyaluran hobi. Kemudian pada etnis Minang, alasan berwirausaha dilandasi kebutuhan finansial, dan faktor lingkungan yang juga menjadi pendorong di mana beberapa wirausaha terinspirasi memulai usaha

karena tren di lingkungannya. Sedangkan pada etnis Tionghoa alasan yang menonjol untuk berwirausaha adalah kuatnya budaya berwirausaha di keluarga, pertimbangan finansial dan stabilitas jangka panjang, serta aspek kebebasan.

Pada aspek nilai dan hal yang dianggap penting dalam berwirausaha, ditemukan pada etnis Jawa yang penting adalah kebermanfaatan, strategi dan manajemen, pantang menyerah, kejujuran, dan 'nrimo'. Pada wirausahawan Minang, yang mengemuka adalah relasi dengan orang lain, kesalehan pada agama, kerja keras, serta kecintaan pada kampung halaman. Pada wirausahawan Tionghoa, yang dianggap penting adalah kebermanfaatan, pantang menyerah, kreativitas, dan kesabaran.

Selain itu, ditemukan pula sejumlah kekhasan yang dimiliki oleh masing-masing etnis yang tidak dimiliki oleh etnis lain. Pada etnis Jawa, hal tersebut adalah kejujuran dan 'nrimo'. Pada etnis Minang, kesalehan pada agama dan kecintaan pada kampung halaman menjadi khas mereka dalam berwirausaha. Terakhir, pada etnis Tionghoa, terdapat atribut kreativitas dan kesabaran.

Relevansi jurnal ini dengan penelitian yaitu terdapat nilai-nilai kearifan lokal yang bersifat positif yang berasal dari budaya etnis dalam berwirausaha dapat digunakan sebagai modal sosial. Persamaan jurnal ini dengan penelitian adalah nilai-nilai yang dimiliki oleh etnis dapat digunakan dan dikembangkan untuk kesuksesan wirausaha yang mereka lakukan. Sedangkan perbedaan jurnal ini dengan penelitian adalah terletak pada fokus perbedaan memaknai kewirausahaan oleh tiga etnis di Indonesia, yaitu etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa. Perbedaan juga ditemukan dalam penggunaan metode penelitian yaitu menggunakan mixed method sedangkan penelitian menggunakan metode kualitatif.

Penelitian ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Endarwati, Nurhadi, Dan Sigit Pranawa pada 2017 yang berjudul Analisis Membangun Pembentukan Kepercayaan Pedagang Di Pasar Tradisional Gede Hardjonagoro

Kecamatan Jebres Kota Surakarta.⁷ Peneliti ingin menunjukkan bahwa hubungan harmonis para pedagang yang memiliki latar belakang etnis yang berbeda itu dilandaskan pada kepercayaan. Dimana dalam hal ini, kepercayaan merupakan komponen integral dari modal sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori kepercayaan (trust) milik Francis Fukuyama.

Berdasarkan penelitian dengan menggunakan teori trust dari Francis Fukuyama, para pedagang etnis Jawa dan Tionghoa dalam meningkatkan kepercayaan antar sesama pedagang adalah dengan dibentuknya kebudayaan nempil. Budaya nempil merupakan kegiatan di dalam bedagang yang meminjam barang pedagang lain untuk di jual kepada konsumen yang hasilnya dibagi dua kepada pedagang yang mengambil barang tersebut.

Terdapat 6 fungsi penting dari trust yang dibangun oleh pedagang etnis Tionghoa dan Jawa di Pasar Gede Hardjono, yaitu : (1) confidence yang merujuk pada sikap berani mengambil keputusan setelah menghitung resiko-resiko akan mendorong orang lain juga melakukan tindakan sosial yang sama, (2) kerjasama yaitu proses asosiatif dimana trust menjadi landasan utama terciptanya hubungan antar individu tanpa dilatarbelakangi rasa curiga, (3) penyederhanaan pekerjaan, dimana trust dapat membantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja. (4) Ketertiban, trust berfungsi sebagai incuding behavior setiap individu, yang ikut menciptakan suasana kedamaian kemungkinan timbulnya kekacauan sosial. (5) memelihara kohentivitas sosial, dimana trust dapat membantu merekatkan hubungan dan menciptakan suatu kesatuan yang tidak tercerai berai. (6) modal sosial, trust digunakan sebagai modal sosial yang menjamin struktur-struktur sosial dapat berdiri secara utuh.

⁷ Endarwati, Nurhadi, Dan Sigit Pranawa. Analisis Membangun Pembentukan Kepercayaan Pedagang Di Pasar Tradisional Gede Hardjonagoro Kecamatan Jebres Kota Surakarta. *Sosialitas; Jurnal Ilmiah Pend.Sos Ant* Volume 8 No. 1 Tahun 2017.

Relevansi jurnal ini dengan penelitian adalah bahwa trust merupakan salah satu landasan utama terbentuknya modal sosial. Persamaan jurnal dengan penelitian ini adalah membahas bagaimana trust itu dibangun sebagai modal sosial pada pedagang. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokusnya yang lebih berfokus pada membangun kepercayaan antar pedagang etnis.

Penelitian keempat adalah penelitian yang ditulis oleh Niswatin dan Mahdalena pada 2016 dengan judul Nilai Kearifan Lokal “Subak” Sebagai Modal Sosial Transmigran Etnis Bali.⁸ Jurnal ini membahas “subak” sebagai modal sosial transmigran Bali. Subak adalah organisasi sosial yang masih mempertahankan dan melestarikan tradisi-tradisi budaya Bali-Hindu dalam pengelolaan pertanian sawah. Disebutkan Subak harus menyesuaikan diri dengan lingkungannya jika berada di daerah yang memiliki keragaman etnis seperti falsafah yang selalu dipegang oleh orang Bali “Desa Kala Patra” yang berarti hendaknya orang Bali harus bisa beradaptasi dengan lingkungannya dimanapun, kapanpun, dan dalam situasi apapun.

Jurnal ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengambilan data didapat dari observasi dan wawancara. Hasil temuan yang ditunjukkan dalam jurnal ini, yaitu bahwa dalam Subak, ditemukan adanya nilai-nilai kearifan lokal subak yang dianggap dapat menggambarkan sistem subak sebagaimana yang disadari dan diimplementasikan oleh masyarakat transmigran etnis Bali, yaitu nilai sosial, ulet, bisnis, akuntabilitas, dan keyakinan (religi). Nilai Subak tersebut lahir dari konsep Tri Hita Karana yang diimplementasikan dalam tata kelola Subak yang baik, dimana dijalinan hubungan baik antara manusia, Tuhan, dan alam.

Nilai sosial dalam subak digunakan sebagai refleksi dari mengutamakan kebersamaan dan menghindari konflik dalam mencapai tujuan bersama salah satunya dengan musyawarah mufakat dalam pemabagian air dan berbagi suka maupun duka. Kemudian, nilai ulet yang menjadi refleksi dari ketangguhan pelestarian alam dan lingkungannya ditunjukkan dengan penggunaan alat bajak

⁸ Niswatin, Mahdalena. Nilai Kearifan Lokal “Subak” Sebagai Modal Sosial Transmigran Etnis Bali. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma Jamal*, Volume 7 No. 2 Tahun 2016.

adalah tetap dengan memanfaatkan hewan ternak sapi dan kerbau untuk tetap menjaga lingkungan. Ketiga, nilai bisnis yang digambarkan dengan peningkatan pemanfaatan sumber daya air, gotong royong dalam membiayai perlengkapan sarana produksi, dan kesepakatan tentang aturan pola tanam yang dapat merefleksikan peningkatan produktivitas hasil pertanian. Keempat, nilai akuntabilitas refleksi dari pertanggungjawaban yang baik. Dana sumbangan dari para anggota Subak yang digunakan bagi kebutuhan operasional organisasi menyadarkan pengurus subak untuk membuat laporan keuangan keuangan. Terakhir, nilai keyakinan (religi) yang lahir dari refleksi konsep Tri Hita Karana dengan menjaga keharmonisan antara manusia, Tuhan, dan alam sekitar. Anggota subak memiliki kepercayaan (religi) bahwa Tuhan merupakan penyebab adanya manusia dan seharusnya manusia melakukan wujud syukur atas nikmat yang diberikan dengan melakukan ritual upacara dan ibadah karena dipercayai sebagai penentu keberhasilan aktivitas pertanian di sawah. Kelima nilai yang ada dalam Subak berintegrasi untuk mewujudkan sebuah lembaga sosial tradisional yang memiliki tiga dimensi, yaitu religi, sosio-kultural, dan ekologi yang menjadi aspek modal sosial untuk menjaga eksistensi organisasi.

Relevansi jurnal ini dengan penelitian adalah membahas nilai-nilai kearifan lokal budaya yang dapat dijadikan landasan pembentukan modal sosial suatu kelompok masyarakat etnis. Persamaan jurnal ini dengan penelitian adalah dengan membahas bentuk-bentuk modal sosial untuk digunakan sebagai kepentingan bersama. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian yang berbentuk fenomenologi pada organisasi Subak.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang ditulis oleh Muhammad Sandy Agusti pada 2018 yang berjudul Jaringan Sosial Dalam Aktivitas Pedagang Kue Tradisional Di Kelurahan limbungan Baru Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru.⁹ Jurnal ini membahas mengenai jaringan sosial yang terbentuk dalam aktivitas pedagang kue tradisional di Kelurahan Limbungan

⁹ Muhammad Sandy Agusti. Jaringan Sosial Dalam Aktivitas Pedagang Kue Tradisional Di Kelurahan limbungan Baru Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Jom Fisip Universotas Riau*, Volume 5 No.1 Tahun 2018.

Baru Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. Penelitian ini berbentuk penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Jurnal ini menggunakan teori jaringan sosial, modal sosial, trust, dan hubungan sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pedagang dan pengrajin makanan ringan dapat melakukan kegiatannya atas dasar kepercayaan yang tidak timbul seketika tapi dibangun dalam rentang waktu yang lama. Dimana para pengrajin meletakkan barang dagangannya dahulu dan akan dibayar pada saat penjemputan siang hari atau saat proses berjualan sudah selesai. Disamping adanya keseimbangan antar tekanan dan tempat berdagang makanan ringan yang terbatas maka pedagang makanan ringan dengan pengrajin memiliki jaringan yang kuat. Jaringan sosial memiliki konsep yang menunjukkan suatu hubungan sosial yang diikat oleh adanya kepercayaan dan kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada. Tipe jaringan sosial yang tercipta pada jaringan sosial dalam aktivitas pedagang kue tradisional adalah jaringan kepentingan dimana jaringan ini terbentuk karena adanya unsur kepentingan dalam membentuk suatu jaringan tersebut. Hubungan sosial yang terjadi antar pedagang kue tradisional dengan pengrajin makanan ringan hanya sebatas pengantaran produk dan menerimanya untuk dijual. Hubungan sosial antara pedagang makanan ringan dengan pengrajin terjadi dalam bentuk sederhana namun terkadang didalamnya nilai-nilai persaudaraan yang tinggi. Jaringan sosial yang kuat dan hubungan sosial antar pedagang yang menanamkan nilai persaudaraan yang tinggi, dapat digunakan sebagai bentuk modal sosial dalam aktivitas pedagang kue.

Relevansi jurnal ini dengan penelitian adalah membahas jaringan sosial yang dibangun atas dasar kepercayaan dan nilai-nilai yang dapat membentuk modal sosial. Persamaan jurnal ini dengan penelitian adalah sama-sama membahas jaringan sosial, kepercayaan dan juga nilai-nilai antar para pedagang. Perbedaannya terletak pada penekanannya lebih mengarah ke

jaringan sosial dan hubungan para pedagang yang tidak berlandaskan kesamaan etnis.

Penelitian keenam yaitu penelitian yang ditulis pada tahun 2016 oleh Kataryzna Andrejuk yang berjudul *Vietnamese In Poland How Does Ethnicity Effect Immigrant Entrepreneurship*.¹⁰ Penelitian ini berfokus pada aktivitas bisnis para imigran Vietnam di Polandia. Metode yang digunakan adalah dengan analisis yang didasarkan pada data wawancara oleh 13 imigran Vietnam di Polandia. Temuan dari jurnal ini menunjukkan etnis imigran dapat berfungsi sebagai sumber daya (terutama sebagai sumber nilai, seperti ketekunan dan solidaritas intra-kelompok) dan sebagai strategi untuk mempromosikan kesuksesan di aktivitas bisnis.¹¹ Namun terdapat pula etnis sebagai penghalang, yaitu berupa stereotip negatif dan kebijakan negara terhadap pengangguran mandiri imigran dapat membatasi akses pasar dari kelompok tertentu.¹²

Lebih jelasnya, (1) Etnisitas dapat digunakan sebagai sumber sekumpulan nilai, yaitu budaya diaspora Vietnam mendorong sikap ketekunan, kerja keras, dan ambisi. Kelompok migran sangat termotivasi untuk bekerja keras, tidak mengonsumsi berlebihan, dan menyimpan pendapatan mereka, serta penekanannya pada “solidaritas kelompok”. (2) Etnisitas sebagai strategi untuk memaksimalkan keuntungan, yaitu Orang Vietnam berhasil memperkenalkan multikulturalisme ke Polandia. Hal ini ditunjukkan pada pemilik restoran. Restoran yang mereka dirikan pada 1990-an adalah simbol eksotisme baru yang diperkenalkan ke Polandia setelah hampir 50 tahun komunisme. (3) Etnis sebagai penghalang, ditunjukkan dengan Kesulitan yang dialami oleh pengusaha Vietnam terkait dengan status imigran mereka serta faktor lain yang berbeda. Contoh kesulitan yang dialami oleh migran adalah dengan adanya skandal terhadap migran seperti bisnis restoran yang sangat terpengaruh oleh

¹⁰ Kataryzna Andrejuk. *Vietnamese In Poland How Does Ethnicity Effect Immigrant Entrepreneurship*. *Asian And Pacific Migration Journal* 0(0) 1-2 Tahun 2016.

¹¹ Katarzyna Andrejuk. *Vietnamese in Poland: How does ethnicity affect immigrant entrepreneurship?*. *Nowy Swiat*, Tahun 2016.

¹² Ibid

liputan media yang intens mengenai buruknya kontrol sanitasi yang ada di bar Vietnam sampai laporan mengenai hidangan yang menggunakan daging anjing. Para pebisnis restoran juga merasa dikucilkan dengan adanya inspeksi yang begitu sering dilakukan oleh Pengawas Ketenagakerjaan Nasional dan lembaga sanitasi negara bagian. Serta adanya stereotip negatif tentang migran Vietnam yang mengambil alih pekerjaan milik tuan rumah Polandia.

Relevansi jurnal ini dengan penelitian adalah membahas bisnis yang dilakukan oleh etnis. Persamaannya terletak pada nilai-nilai dan solidaritas kelompok yang dimiliki etnis untuk keberlangsungan bisnis yang mereka jalankan. Perbedaannya terletak pada etnis yang dibahas di jurnal merupakan etnis minoritas di Polandia.

Penelitian ketujuh yaitu penelitian yang dilakukan oleh Asma Basit pada 2017 dengan judul *Ethnography of Female Diaspora Networks: The Emerging Case of Pakistani Female Entrepreneurs in London*.¹³ Jurnal ini membahas jaringan pribadi pengusaha perempuan Pakistan di London yang dibentuk dari hasil interaksi gender, etnis dan agama. Pada pengusaha etnis minoritas, mereka mendapatkan dukungan dan sumber daya dari 'jaringan hubungan sosial' yang dapat memfasilitasi dan membatasi kewirausahaan yang tidak terlepas dari faktor eksternal. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara kepada 40 perempuan pengusaha Pakistan. Etnografi digunakan untuk memahami 'makna dan persepsi' yang melekat pada hubungan sosial oleh pengusaha perempuan Pakistan dalam konteks etnis dan imigran khusus. Hasil temuan dalam jurnal ini menunjukkan gender sebagai 'praktik sosial' yang dipengaruhi oleh nilai-nilai agama dan budaya membuat perempuan Pakistan mempertahankan 'jaringan khusus perempuan' dan mengandalkan jaringan kekerabatan. Selain itu, ditemukan pula transisi dari etnis ke non-etnis dan perluasan jaringan yang merupakan hasil dari ketidakpercayaan pada anggota komunitas etnis.

¹³ Asma Basit. *Ethnography of Female Diaspora Networks: The Emerging Case of Pakistani Female Entrepreneurs in London*. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, Volume 3 No. 1 Tahun 2017.

Pengusaha perempuan imigran Pakistan terkait erat dengan keluarga mereka (baik keluarga inti maupun keluarga besar) dan memiliki ikatan etnis mayoritas di jaringan mereka. Teman dan rekan bisnis mereka adalah orang Pakistan dan Muslim. Data wawancara menunjukkan bahwa pengusaha wanita imigran Pakistan memiliki ikatan etnis yang kuat di jaringan pribadinya. Namun, Pengusaha imigran Pakistan lebih memilih untuk mempertahankan ikatan kekerabatan dalam jaringan pribadi mereka dan dalam usaha kewirausahaan jika dibandingkan dengan ikatan etnis. Jaringan mereka didasarkan pada ketaatan yang ketat pada nilai-nilai agama dan norma gender tradisional; karenanya jaringan mereka adalah 'jaringan khusus perempuan' yang sebagian besar terdiri dari perempuan Muslim. Semua pengusaha wanita Pakistan mendapatkan dukungan emosional dan dorongan dari jaringan pribadi mereka yang dalam beberapa kasus membantu partisipasi aktif anggota jaringan dalam usaha kewirausahaan, sehingga menimbulkan 'ikatan multipleks'. Pengusaha wanita Pakistan memiliki hubungan multipleks dalam jaringan mereka di mana anggota keluarga juga menjadi rekan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memelihara jaringan yang padat dengan ikatan yang kuat dan dengan tingkat multipleksitas yang tinggi. Bagi pengusaha perempuan Pakistan, pertumbuhan bisa disebut sebagai pilihan pribadi karena mereka adalah 'pengusaha pilihan'. Dalam upaya untuk mencapai dan memenuhi status yang diinginkan, mereka berhenti berjuang meskipun memiliki kesempatan. Studi penelitian terhadap pengusaha etnis minoritas menunjukkan bahwa kepercayaan pada komunitas etnis merupakan elemen dasar yang membedakan usaha mereka dengan pengusaha pribumi. Ini juga menopang perluasan jaringan pribadi dari etnis ke non-etnis yang mencerminkan pertumbuhan usaha kewirausahaan. Namun, dalam kasus pengusaha perempuan Pakistan, perluasan jaringan pribadi dan transisi dari jaringan etnis ke non-etnis tidak selalu merupakan hasil dari pertumbuhan usaha, melainkan akibat ketidakpercayaan terhadap jaringan etnis mereka sendiri.

Relevansi jurnal dengan penelitian masih membicarakan mengenai modal sosial yang dimiliki oleh pengusaha. Persamaannya membahas mengenai modal sosial yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha yang memiliki kesamaan etnis. Sedangkan perbedaannya terletak pada etnis yang dibahas adalah etnis minoritas yaitu perempuan Pakistan.

Penelitian kedelapan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fadilla Azhari dan Muhammad Kholid Mawardi pada tahun 2018 dengan judul Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang).¹⁴ Jurnal ini membahas mengenai modal sosial yang dimiliki oleh UKM, yaitu pada rumah makan padang kelompok Himatos di Malang. Metode penelitiannya menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data berupa wawancara, dokumentasi, dan trigulasi data. Sedangkan teori yang digunakan adalah teori modal sosial. Menurut jurnal ini, Modal sosial memiliki peran penting untuk menciptakan strategi jaringan kerja dalam usaha Rumah Makan Padang sehingga pengusaha dapat memaksimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang dan memperkecil ancaman yang akan dihadapi. Jurnal ini meneliti modal sosial yang ada pada kelompok Himatos di Malang dan membandingkannya dengan modal sosial yang ada pada salah satu rumah makan padang di Malaysia.

Hasil penelitian yang ditunjukkan dalam jurnal ini, yaitu modal sosial yang dimiliki oleh kelompok Himatos didayagunakan dengan efektif. Kepercayaan yang dibangun dengan sangat tinggi mampu membentuk jaringan sosial sehingga memberikan dorongan yang positif dalam pengembangan usaha yang mereka kelola. Sedangkan pada rumah makan padang pada di Malaysia, ditemukan bahwa kurang efektifnya modal sosial yang dimanfaatkan karena kepercayaan yang rendah. Hal itu mengakibatkan terhambatnya peluang dalam pengembangan usaha yang mereka miliki.

¹⁴ Fadilla Azhari dan Muhammad Kholid Mawardi. Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 59 No. 1 Tahun 2018.

Relevansi jurnal ini dengan penelitian adalah membahas modal sosial pedagang. Kesamaannya terletak pada teori yang akan digunakan, kemudian penelitian juga akan membahas mengenai modal sosial, kepercayaan, dan jaringan pedagang. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis pedagang yang diteliti, serta jurnal ini tidak membahas kesamaan etnis.

Penelitian kesembilan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rusydi Syahra pada tahun 2003 yang berjudul *Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi*.¹⁵ Jurnal ini membahas tentang konsep modal sosial yang diperkenalkan oleh beberapa tokoh seperti mulai dari Lyda Judson Hanifan dengan tulisannya, yaitu *The Rural School Community Centre*. Dalam tulisannya tersebut, ia menjelaskan bentuk modal sosial termasuk kemauan baik, rasa bersahabat, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerjasama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial.

Kemudian, jurnal ini juga membahas konsep modal sosial yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu. Bourdieu membagi modal menjadi modal ekonomi, modal sosial, dan modal budaya. Bourdieu mendefinisikan modal sosial sebagai keseluruhan sumberdaya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui. Kemudian, Coleman dalam *“Social Capital in the Creation of Human Capital”*, mendefinisikan pengertian modal sosial ditentukan oleh fungsinya. Ia berpendapat terdapat dua unsur dalam modal sosial yaitu pertama, modal sosial mencakup sejumlah aspek dari struktur sosial, dan kedua, modal sosial memberi kemudahan bagi orang untuk melakukan sesuatu dalam kerangka struktur sosial tersebut. Ia juga menyebutkan terdapat tiga pilar utama modal sosial, yaitu pertama, rasa kepercayaan yang dapat menimbulkan rasa kewajiban dan harapan dalam lingkungan sosial. Kedua, pentingnya informasi yang lancar dalam mengembangkan kegiatan dalam masyarakat. Ketiga, norma-norma yang berlaku dan ditaati secara efektif.

¹⁵ Rusydi Syahra. *Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi*. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, Volume 5 no.1 Tahun 2003

Pemikiran Coleman mengenai konsep modal sosial selanjutnya dikembangkan oleh Robert Putnam yang ikut turut mempopulerkan konsep modal sosial. Putnam mendefinisikan modal sosial dalam bukunya *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy* (1993: 36) sebagai 'features of social organization, such as networks, norms, and trust, that facilitate coordination and co-operation for mutual benefit,' yang artinya adalah ciri-ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma-norma, dan kepercayaan yang memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk mendapatkan manfaat bersama. Putnam menyimpulkan modal sosial yang berwujud norma-norma dan jaringan keterkaitan merupakan prakondisi bagi perkembangan ekonomi. Kemudian, tokoh bernama Francis Fukuyama menyoroti trust sebagai konsep modal sosial. Dalam karyanya *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity* (1995), menjelaskan pentingnya kepercayaan untuk mencapai kesejahteraan ekonomi. Ia berpendapat modal sosial akan menjadi semakin kuat apabila dalam suatu masyarakat berlaku norma saling balas membantu dan kerjasama yang kompak melalui suatu ikatan jaringan hubungan kelembagaan sosial.

Fukuyama berpendapat bahwa kepercayaan sangat berkaitan dan tidak pernah terlepas dari nilai-nilai budaya mengenai etika dan moral yang dimiliki masyarakat. Jadi, Francis Fukuyama menggunakan konsep kepercayaan untuk mengukur tingkat modal sosial. Dari konsep modal sosial yang diperkenalkan oleh tokoh-tokoh tersebut, jurnal ini pun membahas mengenai dimensi-dimensi modal sosial, yaitu dimensi kognitif atau kultural dan dimensi struktural. Selain itu di dalam jurnal juga membahas peranan modal sosial dalam pembangunan ekonomi.

Relevansi jurnal dengan penelitian adalah dapat memberikan gambaran konsep modal sosial yang diperkenalkan oleh beberapa tokoh terkenal, seperti Robert Putnam dan Coleman. Persamaannya terletak karena membahas mengenai modal sosial. Perbedaannya terletak pada tidak membahas modal sosial lebih dalam yang dimiliki oleh pedagang.

Penelitian kesepuluh yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bimo Haryo Utomo pada tahun 2015 dalam skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Pedagang Sandratex Rempoa Ciputat”.¹⁶ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan Teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan survey. Penelitian yang dilakukan oleh Bimo Haryo Utomo ini juga menggunakan kerangka konsep yang didasarkan oleh teori modal sosial.

Hasil temuan menunjukkan bahwa perkembangan jumlah pedagang kaki lima di Sandratex mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kegiatan arisan yang dilakukan oleh para pedagang kaki lima di Sandratex Rempoa merupakan bentuk paguyuban yang dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan rasa solidaritas. Selain itu, arisan paguyuban pedagang kaki lima di Sandreatex juga dibentuk untuk menjalin rasa kekeluargaan antar pedagang, mempererat hubungan persaudaraan, memperluas jaringan kerja sama dengan kelompok pedagang lainnya, memudahkan mendapatkan modal usaha dari hasil arisan, meningkatkan keuntungan berdagang.

Modal sosial berperan pada kelompok pedagang kaki lima di Sandratex dalam membangun norma aturan yang disepakati antar pedagang. Norma dan aturan itu diantaranya aturan dalam berdagang tidak saling menjatuhkan antar pedagang, bersaing secara sehat antar pedagang, tidak menimbulkan konflik antar pedagang, kepercayaan, rasa saling menghormati, saling membantu dan menolong saat berjualan maupun saat tidak berjualan, rasa percaya meminjamkan modal usaha, jaringan untuk mendapatkan informasi mengenai letak lokasi berdagang, serta mempermudah dalam menyuplai barangan yang didapatkan pedagang. Didapatkan bahwa modal sosial memberikan manfaat dan menjadi salah satu factor penting dalam kegiatan perekonomian masyarakat, salah satunya yaitu PKL (Pedagang Kaki Lima).

¹⁶ Bimo Haryo Utomo (2015). Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Pedagang Sandratex Rempoa Ciputat. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Tabel 1.1 Tinjauan Penelitian Sejenis

No	Judul	Jenis Penelitian	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
1.	<p>Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Sektor Perdagangan (Studi Pada Etnis Tionghoa, Batak, Dan Minangkabau Di Kota Medan).</p> <p>Anita Syafitri dan Lina Sudarwati (Perspektif Sosiologi, Vol. 3, No. 1, Oktober 2015 Universitas Sumatera Utara)</p> <p>https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1428701</p>	<p>Metode penelitian kualitatif, pengambilan data menggunakan observasi, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan</p>	Teori modal sosial	Menggunakan teori modal sosial dalam sektor perdagangan yang dimiliki oleh pedagang yang memiliki kesamaan etnis	subjek peneliitian, lokasi penelitian
2	<p>Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial</p> <p>Okki Sutanto, Nani Nurrachman (Jurnal Psikologi Ulayat (2018), 5(1), 86-108)</p> <p>https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/958281</p>	Mixed method (kualitatif-kuantitatif)	Representasi sosial struktural	Nilai-nilai yang berasal dari budaya etnis dalam berwirausaha dapat digunakan sebagai modal sosial	Metode yang digunakan menggunakan mixed method
3	<p>Analisis Membangun Pembentukan Kepercayaan Pedagang Di Pasar Tradisional Gede Hardjonagoro Kecamatan Jebres Kota Surakarta</p> <p>Endarwati, Nurhadi, Dan Sigit Pranawa (Sosialitas;</p>	<p>penelitian metode kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus melalui wawancara dan</p>	teori Trust Francis Fukuyama	Membahas bagaimana trust itu dibangun sebagai modal sosial pada pedagang.	lebih berfokus pada membangun kepercayaan antar pedagang etnis

	Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant, 8(1.) https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/sosant/article/view/12420	dokumentasi			
4	Nilai Kearifan Lokal “Subak” Sebagai Modal Sosial Transmigran Etnis Bali Niswatin dan Mahdalena (Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 7(2), 171-188.) https://jamal.ub.ac.id/index.php/jamal/article/view/534	penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi didapat dari observasi dan wawancara	Modal sosial	Modal sosial untuk digunakan sebagai kepentingan bersama	Subjek penelitian, lokasi penelitian
5	Jaringan Sosial Dalam Aktivitas Pedagang Kue Tradisional Di Kelurahan limbungan Baru Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Muhammad Sandy Agusti (Jom Fisip Vol. 5: Edisi I Januari – Juni 2018 Universitas Riau) https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/download/20104/19442	Kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan	Jaringan sosial, modal sosial, trust, dan hubungan sosial.	membahas jaringan sosial, kepercayaan dan juga nilai-nilai antar para pedagang	Subjek penelitian dan lokasi penelitian
6	Vietnamese In Poland How Does Ethnicity Effect Immigrant Entrepreneurship Kataryzna Andrejuk(Asian and Pacific Migration Journal 0 (0) hal 1-22)	Kualitatif dengan wawancara dan studi kepustakaan	Ethnic entrepreneurship (the theory of opportunity structure)	nilai-nilai dan solidaritas kelompok yang dimiliki etnis untuk keberlangsungan bisnis	Subjek dan lokasi penelitian

	https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0117196816673843				
7	<p>Ethnography of Female Diaspora Networks: The Emerging Case of Pakistani Female Entrepreneurs in London.</p> <p>Asma Basit (Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies 3(1) 1–15).</p> <p>https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2393957516684467</p>	Kualitatif dengan wawancara dan studi kepustakaan	Teori jaringan	membahas mengenai modal sosial yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha yang memiliki kesamaan etnis	Subjek dan lokasi penelitian
8	<p>Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang)</p> <p>Fadilla Azhari dan Muhammad Kholid Mawardi (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) vol.29 no. 1)</p> <p>http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2467</p>	kualitatif dengan pengambilan data berupa wawancara dan dokumentasi	Teori modal sosial	Teori yang digunakan	Subjek dan lokasi penelitian
9	<p>Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi</p> <p>Rusydi Syahra (Jurnal Masyarakat dan Budaya vol. 5 no. 1)</p> <p>https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/download/256/234/497</p>	kualitatif	modal sosial	Teori yang digunakan	Subjek penelitian dan lokasi penelitian

10	<p>Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Pedagang Sandratex Rempoa Ciputat.</p> <p>Haryo Utomo (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015)</p> <p>https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/25620/1/BIMO%20HARYO%20UTOMO.FD.K.pdf</p>	<p>Kualitatif dengan metode Pengambilan data berupa wawancara mendalam</p>	<p>Modal sosial</p>	<p>Teori yang digunakan</p>	<p>Subjek penelitian dan lokasi penelitian</p>
----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------	---------------------	-----------------------------	------------------------------------------------

Diolah oleh Peneliti, 2022

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Modal Sosial

Modal sosial adalah kapital konkrit dimana individu atau kelompok mampu mendayagunakan relasi-relasi sosial dalam menggerakkan kepercayaan, kebersamaan, jaringan untuk mencapai tujuan atau keuntungan milik bersama. Definisi modal sosial dikemukakan oleh beberapa tokoh.

Konsep modal sosial disebutkan oleh Coleman di dalam “*Social Capital in the Creation of Human Capital*”. Coleman mendefinisikan modal sosial berdasarkan fungsinya, dimana ia menyebutkan terdapat dua unsur pada modal sosial. Pertama, modal sosial mencakup sejumlah aspek dari struktur sosial dan kedua, modal sosial memberi kemudahan bagi orang untuk melakukan sesuatu dalam kerangka struktur sosial tersebut.¹⁷ Coleman juga menyebutkan bahwa terdapat tiga pilar utama dalam modal sosial. Pilar pertama yaitu rasa kepercayaan di masyarakat sehingga menimbulkan rasa kewajiban dan harapan. Ini digambarkan olehnya melalui kegiatan arisan yang dilakukan oleh masyarakat. Sistem arisan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang memiliki hubungan pertemanan, tetangga atau

¹⁷ Rusydi Syahra. Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, Volume 5 no.1 Tahun 2003.

kekerabatan merupakan sebuah contoh yang jelas tentang bagaimana pentingnya arti kepercayaan.¹⁸ Pilar kedua yaitu informasi yang lancar menjadi sangat penting dalam mengembangkan kegiatan masyarakat. Jika tidak adanya informasi yang lancar, maka masyarakat akan cenderung ragu-ragu karena tidak tahu dan tidak berani melakukan sesuatu. Serta pilar ketiga, bahwa dalam modal sosial itu terdapat norma-norma yang berlaku, ditaati dan dipatuhi sehingga tercipta hubungan masyarakat yang stabil. Tanpa adanya seperangkat norma yang disepakati dan dipatuhi oleh segenap anggota masyarakat maka yang muncul adalah keadaan anomie dimana setiap orang cenderung berbuat menurut kemauan sendiri tanpa merasa ada ikatan dengan orang lain. Coleman menyebutkan, tanpa adanya modal sosial seseorang tidak akan bisa memperoleh keuntungan material dan mencapai keberhasilan lainnya secara optimal.¹⁹

Kemudian, tokoh bernama Francis Fukuyama menyoroti trust sebagai konsep modal sosial. Dalam karyanya *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity* (1995), menjelaskan pentingnya kepercayaan untuk mencapai kesejahteraan ekonomi. Ia berpendapat modal sosial akan menjadi semakin kuat apabila dalam suatu masyarakat berlaku norma saling balas membantu dan kerjasama yang kompak melalui suatu ikatan jaringan hubungan kelembagaan sosial. Fukuyama berpendapat bahwa kepercayaan sangat berkaitan dan tidak pernah terlepas dari nilai-nilai budaya mengenai etika dan moral yang dimiliki masyarakat. Jadi, Francis Fukuyama menggunakan konsep kepercayaan untuk mengukur tingkat modal sosial .

Namun dalam penulisan, penelitian ini lebih menitikberatkan fokus penelitiannya dengan menggunakan konsep modal sosial menurut Putnam. Konsep milik Robert Putnam dirasa peneliti paling sesuai sebagai pisau analisis dalam penelitian dikarenakan penelitian ini termasuk dalam skala penelitian yang kecil/mikro. Konsep modal sosial ikut dipopulerkan oleh tokoh bernama Robert Putnam. Dalam bukunya *Making Democracy Work:*

¹⁸ Ibid, hal 4.

¹⁹ Ibid.

Civic Traditions in Modern Italy, ia mendefinisikan modal sosial sebagai *'features of social organization, such as networks, norms, and trust, that facilitate coordination and co-operation for mutual benefit,'*²⁰

Ia menyebutkan ciri-ciri organisasi sosial, seperti jaringan, norma-norma, dan kepercayaan yang memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk mendapatkan manfaat bersama. Pengertian ini adalah yang paling populer di kalangan masyarakat luas mengenai konsep modal sosial karena lebih mudah untuk dipahami. Putnam menganggap modal sosial sebagai seperangkat hubungan horizontal antara orang-orang. Putnam menyebutkan unsur-unsur modal sosial terdiri dari nilai, jaringan dan juga kepercayaan di dalam suatu kelompok masyarakat yang digunakan untuk memperoleh manfaat dan keuntungan bersama. Menurutnya, terdapat dua asumsi dasar dari konsep modal sosial, yaitu adanya jaringan hubungan dan norma-norma yang terkait dan berlaku. Keduanya saling menopang dan mendukung mencapai keberhasilan jaringan tersebut.

Sementara itu, bentuk modal sosial berdasarkan tipe ikatan sosial (jaringan sosial) dapat dibedakan sebagai berikut²¹:

- (a) Modal sosial mengikat (*bonding social capital*), artinya terkait dengan suatu ikatan dari orang dengan kondisi dan situasi yang sama mencakup orang-orang terdekat, seperti keluarga dekat, tetangga, dan teman akrab. Sifat modal sosial ini adalah mendorong identitas eksklusif dan mempertahankan homogenitas seperti modal sosial yang didasarkan kesamaan suku, etnis, atau ras.
- (b) Modal sosial menjembatani (*bridging social capital*), mencakup ikatan yang bersifat lebih longgar dibandingkan dengan bentuk *bonding social capital*, seperti contohnya teman jauh dan rekan kerja.

²⁰ Robert. D. Putnam, *"Making Democracy: Civic Traditions in Modern Italy"* (United Kingdom: Princeton University Press), 1993 p. 167.

²¹ Rusydan Fathy, Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat, Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 6 No. 1, Januari 2019.

Selain itu, terdapat pula unsur modal sosial, yang meliputi:

1.6.1.1 Jaringan

Jaringan atau *Network* dalam Bahasa Inggris berasal dari dua suku kata yaitu *Net* dan *Work*. *Net* memiliki arti dalam Bahasa sebagai jaringan, yaitu jaringan anyaman seperti jaring yang terdiri dari banyak tautan antara simpul yang saling berhubungan. Sedangkan kata *Work* memiliki makna sebagai kerja. Gabungan dua kata, *Net* dan *Work* sehingga menjadi *Network* dengan fokus pada kerja bukan pada jaringan, dimaknai sebagai kerja dalam hubungan antar simpul-simpul seperti jaringan.²²

Adapun menurut Granovetter dalam jurnal *The Impact Of Social Structure On Economic Outcomes*, jaringan sosial adalah hubungan-hubungan sosial relatif berlangsung lama dan terpola. Jaringan sosial yang terjalin baik yang melibatkan banyak orang (anggota) dalam suatu komunitas bisa mencegah terjadinya pelanggaran norma, mempermudah penyebaran informasi dan meningkatkan solidaritas sosial.²³

Jaringan sosial merupakan salah satu dimensi kapital sosial selain kepercayaan dan norma.²⁴ Konsep jaringan dalam kapital sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Dalam hal ini terdapat pengertian adanya hubungan sosial yang diikat oleh adanya kepercayaan yang mana kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada. Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan sosial menjadi kerja sama. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. Intinya, konsep jaringan dalam

²² Damsar. (2011). *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), Hal. 157.

²³ Mark Granovetter, *The Impact Of Social Structure On Economic Outcomes*. *Journal of Economic Perspectives*, Volume 19, Number 1, 2005, p. 34.

²⁴ Mudiarta, K. G. *Jaringan Sosial (Networks) Dalam Pengembangan Sistem Dan Usaha Agribisnis: Perspektif Teori Dan Dinamika Studi Kapital Sosial*. *Forum Penelitian Agro Ekonomi* Volume 27 No. 1, Tahun 2009.

kapital sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif.²⁵

1.6.1.2 Norma/nilai

Norma/nilai terkait dengan jaringan sosial dimana nilai berfungsi sebagai perekat menciptakan kohesivitas dalam jalinan hubungan. Menurut Soekanto, norma adalah suatu perangkat agar hubungan di dalam suatu masyarakat terlaksana sebagaimana yang diharapkan.²⁶ Norma lebih mengarah kepada suatu bentuk aturan yang dipakai individu atau kelompok dalam melakukan hubungan sosial atau interaksi sosial dengan individu lain. Kepercayaan meningkat apabila sama-sama menerapkan norma kejujuran dan norma timbal balik sehingga kemudian dapat bekerja satu sama lain.²⁷ Norma pada timbal balik umum ini adalah komponen modal sosial yang sangat produktif, karena norma pada timbal balik umum dapat menahan kepentingan pribadi dan menguatkan solidaritas.

Menurut Lawang, norma adalah aturan-aturan, petunjuk-petunjuk, harapan-harapan yang bersifat baik, benar dan penting, yang kalau tidak dilaksanakan akan merugikan diri sendiri atau merugikan orang lain.²⁸ Selain itu Lawang mengatakan norma tidak dapat dipisahkan dari jaringan dan kepercayaan. Kalau struktur jaringan tersebut terbentuk karena pertukaran sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih, sifat norma kurang lebih sebagai berikut;

1. Norma itu muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan, artinya jika pertukan tersebut hanya dinikmati oleh salah satu pihak saja, pertukaran sosial, yang selanjutnya pasti tidak akan terjadi. Karena itu

²⁵ Lawang, R.M.Z (2005). Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologik. Cetakan Kedua. FISIP UI Press. Depok.

²⁶ Dumaris, Atri, dan Swis Tantoro. Modal Sosial Pedagang Sayur-Sayuran Di Pasar Dewi Sartika Duri. *Diss. Riau University* Tahun 2017.

²⁷ Oktaviani, Osi, Irwan Irwan, And Zusmelia Zusmelia. "Manfaat Modal Sosial Dalam Ketahanan Sosial Rumah Tangga Pedagang Sayur Keliling Di Mahakarya Kampung 2 Kecamatan Luhak Nan Duo Kabupaten Pasaman Barat." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 5.2 Tahun 2021, hal.292-299.

²⁸ Robert M.Z. Lawang, Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologi, Cetakan Kedua. FISIP UI Press. Depok. Hal 68

norma yang muncul dan bukan sekali jadi melalui satu pertukaran saja. Norma muncul karena beberapa kali pertukaran yang saling menguntungkan dan ini di pegang terus menjadi sebuah kewajiban sosial yang harus dipelihara.

2. Norma menyangkut keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu. Orang yang melanggar norma ini yang berdampak pada berkurangnya keuntungan di kedua belah pihak, akan diberi sanksi negatif yang keras.
3. Jaringan yang terbina menjamin keuntungan kedua belah pihak secara merata.

1.6.1.3 Kepercayaan (Trust)

Trust memiliki arti kepercayaan, keyakinan, atau juga rasa percaya. Trust atau kepercayaan merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam modal sosial. Menanamkan trust atau kepercayaan terhadap orang lain adalah sesuatu yang sulit untuk diberikan kepada orang lain, karena bersifat fundamental dan juga mampu mempengaruhi tatanan pertemanan. Adapun kepercayaan (trust), merupakan unsur utama dalam membina sebuah hubungan antar dua individu atau lebih, terutama dalam sebuah hubungan kerjasama dan kepercayaan juga merupakan alasan utama yang juga sebagai modal sosial individu untuk mencapai tujuannya.²⁹

Menurut Fukuyama, kepercayaan adalah suatu harapan yang tumbuh didalam masyarakat ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama.³⁰ Adapun kepercayaan juga akan bangkit ketika berbagai individu telah menemukan titik temu norma-norma bersama yang dicapai ketika masyarakat mampu

²⁹ Purwanto, Antonius, dan Selvie M. Tumengkol. Modal Sosial Dan Keberlangsungan Usaha Pedagang Sayuran Di Pasar Bersehati Manado. *Holistik, Journal Of Social And Culture*, Tahun 2019.

³⁰ Kimbal, Rahel Widiawati. (2015). *Modal Sosial Dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

berhubungan satu sama lain.³¹ Sedangkan menurut Lawang, Trust adalah hubungan antar manusia dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak.³²

Pada komponen kepercayaan adalah komponen paling penting dari modal sosial. Kepercayaan memicu kerjasama. Semakin besar tingkat kepercayaan dalam suatu komunitas, semakin besar tingkat kerjasamanya. Kepercayaan dibutuhkan untuk mempertahankan kerja sama. Dalam komunitas kecil kepercayaan yang kuat berdasarkan hubungan erat dan keakraban dengan individu lainnya. Namun, dalam pengorganisasian yang lebih besar dan lebih kompleks, diperlukannya bentuk kepercayaan yang tidak langsung dan lebih impersonal. Kepercayaan dapat muncul dari norma timbal balik (*norms of reciprocity*) dan jaringan (*networks*).³³

1.6.2 Pedagang Etnis Jawa

Pedagang adalah orang yang menjual barang atau jasa di pasar atau di tempat lokasi tertentu. Menurut Koentjaraningrat, etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan yang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa.³⁴ Menurut Barth, kelompok etnik dapat disebut sebagai suatu unit kebudayaan karena kelompok etnik mempunyai ciri utama yang penting yaitu adalah kemampuan untuk berbagi sifat budaya yang sama.³⁵ Setiap kelompok etnik mempunyai ciri budayanya sendiri. Suku Jawa merupakan suku bangsa terbesar di Indonesia yang berasal dari Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 2010 setidaknya 40,05% penduduk Indonesia merupakan etnis Jawa.

³¹ Field, J. (2010). Social Capital. Terjemahan Nurhadi. Bantul: Kreasi Wacana

³² Robert M.Z. Lawang, Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi, Hal. 180

³³ Robert. D. Putnam, "Turning In, Turning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America". Political Science and Politics, Vol. 28, No. 4 (1995), hlm 167-171.

³⁴ Koentjaraningrat. (2007). Manusia dan Kebudayaan Di Indonesia. Jakarta: Djambatan. Hal. 108.

³⁵ Barth. (2016). Batasan Sosial Etnik: Bagaimana Mengartikan Kelompok Etnik Menurut Barth.

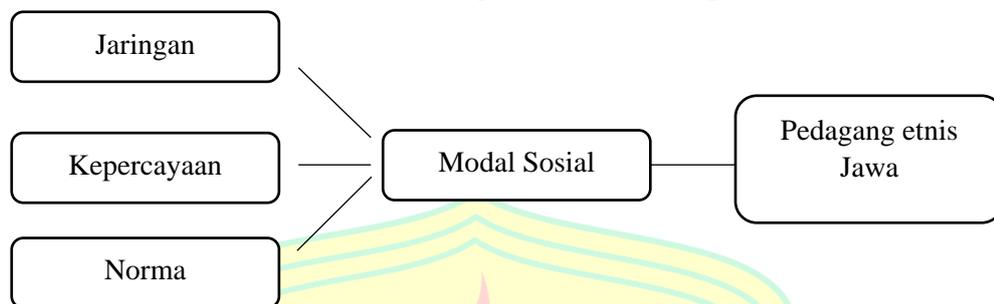
Adapun dalam pedagang sayur etnis Jawa yang terletak di pasar Gembong, Jakarta Pusat dalam kesehariannya sangatlah erat memegang penerapan jaringan sosial, kepercayaan, hingga nilai-nilai dan norma yang berjalan dalam kesehariannya untuk berdagang. Dalam kesehariannya pedagang sayur secara keseluruhan dan individu saling mempengaruhi dan saling ketergantungan. Menurut Chaer, dalam masyarakat yang bilingual atau multilingual sebagai akibat adanya kontak bahasa (dan kontak budaya), sering kali terjadi peristiwa atau kasus yang disebut interferensi, integrasi, alih kode (code switching), dan campurkode (code mixing).³⁶ Adapun dalam kesehariannya, pedagang sayur orang Jawa kerap kali menggunakan bahasa Jawa ketika berdagang diantara pedagang. Bahasa dan budaya yang sama yang digunakan oleh para pedagang sayur di Pasar Gembong menciptakan suatu hubungan jaringan yang semakin terasa erat dan dekat.

1.6.3 Hubungan Antar Konsep

Peneliti akan menggambarkan beberapa konsep yang telah dijelaskan sebelumnya ke dalam penelitian ini. Hubungan antar konsep ini dapat menjelaskan mengenai bentuk modal sosial yang digunakan pada pedagang sayur orang Jawa di Pasar Gembong Jakarta Pusat sebagai keberhasilan dalam berdagang. Konsep-konsep yang digunakan oleh peneliti dalam skripsi ini saling terhubung satu dengan yang lain. Berikut adalah skema dari hubungan antar konsep yang peneliti gunakan dalam skripsi ini.

³⁶ Chaer, Abdul (2003). Linguistik Umum. Jakarta: Rineka Cipta.

Skema 1.1 Hubungan Antar Konsep



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

1.7 Metodologi penelitian

1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hal ini berkaitan dengan tujuan penelitian untuk memperoleh informasi secara detail dan selengkap-lengkapnyanya. Pendekatan kualitatif juga menekankan pada pemahaman lebih mendalam mengenai suatu masalah dari sudut pandang informan yang nantinya dapat mendeskripsikan serta menjelaskan suatu fenomena.³⁷ Pada penelitian kualitatif, peneliti akan mengumpulkan cerita-cerita yang didapat dari individu informan dengan menggunakan pendekatan naratif. Individu-individu ini kemudian diwawancarai untuk mengetahui bagaimana mereka secara pribadi.³⁸ Penelitian kualitatif bersifat subyektif dan instrumen sebagai alat pengumpul data ialah peneliti sendiri. Peneliti kualitatif dituntut untuk memiliki wawasan yang luas.³⁹ Untuk memudahkan analisis data, peneliti menggunakan teknik pengambilan data melalui wawancara mendalam. Hal ini dilakukan peneliti agar lebih mudah dalam menitik beratkan pada peristiwa mikro yang terjadi setiap hari antara pedagang sayur di pasar tradisional Gembong Jakarta Pusat. Data dari penelitian kualitatif dapat berupa data lisan maupun tulisan serta pengamatan langsung perilaku

³⁷ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Literasi Media Publishing. Hal. 28 - 29.

³⁸ John W. Creswell. Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan *Mixed*. Terjemah Achmad Fawaid. 2009. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 28

³⁹ Dr Dedy Mulyana MA, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2001. Hal. 198.

informan untuk menemukan konsep yang relevan bagi penelitian. Untuk memperkaya data dan interpretasi, peneliti juga menggunakan data sekunder dan kepustakaan sebagai penunjang penelitian.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan atau narasumber, yaitu orang yang mengetahui dan bersedia memberikan informasi tentang data yang ingin didapat oleh peneliti serta tentunya berkaitan dengan permasalahan pada penelitian yang dilakukan.⁴⁰ Subjek dalam penelitian ini terdiri dari pedagang sayur etnis Jawa di Pasar Tradisional Gembong Lama, Jakarta Pusat. Terdapat e Pedagang sayur yang berasal dari suku Jawa dipilih sendiri oleh peneliti sebagai subjek penelitian karena dirasa sesuai dengan topik yang ingin dibahas pada penelitian ini yaitu mengenai jaringan etnis sebagai modal sosial pedagang sayur orang Jawa. Informan lain juga turut diikuti oleh peneliti guna mendukung penelitian ini sebagai triangulasi agar penelitian ini semakin kaya akan data dan informasi.

⁴⁰ Idrus, M. (2009). Metode Penelitian Ilmu Sosial. Yogyakarta: Erlangga., hlm. 91

Tabel 1.2
Karakteristik informan

No	Kriteria Informan	Jumlah	Keterangan	Jenis Informan
1	Kelompok pedagang sayur orang Jawa	4	Sebagai informasi kunci dan sebagai fokus kajian pada jaringan etnis sebagai modal sosial,	Informan utama
2	Pelanggan	2	Memperjelas bagaimana nilai-nilai yang dimiliki pedagang dalam berjualan dan bagaimana hubungan pedagang dengan pembeli/pelanggannya.	Triangulasi
3	Pengelola pasar	1	Memberikan informasi mengenai struktur dari Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat.	Triangulasi
Jumlah		7		

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2022

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Menurut Sukmadinata, memilih lokasi bertepatan dengan persatuan unit, bagian, kelompok dan tempat di mana orang-orang terlibat di dalam aktivitas atau perihal yang ingin diteliti.²⁷ Lokasi penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Gembrong Lama, Jakarta Pusat. Peneliti memilih lokasi dikarenakan pasar merupakan tempat berkumpulnya pedagang melakukan perdagangan mereka dan ini selaras dengan topik penelitian yang membahas jaringan pedagang. Peneliti memilih lokasi ini juga dengan tujuan ingin mengetahui modal sosial yang terbangun di antara pedagang khususnya pedagang sayur etnis Jawa di pasar tersebut yang telah dipilih peneliti sebagai subjek penelitian ini. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni 2022 sampai dengan Agustus 2023.

1.7.4 Peran Peneliti

Peran peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai orang yang merencanakan, menganalisis suatu fenomena sehingga dapat menghasilkan suatu temuan penelitian. Hasil dari temuan penelitian tersebut kemudian dapat dipelajari serta dianalisis bagaimana Jaringan etnis sebagai Modal sosial. Menurut Creswell, peneliti berperan sebagai instrumen utama pengumpul data yang mengharuskan mengidentifikasi nilai, asumsi, dan prasangka pribadi pada awal penulisan. Peran peneliti dalam penulisan sebagai pemeran utama, serta peran penulis harus merencanakan penulisan, melakukan penulisan, dan menganalisis penulisan secara objektif.⁴¹ Peneliti berperan untuk merencanakan, mengumpulkan, dan menganalisis data yang akan menghasilkan suatu temuan penelitian. Selanjutnya, peneliti juga menyajikan informasi dalam bentuk dokumentasi, visual, dan catatan selama proses pengambilan data sebagai laporan penelitian. Oleh karena itu, posisi peneliti adalah kunci utama atas keberlangsungan penelitian ini. Adapun dalam penelitian ini, peneliti turun langsung bertemu para responden mulai dari mengunjungi pedagang sayur, pelanggan, dan pengelola pasar.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Dalam mendapatkan sumber data primer, peneliti turun langsung mengunjungi Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat melakukan pengamatan, observasi dan wawancara mendalam dengan pedagang dan informan lain di Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat. Kegiatan observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti pertama kali dilakukan pada bulan Juni 2022. Peneliti mengunjungi Pasar

⁴¹ John W. Creswell. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Jakarta: Pustaka Pelajar. 2014.

Gembrong Lama Jakarta Pusat dengan ditemani oleh seorang teman yang ikut membantu dalam pengambilan informasi.

Sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari informan di lapangan. Sumber data sekunder ini berupa bacaan literatur, seperti jurnal nasional, jurnal internasional, buku, dan skripsi. Peneliti mencari data sekunder yang dirasa sesuai dengan topik penelitian untuk menunjang data lain selain data primer. Pencarian data sekunder dilakukan dengan menggunakan buku fisik, *e-book*, jurnal ilmiah, skripsi/tesis/disertasi, dan sumber lain yang kebanyakan peneliti temukan melalui portal online.

Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung pada suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dilakukan oleh peneliti untuk mengoptimalkan data yang didapat mengenai jaringan etnis dan modal sosial pedagang sayur di pasar tradisional Gembrong Jakarta Pusat. Observasi pertama kali yang dilakukan peneliti yaitu pada bulan Juni 2022. Pada kegiatan observasi, peneliti mengunjungi Pasar Gembrong Lama Jakarta Pusat untuk mengamati dan mengenali keragaman apa saja yang ada di Pasar tersebut dan memperhatikan ada penjual apa saja di sana, Dalam kegiatan observasi, peneliti mendapatkan pedagang di pasar ini menjual barang dagang yang bersifat multi produk, mulai dari sembako, daging, sayur mayur, buah, kosmetik, tekstil, hingga perhiasan. Saat observasi, peneliti juga mencoba bertanya-tanya kepada pedagang sekaligus menjelaskan maksud keperluan peneliti dan meminta izin untuk dapat bisa melakukan wawancara di kemudian hari bersama pedagang. Selama di sana, peneliti juga mengamati

para pedagang dalam menjual barang dagangan mereka seperti saat mereka menimbang bahan sayur sampai akhirnya menjualnya kepada pembeli.

2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dengan pihak yang diwawancarai. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dan informasi melalui tatap muka secara langsung dengan informan. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi mengenai jaringan etnis pedagang sayur di pasar tradisional Gembrong Jakarta Pusat. Pada saat wawancara, peneliti mencoba menggali cerita dari masing-masing informan melalui instrumen yang sebelumnya telah disiapkan oleh peneliti. Wawancara dilakukan peneliti pada pertengahan bulan Juni 2022. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai Bapak SK, Kak AN, Ibu ST, dan Bapak B. Mereka ialah pedagang sayur di pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat yang telah lama berjualan di sana. Wawancara dilakukan dengan santai agar informan lebih bisa terbuka dengan peneliti namun tetap memperhatikan kelengkapan dan kesesuaian data yang didapatkan. Wawancara dilakukan di siang hari karena mengingat pada pagi hari biasanya kondisi pasar sedang ramai oleh pembeli. Namun, di tengah wawancara berlangsung yang dilakukan oleh peneliti dan informan, sesekali ada pembeli yang datang dan informan tetap melayaninya.

3. Studi kepustakaan dan dokumentasi

Pengumpulan data melalui studi kepustakaan diambil dengan cara menggali informasi dari sumber-sumber sekunder seperti buku, jurnal nasional, jurnal internasional, skripsi, tesis, disertasi, artikel ilmiah atau situs berita yang diperoleh dari internet. Data-data yang diambil adalah data-data yang berkaitan dan diperlukan bagi penelitian sehingga bersifat masih berhubungan dengan penelitian ini. Pengumpulan data dengan studi

kepustakaan juga diperlukan guna untuk mendapatkan teori atau konsep yang sesuai dengan penelitian ini yaitu mengenai bentuk modal sosial yang terdiri dari jaringan, kepercayaan, dan norma serta berhubungan dengan kesamaan etnis dari subjek penelitian. Selain studi kepustakaan, dokumentasi juga dilakukan dalam penelitian ini sebagai informasi terkait dalam penelitian. Bentuk dokumentasi dalam penelitian ini dapat berupa data teks maupun non teks seperti foto, tulisan, gambar, arsip, dan rekaman suara.

4. Teknik analisis data

Setelah melakukan observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi, peneliti kemudian melakukan analisis data. Analisis data dilakukan guna mendapatkan gambaran hingga gagasan baru yang kemudian digambarkan dalam suatu kerangka pikiran. Dalam tahap ini juga, peneliti akan mengaitkan hasil temuan lapangan yang diperoleh dengan menggunakan konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu teori modal sosial Robert Putnam.

1.7.6 Triangulasi Data

Triangulasi data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara membandingkan informasi yang telah didapat dari para informan. Triangulasi dilakukan guna untuk keperluan validitas data pada penelitian ini. Sehingga akan didapatkan data yang akurat dan dapat dipastikan kebenarannya. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai Bpk R selaku pengelola pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat. Dengan mewawancarai beliau, peneliti mencoba menggali informasi yang lebih banyak mengenai pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat. Selain itu, peneliti juga turut mewawancarai 2 pelanggan di pasar tersebut.

1.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan dibagi ke dalam lima bagian, yaitu terdiri dari satu bab Pendahuluan, tiga bab Isi, dan satu bab Penutup atau kesimpulan.

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini, peneliti sekaligus penulis memaparkan permasalahan penelitian, tujuan penelitian, tinjauan penelitian sejenis, teknis dan metode yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan konsep dan teori yang digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Peneliti juga berbagi informasi mengenai lokasi penelitian, waktu penelitian, subjek penelitian, serta sistematika penulisan penelitian ini.

Bab II: Konteks Sosial Kehidupan Pedagang Sayur Orang Jawa di Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat

Pada bab ini peneliti menguraikan profil Pasar Gembrong Lama secara rinci sebagai lokasi penelitian, salah satunya mengenai struktur sosial di Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat. Situasi pedagang sayur orang Jawa di Pasar Gembrong Jakarta Pusat juga akan dibahas pada bab ini, seperti bagaimana keseharian mereka yang diharapkan mampu dapat memberikan gambaran kepada pembaca. Selain itu, profil informan dalam penelitian yaitu Bpk SK, Kak AN, Ibu ST, dan Bpk B akan dipaparkan dalam bab ini,

Bab III: Bentuk Modal Sosial Pedagang Sayur Orang Jawa di Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat

Bab ini akan menjelaskan bagaimana bentuk modal sosial yang dimiliki oleh kelompok pedagang sayur orang Jawa di Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat. Selain itu, peneliti juga akan menjelaskan bagaimana pedagang sayur di Pasar Gembrong Lama Jakarta Pusat dalam mendapatkan bahan sayur untuk mereka jual setiap harinya. Bab ini juga akan menjelaskan bentuk-bentuk kerjasama yang pedagang lakukan yaitu ketika mereka berdagang, ketika mereka menemukan masalah, dan juga kerjasama dalam menghadapi pihak eksternal. Bab ini dilengkapi gambar dan juga skema untuk memberi informasi mengenai hal yang dibahas dalam bab ini agar lebih memudahkan pembaca.

Bab IV: Kejawaan sebagai Bagian Modal Sosial Pedagang Sayur Orang Jawa di Pasar Gembrong Lama, Jakarta Pusat

Pada bab ini, peneliti menguraikan nilai-nilai kejawaan sebagai bagian dari modal sosial yang dimiliki oleh pedagang sayur Etnis Jawa di Pasar Gembrong lama. Bab ini akan membahas hubungan yang terjalin antara sesama pedagang sayur, dimana di dalamnya akan dibahas pula hubungan yang dilihat melalui jaringan sosial, norma sosial dan kepercayaan. Kemudian, bab ini juga akan menjelaskan hubungan yang terjalin antara pedagang sayur dengan pelanggan. Selain itu, dijelaskan pula mengenai cara pedagang sayur dalam menjaga hubungan solidaritas, seperti hubungan solidaritas dengan pedagang Etnis Jawa, dan juga dengan pelanggan.

Bab V: Penutup

Bab penutup merupakan bagian terakhir penelitian yang merupakan bagian akhir dari penulisan. Pada bab ini peneliti membuat sistematika dari rekomendasi penelitian dengan lebih terperinci dan terstruktur. Bagian terakhir adalah pembuatan kesimpulan dari setiap proses penelitian. Kesimpulan yang dipaparkan merupakan jawaban dari keseluruhan penelitian namun dalam bentuk yang lebih sederhana. Peneliti juga merumuskan beberapa saran untuk berbagai pihak yang dapat digunakan dalam pengambilan kebijakan atau untuk penelitian lanjutan.