

**PERAN MODAL SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN BISNIS PEDAGANG
PASAR GIWANGAN KOTA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Keilmuan Sosiologi

Disusun Oleh:

Galih Muhammad Fathurrahim

NIM 18107020046

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-396/Un.02/DSH/PP.00.9/05/2023

Tugas Akhir dengan judul : PERAN MODAL SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN BISNIS PEDAGANG PASAR GIWANGAN KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GALIH MUHAMMAD FATHURRAHIM
Nomor Induk Mahasiswa : 18107020046
Telah diujikan pada : Senin, 20 Maret 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Muryanti, S.Sos., M.A
SIGNED

Valid ID: 6452160931928



Penguji I
Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 64214aa766bfe



Penguji II
Dr. Yayan Suryana, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 645238554e3c



Yogyakarta, 20 Maret 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64531161d5126

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galih Muhammad Fathurrahim

NIM : 18107020053

Jurusan : Sosiologi

Faukltas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya adalah asli hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi atau karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Yogyakarta, 5 Desember 2022

Yang menyatakan,



Galih Muhammad Fathurrahim

NIM. 18107020046

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengatakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Galih Muhammad Fathurrahim

NIM : 18107020046

Prodi : Sosiologi

Judul : Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan Kota Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Maret 2023

Pembimbing,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA


Dr. Muryanti, S. Sos., M. A.

NIP. 19800829 200901 2 005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk

Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Serta kepada

Kedua Orang Tua Penulis

dan

Orang-Orang Yang Selalu Mendukung Peneliti Disetiap Kesempatan



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Bukan masalah siapa yang lebih dahulu dan yang tertinggal, masalahnya adalah
pemikiran kita akan standar hidup”



KATA PENGANTAR

Assalamualiakum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan Kota Yogyakarta". Tidak lupa sholawat serta salam tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak lepas dari berbagai pihak yang senantiasa mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perkenankan penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phill. Al Makin, S.Ag., M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochammad Sodiq, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Muryanti, S.Sos., M.A., selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Achmad Zainal Arifin, M.A., Ph. D., selaku Dosen Penasihat Akademik. Saya mengucapkan terimakasih banyak atas segala bimbingan dan arahnya dalam hal akademik selama saya menjalani kuliah di Program Studi Sosiologi.
5. Ibu Dr. Muryanti, S.Sos., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih telah meluangkan waktu dan tenaga serta selalu sabar dalam mengarahkan peneliti menulis skripsi sehingga peneliti bisa menyelesaikan perkuliahan.
6. Kedua orangtua Bapak Agus Miranto dan Ibu Pancer Isterina yang telah merawat dan mendukung penulis, dan tidak lupa memberikan motivasi dan dukungan penuh kepada peneliti.
7. Seseorang yang spesial dan selalu mendukung serta membantu peneliti, Ayu Rakhmah Nur Ansori dan terimakasih telah menjadi penyemangat dari awal masa studi hingga akhir yang masih berlanjut hingga sekarang.
8. Keluarga Besar Partowiyoto, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan dukungan dan motivasi.
9. Teman-teman di PK IMM FISHUM 2018-2020 yang telah menjadi tempat penulis untuk belajar tentang organisasi, perjuangan, dan dinamika kampus selama perkuliahan.
10. Teman-teman Program Studi Sosiologi angkatan 2018, terutama teman-teman Sosiologi B 2018.

11. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi yang senantiasa membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi ini.

12. Seluruh Informan dan Pihak yang membantu dalam penelitian ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga dukungan, bantuan, masukan, kritik serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang sesuai dan setimpal serta menjadi kebaikan di hadapan Allah SWT. Akhir kata, penulis sekali lagi mengucapkan banyak terimakasih.

Wassalamualiakum Wr. Wb.

Bantul, 30 Desember 2022

Penyusun



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Galih Muhammad Fathurrahim

NIM. 18107020046

ABSTRAK

Modal sosial membuat perilaku antar individu satu dengan yang lainnya berbeda, perbedaan tersebut didasari oleh pemaknaan setiap individu atas tindakan sosial yang diterimanya. Pasar Giwangan didirikan sebagai tempat relokasi pedagang yang sebelumnya berjualan di kawasan Shopping Center. Hal ini membentuk pola interaksi yang berbeda jika dibandingkan pasar tradisional lainnya. Menggunakan modal sosial bagi pedagang merupakan hal yang tidak dapat dihindari, modal sosial dapat memudahkan proses interaksi antar sesama pedagang karena adanya kebutuhan. Modal sosial menghasilkan keintiman dalam relasi antar individu. Keintiman tersebut dapat menjadi sarana mobilitas sosial yang baik dan kuat bagi pedagang di Pasar Giwangan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran modal sosial terhadap perkembangan bisnis pedagang Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. Pada penelitian ini peneliti mengangkat tema mengenai modal sosial pada Pedagang Pasar Giwangan Kota Yogyakarta dalam menjalankan bisnis, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan model penelitian riset fenomenologi, penelitian ini menggunakan teori Modal Sosial yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu. Hasil dari penelitian ini didapati bahwa modal sosial memiliki peran yang sangat penting bagi perkembangan bisnis para pedagang di Pasar Giwangan, Modal sosial yang dinilai mempengaruhi perkembangan bisnis pedagang antara lain adalah Koneksi-Jaringan sosial, Kepercayaan, Identitas-Latar belakang, Ketokohan, Modal Ekonomi, Kemampuan (*skill*), dan Hubungan Timbal-balik.

Kata kunci: Modal Sosial, Modal, Pedagang, Peran, Interaksi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan.....	4
D. Manfaat.....	4
E. Kajian Pustaka.....	4
F. Landasan Teori.....	9
G. Metode Penelitian.....	20
H. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	25
A. Letak Geografis.....	25
B. Sejarah Pasar Giwangan.....	28
C. Kondisi Pasar Giwangan.....	33
D. Kondisi Sosial Pedagang.....	36
E. Macam-macam Pedagang di Pasar Giwangan.....	39
F. Profil Informan.....	43

BAB III MODAL SOSIAL PEDAGANG TERHADAP PERKEMBANGAN BISNIS PEDAGANG DI PASAR GIWANGAN KOTA YOGYAKARTA	50
A. Srawung Antar Pedagang	50
1. Aktif Organisasi	51
2. Menghindari Konflik	55
3. Berorientasi Keuntungan	56
B. Hubungan Kekerabatan Pada Pedagang.....	58
1. Bisnis Warisan.....	59
2. Dukungan Kerabat.....	61
C. Sikap Grapyak Pedagang.....	63
D. Branding pada Bisnis Pedagang	65
E. Pengalaman dan Keterampilan Pedagang.....	66
F. Nempil dan Nyampil Sesama Pedagang.....	69
G. Bentuk Perkembangan Bisnis Pedagang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta	71
1. Pendapatan Bertambah	74
2. Jumlah Dagangan Meningkatkan.....	76
3. Harta Bertambah.....	78
BAB IV AKTUALISASI TEORI MODAL SOSIAL PIERRE BOURDIEU DALAM PERAN MODAL SOSIAL DALAM PERKEMBANGAN BISNIS PEDAGANG DI PASAR GIWANGAN	80
A. Integrasi Modal Sosial Pierre Bourdieu di Pasar Giwangan	80
1. Kemampuan Diri	83
2. Kepercayaan	87
3. Jaringan Sosial.....	89
B. Perkembangan Bisnis Pedagang di Pasar Giwangan.....	92
1. Pertumbuhan Omzet	92
2. Peningkatan Jumlah dagangan	94
3. Penambahan Jumlah Aset.....	94
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96

B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
DAFTAR LAMPIRAN.....	102



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	102
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	108
Lampiran 3 Catatan Harian Lapangan	199
Lampiran 4 Dokumentasi.....	203
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	209
Lampiran 6 Curriculum Vitae.....	211



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar Tradisional adalah sebuah tempat manusia untuk bertemu dan melakukan pertukaran, baik itu pertukaran barang fisik maupun jasa. Definisi pasar menurut PERPRES No. 112 Tahun 2007 Pasal 1 poin 2 merupakan tempat atau wilayah yang dikelola oleh pemerintah baik melalui dinas perdagangan, maupun pemerintah daerah yang bekerja sama dengan pedagang kecil-menengah sebagai ruang perdagangan dan penggerak ekonomi. Sebagai sarana pemenuhan kebutuhan rakyat, dengan adanya proses tawar menawar untuk mencapai kesepakatan dapat dipahami sebagai konsep jual beli di pasar.¹

Kondisi pasar tradisional di Indonesia identik dengan lingkungan kumuh dan kurang tertata baik dalam pengelolaan administrasi maupun kebersihan lingkungannya, menurut data Kementerian Perdagangan setidaknya terdapat 16.175 Pasar Tradisional di seluruh Indonesia namun hanya 53 diantaranya yang memenuhi standar.² Adanya proses sosial menghasilkan modal sosial di lingkungan pasar, berbagai masalah bagi para pedagang terkait dengan pengelolaan pasar seperti relokasi, revitalisasi, menjadi hal yang lumrah terjadi. Sehingga pedagang “dipaksa” untuk siap beradaptasi dengan kebijakan pemerintah.³ Hal ini dapat dilihat melalui berbagai isyarat dalam komunikasi antar pedagang maupun pembeli yaitu dengan melihat tingkat keakraban dan

¹ KEMENKUMHAM RI, ‘Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern’ (KEMENKUMHAM RI, 2007) <<https://www.bphn.go.id/data/documents/07pr112.pdf>> [accessed 10 September 2022].

² Iim Fathimah Timorria, ‘Dari 16.175 Pasar Tradisional, yang Sudah SNI Baru 53 Unit’, *Bisnis.com* (Jakarta, Desember 2021) <<https://ekonomi.bisnis.com/read/20211208/12/1475409/dari-16175-pasar-tradisional-yang-sudah-sni-baru-53-unit>>.

³ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional* (Gramedia Pustaka Utama, 2013).

solidaritas (*solidarity*). Pedagang cenderung membentuk kelompok yang mampu mewedahi aspirasi serta melindungi mereka secara tidak langsung, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang antara lain adalah bahasa, status sosial, sikap, hingga hal-hal yang bersifat fisik dalam diri kita seperti jenis kelamin akan sangat mempengaruhi perilaku individu maupun kelompok di masyarakat.⁴ Dengan adanya solidaritas, jaringan informasi, relasi dengan pemangku kebijakan maka tidak heran banyak pedagang mampu bertahan hingga bertahun-tahun lamanya meskipun berada pada lingkungan yang kurang mendukung.

Seiring berkembangnya waktu, modal tidak hanya dimengerti sebagai sesuatu yang berupa benda atau fisik. Namun saat ini modal juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang bernilai bagi manusia seperti garis keturunan, ilmu pengetahuan atau pendidikan, keahlian, keluarga, dan lain sebagainya.⁵ Ikatan sosial yang terbentuk antar individu karena adanya proses sosial sangat mempengaruhi modal sosial dalam kegiatan jual beli pedagang. Hal ini mendorong adanya perilaku yang didasari oleh pemaknaan khusus manusia, sehingga menghasilkan relasi sosial yang kuat dalam diri individu dalam berinteraksi dengan sesamanya. Di Pasar Induk Sayur dan Buah Giwangan yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki ciri khas tersendiri. Giwangan menjadi pasar yang mewedahi hasil bumi di daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah terutama Magelang, Wonosobo, Purworejo, Brebes, Klaten, Wonogiri, dan daerah sekitarnya. Pasar ini memiliki keunikan diantara pasar yang lain yang ada di Yogyakarta yaitu menjadi pasar induk bagi komoditas sayuran dan buah di wilayah DIY (selain Pasar Gamping untuk pasar buah).

Giwangan menjadi tempat relokasi bagi pedagang yang berjualan di daerah Shopping Centre dan Jalan Sriwedari serta berdekatan dengan Pasar Beringharjo. Dengan adanya relokasi maka para pedagang didorong untuk mempertahankan

⁴ Dita Chrysan Theum and Gigit Mujianto, 'Basilek Sebagai Representasi Kekuasaan Dan Keakraban Dalam Tutar Penolakan Pada Interaksi Jual-Beli Pasar Tradisional', *Jurnal Skripta*, 6.2 (2020), Hal-2.

⁵ SUNYOTO USMAN, *Esai-esai Sosiologi Perubahan Sosial*, Cet.1. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), Hal- 3-4.

usahanya ketika terjadi relokasi, kebijakan tersebut dimaksudkan agar kawasan Jalan Sriwedari menjadi wilayah yang bersih dan tidak kumuh. Dengan begitu upaya relokasi tidak bisa dihindari lagi, tentu adanya kebijakan pasar induk buah dan sayuran merupakan langkah tepat dalam menarik pedagang untuk setuju berpindah dari tempat sebelumnya. Hal ini dikarenakan dengan adanya kebijakan tersebut Pasar Giwangan menjadi tempat khusus bagi komoditas sayuran dan buah hasil dari kebijakan tersebut mengakibatkan harga yang berada di pasaran menjadi lebih terkendali terutama untuk wilayah Kota Yogyakarta. Letaknya yang berada di perbatasan antara Kota Madya (Jogja) dengan Kabupaten Bantul dinilai cukup strategis, mengingat sayuran dan buah untuk wilayah ini rata-rata berasal dari daerah Jawa Tengah (Magelang, Wonosobo, Purworejo). Sehingga Giwangan menjadi titik temu strategis tempat dimana *Supplier* mendistribusikan barang ke pedagang tidak hanya di Pasar Giwangan namun juga pasar tradisional di sekitarnya.

Dengan menjadi pusat distribusi komoditas sayur dan buah, Pasar Giwangan menjadi tempat berkumpulnya pedagang dari berbagai daerah, serta menjadi modal bagi para pedagang dengan memanfaatkan relasi yang mereka miliki untuk mempertahankan bisnisnya. Interaksi tersebut menghasilkan adanya ikatan sosial antar pedagang dan beberapa kelompok sosial lain seperti *supplier*, kuli gendong, tukang becak, dan lain sebagainya. Di Pasar Giwangan pedagang pindahan Shopping Centre dan Jalan Sriwedari memiliki modal dalam berbisnis di lingkungan ini. Berbeda dengan pedagang baru yang masuk ke dalam lingkungan Pasar Giwangan, paling tidak mereka harus mampu secara ekonomi yang diikuti dengan pengembangan modal sosial ketika mengembangkan bisnis mereka. Dalam interaksi yang intens tersebut pengaruh *social capital* menjadi penting bagi pedagang. Adanya modal yang tidak hanya bersifat materi memberikan kemudahan bagi pedagang dalam berinteraksi dengan sesamanya. Terutama dalam hubungan timbal balik antar pelaku usaha, serta perlu adanya sesuatu yang bernilai dan bermakna bagi manusia sebagai simbol dalam berinteraksi dengan sesamanya. Adanya keterkaitan antara pengaruh peran modal sosial dengan

perkembangan bisnis para pedagang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta merupakan upaya pedagang untuk memepertahankan usahanya melalui pemanfaatan jaringan sosial yang mereka miliki.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana peran modal sosial terhadap perkembangan bisnis pedagang di Pasar Tradisional Giwangan Yogyakarta?

C. Tujuan

Untuk mengetahui peran modal sosial terhadap perkembangan bisnis pedagang di Pasar Tradisional Giwangan Kota Yogyakarta.

D. Manfaat

Manfaat teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menjadi referensi tentang pasar tradisional dan modal sosial.
2. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber data dalam penelitian maupun kajian yang berkaitan dengan pasar tradisional dan interaksi sosial para pedagang.

Manfaat Praktis

1. Menambah pengetahuan tentang pemanfaatan modal sosial pada pedagang pasar tradisional.
2. Memahami interaksi sosial antar pedagang di pasar tradisional.
3. Memberikan gambaran tentang kehidupan sosial pedagang di pasar tradisional.

E. Kajian Pustaka

Sebelum penelitian ini dilakukan peneliti telah menemukan beberapa penelitian yang serupa dan memiliki pembahasan tentang modal sosial serta pasar tradisional. Sehingga secara tidak langsung penelitian ini dapat saling berkaitan serta dapat memperkaya referensi penelitian ini dan penelitian selanjutnya:

Referensi penelitian ini akan lebih mengkrucut pada judul penelitian ini, yaitu mengenai modal sosial dan pasar tradisional. Pada penelitian yang pertama berjudul “Analisis Peran Modal Sosial dalam Keberlangsungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Legi di Kota Surakarta)” dalam penelitian ini Indah Rosita menggunakan metode kualitatif dengan model studi kasus dalam melakukan penelitian skripsi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran modal sosial dalam keberlangsungan usaha pedagang Pasar Legi Kota Surakarta, sehingga ditemukan bahwa aksi-aksi ekonomi dapat dikaitkan dengan asosiasi dalam relasi sosial para pedagang, mengekspos keterkaitan antara hubungan-hubungan interpersonal melalui modal sosial juga dilakukan dalam penelitian ini. Dan aksi-aksi ekonomi tersebut meliputi permodalan, pemasaran dan sumber daya manusia yang berkaitan langsung dengan norma, kepercayaan, partisipasi dalam jaringan (*solidarity*), dan hubungan timbal balik antar pedagang maupun jaringan sosial lainnya yang mengakibatkan usaha pelaku Pasar Legi Kota Surakarta tetap berjalan.⁶

Penelitian selanjutnya mengenai pasar dan modal sosial yang keempat berjudul “Persatuan Pedagang Pelataran Pasar Klewer (P4K) Surakarta Sebagai Sumber Modal Sosial Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Pasca Revitalisasi” dalam Jurnal karya Ambarwati Mawaddatturrohmah yang meneliti tentang peran Peran Pedagang Pelataran Pasar Klewer dalam mempertahankan usahanya pasca revitalisasi dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang menunjukkan hasil penelitian bahwa P4K memiliki peran penting bagi para pedagang pelataran, setidaknya terdapat dua tipe peran yaitu inklusif dan eksklusif. Pada peran inklusif P4K mampu menghubungkan pedagang pelataran dengan berbagai komunitas lain yang merasakan dampak dan memberikan dukungan serta pada dampak eksklusif P4K mampu membangun solidaritas yang kuat antar sesama pedagang yang terdampak. Kehadiran P4K ini dinilai mampu menjadi modal sosial bagi pedagang pelataran yang

⁶ Indah Rosita, ‘Analisis Peran Modal Sosial Dalam Keberlangsungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Legi Di Kota Surakarta)’, 2019.

mencakup pada kepercayaan, jaringan, norma-sanksi, dan kewajiban-ekspektasi sehingga menjadi jaringan sosial yang kuat dan produktif.⁷

Penelitian yang keenam berjudul “Solidaritas dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern” dalam jurnal karya Arifin G., Trinugraha Y. & Nurhadi N. tentang ikatan pedagang Pasar Legi Surakarta yang menjadi modal sosial bagi pedagang dalam mempertahankan usaha ditengah perkembangan pasar modern. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan model studi kasus, hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kewajiban dan harapan sosial, arus informasi, nilai dan norma merupakan modal sosial yang digunakan oleh pedagang dalam mempertahankan usahanya di Pasar Legi Surakarta. Selain itu IKKAPAGI menjadi wadah bagi para pedagang Pasar Legi dalam meningkatkan kualitas yang berperan sebagai fasilitator dalam memperluas kerjasama dalam upaya mempertahankan bisnis.⁸

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan modal sosial dan pasar berjudul “Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Di Era Globalisasi: studi Kasus Di Pasar Sidayu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik” dalam penelitian ini Afif Pradana P. meneliti tentang modal sosial pedagang kaki lima di era globalisasi di Pasar Sidayu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar modal sosial yang dimiliki pedagang kaki lima. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan Teori Modal Sosial milik Robert D. Putnam, dan didapati hasil penelitian ini adalah bentuk modal sosial dari pedagang kaki lima di Pasar Sidayu terdapat enam macam modal sosial antara lain: pertama, kewajiban dan ekspektasi, kedua, saluran informasi, tiga, norma dan sanksi yang efektif, keempat, relasi yang berwenang, kelima, organisasi sosial yang dapat disesuaikan, keenam, kepercayaan.⁹ Persamaan pada

⁷ Ambarwati Mawaddaturrohmah, ‘Persatuan Pedagang Pelataran Pasar Klewer (P4K) Surakarta Sebagai Sumber Modal Sosial Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Pasca Revitalisasi’, *SOSIALITAS; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, 8.1 (2018).

⁸ Ghoni Arifin, Yosafat Hermawan Trinugraha, and Nurhadi Nurhadi, ‘Solidaritas Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern’, *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7.2 (2021), 112–26.

⁹ Afif Pradana Putra, ‘Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Di Era Globalisasi: Studi Kasus Di Pasar Sidayu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik’, 2019.

keempat penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang modal sosial yang berkaitan dengan keberlangsungan usaha pedagang di pasar tradisional, serta menggunakan metode kualitatif, namun perbedaan dari penelitian ini adalah penggunaan model penelitian studi kasus serta teori yang digunakan.

Dan penelitian yang ketiga berjudul “Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Ruang Publik Untuk Berjualan di Pasar Besar Malang” dalam jurnal penelitian tersebut Nanang S., dkk melakukan penelitian dengan tujuan untuk memahami bagaimana modal sosial dibangun oleh para pedagang kaki lima agar dapat memanfaatkan ruang publik untuk berjualan di Pasar Besar Malang, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif hasil dari penelitian ini adalah terjalinnnya modal sosial kepercayaan antara sesama PKL, pemiliki lahan, serta dinas pasar yang menghasilkan hubungan timbal balik, sehingga pemanfaatan ruang publik yaitu koridor jalan dan tempat parkir di Pasar Besar Malang dapat dilakukan secara maksimal karena adanya penerapan modal sosial oleh para pedagang dan pengelola.¹⁰ Kesamaan pada penelitian ini adalah membahas tentang modal sosial di pasar tradisional serta menggunakan metode kualitatif, dan perbedaan penelitian ini pada subjek penelitian yaitu pedagang kaki lima.

Penelitian yang selanjutnya berjudul “Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang Dalam Memperoleh Lapak Pasca Relokasi Pasar Wage Baru Nganjuk” dalam penelitian skripsi yang ditulis oleh Ervita Nurva S. N. yang menggunakan metode penelitian kualitatif membahas tentang bagaimana modal sosial pedagang yang digunakan untuk memperoleh kios pasca relokasi, dengan menggunakan teori modal sosial menurut Pierre Bordieu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya relasi sosial yang dimiliki pedagang yaitu pihak-pihak yang berwenang (dinas, lurah, dll) sangat berpengaruh pada pembagian kios pasca relokasi, dan kedua belah pihak mendapatkan keuntungan atas

¹⁰ Nanang Setiawan, Sonny Leksono, and Endang Sungkawati, ‘Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Untuk Berjualan Di Pasar Besar Malang’, *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 1.1 (2020), 59–64.

adanya interaksi tersebut.¹¹ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang modal sosial di pasar tradisional serta menggunakan metode kualitatif dan teori modal sosial Pierre Bourdieu, lalu perbedaannya adalah pada fokus penelitiannya yang membahas tentang cara memperoleh lapak.

Penelitian yang selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini berjudul “Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi” dalam jurnal karya K. Setiaji & A.L. Fatuniah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sampel 92 Pedagang Pasar Johar Kota Semarang. Penelitian ini membahas tentang pengaruh modal, lama usaha, dan lokasi terhadap pendapatan Pedagang Pasar Johar di Kota Semarang yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif modal dan lama berdagang terhadap pendapatan pedagang pasar Johar di Kota Semarang.¹²

Penelitian selanjutnya berjudul “Pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung di Propinsi Kalimantan Selatan” dalam penelitian karya Supriyanto, Hasanah, & Mahmudah penelitian ini membahas tentang ketahanan usaha melalui modal sosial pedagang di Pasar Terapung Kalimantan Selatan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dianalisis menggunakan aplikasi Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) V. 3.0. hasil penelitian ini adalah 1) ketahanan usaha melalui modal sosial tidak secara langsung berpengaruh. Namun penggunaan networking diperlukan dalam perluasan usaha para pedagang. 2) ketahanan usaha dapat melalui modal sosial berupa kepercayaan/*trust*. 3) *reciprocity* atau timbal balik juga menjadi ketahanan usaha. 4) *sharing information* menjadi cara

¹¹ Ervita Nurva Setya Ningrum, ‘Modal Sosial, Relokasi Pasar MODAL SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEDAGANG DALAM MEMPEROLEH LAPAK PASCA RELOKASI PASAR WAGE BARU NGANJUK’, *Paradigma*, 10.1 (2021).

¹² Khasan Setiaji and Ana Listia Fatuniah, ‘Pengaruh Modal, Lama Usaha Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi’, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6.1 (2018), 1–14.

mempertahankan usaha melalui modal usaha.¹³ Kedua penelitian ini sama-sama berfokus pada pasar tradisional dan modal, namun perbedaannya adalah pada metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kuantitatif. Posisi penelitian ini sebagai pelengkap dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti berharap dengan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih pemikiran serta gagasan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

F. Landasan Teori

Modal Sosial

Pada kehidupan berbisnis tentunya kita tidak jauh dari kata modal terutama dalam perdagangan, memiliki banyak modal akan memberikan keuntungan lebih. Pada tahun 1980-an konsep Modal juga dikemukakan oleh seorang tokoh sosiolog Perancis yaitu Piere Bourdieu. Dengan tulisannya yang berjudul “*The Forms of Capital*”, tepatnya pada tahun 1986 Bourdieu mendefinisikan modal secara umum menjadi beberapa bagian. Adapun diantaranya modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, serta modal simbolik dalam mendefinisikan modal, modal sosial menjadi topik utama dalam membahas *human capital* yang menjadi pembahasan utama dalam tulisan sosiolog lain pada tahun-tahun setelahnya seperti tulisan Putnam, & Woolcock.¹⁴ Modal Sosial secara umum menurut Usman diartikan sebagai upaya untuk memanfaatkan potensi diri seperti keahlian, skill, pengalaman, bakat, yang dimiliki oleh seorang individu.¹⁵

Awal mula perkembangan konsep modal sosial sebenarnya berangkat dari pemikiran manusia sebagai makhluk sosial atau *zoon politicon*, yaitu sebagai makhluk yang saling bergantung satu sama lain. Hubungan timbal balik antar individu atau dapat diartikan sebagai tindakan sosial yang bersifat kooperatif dan berkelanjutan, tindakan

¹³ Mahmudah Hasanah, ‘Pengaruh Modal Sosial Terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung Di Propinsi Kalimantan Selatan’, 2021.

¹⁴ Pierre Bourdieu, ‘The Forms of Capital’, in *The Sociology of Economic Life* (Routledge, 2018) Hal-20.

¹⁵ SUNYOTO USMAN Hal 3-4.

sosial tersebut dapat berupa kegiatan tolong menolong, kerjasama antar individu, membangun relasi dan jaringan. Pemikiran tentang konsep modal sosial ini telah muncul sejak awal abad ke-20 yang tertulis dalam buku “*The Rural School Community Centre*” yang ditulis oleh Lyda Judsin Hanifan, dalam bukunya Hanifan menyebutkan bahwa modal sosial bukan berarti secara fisik berupa harta, kekayaan, atau benda yang memiliki fisik, bukan pula tentang jumlah uang, namun merujuk pada arti kiasan dari sesuatu hal yang lebih berharga dalam kehidupan seperti nilai serta norma di masyarakat, agama, dan lain sebagainya.

Hanifan menyebutkan beberapa macam modal sosial seperti menjadi pribadi yang baik, memiliki solidaritas tinggi, berempati, serta memiliki hubungan sosial dan kerja sama yang kuat dalam membangun relasi dengan kelompok sosial sebagai bentuk modal sosial.¹⁶ Hal ini juga berlaku di lingkungan bisnis seperti halnya di perkantoran, sekolah, rumah sakit, serta pasar tradisional. Kedekatan antar pedagang secara interpersonal merupakan cara pedagang di pasar mempertahankan eksistensi diri serta bersosial dengan sesama pedagang.

Modal sosial oleh Bourdieu diartikan sebagai cara manusia memanfaatkan keseluruhan sumber daya yang dimiliki oleh setiap individu maupun kelompok, sumber daya ini meliputi sumber daya baik secara langsung atau aktual maupun yang masih bersifat potensial yang secara sadar dan tidak sadar terlembagakan dalam mekanisme suatu hubungan sosial manusia di kelompok sosial yang bersifat timbal balik dan berkelanjutan.¹⁷ Menggunakan relasi sosial dalam berbisnis secara berkelanjutan sudah menjadi hal yang lumrah, namun para pedagang juga tidak hanya memanfaatkan keuntungan tersebut tanpa adanya hubungan timbal balik setelahnya. Inti dari modal

¹⁶ Lyda J Hanifan, ‘The Rural School Community Center’, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67.1 (1916), Hal 135.

¹⁷ Pierre Bourdieu, ‘The Forms of Capital’, in *The Sociology of Economic Life* (Routledge, 2018) Hal-21.

sosial itu sendiri adalah cara manusia menjaga relasi sosial dengan sesamanya baik dalam hal kehidupan pribadi maupun bisnisnya.

Modal sosial menurut Bourdieu juga diartikan sebagai jaringan atau hubungan antar individu yang sebenarnya adalah sebuah strategi yang digunakan oleh seorang individu maupun kelompok dalam jangka waktu tertentu baik waktu yang panjang maupun yang singkat dalam mencapai tujuannya, hal ini menghasilkan perasaan khusus (terima kasih, berhutang budi, persaudaraan atau kekerabatan dan lain sebagainya) antar individu satu dengan yang lainnya.¹⁸ Dalam teori modal sosial erat kaitannya dengan “pertukaran” dalam hal ini pertukaran yang dimaksud adalah tentang penggunaan modal sosial, yaitu dengan menukar modal sosial kita dengan sesuatu yang kita butuhkan (tidak selalu berfisik).

Memanfaatkan skill sebagai pedagang serta memiliki modal yang kuat akan menjadi modal sosial yang baik bagi para pedagang di Pasar Tradisional. Memiliki modal sama artinya dengan memiliki pendanaan, kepercayaan, jaringan informasi, serta jaringan sosial yang kuat merupakan bentuk dari *human capital*. Bagi pedagang di pasar modal hanya dimengerti sebagai modal ekonomi seperti uang, emas, dan barang dagangan yang mereka miliki. Namun Bourdieu memilih untuk mengklasifikasikan modal menjadi beberapa bagian.

Bourdieu melihat adanya perbedaan cara penggunaan bagi setiap individu. Seperti halnya pada modal yang bersifat fisik, modal tersebut biasa dipakai oleh individu yang bekerja dibidang perdagangan, dan persewaan, yang dimana mereka dituntut untuk memiliki barang yang mereka jual atau pinjamkan, namun penggunaan modal yang lainnya tentu akan lebih menonjol ketika digunakan oleh individu yang bekerja dibidang non-fisik yaitu bidang yang memerlukan adanya keahlian khusus seperti jasa, pengajar, kesehatan, advokasi yaitu bidang dimana skill atau ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh individu lebih digunakan dalam bekerja. Berikut pembagian jenis modal

¹⁸ Bourdieu Hal-22.

Sosial menurut Pierre Bourdieu dalam tulisan Rusydi Syahra terbagi menjadi empat sebagai berikut:¹⁹

a. Modal Ekonomi

Merupakan modal yang bersifat material, modal ini merupakan definisi dari modal sesungguhnya dalam konsep ekonomi, modal ekonomi dapat berupa uang, emas, berlian, tanah, hewan, dan harta fisik lainnya yang dianggap memiliki nilai tukar tinggi yang pasti dengan mata uang yang berlaku dalam suatu negara atau wilayah, selain itu juga mudah ketika akan dilakukan klaim atas kepemilikannya.²⁰

b. Modal Budaya

Merupakan modal immaterial yang dapat berupa identitas, *previllage*, sifat-sifat kebiasaan manusia maupun modal individu yang didapatkan dari adanya kebudayaan yang melembaga atas dirinya.²¹ Modal budaya dapat juga diartikan secara langsung maupun tidak langsung, pada artian langsung kita dapat melihat perbedaan kebiasaan atau adat istiadat, ritual, hingga organisasi seseorang memiliki keragaman yang sangat bervariasi, dalam hal ini individu akan memiliki nilai atau *capital* secara tidak langsung yang membuat dirinya lebih menarik individu maupun kelompok lain. Penggunaan modal budaya hanya bisa dilakukan di lingkungan yang mengadopsi kebudayaan tertentu, sehingga pasar sebagai tempat yang cenderung plural kurang tepat digunakan dalam meningkatkan *human capital*.

c. Modal Sosial

Bourdieu mendefinisikan Modal Sosial sebagai gabungan dari semua jenis modal, pemanfaatan keseluruhan sumber daya potensial yang ada dalam diri

¹⁹ Rusydi Syahra, 'Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi', *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5.1 (2003), 1-22.

²⁰ Rusydi Syahra, 'Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi', *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5.1 (2003), Hal 2-3.

²¹ Syahra.

seseorang melalui interaksi yang aktual secara berkelanjutan.²² Hal ini berkaitan dengan potensi diri seseorang seperti adanya kemampuan atau skill khusus, identitas diri yang berkaitan ras, etnis, kelompok tertentu yang memiliki *power* dalam bidang tertentu, dan lain sebagainya. Modal Sosial akan terus bernilai ketika kita sering menggunakannya, hal ini juga ditegaskan oleh James Coleman yang menyebutkan berkembangnya modal sosial disebabkan adanya "*struktur sosial dan jaringan sosial*" hal tersebut mendorong terjadinya perubahan sosial dalam menggunakan modal sosial dalam upaya mobilitas sosial pada suatu kelompok maupun individu.²³

d. Modal Simbolik

Merupakan jenis sumber daya yang bersifat simbolik, dalam hal ini meliputi pengakuan, pelembagaan, otoritas khusus, kekuasaan, perwakilan terhadap seorang individu sebagai delegasi dari suatu kelompok. Modal simbolik juga diartikan sebagai sebuah pengakuan baik pengakuan yang bersifat institusional maupun non-institusional yang diberikan kepada seorang individu maupun kelompok yang diakui. Pengakuan ini dapat bernilai ketika kita melakukan interaksi dengan individu maupun kelompok sosial tertentu, karena adanya kepentingan yang menyangkut kelompok maupun individu tersebut.

Hal ini memerlukan sumber daya yang dimiliki oleh seorang individu baik secara aktual maupun yang potensial untuk ditukarkan. Dengan adanya pertukaran tersebut seseorang akan merasakan perasaan seperti berhutang, atau merasa memiliki koneksi dan jaringan yang kuat serta bernilai tinggi di masyarakat atau kelompok tertentu. Modal sosial menghasilkan sebuah pengakuan antar individu

²² Syahra.

²³ Syahra.

maupun kelompok yang bersifat terus menerus.²⁴ Pedagang memiliki pola mereka sendiri dalam memanfaatkan modal sosial yang mereka miliki, memanfaatkan adanya jaringan antar pedagang dalam penentuan keputusan bisnis sering dilakukan tanpa sadar. Dengan adanya pengakuan dari pihak lain maka nilai kepercayaan seorang pedagang akan lebih tinggi atas dasar tindakan sosial rekomendasi tersebut. Pedagang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta memiliki pola interaksi yang unik tersebut, hal ini disebabkan oleh adanya kesamaan sebagai pedagang yang direlokasi dari Kawasan Shopping Center dan Jalan Sriwedari.

Tentunya dalam teori modal sosial ada beberapa cara untuk mendapatkan modal sosial seperti yang dikemukakan Bourdieu dalam “*The Forms of Capital*” yang menyebutkan bahwa “modal sosial dapat diwariskan dan juga dapat diperoleh melalui lembaga-lembaga lain seperti kelompok belajar, partai, organisasi dan kelompok sosial lainnya”.²⁵ Berikut cara individu memperoleh modal sosial menurut Boudieu:

a. Modal Sosial yang Diwariskan

Ada beberapa kelompok atau individu yang memiliki modal yang sangat kaya dalam artian secara materiil maupun non-material yang meliputi kekayaan, pendidikan, relasi dan jaringan, kepercayaan. Semua ini didapatkan melalui hubungan kekeluargaan yang bersifat alami namun ada pula yang tidak secara langsung mendapatkannya. Setiap individu tentunya memiliki modal sosial yang diwarisi dari orang tua mereka maupun agen sosial mereka yang pertama baik dari keluarga maupun yang tinggal di asrama panti sosial. Modal sosial ini akan melekat dan menjadi modal dasar pembentuk identitas seorang individu. Hal ini juga berkaitan dengan identitas kesukuan, ras, adat istiadat yang mempengaruhi pola perilaku setiap individu. Berkaitan dengan *habitus* atau kebiasaan yang juga dibahas oleh Boudieu juga berkaitan dengan

²⁴ Rusydan Fathy, ‘Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas Dan Pemberdayaan Masyarakat’, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6.1 (2019), 1–17.

²⁵ Bourdieu Hal-23.

pernyataan Woolcock (2001) yang menjelaskan mengenai *bonding social capital* yaitu sebuah modal sosial yang mengikat aktor berdasarkan tempat tinggal, ras, suku/etnis, agama, dan adat istiadat, sesuatu yang tidak dapat dipilih dan bersifat pemberian (*give*) dari lingkungan mereka tinggal.²⁶

b. Modal Sosial dari Proses Sosial

Dapat kita ketahui bahwasanya modal sosial akan selalu bertumbuh atau akan selalu berkembang seiring berjalannya waktu tergantung bagaimana kita menggunakannya.²⁷ Proses sosial ini tentunya melibatkan banyak aktor melalui pemanfaatan ikatan sosial dan institusi sosial yang ada pada setiap individu. Hal ini berkaitan dengan istilah “pendelegasian individu” yaitu individu akan dipertemukan dengan banyak pilihan dalam bertindak yang akan mewakili kelompok sosial yang mengikatnya.²⁸ Dengan begitu individu tersebut akan memiliki modal sosial yang berbeda dengan individu lain yang tidak melakukan tindakan sosial tersebut. Semakin sering individu tersebut menggunakan modal sosial dan bersinggungan dengan banyak aktor dan kelompok sosial lainnya, maka semakin besar pula modal sosial dari seorang individu berikut yang dimaksud dengan *human capital* dalam konsep modal sosial.

Menurut Bourdieu modal sosial dihasilkan dari upaya untuk berinteraksi secara terus menerus, dengan adanya interaksi yang berkelanjutan modal sosial menjadi semakin kuat dan bernilai bagi seseorang. Modal sosial juga tidak hanya tentang pemanfaatan potensi seorang individu melalui usaha berinteraksi dan berkumpul meluangkan waktu, namun juga cara seseorang berinvestasi menggunakan potensi dalam diri mereka dan sekitarnya seperti cara mereka memanfaatkan kompetensi khusus mereka antara lain pengetahuan akan struktur sosial dan cara mereka menggunakan kemampuan nyata mereka dalam kehidupan sehari-hari.²⁹ Dari sini kita

²⁶ Fathy Hal 7-8.

²⁷ SUNYOTO USMAN Hal 72-74.

²⁸ Bourdieu Hal-23.

²⁹ Bourdieu.

dapat melihat bahwasanya orang yang memiliki kekayaan modal yang tinggi atau *human capital* tinggi akan memiliki lebih dari tiga modal utama yang mereka kuasai yaitu modal budaya, modal ekonomi, dan modal sosial yaitu juga modal simbolik. Kedudukan modal sosial adalah yang paling sentral diantara modal lainnya namun yang paling berpengaruh terhadap kehidupan manusia adalah ketersediaan modal ekonomi setiap individu. Dengan modal ekonomi kita dapat menciptakan budaya, namun juga dapat memperkuat modal sosial seorang individu dalam mengontrol masyarakat yang masih belum matang.

Investasi dalam modal sosial bukan berarti menanam modal secara ekonomi, berorientasi keuntungan dan penyusunan strategi yang diperhitungkan dalam situasi tertentu, namun lebih mengarah kepada investasi emosional yaitu tindakan untuk terlibat atau tidak dalam situasi tertentu. Pemilihan peran (*role*) yang tepat akan memberikan modal yang cukup baik bagi kehidupan sosial seseorang. hal ini berkaitan dengan pernyataan E.P. Thompson dalam tulisan Bourdieu tentang “praktik simbolis” dalam pemanfaatan modal sosial, dapat juga disebut sebagai modal simbolik yang mempengaruhi peran/*role* tindakan dari agen yang diartikan mewakili dan bermakna akan memiliki nilai lebih dimata beberapa individu namun juga dapat tidak bernilai sama bagi individu lainnya.³⁰ Contohnya adalah ketika ada seorang *leader* dari sebuah kelompok organisasi, mereka akan bermain dengan simbol ketika bersama anggotanya, dengan begitu mereka akan dituntut menampilkan diri yang positif dan secara simbolik sebagai individu yang bijaksana dan kuat. Tidak hanya kuat secara hierarki mereka memposisikan diri sebagai orang yang dapat mempengaruhi perilaku individu lainnya. Hal ini ditandai dengan banyak perilaku mulai dari penyesuaian *habitus* dalam dirinya, individu akan melakukan perubahan kecil dari perilakunya dengan begitu persepsi tentang mereka akan bersifat positif bagi individu lain yang melihatnya. Walaupun dalam beberapa hal praktik simbolis menjadi sesuatu yang tidak dapat diterima dalam modal budaya, sifat budaya yang melembaga dan mengikat memaksa individu untuk

³⁰ Bourdieu Hal 28.

menampilkan dirinya yang sebenarnya seperti halnya dalam ritus keagamaan, dan upacara adat tertentu hal-hal yang bersifat sederhana akan digantikan dengan *habitus* yang bermakna tinggi dalam ritus keagamaan.

Berbicara mengenai modal sosial tentunya kita harus mengetahui dasar-dasar yang membentuk modal sosial dalam kehidupan masyarakat menjadi kuat. Modal sosial memiliki beberapa komponen yang dinilai sebagai cara membangun modal yang kuat hal ini meliputi keempat modal yang dijelaskan oleh Bourdieu yaitu modal ekonomi, modal kulutral, modal simbolik, dan modal sosial sebagai modal yang mencakup ketiga modal lainnya. Komponen-komponen yang membentuk modal sosial tersebut kurang lebih hampir sama dengan yang dikemukakan oleh Robert D. Putnam dalam tulisan Ervita Nurva S. N. adalah:³¹

1) Jaringan Sosial (*network*)

Jaringan sosial adalah interaksi berkelanjutan yang terjadi baik antara individu maupun kelompok sosial.³² Interaksi yang dilakukan secara terus menerus akan melahirkan relasi yang kuat, hubungan yang kuat menjadikan manusia merasakan keakraban dengan individu maupun kelompok sosial tertentu. Keakraban adalah akar dari sikap solidaritas yang kuat (*solidarity*), dengan adanya solidaritas kita mampu memanfaatkan adanya rasa saling percaya (*trust*) terhadap orang yang kita percaya. Prinsip untuk menjaga kepercayaan tentunya sangat penting dalam dunia bisnis, pedagang sebagai pelaku bisnis akan sangat memanfaatkan jaringan sosial yang kuat. Dengan membangun relasi perkembangan suatu bisnis akan semakin cepat dan lancar dalam pengelolaannya. Terlebih lagi pada pedagang pasar yang memiliki ciri berisikan orang-orang dari pedesaan dan perkotaan yang majemuk. Jaringan

³¹ Ervita Nurva Setya Ningrum, 'Modal Sosial, Relokasi Pasar MODAL SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEDAGANG DALAM MEMPEROLEH LAPAK PASCA RELOKASI PASAR WAGE BARU NGANJUK', *Paradigma*, 10.1 (2021) Hal 10-11.

³² Ningrum.

sosial menjadi identitas yang dapat dijadikan modal sosial yang cukup baik untuk kedepannya.

2) Kepercayaan (*trust*)

Membangun rasa percaya antar individu atau kelompok merupakan salah satu kunci dari adanya relasi atau hubungan sosial yang kuat. Rasa percaya mampu memberikan rasa aman kepada agen lain yang akan melakukan interaksi kepada kita sebagai individu asing. Hal ini ditegaskan oleh Fukuyama dalam tulisan Coleman yang menyebutkan bahwa, kepercayaan adalah dasar dari tindakan moralitas yang mendasari modal sosial tetap kuat dan berlaku dalam masyarakat.³³ Moralitas yang menjadi dasar sikap percaya pada manusia tersebut didapatkan dengan adanya sesuatu yang mengikat dan mengatur masyarakat. Dengan norma sosial masyarakat akan lebih mengenal moralitas dan saling menjaga satu sama lain. Kepercayaan yang semakin kuat antar pedagang maupun pembeli akan memberi rasa aman yang berkelanjutan, dalam berinteraksi dengan individu yang baru dan asing pedagang akan menjual kepercayaan mereka begitupun dengan pembeli maupun agen sosial lainnya, rasa percaya menjadi sesuatu yang bernilai tinggi dalam kehidupan berbisnis. Dengan kepercayaan kita mampu membeli barang tanpa menggunakan uang *cash* secara langsung, hal inilah yang menjadikan kepercayaan (*trust*) sebagai dasar modal sosial.

3) Norma Sosial

Norma menjadi nilai atau aturan yang ditaati dan dimengerti bersama, dapat berupa pedoman, tuntunan, serta cara hidup masyarakat.³⁴ Keberadaannya yang tidak tertulis menjadikannya sebagai suatu bagian dari

³³ Nyoman Utari Vipriyanti, *Modal Sosial Dan Pembangunan Wilayah: Mengkaji Sukses [s] Story Pembangunan Di Bali* (Universitas Brawijaya Press, 2011) Hal-13.

³⁴ Vipriyanti.

simbol kebudayaan suatu kelompok maupun daerah tertentu. Norma sosial mengikat masyarakat dengan menggunakan agama, dan adat istiadat sebagai rujukan, sebagai alat untuk melegitimasi kebenaran dalam kehidupan bermasyarakat. Sebagai hasil dari kebudayaan yang kuat, norma akan semakin bernilai ketika mampu mempengaruhi masyarakat luas dan memberikan *previllage* bagi seseorang yang menganut atau dekat dengan kebudayaan tersebut sebagai modal kultural. Norma menjadi alat untuk melanggengkan struktur dan tatanan masyarakat yang telah ada, norma juga dapat disebut sebagai cara hidup manusia yang diwariskan secara turun temurun. Dalam kehidupan bermasyarakat terutama di pasar tradisional kita akan menemukan adanya kemajemukan. Symbol yang beragam akan diartikan dengan sendirinya oleh setiap individu, hingga akhirnya terjadi sebuah *cultural shock* yang mengakibatkan adanya konflik, dan konsensus, dan pada akhirnya melahirkan norma baru yang lebih menyesuaikan setiap agen adat, agama, dan kebiasaan (*habitus*) pada suatu masyarakat tertentu.

Dari beberapa penjelasan sebelumnya maka peneliti memilih teori ini karena dinilai sesuai dengan topik penelitian ini. Teori modal sosial milik Pierre Bourdieu dinilai mampu menjelaskan fenomena yang terjadi di Pasar Tradisional Giwangan Kota Yogyakarta. Modal sosial dirasa sangat mempengaruhi pola perilaku para pedagang pasar dalam mengembangkan bisnis perdagangan di Pasar Tradisional Giwangan Kota Yogyakarta. Hal ini diperkuat dengan adanya indikator penggunaan modal sosial oleh pedagang dalam menjalankan atau mengembangkan bisnis mereka, interaksi yang terjalin antar pedagang maupun pembeli yang menggunakan keempat modal yang sebelumnya Bourdieu kemukakan seperti modal ekonomi, modal kultural, modal simbolik dan modal sosial sebagai modal yang memanfaatkan seluruh sumber daya baik yang potensial maupun tersembunyi dari seorang individu.

Pada pedagang di pasar tradisional secara tidak langsung melihat modal lebih dari sekedar modal secara fisik, namun juga menggunakan modal yang bersifat non-

ekonomi atau fisik. Seiring berkembangnya waktu pedagang sebagai individu yang berusaha memenuhi kebutuhannya memilih memanfaatkan modal sosial secara umum dalam menjalankan bisnisnya. Praktik simbolis yang dipilih akan menyasar kepada kelompok-kelompok sosial tertentu yaitu pelanggan dari pedagang tersebut. Dapat kita lihat penerapan praktik simbolis tersebut berlaku pada saat interaksi antara pedagang dengan *supplier* atau pedagang yang lebih besar darinya sebagai pemasok dagangan sebagai upaya pendelegasian. Secara simbolis pedagang akan berinteraksi dengan sangat baik dan profesional, beberapa diantaranya akan memanfaatkan modal-modal lainnya seperti modal yang paling utama dalam kegiatan jual beli adalah modal ekonomi, modal simbolik, dan yang terakhir adalah modal kultural.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan penelitian riset fenomenologi (*phenomenological research*), peneliti menceritakan pengalaman dan mendeskripsikan secara mendalam kehidupan manusia tentang suatu fenomena tertentu sesuai yang dijelaskan partisipan dalam tahap pengumpulan data.³⁵ Dalam penelitian ini disusun dengan mengedepankan karakter yang menerima pandangan partisipan secara menyeluruh (*holistic account*) dengan cara melibatkan usaha pelaporan perspektif, pengidentifikasian faktor-faktor yang berkaitan dengan situasi tertentu, dan membuat sketsa gambaran besar yang muncul dari fenomena permasalahan utama yang diteliti. Dalam pengambilan sumber data peneliti melakukan secara *purposive sampling*.

³⁵ John W. Cresweel, *RESEARCH DESIGN Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, Edisi Keempat (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016) Hal-18.

2. Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian pada salah satu pasar tradisional di Kota Yogyakarta yaitu Pasar Induk Buah dan Sayur Giwangan, lokasi ini dipilih karena dinilai sesuai dengan kriteria dengan yang akan peneliti bahas pada penelitian ini.

3. Sumber Data

- a) Data Primer, data ini dihasilkan dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti selama penelitian ini berlangsung, data tersebut berupa pengamatan langsung peneliti maupun pernyataan atau gambaran dari informan melalui wawancara.
- b) Data Sekunder, data ini didapatkan melalui literature dan jurnal yang membahas mengenai topik penelitian ini.

4. Subjek dan Lokasi Penelitian

Subjek pada penelitian kali ini adalah para pedagang pasar di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, dalam hal ini peneliti melibatkan 13 informan yang beberapa diantaranya adalah Lurah Pasar, 10 Pedagang, dan 2 Pengunjung Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. Secara umum peneliti merujuk pada seluruh entitas pedagang yang berdagang secara tetap atau yang secara konsisten berdagang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta (selama lebih dari 3 bulan berturut-turut).

5. Instrument Penelitian

Instrument utama dalam penelitian ini adalah Peneliti sendiri dengan menggunakan alat perekam dan dokumentasi sebagai bukti audio visual.

6. Teknik Pengambilan Data

a. Observasi

Pada penelitian kali ini, peneliti akan mengamati aktivitas subjek penelitian pada penelitian ini adalah Pedagang Pasar Giwangan Kota Yogyakarta yang akan dilakukan pada beberapa titik yang telah ditandai oleh peneliti, dan

melakukan observasi pada perilaku pedagang terhadap peran modal sosial terhadap perkembangan bisnis pedagang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta.

b. Wawancara

Pada penelitian ini akan dilakukan wawancara kepada subjek penelitian secara tatap muka langsung maupun dengan menggunakan media lain sebagai media wawancara secara tidak langsung untuk memenuhi data yang sesuai dengan penelitian ini. Penelitian ini akan melibatkan 13 informan yang terdiri dari 10 informan pedagang, 2 informan pengunjung, dan 1 informan pengelola pasar. Hasil wawancara ini menghasilkan data wawancara terkait judul penelitian yaitu peran modal sosial pedagang terhadap perkembangan bisnis pedagang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini berupa:

- 1) Foto lokasi penelitian, dan narasumber utama para pedagang pasar.
- 2) Rekaman suara yang berisikan hasil wawancara langsung dengan pedagang pasar.
- 3) Catatan selama penelitian dan observasi dilakukan sebagai bukti dalam penelitian.

7. Teknik Analisis Data

a. Pengumpulan Data

Dokumen wawancara dan observasi berupa dokumen digital (foto, rekaman, video) dicatat dalam laporan penelitian. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara observasi terhadap lokasi penelitian dilanjutkan dengan pengamatan terhadap subjek penelitian secara langsung dengan dokumentasi berupa foto pada saat observasi yang dilakukan sehari sebelum wawancara dilakukan. Wawancara dilakukan setelah proses observasi dirasa cukup dengan

mewawancarai 13 narasumber berupa data rekaman audio dan foto dengan narasumber setelah wawancara dilakukan.

b. Reduksi Data

Reduksi data dimaksudkan untuk memilah data yang relevan dan bermakna memfokuskan data untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan, atau untuk menjawab penelitian.

c. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini berupa kata-kata disertai gambar visual sebagai penjelas.

d. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan akhir dilakukan jika data sudah benar-benar lengkap.

H. Sistematika Pembahasan

Peneliti menjabarkan sistematika penelitian berisi tentang deskripsi yang ditulis secara umum dari setiap bab, dalam menjelaskan permasalahan ini peneliti membagi menjadi lima bab yang berisi penjelasan setiap sub-bab yaitu: BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisikan tentang beberapa penjelasan mengenai pendahuluan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah sebagai informasi yang tersusun berkaitan dengan masalah atau fenomena yang terjadi, rumusan masalah merupakan permasalahan yang akan diteliti dan berupa pertanyaan, tujuan dan manfaat merupakan arah dan tujuan yang akan dicapai oleh peneliti, kajian pustaka kumpulan penelitian sebelumnya yang membahas masalah yang serupa dengan apa yang akan diteliti sehingga terhindar dari unsur plagiasi, kerangka teori landasan berfikir yang digunakan dalam melihat permasalahan

dalam penelitian, metode penelitian adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi, dan sistematika penelitian.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab II berisi tentang informasi umum dari lokasi penelitian yaitu di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta dan profil informan dalam penelitian ini.

BAB III PEMBAHASAN

Bab III berisis tentang pembahasan masalah yang sedang diteliti disertai sumber yang terkait dengan penelitian, mengacu pada hal-hal yang ditemukan ketika observasi hingga didapatkan hasil penelitian terakhir sesuai yang ditentukan sebelumnya

BAB IV ANALISIS DATA

Bab IV berisi analisis dan pengolahan data dari penelitian yang dilakukan di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, segala bentuk temuan dalam penelitian baik pada saat observasi, wawancara maupun pada literatur diolah menjadi satu kesimpulan dalam melihat fenomena yang terjadi.

BAB V PENUTUP

BAB V berisi tentang kesimpulan dari hasil olah data yang dilakukan sebelumnya, dilanjutkan dengan saran atau rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, didapati hasil penelitian mengenai peran modal sosial terhadap perkembangan bisnis pedagang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. Maka dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa peran modal sosial bagi para pedagang di Pasar Giwangan dinilai penting. Hal ini berkaitan dengan adanya proses sosial yang terjadi pada pedagang yang menghasilkan modal sosial. Modal sosial berperan sebagai cara para pedagang memanfaatkan segala potensi yang mereka miliki baik secara aktual, maupun potensial yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan.

Modal sosial yang dinilai mempengaruhi perkembangan bisnis pedagang antara lain adalah Srawung, Kekerabatan, Grapyak, Branding, Pengalaman, Nempil dan Nyampil. Sedangkan cara pedagang menggunakan modal sosial tersebut yaitu dengan cara aktif organisasi, menghindari konflik, mewarisi bisnis, dan mendapatkan dukungan dari kerabat.

Dengan adanya modal sosial tersebut para pedagang di Pasar Giwangan melakukan langkah mempertahankan dan memperluas bisnisnya dengan harapan bisnis tersebut dapat diwariskan kepada anak keturunannya kelak, walaupun hal tersebut bukanlah menjadi tujuan utama mereka. Dari penelitian ini juga didapati hasil bahwa aktif bersosial dan menggunakan modal sosial yang dimiliki adalah salah satu strategi dagang yang cukup membantu dalam mempertahankan bisnis para pedagang di Pasar Giwangan. selain itu adanya pelayanan yang baik dan ramah kepada pengunjung atau pelanggan merupakan salah satu hal penting yang mempengaruhi citra bisnis para pedagang di Pasar Giwangan.

B. Saran

Berdasarkan apa yang telah peneliti temukan dalam tahap pengumpulan data penelitian di lapangan, adapun beberapa hal yang dapat digunakan dalam perbaikan pengelolaan Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. Tentunya dengan adanya tulisan ini tidak semata-merta membebaskan peneliti dari kesalahan, baik kesalahan yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Dengan tidak mengurangi rasa hormat penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan judul dan tema yang serupa dengan penelitian ini, perlu untuk memperhatikan beberapa catatan yang disampaikan oleh peneliti:

1. Peneliti mengalami keterbatasan dalam melakukan penelitian ini yang berjudul Peran Modal Sosial terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. Maka dari itu untuk peneliti lain yang akan meneliti permasalahan dengan tema, lokasi, atau dengan pembahasan yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini, maka penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan mengenai lokasi yang sama dengan penelitian ini, untuk lebih banyak mendalami lokasi penelitian secara mendalam karena sebagai pasar tradisional muda, Giwangan masih belum memiliki banyak data yang terekspos secara publik.

DAFTAR PUSTAKA

- admin, 'Surat Al-Hujurat Ayat 10', *TafsirWeb.com* <<https://tafsirweb.com/9780-surat-al-hujurat-ayat-10.html>> [accessed 20 December 2022]
- Arifin, Ghoni, Yosafat Hermawan Trinugraha, and Nurhadi Nurhadi, 'Solidaritas Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern', *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7.2 (2021), 112–26
- Badriyah, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan*, 13 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- Bourdieu, Pierre, 'The Forms of Capital', in *The Sociology of Economic Life* (Routledge, 2018)
- Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta, 'Tugas dan Fungsi Dinas Perdagangan', *Dinas Perdagangn Kota Yogyakarta*, 2022 <<https://perdagangan.jogjakota.go.id/page/index/gambaran-umum>> [accessed 28 November 2022]
- Fathy, Rusydan, 'Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas Dan Pemberdayaan Masyarakat', *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6.1 (2019), 1–17
- Ferdinan R. P. Sitanggang, 'PERAN PEMUDA DALAM MELESTARIKAN BUDAYA "SRAWUNG" DI ERA MILENIAL UNTUK MENCAPAI TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN', 2019 <https://www.academia.edu/39843732/PERAN_PEMUDA_DALAM_MELESTARIKAN_BUDAYA_SRAWUNG_DI_ERA_MILENIAL_UNTUK_MENCAPAI_TUJUAN_PEMBANGUNAN_BERKELANJUTAN> [accessed 7 April 2023]
- Gudeg.Net, 'Pasar Giwangan Yogyakarta "Pusat grosir buah dan sayur wilayah Jateng - DIY"', *Gudeg.Net*, no date <<https://gudeg.net/direktori/1401/pasar-giwangan-yogyakarta.html>> [accessed 30 November 2022]
- Hanifan, Lyda J, 'The Rural School Community Center', *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67.1 (1916), 130–38
- Hasanah, Mahmudah, 'Pengaruh Modal Sosial Terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung Di Propinsi Kalimantan Selatan', 2021
- Humas DIY, 'Anggota Komisi VI DPR Meninjau Pasar Induk Giwangan', *Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta*, 2017

<https://www.jogjaprov.go.id/berita/detail/anggota-komisi-vi-dpr-meninjau-pasar-induk-giwangan> [accessed 12 January 2021]

[Im Fathimah Timorria, 'Dari 16.175 Pasar Tradisional, yang Sudah SNI Baru 53 Unit', *Bisnis.com* \(Jakarta, Desember 2021\)](https://ekonomi.bisnis.com/read/20211208/12/1475409/dari-16175-pasar-tradisional-yang-sudah-sni-baru-53-unit)

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20211208/12/1475409/dari-16175-pasar-tradisional-yang-sudah-sni-baru-53-unit>

[*Indi, Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan, 9 vols \(Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022\), XIII*](#)

[*Isni Sudaryanti, Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan, 7 vols \(Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022\), XIII*](#)

[*Ivan, 'Keringanan Retribusi Hanya berhak di Enam Pasar Tradisional', *KRJogja.com* \(Yogyakarta, 9 May 2020\)*](#)

<https://www.krjogja.com/uncategorized/read/290815/keringanan-retribusi-hanya-berlaku-di-enam-pasar-tradisional> [accessed 12 June 2022]

[*Jawadi Lurah Pasar Giwangan, *Sejarah Pasar Giwangan* \(Yogyakarta, 2022\)*](#)

[*John W. Cresweel, RESEARCH DESIGN Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran, Edisi Keempat \(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016\)*](#)

[*KEMENKUMHAM RI, 'Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern' \(KEMENKUMHAM RI, 2007\)*](#)

<https://www.bphn.go.id/data/documents/07pr112.pdf> [accessed 10 September 2022]

[*Malano, Herman, *Selamatkan Pasar Tradisional* \(Gramedia Pustaka Utama, 2013\)*](#)

[*Manan, Abdul, 'Kekerabatan', *Jurnal Adabiya: Fakultas Adab Dan Humaniora*, 17.33 \(2015\), 25–32*](#)

[*Maryam, Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan, 5 vols \(Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022\), XIII*](#)

[*Mawaddaturrohmah, Ambarwati, 'Persatuan Pedagang Pelataran Pasar Klewer \(P4K\) Surakarta Sebagai Sumber Modal Sosial Dalam Mempertahankan*](#)

- Keberlangsungan Usaha Pasca Revitalisasi’, *SOSIALITAS; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, 8.1 (2018)
- Ngadiyah, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan*, 8 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- Ningrum, Ervita Nurva Setya, ‘Modal Sosial, Relokasi Pasar MODAL SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEDAGANG DALAM MEMPEROLEH LAPAK PASCA RELOKASI PASAR WAGE BARU NGANJUK’, *Paradigma*, 10.1 (2021)
- Oktaviani, Femi, Yulia Sariwaty, Dini Rahmawati, Auliana Gusfiani, and Dani Ramdani, ‘Penguatan Produk UMKM “Calief” Melalui Strategi Branding Komunikasi’, *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.2 (2018)
- Pancer Isterina, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan*, 11 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- Putra, Afif Pradana, ‘Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Di Era Globalisasi: Studi Kasus Di Pasar Sidayu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik’, 2019
- Redaksi Solopos.com, ‘Pasar Giwangan Jadi Sentra Buah Jateng dan DIY’, *solopos.com* (Yogyakarta, 5 August 2012)
- Ridmi Sundari, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan*, 2 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- Rosita, Indah, ‘Analisis Peran Modal Sosial Dalam Keberlangsungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pedagang Pasar Legi Di Kota Surakarta)’, 2019
- Rubiyah, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan*, 1 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- Setiaji, Khasan, and Ana Listia Fatuniah, ‘Pengaruh Modal, Lama Usaha Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi’, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6.1 (2018), 1–14

- Setiawan, Nanang, Sonny Leksono, and Endang Sungkawati, 'Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Untuk Berjualan Di Pasar Besar Malang', *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 1.1 (2020), 59–64
- Setya, 'Pasar Giwangan: "Gemah Ripah" Si Pasar Induk Buah dan Sayur Jogja', *TITIPKU*, 2018 <<https://blog.titipku.com/pasar-giwangan-pasar-induk-buah-dan-sayur-jogja/>> [accessed 15 November 2021]
- Siti Jamilah, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan*, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan, 6 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- Sri Suganti, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan*, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan, 4 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- SUNYOTO USMAN, *Esai-esai Sosiologi Perubahan Sosial*, Cet.1. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015)
- Syahra, Rusydi, 'Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi', *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 5.1 (2003), 1–22
- Theum, Dita Chrysan, and Gigit Mujiyanto, 'Basilek Sebagai Representasi Kekuasaan Dan Keakraban Dalam Tutar Penolakan Pada Interaksi Jual-Beli Pasar Tradisional', *Jurnal Skripta*, 6.2 (2020)
- Tim Website Dinkes, 'Update Zona Risiko Covid-19 Kota Yogyakarta 04-10 Juli 2021', 2021 <<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200312075307-4-144247/who-nyatakan-wabah-covid-19-jadi-pandemi-apa-maksudnya>> [accessed 7 August 2021]
- Vipriyanti, Nyoman Utari, *Modal Sosial Dan Pembangunan Wilayah: Mengkaji Succes [s] Story Pembangunan Di Bali* (Universitas Brawijaya Press, 2011)
- Wantin Ningsih, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan*, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan, 3 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII
- Warsito, *Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Bisnis Pedagang Pasar Giwangan*, Modal Sosial Pedagang Pasar Giwangan, 12 vols (Pasar Giwangan Kota Yogyakarta, 2022), XIII