



## Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional (Studi Tentang Aktivitas Ekonomi Dalam Eksistensi Pasar Lima Puluh Di Kota Pekanbaru)

Maharani Safitri<sup>1</sup>, Hesti Asriwandari<sup>2</sup>

Universitas Riau

Received: 27 November 2025  
Revised: 12 Desember 2025  
Accepted: 24 Desember 2025

### Abstrak

*Pasar tradisional masih memegang peranan penting dalam perekonomian lokal, namun keberlangsungannya menghadapi berbagai tantangan akibat perubahan sosial dan ekonomi yang cepat. Modal sosial, yang meliputi jaringan sosial, kepercayaan, dan norma, diyakini berperan strategis dalam menjaga eksistensi pasar tradisional dan mendukung aktivitas ekonomi pedagang di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana unsur-unsur modal sosial tersebut berkontribusi dalam menjaga eksistensi Pasar Lima Puluh di Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan enam informan utama dan satu informan pendukung dari pengelola pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial antar pedagang, baik sesama jenis dagangan (bonding social capital), lintas jenis dagangan dan organisasi pasar (bridging social capital), maupun dengan pelanggan, pemasok, dan pengelola pasar (linking social capital), memberikan dukungan penting meskipun kerjasama nyata masih terbatas. Kepercayaan yang terbangun memperlancar transaksi, membangun loyalitas pelanggan, dan memastikan kelancaran suplai barang. Norma sosial berfungsi mengatur etika berdagang dan menjaga persaingan sehat, meskipun penegakannya masih informal dan bergantung pada kesadaran individu.*

**Kata Kunci:** *Modal Sosial, Pasar Tradisional, Pasar Lima Puluh, Pedagang Pasar.*

(\*) Corresponding Author:

[maharanisafitri2669@student.unri.ac.id](mailto:maharanisafitri2669@student.unri.ac.id),  
[hesti.asriwandari@lecturer.unri.ac.id](mailto:hesti.asriwandari@lecturer.unri.ac.id)

**How to Cite:** Safitri, M., & Asriwandari, H. (2025). Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional (Studi Tentang Aktivitas Ekonomi Dalam Eksistensi Pasar Lima Puluh Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(12.D), 135-142. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12145>.

## PENDAHULUAN

Sejak awal manusia telah memahami dan melaksanakan transaksi jual beli sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dasar. Keberadaan pasar adalah salah satu hal yang paling penting dalam kegiatan jual beli karena pasar merupakan tempat untuk melakukan transaksi dan menjadi salah satu indikator paling nyata tentang bagaimana ekonomi masyarakat di suatu wilayah berkembang. Menurut Kuntowijoyo (1994) definisi pasar bukan hanya sebagai tempat melainkan wadah yang dapat memprosesi penyusunan kepentingan antara pihak penjual dan pihak pembeli.

Pasar di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pada data laporan Direktori Pasar dan Pusat Perdagangan 2020 terdapat sebanyak 16.235 pasar tradisional yang tersebar di seluruh Indonesia. Data tersebut menggambarkan bahwa pasar tradisional memiliki jumlah yang sangat banyak dan menjadi salah satu elemen penting yang berpengaruh dalam perekonomian di Indonesia.

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga keberadaannya tidak hanya membantu pemerintah kota ataupun daerah

tetapi juga pada seluruh masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang (Syukria, 2023). Pasar tradisional berfungsi sebagai tempat utama kegiatan sosial ekonomi masyarakat sekitar, pola hubungan ekonomi yang terbentuk pada pasar tradisional menghasilkan terjalannya interaksi sosial yang akrab antara pedagang-pembeli, pedagang-pedagang, dan pedagang-pemasok yang telah menjadi warisan sosial (Aliyah, 2017).

Eksistensi pasar tradisional juga dilihat dari aktivitas ekonomi yang terjadi antara pedagang dan pembeli, serta peran sosial dan budaya yang menghidupkan interaksi di dalamnya. Pasar tradisional bukan hanya sekadar tempat bertransaksi, tetapi juga menjadi wadah di mana modal sosial—seperti kepercayaan, solidaritas, dan hubungan antarindividu—terbangun dan berkembang.

Modal sosial pertama kali dikemukakan oleh Bourdieu. Menurut Bourdieu pada tahun 1992, modal sosial didefinisikan sebagai jumlah sumber daya nyata atau virtual yang dikembangkan oleh seorang individu atau sekelompok individu sebagai hasil dari kemampuannya untuk memiliki jaringan yang dapat bertahan dalam hubungan jangka waktu yang lama (Adimayu, 2019). Menurut Putnam pada tahun 1993 modal sosial terbagi menjadi tiga elemen yaitu: rasa saling percaya (trust), norma, dan jaringan (Nawang Wungu, 2022).

Untuk memahami lebih dalam peran modal sosial dalam eksistensi pasar tradisional, maka penelitian ini memilih Pasar Lima Puluh di Kota Pekanbaru sebagai studi kasus. Pasar Lima Puluh merupakan pasar tradisional yang sudah ada sejak lama, berdiri pada tahun 1978 dengan luas 8.030 m<sup>2</sup> dan termasuk pada jenis pasar tipe A yaitu pasar dengan operasional yang terjadi setiap hari. Pasar Lima Puluh termasuk dalam pasar tradisional yang direvitalisasi dalam program 1000 pasar dari Kementerian Perdagangan pada tahun 2015-2016.

Eksistensi Pasar Lima Puluh turut didukung oleh keberadaan dua organisasi pedagang, yaitu Persatuan Pedagang Pasar Lima Puluh (P3L) dan Badan Sosial Kematian (BSK). Keberadaan kedua organisasi ini memperkuat unsur modal sosial di Pasar Lima Puluh, khususnya dalam membangun jaringan sosial, kepercayaan, dan norma yang berperan dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di tengah arus modernisasi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui lebih dalam tentang modal sosial pedagang Pasar Lima Puluh dengan mengangkat judul penelitian "MODAL SOSIAL PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Studi tentang Aktivitas Ekonomi dalam Eksistensi Pasar Lima Puluh di Kota Pekanbaru)".

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian sosial yang menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif**. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali dan menggambarkan realitas sosial secara utuh berdasarkan perspektif para subjek penelitian (Lexy J. Moleong, 2017). Penelitian berfokus pada pedagang kios di Pasar Lima Puluh, Kota Pekanbaru sebagai unit analisis utama.

**Subjek** dalam penelitian ini adalah para pedagang kios di Pasar Lima Puluh, Kota Pekanbaru. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) Telah berdagang selama lebih dari 15 tahun, dan (2) Memiliki jam operasional minimal 6 jam per hari. Dari 40 pedagang kios, terdapat 14 orang yang memenuhi kriteria, kemudian dipilih 6 pedagang kios sebagai informan utama berdasarkan diskusi dengan pengelola pasar dan keberagaman jenis dagangan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

1. **Data Primer:** Data yang dikumpulkan langsung melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap informan terpilih.
2. **Data Sekunder:** Data pelengkap yang diperoleh dari dokumen tertulis, arsip, dan literatur yang relevan mengenai modal sosial dan pasar tradisional.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data:

1. **Wawancara Mendalam:** Dilakukan dengan menggali informasi secara langsung melalui wawancara semi-terstruktur.
2. **Observasi:** Dilakukan dengan peneliti terlibat langsung dalam situasi sosial yang diteliti untuk menangkap perilaku dan interaksi sosial (Sugiyono, 2016).
3. **Dokumentasi:** Dilakukan untuk memperoleh data tambahan dari sumber tertulis atau visual.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang dilaksanakan secara interaktif dan terus-menerus hingga mencapai kejenuhan data (Sugiyono, 2016), meliputi:

1. **Pengumpulan Data:** Melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dicatat dalam catatan deskriptif dan reflektif.
2. **Reduksi Data:** Data disusun, dipilih, dirangkum, dan difokuskan pada hal-hal yang relevan dengan tujuan penelitian.
3. **Penyajian Data:** Informasi disusun secara sistematis dalam bentuk naratif, tabel, atau grafik.
4. **Penarikan Kesimpulan:** Kesimpulan ditarik berdasarkan analisis data yang telah dilakukan.

## HASIL

### Profil Informan

Penelitian ini melibatkan delapan narasumber yang dipilih secara purposif, terdiri dari enam informan utama (pedagang aktif) dan satu informan pendukung (Ketua Pengelola Pasar Lima Puluh). Profil informan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Profil Identitas Informan

No.	Nama Informan	Umur	Lama Berdagang	Jam Operasional	Jenis Dagangan	Awal Berdagang
1	Isnaini Fitri	59 Tahun	26 Tahun	08.00–17.00 (9 jam)	Barang harian	Warisan keluarga
2	Isnawati	58 Tahun	22 Tahun	08.00–17.00 (9 jam)	Jasa obras & alat jahit	Profesi beralih usaha seiring usia
3	Eliza	49 Tahun	20 Tahun	06.00–15.00 (9 jam)	Pakaian	Inisiatif pribadi & dukungan sosial
4	Linda Ralismi	41 Tahun	20 Tahun	07.00–16.00 (9 jam)	Barang pecah belah	Warisan lingkungan & keluarga
5	Nurlina	50 Tahun	22 Tahun	07.00–17.00 (10 jam)	Barang harian	Faktor ekonomi keluarga

6	Arianto	50 Tahun	24 Tahun	07.00–17.00 (9 jam)	Beras	Warisan keluarga & tradisi dagang
---	---------	----------	----------	------------------------	-------	-----------------------------------

### Latar Belakang Berdagang

Para pedagang memiliki latar belakang yang beragam dalam memulai usaha. Sebagian besar memulai usaha secara turun-temurun. Isnaini Fitri menyatakan:

*"Ibuk dulu ikut atuk sama nenek ibuk jualan disini untuk bantu-bantu, sampai akhirnya waktu ibuk nikah, atuk ibuk ngasih kedai yang dia pakai ni turun ke ibuk, jadi ya pindah nama pemakaian kedai."*

Arianto menjelaskan pola serupa: *"Orang di pasar sini yang asli-asli itu banyak yang berdagang hasil dari ngikut atau diajak keluarga, ya pokoknya turunan la."*

Linda Ralismi memiliki pengalaman tumbuh di lingkungan pasar: *"Saya lahir dan besar didalam pasar ini karna ibu saya salah satu pedagang yang ada disini... dari kecil saya sudah bergelut sama lingkungan pasar sampai akhirnya saya rasa jiwa berdagang itu udah tumbuh alami dalam diri saya ini."*

Berbeda dengan informan lainnya, Eliza dan Nurlina memulai berdagang karena faktor ekonomi. Eliza menyatakan: *"awalnya ibuk ga punya kerjaan dan teringat ingin berdagang... didukung kawan sama sekolah yang tinggalnya dekat rumah untuk berdagang di pasar lima puluh ini."*

Nurlina menjelaskan: *"gaji suami ibuk ndak nutupin seiring anak makin besar, kebetulan ya ibuk ngerasa berdagang yang cocok yang bisa ibuk kerjakan."*

### Karakteristik Barang Dagangan

Setiap pedagang memiliki pertimbangan khusus dalam memilih jenis dagangan. Isnaini Fitri memilih plastik karena: *"selalu dibutuhkan orang-orang karna digunakan untuk berbagai keperluan."* Namun menghadapi tantangan: *"kalau kita ndak pandai nyusun barang jadinya gampang berantakan."*

Arianto memilih beras sebagai kebutuhan pokok: *"Barang harian terutama beras... adalah kunci makanan orang Indonesia... kelebihannya adalah dagangan ini merupakan kebutuhan pokok yang wajib dibeli oleh semua orang."* Namun menghadapi risiko: *"beras ini lemahnya di resiko kerugian kalau ada perubahan harga pasar."*

Eliza memilih pakaian dalam dan baju tidur: *"modelnya akan sama terus disetiap zaman karna yang ibu jual hanya baju tidur dan pakaian dalam yang ndak nampak sama orang."* Tetapi menghadapi tantangan: *"cara jual pakaian ini sekarang udah beragam seperti jual online... saya yang jualan di lapak seperti ini ketinggalan zaman lah."*

### Strategi Penetapan Harga

Seluruh pedagang menerapkan strategi penetapan harga berdasarkan modal dengan menambahkan keuntungan. Isnaini Fitri menjelaskan: *"harga untuk dijual lagi dinaikkan biar ada untungnya, nyesuaikan harga modal."*

Arianto mengikuti harga pasar: *"saya mengikuti harga pasar... saya mencari info dan mengikuti modal dari agen kemudian dicocokkan kembali untuk bisa dapat harga yang akan saya pakai untuk dijual."*

Eliza mempertimbangkan faktor tawar-menawar: *"saya jual jadi 50.000, nantik kalau ada pembeli yang nawar bisa saya kurangi sedikit, jadi untung saya ga tipis kali."*

### Jaringan Sosial Pedagang Pasar Lima Puluh

Jaringan sosial merupakan fondasi utama dalam dinamika kehidupan pedagang di Pasar Lima Puluh yang menopang aktivitas ekonomi, memperkuat hubungan, serta menciptakan sistem dukungan responsif terhadap kebutuhan pedagang. Jaringan ini terbentuk secara alami dan berkelanjutan, menciptakan ikatan erat antar pedagang dalam lingkungan pasar yang kompetitif dan dinamis.

#### **Modal Sosial Terikat (Bonding Social Capital)**

Modal sosial terikat terbentuk antara pedagang dengan jenis dagangan sama melalui interaksi intens dan komunikasi rutin. Ibu Isnaini menjelaskan:

*"Yang pasti harus kenal dulu, baru habis itu mungkin saling mengobrol untuk mempererat hubungan kita sesama pedagang ini."* (Wawancara dengan Isnaini Fitri pada tanggal 20 Januari, pukul 10.37 WIB)

Bentuk dukungan nyata dari hubungan ini diungkapkan Ibu Isnaini:

*"Kalau ada informasi apa-apa mengenai barang jualan ya kita biasanya saling ngasih tau, kalau misalnya ada barang jualan lagi habis yang mau dibeli pembeli ibuk biasanya oper pembelinya ke orang sebelah."* (Wawancara dengan Isnaini Fitri pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 10.38 WIB)

Dukungan praktis juga diberikan melalui pinjam-meminjam barang. Ibu Nurlina menjelaskan: *"... sekedar pinjam meminjam barang misalnya ada kawan ni minjam gerobak untuk angkut berasnya silahkan pakai asal tanggung jawab aja meminjam sesuatu."* (Wawancara dengan Nurlina pada tanggal 21 Januari 2025, pukul 11.16 WIB)

#### **Modal Sosial Menjembatani (Bridging Social Capital)**

Jaringan lintas jenis dagangan terbentuk melalui interaksi sehari-hari dan keanggotaan organisasi pedagang. Pak Arianto menjelaskan peran pedagang sekitar:

*"Pedagang sekitar itu lebih membantu pada kegiatan saya sehari-hari selama berjualan sebagai teman cerita, teman yang saling membantu, dan teman yang peduli misalnya kalau bukak kedai terlambat atau tutup beberapa hari pasti ditanyakan apa alasannya."* (Wawancara dengan Arianto pada tanggal 21 Januari 2025, pukul 14.04 WIB)

Organisasi P3L berperan dalam mengatur fasilitas bersama:

*"P3L ini kita mengatur pedagang untuk terbagi dalam beberapa tugas seperti mengatur mushalla pasar, mengumpulkan uang iuran untuk membayar uang penjiagaan, mengatur wc dibelakang, mengadakan santunan anak yatim setiap bulan ramadhan dari uang infak anak yatim..."* (Wawancara dengan Arianto pada tanggal 21 Januari 2025, pukul 14.09 WIB)

BSK (Badan Sosial Kematian) menyediakan bantuan sosial. Ibu Nurlina sebagai ketua BSK menjelaskan:

*"Kalau dari BSK sendiri dia dibuat tujuannya emang untuk membantu para pedagang tapi bentuknya seperti bantuan sosial. Jadi kalau ada yang meninggal atau sakit nanti anggota yang tergabung dimintain sumbangan baru nanti diberikan sama pedagang yang dituju."* (Wawancara dengan Nurlina pada tanggal 21 Januari 2025, pukul 11.22 WIB)

#### **Modal Sosial Penghubung (Linking Social Capital)**

Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui pelayanan berkualitas. Ibu Eliza menjelaskan:

*"Kalau ada orang belanja layani dengan bagus, tawarkan ini itu, jual barang yang bagus, jangan pula baju sobek atau luntur yang dijual."* (Wawancara dengan Eliza pada tanggal 21 Januari 2025, pukul 13.23 WIB)

Strategi mempertahankan pelanggan dilakukan dengan pemberian diskon:

*"Kalau ada orang dah langganan biasanya dikasih diskon, walaupun pembeli biasapun pasti nawar jugak tapi kalau sama pelanggan kita sendiri yang netapin harga udah ada potongan*

*dan pelangganpun dah ngerti biasanya." (Wawancara dengan Eliza pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 12.23 WIB)*

Hubungan dengan pemasok memberikan kemudahan akses informasi:

*"...misalnya ada butuh ini itu atau nanya ini itu orang grosiran bisa bantu karna dah kenal, masuknya kita ni sebagai pedagang juga jadi pelanggan untuk mereka ni." (Wawancara dengan Eliza pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 13.27 WIB)*

### **Modal Sosial Pedagang Pasar Lima Puluh**

Modal sosial pedagang Pasar Lima Puluh terdiri dari tiga unsur utama yaitu jaringan, kepercayaan, dan norma yang saling terkait dalam mendukung aktivitas ekonomi dan menjaga eksistensi pasar tradisional.

#### ***Jaringan***

Jaringan pedagang mencakup tiga jenis modal sosial: bonding social capital (hubungan dengan pedagang sejenis), bridging social capital (hubungan dengan pedagang berbeda jenis dan organisasi), dan linking social capital (hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan pengelola pasar).

Ibu Isnaini menjelaskan hubungan dengan pedagang sejenis: "Tentu saja ada, kalau seperti pedagang sekitar kios apalagi, karna kan kita saling membutuhkan jadi saling bergantung" (Wawancara dengan Isnaini Fitri pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 10.53 WIB).

Dalam bridging social capital, terdapat organisasi pedagang seperti BSK dan P3L yang berfokus pada pengelolaan fasilitas dan bantuan sosial. Sedangkan linking social capital terjalin melalui interaksi rutin dengan pelanggan, pemasok, dan pengelola pasar dalam transaksi sehari-hari.

#### ***Kepercayaan***

Kepercayaan menjadi fondasi penting dalam interaksi antar pedagang dan dengan stakeholder lainnya. Ibu Isnaini membangun kepercayaan dengan pelanggan: "Ya kita jangan sampe mengecewakan pelanggan aja, kita terus konsisten sama apa yang selama ini udah kita kasih ke pelanggan" (Wawancara dengan Isnaini Fitri pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 10.56 WIB).

Dengan pemasok, kepercayaan dibangun melalui kejujuran dan ketepatan pembayaran. Ibu Nurlina menjelaskan: "Selama belanja terus untuk jujur, transparan kalau dalam belanja, barang datang langsung di cek biar kalau ada kesilapan bisa diperbaiki" (Wawancara dengan Nurlina pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 11.31 WIB).

#### ***Norma***

Norma terdiri dari aturan tertulis dan tidak tertulis yang mengatur etika berdagang. Ibu Eliza menjelaskan: "Pasti ada, kalau misalnya saling menghormati sesama pedagang, kita ndak mengambil atau menawarkan pembeli yang masih tawar menawar dengan pedagang lain, dan yang paling penting kita berjualan jangan sampai bukak harga barang itu yang menjatuhkan harga pasar" (Wawancara dengan Eliza pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 13.36 WIB).

Bapak Arianto menambahkan adanya aturan formal: "Pasti ada, kalau aturan tertulisnya ya itu contohnya kita yang ada menjual beras bulog ini ada aturan harga yang harus dipatuhi, sedagangkan kalau yang tidak tertulis itu contohnya etika saat bersaing dalam berdagang" (Wawancara dengan Arianto pada tanggal 21 Januari 2025, pukul 14.23 WIB).

### **Kekuatan dan Kelemahan Modal Sosial**

#### ***Kekuatan***

- **Jaringan:** Memfasilitasi pertukaran informasi dan dukungan sosial antar pedagang

- **Kepercayaan:** Menciptakan loyalitas pelanggan dan kelancaran pasokan barang. Ibu Eliza menjelaskan: "Kalau pelanggan percaya sama kita ya pasti masih berbelanja jugak, tu ya berarti masih ada pemasukan, syukur-syukur karna kita dipercaya mereka jadinya barang jualan kita pun di promosikan ke teman, tetangga atau saudaranya" (Wawancara dengan Eliza pada tanggal 20 Januari 2025, pukul 13.33 WIB)
- **Norma:** Menciptakan persaingan sehat dan keharmonisan pasar

#### **Kelemahan**

- **Jaringan:** Kerjasama langsung untuk peningkatan penjualan masih terbatas
- **Kepercayaan:** Rentan terhadap pelanggaran dan membutuhkan pemeliharaan berkelanjutan
- **Norma:** Mekanisme penegakan bersifat informal dan bergantung pada kesadaran individu

### **PEMBAHASAN**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial pedagang Pasar Lima Puluh termanifestasi dalam tiga bentuk modal sosial yang saling berinteraksi dan memperkuat satu sama lain. Modal sosial terikat (*bonding social capital*) menjadi pondasi utama melalui hubungan erat antar pedagang sejenis yang memungkinkan pertukaran informasi dan dukungan praktis. Hal ini sejalan dengan konsep Putnam tentang *bonding social capital* yang menekankan hubungan dalam kelompok homogen.

Modal sosial menjembatani (*bridging social capital*) memperluas jaringan pedagang melalui hubungan lintas kelompok dan organisasi seperti P3L dan BSK. Organisasi-organisasi ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah koordinasi tetapi juga sebagai mekanisme dukungan sosial yang memperkuat kohesi sosial dalam pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa pedagang tradisional memiliki kemampuan adaptif dalam membangun institusi informal yang mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Modal sosial penghubung (*linking social capital*) memungkinkan pedagang mengakses sumber daya eksternal melalui hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan pengelola pasar. Hubungan ini tidak hanya bersifat transaksional tetapi berkembang menjadi relasi sosial yang saling menguntungkan, menciptakan stabilitas dalam rantai pasokan dan loyalitas pelanggan.

Proses pembentukan jaringan sosial pedagang berlangsung secara organik melalui interaksi sehari-hari yang kemudian berkembang menjadi hubungan saling percaya. Strategi pemeliharaan jaringan meliputi komunikasi rutin, sikap saling menghormati, dan penghindaran konflik yang dapat merusak hubungan. Temuan ini menunjukkan bahwa modal sosial dalam konteks pasar tradisional bukan hanya asset ekonomi tetapi juga merupakan mekanisme *survival* yang memungkinkan pedagang bertahan dalam persaingan ekonomi yang dinamis.

Modal sosial pedagang Pasar Lima Puluh menunjukkan karakteristik yang kompleks dalam mendukung eksistensi pasar tradisional. Ketiga unsur modal sosial - jaringan, kepercayaan, dan norma - berperan sebagai mekanisme *survival* dalam menghadapi tantangan modernisasi dan persaingan dengan pasar modern.

Jaringan sosial yang terbentuk memiliki fungsi instrumental dalam memfasilitasi akses informasi dan dukungan sosial, meskipun belum optimal dalam mengembangkan kerjasama ekonomi langsung. Hal ini mencerminkan sifat individualistik dalam aktivitas ekonomi pedagang yang tetap mempertahankan persaingan sehat antar sesama.

Kepercayaan berperan krusial sebagai modal sosial yang mengurangi biaya transaksi dan menciptakan stabilitas ekonomi melalui loyalitas pelanggan. Namun, sifat kepercayaan yang

rentan terhadap pelanggaran menunjukkan perlunya mekanisme pemeliharaan yang berkelanjutan untuk menjaga keberlanjutan hubungan ekonomi.

Norma sosial berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial yang efektif dalam menjaga ketertiban dan etika berdagang. Namun, ketergantungan pada penegakan informal menunjukkan kebutuhan akan institusionalisasi yang lebih kuat untuk menghadapi tantangan masa depan.

Secara keseluruhan, modal sosial pedagang Pasar Lima Puluh memiliki potensi besar namun masih memerlukan penguatan dalam aspek kerjasama ekonomi dan institusionalisasi norma untuk mengoptimalkan perannya dalam menjaga eksistensi pasar tradisional di era modern.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti di Pasar Lima Puluh, dapat diambil kesimpulan yaitu, unsur-unsur modal sosial yang terdiri dari jaringan, kepercayaan, dan norma memegang peranan penting dalam menjaga eksistensi Pasar Lima Puluh sebagai pasar tradisional. Jaringan yang terjalin antar pedagang, pelanggan, pemasok, dan pengelola pasar memberikan dukungan dalam memperlancar aktivitas ekonomi di pasar. Kepercayaan yang terbentuk antar pedagang dan dengan pelanggan menjadi fondasi yang memperkuat hubungan jangka panjang dan keberlanjutan transaksi. Norma sosial yang ada di Pasar Lima Puluh juga memainkan peran penting dalam menjaga ketertiban, etika berdagang, serta menciptakan suasana harmonis antara pedagang. Ketiga unsur ini bekerja secara sinergis untuk mendukung kelangsungan pasar tradisional, meskipun masih menghadapi tantangan dalam penerapannya yang membutuhkan perbaikan dan penguatan lebih lanjut.

## REFERENSI

- Adimayu, D. K. (2019). Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Di Kota Samarinda. *Jurnal*, 7(3), 195–209. [http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/09/01\\_format\\_artikel\\_ejournal\\_mulai\\_hlm\\_Ganjil%20\(09-01-19-01-01-39\).pdf](http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/09/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_Ganjil%20(09-01-19-01-01-39).pdf)
- Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan. *Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta*, 18(2), 201. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34367/2259>
- Kuntowijoyo. (1994). *Pasar*. Bentang Budaya.
- Lexy J. Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nawang Wungu, D. A. (2022). Modal Sosial dalam Keterpilihan Perempuan Calon Gubernur: Studi Kasus Karolin Margret Natassa di Kalimantan Barat dan Khofifah Indar Parawansa di Jawa Timur pada Pilkada Serentak 2018. *Journal of Politics and Policy*, 4(1), 15–31. <https://doi.org/10.21776/ub.jppol.2022.004.01.02>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syukria, A. (2023). Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(2), 306–311. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i2.221>.