



Modal Sosial Penjual Daging Sapi Di Pasar Selasa Kota Pekanbaru

Della Meilani¹, Achmad Hidir²

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau^{1,2}

		Abstrak
Received:	02 Agustus 2026	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana modal sosial terbentuk dan dimanfaatkan oleh penjual daging sapi di Pasar Selasa Kota Pekanbaru, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam penerapannya. Modal sosial dipahami melalui tiga elemen utama berdasarkan teori Robert D. Putnam (1993), yaitu jaringan sosial (networks), norma sosial (norms), dan kepercayaan (trust). Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 10 informan yang terdiri dari penjual daging sapi, pemasok/agen, pelanggan tetap, dan pengurus pasar. Validitas data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial penjual daging sapi terbentuk melalui tiga pola utama. Pertama, jaringan sosial yang terjalin antara pedagang dengan pemasok dari Rumah Potong Hewan (RPH), antarsesama pedagang, serta dengan pelanggan tetap. Jaringan dengan pemasok memungkinkan adanya sistem pembayaran tertunda (bon) tanpa jaminan tertulis. Antarsesama pedagang terbentuk solidaritas untuk saling berbagi stok dan informasi harga. Sementara jaringan dengan pelanggan menghasilkan loyalitas jangka panjang. Kedua, norma sosial berupa kejujuran dalam timbangan dan kualitas daging, kesopanan dalam pelayanan, serta larangan tidak tertulis untuk tidak menjatuhkan harga sesama pedagang. Ketiga, kepercayaan yang tumbuh secara bertahap melalui konsistensi dan interaksi berulang menjadi fondasi utama keberlangsungan usaha. Kendala yang ditemukan meliputi fluktuasi harga daging, keterbatasan pemasok alternatif, persaingan lokasi antarpedagang, dan sulitnya membangun kepercayaan awal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa modal sosial berperan sebagai pengganti modal finansial (capital substitute) sekaligus penstabil risiko (risk stabilizer) bagi pedagang informal di pasar tradisional.
Revised:	13 Agustus 2026	
Accepted:	02 September 2026	
		Kata Kunci: Modal Sosial, Pasar Tradisional, Penjual Daging Sapi, Kepercayaan, Jaringan Sosial, Norma Sosial

(*) Corresponding Author: della.meilani0476@student.unri.ac.id¹, achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id²

How to Cite: Meilani, D., & Hidir, A. (2026). MODAL SOSIAL PENJUAL DAGING SAPI DI PASAR SELASA KOTA PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(9.B), 45-55. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/14173>.

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan ruang bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan proses tawar-menawar (Ketjil et al., 2022). Keberadaan pasar tradisional bukan sekadar ruang ekonomi, melainkan juga merupakan cerminan kehidupan sosial masyarakat yang saling bergantung satu sama lain dalam sistem ekonomi rakyat. Sejak lama, pasar tradisional menjadi pusat kegiatan ekonomi yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok dengan harga terjangkau sekaligus berfungsi sebagai ruang sosial yang mempertemukan berbagai kelompok masyarakat dengan latar belakang sosial dan budaya yang beragam. Dalam ruang tersebut, tidak hanya terjadi transaksi ekonomi, tetapi juga proses interaksi sosial yang memperkuat nilai-nilai kepercayaan, solidaritas, dan kerja sama antarwarga.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), sebagian besar aktivitas perdagangan eceran di Indonesia masih dilakukan melalui pasar tradisional, terutama di wilayah perkotaan dan

pedesaan. Pasar tradisional menjadi tumpuan hidup bagi jutaan masyarakat, khususnya mereka yang bekerja di sektor informal dengan modal usaha terbatas. Di era modernisasi, pasar tradisional menghadapi tantangan besar dari munculnya pasar modern, supermarket, minimarket, dan toko daring yang telah mengubah pola konsumsi masyarakat (Kementerian Perdagangan RI, 2023). Meskipun demikian, pasar tradisional masih mampu bertahan karena memiliki keunggulan sosial yang tidak dimiliki oleh pasar modern, yaitu adanya hubungan personal yang dekat antara penjual dan pembeli serta rasa saling percaya yang tumbuh dari interaksi sehari-hari (Sari & Nugraha, 2023).

Salah satu kota yang masih mempertahankan keberadaan pasar tradisional adalah Kota Pekanbaru, ibu kota Provinsi Riau. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru (2022), terdapat 18 pasar tradisional aktif di kota ini, terdiri atas 3 pasar milik pemerintah kota, 11 pasar pengelolaan swasta, dan 4 pasar berbasis komunitas lokal. Di antara pasar-pasar tersebut, Pasar Selasa Panam merupakan salah satu yang paling ramai. Pasar ini beroperasi setiap hari, namun puncak kegiatannya terjadi pada hari Selasa ketika jumlah pedagang dan pembeli meningkat tajam, sehingga menjadikannya tidak hanya sebagai pusat transaksi ekonomi tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang mempertemukan masyarakat dari berbagai daerah dan latar belakang budaya.

Salah satu kelompok pedagang yang paling menonjol di Pasar Selasa adalah penjual daging sapi. Komoditas ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan permintaan yang stabil, namun menghadapi tantangan besar karena sifatnya yang mudah rusak (*perishable*) serta fluktuasi harga yang signifikan. Berdasarkan data Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Kota Pekanbaru (2025), harga daging sapi di pasar tradisional Pekanbaru berkisar antara Rp150.000 hingga Rp160.000 per kilogram, dengan lonjakan harga yang kerap terjadi menjelang hari besar keagamaan. Kondisi ini meningkatkan risiko kerugian dan ketidakpastian modal, terutama bagi pedagang yang beroperasi secara informal.

Menariknya, meskipun menghadapi berbagai keterbatasan seperti sulitnya akses ke lembaga keuangan formal, tidak adanya kontrak tertulis dengan pemasok, serta tekanan persaingan yang ketat, para pedagang daging sapi di Pasar Selasa tetap mampu bertahan bahkan dalam jangka waktu yang lama. Berdasarkan data UPT Pasar Selasa (2025), terdapat sekitar 8 meja penjual daging sapi aktif dengan lama berjualan yang bervariasi antara 2 hingga 10 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa ada faktor lain di luar modal finansial yang berperan penting dalam keberlangsungan usaha mereka.

Faktor tersebut adalah modal sosial. Sebagaimana dikemukakan oleh Putnam (1993), modal sosial merupakan fitur-fitur organisasi sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks penjual daging sapi di Pasar Selasa, modal sosial berfungsi sebagai pengganti modal finansial (*capital substitute*) sekaligus penstabil risiko (*risk stabilizer*), karena sebagian besar pedagang tidak memiliki akses terhadap lembaga formal seperti bank, kontrak usaha, maupun asuransi perdagangan. Kepercayaan antara pedagang dan pemasok menggantikan kontrak hukum, norma sosial menggantikan peraturan formal, dan jaringan sosial menggantikan akses terhadap modal serta distribusi modern.

Penelitian terdahulu mengenai modal sosial pedagang informal, seperti yang dilakukan oleh Ladea Nazella dan Achmad Hidir (2023) pada pedagang durian di Kota Pekanbaru, serta Ermayanti dan Achmad Hidir (2023) pada pedagang buah di Pasar Pagi Cik Puan, telah menunjukkan relevansi kuat modal sosial dalam mendukung keberlangsungan usaha sektor informal. Namun, kajian serupa belum banyak dilakukan secara spesifik pada pedagang daging

sapi, yang memiliki karakteristik usaha lebih berisiko karena menjual komoditas perishable dengan investasi modal yang lebih besar. Kesenjangan ini menjadikan penelitian pada penjual daging sapi di Pasar Selasa menjadi penting untuk dilakukan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana modal sosial melalui jaringan, norma, dan kepercayaan terbentuk dalam interaksi antara penjual daging sapi dengan pemasok, sesama pedagang, dan pelanggan di Pasar Selasa; dan (2) mengidentifikasi kendala-kendala dalam penerapan modal sosial yang dihadapi oleh penjual daging sapi dalam menjalankan usahanya di Pasar Selasa Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Modal Sosial

Konsep modal sosial telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai disiplin ilmu. Inti dari modal sosial adalah bahwa jaringan hubungan sosial memiliki nilai yang dapat diterjemahkan menjadi keuntungan ekonomi dan sosial bagi individu maupun kelompok. Modal sosial merupakan fenomena yang tumbuh dari bawah, berasal dari orang-orang yang membentuk hubungan sosial dan jaringan berdasarkan prinsip-prinsip kepercayaan, norma, dan timbal balik. Karena itu, modal sosial tidak dapat diciptakan oleh seorang individu, namun sangat bergantung pada kapasitas masyarakat atau organisasi untuk membentuk asosiasi dan jaringan baru (Field, 2003).

Robert D. Putnam (1993) dalam karyanya *Making Democracy Work* mendefinisikan modal sosial sebagai fitur-fitur organisasi sosial—seperti jaringan, norma, dan kepercayaan—yang berfungsi memfasilitasi koordinasi dan kerja sama untuk mencapai tujuan bersama (mutual benefit). Putnam menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kekuatan jaringan sosial dalam suatu komunitas, maka semakin efisien pula aktivitas sosial dan ekonomi yang dilakukan masyarakat. Tiga elemen utama modal sosial menurut Putnam adalah sebagai berikut. Pertama, jaringan sosial (social networks), yaitu hubungan antarmanusia yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, kerja sama, dan dukungan timbal balik. Jaringan ini dapat bersifat ikatan (bonding), yang menghubungkan individu dengan latar belakang yang sama, maupun bersifat penghubung (bridging), yang menghubungkan individu dengan pihak-pihak dari komunitas berbeda. Kedua, norma sosial (social norms), yaitu seperangkat aturan atau nilai tidak tertulis yang disepakati bersama oleh anggota masyarakat untuk menjaga keseimbangan dan keteraturan sosial. Ketiga, kepercayaan (trust), yaitu keyakinan antarindividu bahwa pihak lain akan bertindak dengan itikad baik dan dapat diandalkan, yang mengurangi ketidakpastian serta memperkuat hubungan sosial jangka panjang.

James Coleman (1990) memperluas pemahaman tentang modal sosial dengan menegaskan bahwa modal sosial melekat dalam struktur hubungan sosial dan berfungsi untuk memudahkan tindakan kolektif. Dengan adanya rasa saling percaya dan norma timbal balik, kerja sama dapat terwujud tanpa memerlukan pengawasan ketat atau sistem kontrak formal. Pierre Bourdieu (1986) melengkapi perspektif ini dengan mendefinisikan modal sosial sebagai akumulasi sumber daya aktual maupun potensial yang diperoleh melalui kepemilikan jaringan hubungan sosial yang bersifat langgeng dan diakui secara sosial. Ia menekankan bahwa modal sosial dapat dikonversi menjadi bentuk modal lain seperti modal ekonomi dan modal budaya sehingga menjadi alat strategis bagi individu untuk mempertahankan atau meningkatkan posisinya dalam struktur sosial.

Berdasarkan ketiga pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa modal sosial merupakan sumber daya non-material yang berfungsi sebagai mekanisme kerja sama dan solidaritas sosial, sekaligus berperan penting dalam meningkatkan efisiensi serta keberhasilan ekonomi masyarakat. Keberadaan kepercayaan, norma, dan jaringan sosial memungkinkan individu bertindak secara kolektif, mengurangi risiko, serta memperkuat solidaritas dalam kehidupan bermasyarakat.

Modal Sosial dalam Sektor Informal

Sektor informal merupakan bagian dari perekonomian yang terdiri dari unit usaha berskala kecil yang kegiatannya berada di luar regulasi pemerintah, tidak memiliki izin resmi, dijalankan dengan modal kecil, dan mengandalkan tenaga kerja keluarga tanpa keterampilan khusus (Amanda Pramesti & Effendi, 2025). Sektor informal berperan signifikan dalam penyerapan tenaga kerja, terutama di wilayah perkotaan (Pitoyo, 2016). Penjual daging sapi di Pasar Selasa memenuhi kriteria sebagai pelaku sektor informal karena tidak memiliki izin usaha resmi, menjalankan kegiatan tanpa kontrak kerja formal, menggunakan modal pribadi atau pinjaman keluarga, serta tidak memiliki jaminan sosial maupun perlindungan hukum yang jelas.

Dalam konteks sektor informal, modal sosial memiliki peran yang sangat strategis. Kepercayaan antarindividu menggantikan fungsi kontrak hukum, norma sosial menggantikan peraturan formal, dan jaringan sosial memperluas akses terhadap sumber daya ekonomi. Putro et al. (2022) menyatakan bahwa kepercayaan antara pedagang dan pemasok berperan sebagai jaminan yang memungkinkan pedagang memperoleh pasokan daging dengan sistem pembayaran tertunda (bon) tanpa adanya jaminan tertulis. Dengan demikian, modal sosial menjadi pondasi utama bagi keberlangsungan sektor informal dan memungkinkan para pedagang bertahan di tengah keterbatasan modal finansial dan risiko ekonomi yang tinggi.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji peran modal sosial pada pedagang informal. Ladea Nazella dan Achmad Hidir (2023) dalam penelitiannya tentang pedagang durian di Kota Pekanbaru menemukan bahwa unsur modal sosial berupa jaringan, kepercayaan, dan norma berperan sangat penting dalam keberlangsungan usaha. Kepercayaan antara pedagang dan agen memungkinkan komunikasi terbuka, kerja sama yang saling menguntungkan, serta sistem pembayaran yang fleksibel. Penelitian Ermayanti dan Achmad Hidir (2023) pada pedagang buah di Pasar Pagi Cik Puan Pekanbaru juga menemukan hasil serupa, bahwa modal sosial adalah faktor utama penentu keberlangsungan usaha, di mana jaringan antara pedagang, pemasok, dan agen memudahkan akses produk serta membangun solidaritas melalui rasa kekeluargaan.

Penelitian Putro et al. (2022) tentang peran modal sosial dalam pengembangan UMKM kerajinan di Kampung Purun menunjukkan bahwa norma paling dominan di antara tiga unsur modal sosial, di mana norma-norma tak tertulis seperti saling tolong-menolong, menjaga kejujuran, dan rasa tanggung jawab sangat dipegang teguh masyarakat. Arifin dan Rosyadi (2024) dalam kajian jaringan dan kepercayaan pada industri kerupuk sagu di Pamekasan menemukan bahwa jaringan sosial antara produsen, pedagang, dan konsumen mampu menciptakan hubungan saling menguntungkan dan menjadi modal penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Persamaan penelitian ini dengan kajian-kajian terdahulu adalah sama-sama membahas modal sosial dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat, dengan menekankan bahwa jaringan, kepercayaan, dan norma merupakan aspek penting yang memperlancar aktivitas jual

beli. Perbedaannya terletak pada objek kajian, yaitu penjual daging sapi yang memiliki karakteristik usaha berisiko tinggi karena menjual komoditas yang mudah rusak, serta penggunaan teori Robert D. Putnam secara konsisten sebagai landasan analisis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena modal sosial berkaitan erat dengan pengalaman hidup, hubungan sosial, dan proses interaksi yang tidak dapat dipahami sepenuhnya melalui data angka (Moleong, 2017). Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara rinci dan sistematis fenomena atau peristiwa yang terjadi di lapangan (Sugiyono, 2019). Penelitian dilaksanakan di Pasar Selasa Panam, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Pasar ini dipilih karena merupakan salah satu pasar tradisional paling ramai di Pekanbaru dengan karakter sosial ekonomi yang khas dan melibatkan banyak pelaku ekonomi informal.

Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu penjual daging sapi aktif di Pasar Selasa minimal selama 2 tahun, pemasok atau agen yang memasok daging ke pedagang di pasar tersebut, pelanggan tetap yang sudah berlangganan minimal 1 tahun, serta pengurus atau pengelola pasar. Total informan berjumlah 10 orang, terdiri dari 5 orang penjual daging sapi (Zul, Nopi, Renaldi, Reza, Anto), 2 orang pemasok/agen, 2 orang pelanggan tetap (pelaku usaha kuliner), dan 1 orang pengurus pasar.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara, yaitu (1) wawancara mendalam (in-depth interview) untuk menggali secara langsung pengalaman dan pandangan informan mengenai modal sosial yang mereka miliki dan terapkan; (2) observasi partisipatif untuk mengamati secara langsung dinamika interaksi sosial di lingkungan Pasar Selasa; dan (3) dokumentasi untuk mengumpulkan data sekunder berupa catatan, laporan, dan data dari pengelola pasar. Validitas data diuji menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data dari informan yang berbeda, dan triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap, yaitu reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification). Dalam reduksi data, peneliti memilah, merangkum, dan memfokuskan data sesuai dengan tema penelitian. Dalam penyajian data, peneliti menyajikan informasi dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis. Terakhir, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pola-pola dan kategori yang ditemukan dari data lapangan.

HASIL & PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi dan Informan Penelitian

Pasar Selasa Panam berlokasi di Jalan HR Soebrantas, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Pasar ini beroperasi setiap hari mulai pagi hingga siang hari, namun puncak kegiatannya terjadi pada hari Selasa. Fasilitas pasar mencakup kios, los, dan area terbuka. Los daging menjadi salah satu area tersibuk karena komoditas daging sapi, ayam, dan ikan menjadi kebutuhan pokok masyarakat setempat. Berdasarkan keterangan pengurus pasar, terdapat sekitar 8 meja pedagang daging sapi aktif, dengan 3 meja tambahan yang ditempatkan di luar los karena keterbatasan tempat.

Profil penjual daging sapi di Pasar Selasa sebagian besar berjenis kelamin laki-laki dengan kisaran usia 23 hingga 47 tahun. Lama berjualan bervariasi, dari 2 tahun hingga 10

tahun, dengan mayoritas berasal dari Sumatera Barat (etnis Minangkabau) dan sebagian dari Pekanbaru. Kesamaan latar belakang etnis ini menjadi faktor penting dalam pembentukan modal sosial, khususnya dalam hal solidaritas dan kepercayaan antarsesama pedagang. Status los yang dimiliki atau disewa juga menunjukkan tingkat komitmen dan kestabilan usaha mereka. Berikut rekapitulasi profil penjual daging sapi yang menjadi informan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Profil Penjual Daging Sapi di Pasar Selasa (Informan Penelitian)

Nama	Usia	Lama Berjualan	Status Los	Asal Daerah
Zul	29 thn	2 tahun	Milik	Padang
Nopi	27 thn	6 tahun	Sewa	Sumatera Barat
Renaldi	23 thn	2 tahun	Sewa	Pekanbaru
Reza	25 thn	2 tahun	Sewa	Pekanbaru
Anto	47 thn	8 tahun	Milik	Sumatera Barat
Rizal	24 thn	5 tahun	Milik	Pekanbaru
Adi	35 thn	10 tahun	Milik	Pekanbaru
Andrea	25 thn	5 tahun	Sewa	Sumatra barat

Sumber: UPT Pasar Selasa, 2025 (diolah peneliti)

Dari tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar pedagang masih tergolong muda, yang menunjukkan bahwa usaha penjualan daging sapi masih menjadi pilihan yang menjanjikan bagi generasi muda. Pedagang dengan lama berjualan yang lebih panjang, seperti Adi (10 tahun) dan Anto (8 tahun), cenderung memiliki jaringan sosial yang lebih luas dan kepercayaan yang lebih kuat dari pemasok maupun pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa modal sosial bersifat kumulatif dan terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Modal Sosial Penjual Daging Sapi di Pasar Selasa **Jaringan Sosial (Networks)**

Jaringan sosial merupakan elemen modal sosial pertama yang terbentuk dan dimanfaatkan oleh penjual daging sapi di Pasar Selasa. Berdasarkan hasil penelitian, jaringan sosial ini terbentuk dalam tiga pola utama: jaringan antara pedagang dengan pemasok/agen, jaringan antarsesama pedagang, dan jaringan antara pedagang dengan pelanggan.

Jaringan antara pedagang dan pemasok merupakan hubungan yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan usaha. Hampir seluruh penjual daging sapi di Pasar Selasa mendapatkan pasokan dari Rumah Potong Hewan (RPH) di kawasan Cipta Karya, Pekanbaru. Mayoritas pedagang telah memiliki pemasok tetap yang dipilih berdasarkan kecocokan harga, kualitas daging, dan faktor kedekatan personal termasuk kesamaan daerah asal atau hubungan kekerabatan. Jaringan ini tidak bersifat formal dan tidak dilandasi kontrak tertulis, melainkan bertumpu sepenuhnya pada kepercayaan yang telah terbangun melalui pengalaman transaksi berulang. Sistem pembayaran tertunda (bon) yang diberlakukan pemasok kepada pedagang hanya dimungkinkan karena adanya kepercayaan yang kuat. Salah satu informan (Anto, 47 tahun) menyatakan bahwa ia sudah delapan tahun mengambil daging dari pemasok yang sama, dan hubungan tersebut sudah seperti mitra bisnis yang saling percaya.

Jaringan antarsesama pedagang daging sapi di Pasar Selasa diwarnai oleh semangat solidaritas yang kuat, terutama di antara pedagang yang berasal dari etnis Minangkabau. Solidaritas ini terwujud dalam beberapa bentuk konkret, antara lain: saling berbagi informasi mengenai harga daging di tingkat pemasok, meminjamkan stok daging ketika salah satu pedagang kehabisan persediaan namun masih ada permintaan dari pembeli, serta memberikan

pinjaman modal darurat tanpa bunga kepada sesama pedagang yang membutuhkan. Pengurus pasar mengonfirmasi pola ini: ketika stok satu meja habis, pedagang akan mengambil dari meja kawannya untuk melayani pembeli yang masih ada. Pola jaringan ini mencerminkan modal sosial ikatan (*bonding social capital*) dalam terminologi Putnam, yaitu jaringan yang kuat dan eksklusif di dalam kelompok yang memiliki kesamaan latar belakang.

Jaringan antara pedagang dengan pelanggan terbentuk melalui hubungan langganan yang berkelanjutan. Pelanggan tetap di Pasar Selasa sebagian besar adalah pelaku usaha kuliner seperti warung makan, pedagang bakso, dan jasa katering yang membutuhkan pasokan daging sapi secara rutin setiap hari atau setiap dua hari sekali. Mereka cenderung membeli dari satu penjual yang sama karena sudah menemukan kecocokan dalam hal kualitas daging, cara pemotongan, dan kepercayaan terhadap kejujuran pedagang. Pelanggan dengan usaha bakso, misalnya, sangat memperhatikan tekstur dan kandungan lemak daging karena berpengaruh langsung pada kualitas produk yang mereka jual. Hubungan langganan ini menciptakan kepastian pendapatan bagi pedagang sekaligus kemudahan akses bagi pelanggan. Jaringan antara pedagang dengan pihak luar komunitas ini merupakan wujud dari modal sosial penghubung (*bridging social capital*).

Norma Sosial (Norms)

Norma sosial merupakan elemen modal sosial kedua yang berperan penting dalam mengatur perilaku pedagang di Pasar Selasa. Norma-norma ini bersifat tidak tertulis namun dipatuhi secara bersama oleh semua pelaku pasar sebagai landasan moral dalam aktivitas perdagangan. Berdasarkan hasil penelitian, setidaknya terdapat tiga kelompok norma yang berlaku di lingkungan perdagangan daging sapi Pasar Selasa.

Pertama, norma kejujuran dalam timbangan dan kualitas. Kejujuran dalam menimbang daging menjadi standar moral yang paling fundamental dan dijaga ketat oleh para pedagang. Pedagang yang terbukti curang dalam timbangan akan kehilangan kepercayaan pelanggannya secara permanen. Selain itu, kejujuran dalam menginformasikan kualitas daging misalnya menjelaskan bagian mana yang cocok untuk sate, bakso, atau giling menjadi kebiasaan yang diapresiasi oleh pelanggan. Salah satu pelanggan (Suti, 48 tahun, pedagang bakso) menyatakan bahwa penjual langganannya selalu terbuka dalam menjelaskan kondisi daging: memberi tahu bagian mana yang baru masuk, mana yang lebih cocok untuk digiling, dan sebagainya.

Kedua, norma etika dalam persaingan. Di antara sesama pedagang daging sapi, terdapat kesepakatan tidak tertulis untuk tidak menjatuhkan harga secara drastis dalam kondisi normal. Pengurus pasar menjelaskan bahwa pihaknya secara aktif memantau harga bahan pokok dan akan memberikan teguran kepada pedagang yang menjatuhkan harga di luar kewajaran. Penurunan harga yang diperbolehkan hanya terjadi menjelang akhir hari ketika daging sudah tidak lagi segar dan berisiko busuk kondisi yang dianggap wajar dan dipahami oleh seluruh pedagang sebagai langkah untuk meminimalkan kerugian, bukan sebagai tindakan persaingan tidak sehat.

Ketiga, norma pelayanan dan etika dalam interaksi. Pengelola pasar menerapkan slogan "5S" (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, Santun) sebagai pedoman pelayanan bagi seluruh pedagang. Norma ini mendorong terbangunnya suasana pasar yang ramah dan nyaman, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan. Dalam hubungan dengan pemasok, norma berupa komitmen membayar tepat waktu menjadi landasan kepercayaan yang sangat dihargai. Pelanggaran terhadap komitmen ini berpotensi memutuskan hubungan dagang yang sudah lama terjalin.

Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan merupakan elemen modal sosial ketiga dan sekaligus menjadi fondasi yang mengikat seluruh jaringan sosial dan menjaga norma tetap berlaku. Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan di antara pelaku pasar daging sapi Pasar Selasa tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses akumulasi pengalaman yang panjang dan konsisten.

Kepercayaan dari pemasok kepada pedagang merupakan bentuk kepercayaan yang paling bernilai secara ekonomi, karena memungkinkan berlangsungnya sistem bon (pembayaran tertunda). Ketika pedagang berhasil membuktikan diri sebagai mitra yang dapat diandalkan konsisten membayar tepat waktu, tidak pernah berselisih soal kualitas barang, dan menjaga komunikasi dengan baik pemasok akan memberikan kemudahan berupa toleransi waktu pembayaran. Ini sangat membantu pedagang dalam mengelola arus kas usahanya, terutama pada saat harga daging sedang tinggi atau penjualan sedang lesu.

Kepercayaan antarsesama pedagang terbangun melalui solidaritas kolektif yang diperkuat oleh kesamaan latar belakang etnis. Rasa senasib dan sepenjuangan sebagai pedagang kecil di lingkungan pasar yang sama menciptakan ikatan emosional yang mendorong perilaku saling membantu. Ketika seorang pedagang menghadapi kesulitan baik karena kekurangan stok, masalah keuangan, atau gangguan usaha lainnya pedagang lain dari komunitas yang sama akan memberikan pertolongan tanpa pamrih, baik berupa pinjaman daging, informasi, maupun dukungan moral.

Kepercayaan dari pelanggan kepada pedagang terbentuk melalui konsistensi dalam dua hal utama: kualitas daging dan kejujuran dalam bertransaksi. Pelanggan yang sudah bertahun-tahun berlangganan kepada seorang pedagang akan tetap loyal bahkan ketika harga daging sedang naik, karena mereka memprioritaskan keandalan dan kepastian kualitas. Seorang pelanggan (Suti) mengungkapkan bahwa ia sudah berlangganan di Pasar Selasa sejak tahun 2006 dan tidak berpindah penjual karena sudah menemukan kecocokan kualitas daging untuk usaha baksonya. Kepercayaan semacam ini sangat bernilai bagi pedagang karena menjamin stabilitas pendapatan dalam jangka panjang.

Kendala dalam Penerapan Modal Sosial

Kendala dalam Jaringan

Kendala pertama yang dihadapi penjual daging sapi berkaitan dengan jaringan sosial mereka. Keterbatasan jaringan pemasok menjadi masalah utama: sebagian besar pedagang hanya memiliki satu atau dua pemasok tetap, sehingga ketika pemasok tersebut mengalami gangguan baik karena keterlambatan pasokan, kenaikan harga mendadak, atau masalah operasional di RPH pedagang kesulitan mencari sumber pasokan alternatif dengan cepat. Kondisi ini menciptakan ketergantungan yang berpotensi merugikan.

Selain itu, persaingan dalam memperebutkan posisi lapak yang strategis juga menimbulkan gesekan dalam jaringan antarpedagang. Pengurus pasar mengakui adanya "kecemburuan sosial" di antara pedagang yang merasa posisi lapaknya kurang strategis dibandingkan milik pedagang lain. Pedagang yang berjualan di posisi lebih strategis cenderung mendapat lebih banyak pembeli, sementara yang di posisi kurang strategis merasa dirugikan. Kondisi ini dapat mengikis rasa solidaritas dan memperlemah jaringan antarpedagang.

Kendala dalam Norma

Kendala dalam norma terutama berkaitan dengan inkonsistensi penerapan aturan tidak tertulis di lingkungan pasar. Salah satu kasus yang paling sering menimbulkan ketegangan adalah praktik penurunan harga yang tidak terkendali. Meskipun secara norma penurunan harga di penghujung hari dapat diterima, ada pedagang yang menurunkan harga lebih awal atau dalam jumlah yang terlalu signifikan, sehingga dianggap merugikan pedagang lain. Perbedaan

persepsi mengenai kapan dan seberapa besar penurunan harga yang dianggap wajar menciptakan potensi konflik yang terus-menerus.

Selain itu, terdapat perbedaan standar dalam hal kualitas daging yang dijual, terutama menyangkut tingkat kesegaran dan komposisi lemak. Perbedaan ini kadang menimbulkan persepsi tidak fair di antara pedagang, karena pelanggan yang lebih kritis akan cenderung berpindah ke pedagang yang konsisten menjaga kualitas, sementara pedagang lain merasa persaingan menjadi tidak seimbang.

Kendala dalam Kepercayaan

Kendala terbesar dalam kepercayaan berasal dari faktor eksternal, yaitu fluktuasi harga daging sapi yang tidak dapat diprediksi. Kenaikan harga yang mendadak, terutama menjelang hari besar keagamaan seperti Ramadan dan Lebaran, memaksa pedagang menaikkan harga jual kepada pelanggan. Pelanggan yang tidak memahami kondisi ini seringkali merasa kecewa dan mulai mempertanyakan kejujuran pedagang, padahal kenaikan harga merupakan akibat dari naiknya harga di tingkat pemasok.

Kendala lain dalam kepercayaan adalah sulitnya membangun kepercayaan awal dengan pelanggan baru atau pemasok baru. Proses membangun kepercayaan memerlukan waktu yang panjang dan tidak dapat dipaksakan. Pelanggan baru cenderung berhati-hati dalam memilih pedagang, melakukan uji coba berulang sebelum memutuskan untuk menjadi pelanggan tetap. Hal ini menciptakan periode rentan bagi pedagang terutama yang baru memulai usaha di mana mereka belum memiliki basis pelanggan tetap yang cukup untuk menjamin stabilitas pendapatan.

Modal Sosial Penjual Daging Sapi dalam Perspektif Robert Putnam

Mengacu pada teori Robert D. Putnam, modal sosial yang dimiliki penjual daging sapi di Pasar Selasa dapat dipetakan ke dalam dua bentuk utama yang saling melengkapi. Modal sosial ikatan (*bonding social capital*) sangat kuat terlihat dalam relasi antarsesama pedagang, terutama di antara mereka yang berasal dari etnis Minangkabau atau memiliki hubungan kekerabatan. Ikatan ini menciptakan rasa solidaritas yang tinggi, terwujud dalam berbagi informasi harga, meminjamkan stok daging, dan bahkan memberikan bantuan modal. *Bonding capital* ini menjadi "jaring pengaman" sosial yang efektif ketika pedagang menghadapi risiko ekonomi.

Modal sosial penghubung (*bridging social capital*) terlihat jelas dalam jaringan yang dibangun antara pedagang dengan pemasok dari luar komunitas mereka yaitu pemilik atau agen RPH serta dengan pelanggan dari berbagai latar belakang. *Bridging capital* ini membuka akses pedagang terhadap sumber daya ekonomi yang lebih luas: pasokan daging yang teratur, informasi harga pasar dari tingkat produsen, serta pasar yang lebih luas melalui pelanggan tetap dari kalangan pelaku usaha kuliner.

Kombinasi antara *bonding* dan *bridging capital* inilah yang menciptakan ekosistem perdagangan daging sapi yang tangguh di Pasar Selasa. Ketika *bonding capital* memberikan rasa aman dan solidaritas di dalam komunitas pedagang, *bridging capital* membuka peluang dan akses ke dunia yang lebih luas. Kedua bentuk modal sosial ini, yang dimediasi oleh norma sosial dan ditopang oleh kepercayaan, menjadi faktor penentu keberhasilan dan ketahanan usaha penjual daging sapi dalam menghadapi dinamika ekonomi pasar tradisional.

Temuan ini sejalan dengan argumen Putnam bahwa komunitas dengan modal sosial yang kuat mampu mengatasi masalah aksi kolektif dan menciptakan koordinasi yang efisien. Bagi penjual daging sapi yang beroperasi tanpa dukungan sistem formal, modal sosial menjadi infrastruktur sosial yang sesungguhnya menggantikan kontrak, bank, dan asuransi dengan

kepercayaan, norma, dan jaringan yang dibangun dari interaksi sehari-hari.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik beberapa Kesimpulan yang berkaitan dengan “Modal Sosial Penjual Daging Sapi Di Pasar Selasa Kota Pekanbaru” adalah sebagai berikut:

1. Modal sosial penjual daging sapi di Pasar Selasa Kota Pekanbaru terbentuk melalui tiga elemen utama yang saling terkait. Jaringan sosial mencakup hubungan dengan pemasok dari Rumah Potong Hewan (RPH), antarsesama pedagang, dan dengan pelanggan tetap. Jaringan ini terjalin melalui interaksi berulang dan konsisten dalam jangka waktu yang panjang. Norma sosial berupa kejujuran dalam timbangan dan kualitas daging, etika persaingan yang sehat, serta standar pelayanan yang ramah menjadi aturan tidak tertulis yang dijaga bersama oleh seluruh pelaku pasar. Kepercayaan merupakan fondasi utama dari seluruh modal sosial, tumbuh secara bertahap melalui konsistensi dan rekam jejak yang baik dalam setiap transaksi.
2. Modal sosial di Pasar Selasa berkembang dalam dua bentuk yang saling melengkapi: modal sosial ikatan (*bonding*) yang terlihat dari solidaritas kuat antarsesama pedagang berbasis kesamaan etnis dan kekerabatan, serta modal sosial penghubung (*bridging*) yang terlihat dari jaringan pedagang dengan pemasok dan pelanggan dari luar komunitas. Kombinasi keduanya menciptakan ekosistem perdagangan yang tangguh dan mampu bertahan di tengah tekanan ekonomi.
3. Dalam penerapannya, modal sosial menghadapi beberapa kendala, yaitu keterbatasan pemasok alternatif yang menciptakan ketergantungan, persaingan lokasi lapak yang berpotensi mengikis solidaritas, inkonsistensi norma harga yang menimbulkan ketegangan, serta fluktuasi harga daging yang merusak kepercayaan pelanggan. Meskipun demikian, modal sosial tetap terbukti efektif sebagai pengganti modal finansial (*capital substitute*) dan penstabil risiko (*risk stabilizer*) bagi pedagang informal di pasar tradisional.

Berdasarkan temuan ini, penelitian merekomendasikan agar pengelola Pasar Selasa dan Pemerintah Kota Pekanbaru tidak hanya fokus pada pemberian bantuan finansial kepada pedagang, tetapi juga secara aktif memfasilitasi penguatan modal sosial melalui program-program yang mendorong interaksi positif antarpedagang, seperti forum komunikasi rutin, pelatihan bersama, dan pengembangan komunitas pedagang. Selain itu, perlu adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas dan cepat untuk mengatasi konflik yang muncul akibat kendala dalam jaringan, norma, maupun kepercayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Pramesti, & Effendi, S. (2025). Karakteristik Sektor Informal dan Strategi Bertahan Hidup Pelaku Usaha Kecil di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 12(1), 45–62.
- Arifin, Z., & Rosyadi, K. (2024). Jaringan dan Kepercayaan: Modal Sosial Pemasaran Industri Rumah Tangga Kerupuk Sagu di Pamekasan. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 13(02), 213–224. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v13i02.72214>
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- BPS. (2023). *Statistik Perdagangan Eceran Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.

- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Kota Pekanbaru. (2022). Data Pasar Tradisional Kota Pekanbaru 2022. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Kota Pekanbaru. (2025). Data Harga Komoditas Daging Sapi di Pasar Tradisional Pekanbaru. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru.
- Ermayanti, & Hidir, A. (2023). Modal Sosial Pedagang Buah di Pasar Pagi Cik Puan Kota Pekanbaru. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/concept.v2i2>
- Field, J. (2003). *Social Capital*. Routledge.
- Ketjil, M., Harianti, A., & Putro, H. P. N. (2022). Pasar Tradisional sebagai Ruang Sosial Ekonomi: Kajian Sosiologis. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(2), 78–95.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). Laporan Perkembangan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Indonesia. Kementerian Perdagangan RI.
- Komalasari, F., Akbar, T., & Santosa, H. (2023). Pedagang Pasar sebagai Aktor Sosial: Kajian Sosiologi Ekonomi. *Jurnal Studi Pembangunan*, 9(1), 34–50.
- Mei, L., Rahayuningsih, S., & Supriyanto. (2024). Dinamika Persaingan Pedagang di Pasar Tradisional Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 112–130.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nazella, L., & Hidir, A. (2023). Modal Sosial Pedagang Durian di Kota Pekanbaru. *SEMAR: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://jurnal.kalimasadagroup.com/index.php/SEMAR/article/view/51>
- Pitoyo, A. J. (2016). Dinamika Sektor Informal di Indonesia: Prospek, Perkembangan, dan Kedudukannya dalam Sistem Ekonomi Makro. *Populasi*, 15(1), 1–18.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Putro, H. P. N., Rusmaniah, Abbas, E. W., Subiyakto, B., & Putra, M. A. H. (2022). Peran Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM Kerajinan di Kampung Purun. *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*, 7(3), 203–209.
- Sari, D., & Nugraha, A. (2023). Keunggulan Pasar Tradisional dalam Perspektif Modal Sosial. *Jurnal Studi Pembangunan*, 9(1), 34–50.
- Sinaga, P., Harahap, R., & Manalu, S. (2021). Pola Konsumsi Daging Sapi di Wilayah Perkotaan Indonesia. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 23(3), 201–215.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- UPT Pasar Selasa. (2025). Data Pedagang Daging Sapi di Pasar Selasa Panam. Unit Pelaksana Teknis Pasar Selasa Kota Pekanbaru.