

# **PEDAGANG PASAR SENJA DI KELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU**

**OLEH : Delima Samosir**

*Email : delimasarisamosir8@gmail.com.id*

**Pembimbing : Dr. H. Swis Tantoro, M.Si**

Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus Bina Widya J. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-  
Telp/Fax. 0761-63277

## **ABSTRAK**

Judul Penelitian ini adalah Pedagang Pasar Senja di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di Pasar Senja Dikelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana karakteristik Pedagang Pasar Senja (2) Bagaimana Bentuk-bentuk Modal sosial pedagang. Dengan mengambil sampel pedagang sebanyak 48 orang. Metode penelitian yang digunakan Simple Random Sampling. Karakteristik Pedagang dapat dilihat dari Jenis Kelamin, Pendidikan, Status Perkawinan, Agama, Suku, Jumlah Pendapatan, Jenis Barang Dagangan, Kategori Pendapatan, dan Sumber Modal. Bentuk-Bentuk Modal Sosial yang terjadi di Pasar Senja yaitu Hubungan Kepercayaan, Jaringan Sosial, dan Norma. Modal Sosial Pedagang dapat dilihat dari Hubungan Kepercayaan antara sesama pedagang yang terdiri dari Bentuk Kepercayaan, Awal timbulnya kepercayaan, dan Hasil dari Kepercayaan, Jaringan Sosial Pedagang kepada Pedagang Pasar Senja lainnya dan kepada agen untuk mendapatkan harga yang lebih murah yang terdiri dari Hubungan Dalam Informasi Penetapan dan Perubahan Harga kepada sesama pedagang agar tidak terjadi kesenjangan harga yang sangat beda, Transaksi Pembayaran Barang pedagang dengan Agen dan Kunjungan Musibah, Kunjungan Sakit, dan Kunjungan Syukuran. Norma yang mengikat terjalinnya kerjasama seperti tidak adanya peraturan tertulis dan tidak tertulis, tetapi tetap terjalin hubungan kerjasama pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan agen. Pedagang dengan Pedagang Pasar Senja lainnya saling membantu dengan saling menguntungkan Bagi kedua belah pihak.

**Kata Kunci : Pedagang, Pasar Senja, Modal Sosial**

**MARKET TRADERS SENJA DI KELURAHAN SIMPANG BARU TAMPAN DISTRICT  
PEKANBARU CITY**

**By : Delima Samosir**

**Email : [delimasarisamosir8@gmail.com](mailto:delimasarisamosir8@gmail.com)**

**Supervisor : Dr. H. Swis Tantoro, M.Si**

*Department Sosiologi Fakultas Of Social and Political Science  
Universitas Riau*

*Campus Bina Widya J. HR. Soebrantas KM. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-  
Telephone/Fax. 0761-63277*

**ABSTRACT**

*The title of this research is Dusk Market Traders in Simpang Baru Village, Tampan Sub-district, Pekanbaru City. This research was conducted at Pasar Senja in Simpang Baru Village, Tampan Sub-district, Pekanbaru City. The issues to be studied are as follows: (1) How the characteristics of Dusk Market Traders (2) How the Social Shapes of Capital traders. By taking samples of merchants as many as 48 people. The research method used Simple Random Sampling. Merchant Characteristics can be seen from Gender, Education, Marital Status, Religion, Tribe, Revenue Amount, Merchandise Type, Income Category, and Source of Capital. The forms of social capital in the Senja market that occurs are Relationship of Trust, Social Network, and Norm. Merchant's Social Capital can be seen from the Trust Relationship between fellow traders which consists of a form of trust, the beginning of trust, and the result of trust. Social Network of Merchants to other Senja Market Traders and to agents for cheaper prices consisting of Relationship in Pricing Information and Price Changes to fellow traders to avoid very different price gaps, Payment Transactions of Merchant Goods with Agents, Disaster Visits, Sick Visits, and Happiness Visits. Norms binding on the cooperation such as the absence of written or unwritten rules, but still established a relationship of merchant cooperation with merchants and traders with agents Traders with other Senja Market Traders help each other with mutual benefit For both parties.*

*Keywords: Traders, Senja Market, Social Capital*

## 1. PENDAHULUAN

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur di mana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak.

Pasar senja yang beralamat di Jl. Balam Sakti, Simpang Baru, Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28293. Pasar senja dikelola oleh pihak MTC Giant Panam. Pada tahun 2013 pasar senja bernama pasar senggol yang diganti dengan nama pasar senja oleh pihak pengelola Metropolitan City (MTC) yang bertempat di lantai 2 gedung GIANT bagian pemasaran. Pasar Senja adalah Pasar yang menjual berbagai macam pakaian, baik itu baju, celana, rok, gamis, dan lain sebagainya. Pasar senja sangat cocok dengan selera dan keuangan mahasiswa dengan kualitas bagus dan harga terjangkau.

Kegiatan pasar Senja ini berjalan atau buka pada pukul 16.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB malam hari, tempat pasar senja dibelakang GIANT. Pedagang berjualan di tempat lapak penjualan pasar senja yang disediakan oleh perusahaan Metropolitan City (MTC), dengan harga sewa yang sudah dibedakan dan ditetapkan menurut tempatnya. Biaya sewa tempat lapak penjualan, biaya parkir kendaraan dan biaya pembayaran listrik dihitung atau dibayar perbulan dibagian administrasi pemasaran yang dikelola pihak MTC GIANT yang berlokasi di lantai 2 GIANT.

Modal sosial berperan sebagai perekat yang mengikat semua orang dalam masyarakat atau organisasi untuk mendapatkan informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha, dan meminimalisir biaya transaksi. Adanya jaringan sosial, kepercayaan, dan norma sosial pada pedagang dengan agen memungkinkan kerja sama untuk mencapai tujuan bersama secara efisien. Pedagang Pasar Senja dengan sesama pedagang lainnya juga memiliki hubungan kerjasama saling membantu contohnya kalau barang persediaan habis maka pedagang lainnya bersedia meminjamkan.

Modal Sosial merupakan bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, jaringan, dan norma yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan terkoordinasi (Field, 2010: 6). Pedagang dipasar senja saling membantu dengan saling bertukar informasi harga barang dan pasokan barang yang lebih murah dari luar kota, tidak hanya itu para sesama pedagang juga saling meminjamkan barang dagangannya untuk dipromosikan kepada pembeli yang datang ke lapak pedagang dan saling menguntungkan bagi kedua pihak pedagang.

Dalam hal ini terjadi modal sosial yang merupakan hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara agen dengan pedagang, hubungan pedagang dengan pedagang lainnya, Maka berdasarkan latar belakang dari alasan di atas penelitian tertarik untuk mengangkat masalah tersebut di atas dalam suatu penelitian dengan judul **PEDAGANG PASAR SENJA DIKELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU.**

### 1.1 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini antara lain :

1. Bagaimanakah karakteristik Pedagang pada Pasar senja di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
2. Bagaimanakah bentuk-bentuk modal sosial pada pedagang Pasar Senja di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru pada agen?

### 1.2 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang diatas dan rumusan masalah yang disebutkan diatas, maka Tujuan dari Penelitian ini adalah :

1. Mengetahui karakteristik pedagang Pasar Senjadi Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru
2. Menganalisis bentuk-bentuk modal sosial pada pedagang Pasar Senja di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dengan pedagang lainnya dan dengan agen.

### 1.3 Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti menambah pengetahuan/wawasan tersendiri dalam bidang kajian sosiologi.
2. Bagi mahasiswa memberikan masukan bagi para mahasiswa/peneliti dalam mempelajari/meneliti bidang sosiologi dalam penelitian permasalahan dibidang yang sama.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Modal Sosial

Konsep modal sosial pertama kali diperkenalkan oleh L. J. Hanifan pada awal abad ke 20, dan telah cukup sering digunakan oleh kaum sosiolog dalam berbagai kesempatan. Fukuyama. (2005) dalam bukunya *Guncangan besar Kodrat Manusia dan Tatahan Sosial Baru* mendefinisikan modal sosial secara sederhana dapat diartikan sebagai perangkat nilai atau norma informal yang dimiliki bersama oleh anggota suatu kelompok yang memungkinkan kerjasama diantara mereka. Modal sosial memungkinkan berbagai kelompok di dalam masyarakat yang kompleks untuk bergabung bersama-sama untuk memperjuangkan kepentingan masing-masing.

Defenisi modal sosial menurut Bourdiu dan Wacquan adalah sumber daya aktual atau maya, yang berkumpul pada seseorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan.

Modal Sosial adalah konsep yang bisa menjadi jembatan bagi konsep sosiologi dan konsep ekonomi. James Coleman, sosiolog yang memperkenalkan istilah modal sosial dalam arti yang lebih luas.

Robert Putnam mendefinisikan Modal sosial merupakan bagian dari kehidupan soaial, jaringan sosial dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak secara bersama secara lebih efektif untuk tujuan dan kepentingan bersama. Putnam menyebutkan bahwa modal sosial mengacu pada aspek-aspek utama dari organisasi sosial, seperti kepercayaan (trust), norma-norma (norms), dan jaringan-jaringan (networks) yang dapat meningkatkan efisiensi dalam suatu masyarakat melalui fasilitas bagi tindakan-tindakan yang terkoordinasi. (Sebagaimana dikutip dari skripsi Agus Sri Warni

1101113277 Modal Sosial Pada Kounitas Suku Toraja diPekanbaru)

Fukuyama, F.(1995) mendefenisikan Modal sosial sebagai kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum di dalam sebuah masyarakat atau bagian-bagian tertentu dari masyarakat tersebut. Selain itu, konsep ini juga diartikan sebagai serangkaian nilai atau norma informal yang dimiliki bersama di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalannya kerjasama. Modal sosial memegang peranan yang sangat penting dalam memfungsikan dan memperkuat kehidupan masyarakat modern.

Unsur-Unsur Modal Sosial yaitu :

### 1. Kepercayaan

Fukuyama (2005:60) Kepercayaan adalah hasil sampingan yang penting dari norma-norma kerjasama sosial yang membentuk modal sosial. Jika orang dapat diandalkan untuk memenuhi janjinya, mematuhi norma timbal balik, untuk menghindari perilaku mementingkan diri sendiri, maka kelompok akan terbentuk lebih cepat dan kelompok yang terbentuk akan dapat mencapai tujuan-tujuan bersama lebih efisien. Dari bidang ekonomi, Kepercayaan bukanlah merupakan barang baku (tidak berubah) tetapi sebaliknya, terus menerus ditafsirkan dan dinilai oleh para aktor yang terlibat dalam hubungan ekonomi (Damsar, 2002: 34). Kepercayaan dapat timbul sebagai hasil hubungan langsung antara dua orang atau lebih yang bersifat asosiatif (Soerjono Soekanto2013:233).

Kepercayaan tidak akan tercapai dengan sendirinya, memerlukan proses untuk membangun kepercayaan secara terus menerus, untuk menumbuhkan kepercayaan setiap pedagang maupun agen membutuhkan 4 hal yang mendasar yaitu :

1. Penerimaan
2. Berbagi Informasi
3. Menentukan Tujuan
4. Pengorganisasian dan Tindakan

Kepercayaan merupakan sebuah harapan yang tumbuh di masyarakat, organisasi dan perusahaan yang ditujukan dengan perilaku jujur, teratur dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut secara bersama demi kepentingan anggota didalamnya. ( Novera Fitri Yanti, Skripsi “Modal Sosial Pada Usaha Rubuk Ganepo Di Jorong Padang Kandi Bagari VII Kota Talago Kecamatan Guguak Kabupaten Lima Puluh Kota”).

### 2. Jaringan (Network)

Jaringan adalah sekelompok orang yang memiliki norma-norma atau nilai-nilai informal disamping norma-norma atau nilai-nilai yang diperlukan untuk transaksi biasa dipasar (Fukuyama 2005:245). Norma dan nilai yang termasuk kedalam pengertian ini dapat berkisar dari norma sederhana menyangkut kebaikan timbal balik dua sistem nilai yang kompleks. Jaringan kita lihat bukan sebagai salah satu bentuk organisasi formal, melainkan sebagai modal sosial, kita bisa memahami dengan baik fungsi yang sebenarnya dari perekonomian yang berdasarkan jaringan.

Jaringan sosial menghasilkan saluran-saluran melalui mana seseorang dapat merekrut orang lain untuk memproduksi barang dan jaringan sosial membentuk norma-norma resiprositas yang mengatur kesejahteraan yang diperoleh seseorang (Putnam dalam bukunya *Bowling Alone*).

Pembentukan berbagai jaringan sosial dimasyarakat, merupakan upaya mendapatkan akses ke sumber daya dalam kerangka strategi untuk dapat bertahan hidup dikota. Jaringan tidak lain adalah sebetuk

modal sosial, yakni hubungan antar manusia melalui norma-norma dan nilai-nilai bersama, disamping ikatan ekonomi diantara mereka.

### **3. Norma (Norms)**

Norma menurut Homans adalah dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan (Doyle Paul Jhonson 1990:63). Norma adalah petunjuk atau patokan perilaku yang dibenarkan dan pantas dilakukan dalam menjalani interaksi sosial dalam suatu kelompok masyarakat (Idianto Muin 2006). Norma merupakan hasil ciptaan manusia sebagai makhluk sosial. Pada awalnya, norma terbentuk secara tidak sengaja. Lama kelamaan, norma-norma tersebut disusun secara sadar. Norma masyarakat berisi tata tertib, aturan, dan petunjuk standar perilaku yang pantas dan wajar.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian Pedagang Pasar Senja ini dilakukan di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Senja dikelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

Pengambilan sampel menggunakan tehnik sampel acak sederhana atau disebut Simple Random Sampling yaitu tehnik pengambilan atau penentuan sampel secara acak. Penetapan jumlah sampel pedagang dalam penelitian ini berdasarkan atas Probability Sampling yaitu tehnik Simple Random Sampling dengan pengambilan dari sampel 96 sebanyak 50 % maka ditetapkan jumlah sampel sebanyak 48 orang pedagang.

### **3.3 Tehnik Pengumpulan Data**

1. Observasi

2. Interview (wawancara)
3. Angket

## **3.4 Jenis Data dan Sumber Data**

1. Data Primer
2. Data Sekunder

## **3.5 Analisis Data**

Analisa deskriptif menggunakan metode kuantitatif yang diperoleh dari berbagai sumber dengan cara observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Kemudian data yang diperoleh lalu akan diolah memakai SPSS dan diuraikan dalam bentuk Tabel.

## **4. KARAKTERISIRIK PEDAGANG PASAR SENJA DIKELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU**

### **4.1 Jenis Kelamin dan Pendidikan**

Jenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang dengan persentase 54.2% dan perempuan sebanyak 22 orang dengan persentase 45.8 % dari jumlah responden 48 orang. Tingkat pendidikan pria dan wanita rata-rata SMA dengan persentase 66.7%. dapat, yang berpendidikan S1 berjumlah 9 orang dengan persentase 18.7 %, dan yang berpendidikan SMP berjumlah 7 orang dengan persentase 14.6 %.

### **4.2 Berdasarkan Status Pernikahan dan Usia**

Pedagang pasar senja rata-rata sudah menikah dengan jumlah responden 33 dengan persentase 68.8%, dengan responden yang belum menikah/lajang dengan jumlah responden 13 persentase 27.1%, dan untuk duda 2 responden persentase 4.2%. Responden yang menikah rata-rata usia 16-25 dan 26-35 masing-masing sebanyak 14 responden dengan persentase 29.2%, dan yang masih lajang dengan usia 16-25 sebanyak 11 responden dengan persentase

22.9%. Responden yang berstatus Duda 16-25 dan 23-35 masing-masing 1 orang dengan persentase 4.2%.

#### **4.3 Berdasarkan Agama dan Suku**

pedagang Pasar Senja rata-rata bersuku Minang dengan jumlah responden 30 orang dengan persentase 62.4%, yang bersuku Melayu 9 orang responden dengan nilai persentase 18.8 %, suku Jawa sebanyak 4 responden dengan persentase 8.3%, dan pedagang yang bersuku tanjung hanya 2 responden dengan persentase 4.2%, sedangkan yang bersuku Batak dan Nias masing-masing hanya 1 responden dengan persentase 2.1%. Pedagang Pasar Senja berdasarkan Agama sebanyak 46 responden dengan persentase 95.8%, dan 2 responden beragama Kristen.

#### **4.4 Berdasarkan Lama Berdagang dan Kategori Pedagang**

Jenis barang dagangan pedagang pasar senja di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru rata-rata adalah dilihat dari lama berdagang pedagang Pasar Senja rata-rata lama berdagang >4 Tahun sebanyak 14 Responden dengan persentase 29.2%, jumlah responden yang berdagang >2-3 Tahun sebanyak 12 responden dengan persentase 25.0%, jumlah responden yang berdagang <1 tahun sebanyak 11 responden dengan persentase 22.9%, dan >3-4 tahun sebanyak 8 responden dengan persentase 16.7%, sedangkan >1-2 tahun hanya sebanyak 3 responden dengan persentase 6.3%. Kategori Pedagang Sedang dengan jumlah responden 28 nilai persentase 58.3%, Kategori Pedagang Besar sebanyak 16 responden dengan persentase 33.3%, dan kategori Pedagang Sangat Kecil sebanyak 2 responden dengan persentase 4.2%, sedangkan kategori Sangat Besar dan

Kategori Pedagang Kecil masing-masing hanya 1 responden.

#### **4.5 Berdasarkan Jumlah Pendapatan dan Jenis Barang Dagangan**

Pedagang Pakaian Wanita dengan jumlah 24 responden persentase 50.0%, pedagang penjual sepatu sebanyak 10 orang responden dengan persentase 20.8%, sedangkan pedagang penjual pakaian pria sebanyak 8 responden dengan persentase 16.7%, dan pedagang yang menjual tas sebanyak 6 responden dengan persentase 12.5%. Jumlah Pendapatan Pedagang Rata-rata Rp 31.000.000-Rp 40.000.000 sebanyak 20 responden dengan nilai persentase 41.7%, Pendapatan Rp 21.000.000-Rp 30.000.000 sebanyak 15 responden 31.3%, dan Pendapatan pedagang Rp 11.000.000 - Rp 20.000.000 sebanyak 6 responden dengan persentase 12.5%, sedangkan pendapatan < Rp 11.000.000 sebanyak 1 reponden.

#### **4.6 Tingkat Pendapatan dan Sumber Modal Pedagang**

Tingkat pendapatan pedagang pasar senja menurut kategori TC (Tidak Cukup) sebanyak 20 responden dengan persentase 41.7%, dan kategori C (Cukup) sebanyak 15 responden dengan persentase 31.3%, kategori STC (Sangat Tidak Cukup) sebanyak 5 responden dengan persentase 10.4% dan kategori SB (Sangat Besar) dengan responden 2 orang persentase 4.2%. Sumber modal usaha pedagang pasar senja rata-rata adalah tabungan pribadi dengan jumlah responden 22 persentase 45.8%, Pinjaman Non Bank dan kemitraan masing-masing dengan persentase 25.0%, sedangkan sumber modal dari pinjaman Bank dengan jumlah responden 10 orang dengan persentase 20.8%, dan pegadaian 1 responden.

Keterangan Tingkat Pendapatan terdiri dari

1. STC (Sangat tidak cukup)
2. TC (tidak cukup)
3. C (cukup)
4. SC (sangat cukup)
5. SB (sangat Berlebihan).

## 5. BENTUK-BENTUK MODAL SOSIAL PEDAGANG PASAR SENJA DIKELURAHAN SIMPANG BARU KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

### 1. Kepercayaan

#### 1. Bentuk Kepercayaan

Kepercayaan yang terbentuk antara Pedagang dengan Pedagang dan Pedagang dengan Agen dapat dikatakan hubungan horizontal karena sama-sama membutuhkan hingga terjalin kerjasama.

Kepercayaan yang terbentuk pada Pedagang Pasar Senja dengan Pedagang dan dengan Agen antara lain yaitu :

1. Tanpa adanya aturan atau prosedur tertentu yang dalam hubungan.
2. Tidak adanya sanksi tertulis dan sanksi tertentu yang harus dipenuhi dalam melakukan hubungan kerjasama.
3. Pedagang dengan pedagang dan agen sama-sama memperoleh keuntungan dengan kerjasama.
4. Memberikan kemudahan dalam mengakses informasi bagi sesama pedagang.
5. Memberikan pinjaman tanpa ada jaminan.
6. Memberikan bantuan kepada sesama pedagang dalam penjualan barang dagangan seperti memberikan pinjaman barang jika stok barang yang diinginkan pembeli habis terjual demi keuntungan bersama.

#### 2. Awal Timbulnya kepercayaan

Kepercayaan berawal dari adanya kerjasama antara pedagang dengan sesama pedagang dan dengan agen. Pedagang pasar senja dengan sesama pedagang memiliki kepentingan ekonomi yang sama dan menjual barang yang sama, pada tempat yang sama dan waktu yang sama, maka terjalinlah sebuah interaksi dan menjadi kerjasama antar pedagang dengan pedagang pasar senja lainnya hingga kedua pihak dapat meningkatkan modal social dalam kepentingan ekonomi. Pedagang dengan pedagang lainnya dan agen menyadari bahwa dengan adanya kepercayaan maka akan terjalin kerjasama diantara mereka yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Hubungan antara pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan agen bukanlah hubungan kekeluargaan tapi diikat dengan kepercayaan.

Tingkat Kepercayaan dalam Pinjaman dalam Terlambat Membayar Pinjaman, Dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 6.1  
Tingkat Kepercayaan dalam Pinjaman dalam Terlambat Membayar Pinjaman

No.	Tingkat Kepercayaan	Terlambat Membayar Pinjaman (Orang/%)			Jumlah (Orang/%)
		Netral	Tidak Sering	Tidak Pernah	
1.	Sangat Percaya	13 27.1	3 6.2	15 31.3	31 64.5
2.	Percaya	2 4.2	1 2.1	4 8.3	7 14.6
3.	Kurang Percaya	0 .0	0 .0	5 10.4	5 10.4
4.	Tidak Percaya	0 .0	0 .0	3 6.3	3 6.3
5.	Sangat Tidak Percaya	0 .0	0 .0	2 4.2	2 4.2
Jumlah		15 31.3	4 8.3	29 60.4	48 100.0

Sumber : *Olahan Data Hasil Penelitian 2018*

Tabel 6.1 dapat disimpulkan bahwa rata-rata pedagang berdasarkan Tingkat Kepercayaan sebanyak 31 responden dengan persentase 64.5%, sebanyak 7 responden Percaya dengan persentase 14.6%, Kurang Percaya 5 Responden nilai persentase 10.4,

dan Responden Tidak Percaya 3 Responden dengan persentase 6.3%, sedangkan Sangat Tidak Percaya 2 Responden nilai persentase 4.2. Pedagang Terlambat Membayar Pinjaman sebanyak 29 responden menjawab Tidak Pernah dengan persentase 60.4% dan yang menjawab Netral sebanyak 15 responden dengan persentase 31.3%, sedangkan yang menjawab Tidak Sering hanya 4 dengan persentase 8.3%.

### 3. Hasil dari Hubungan Kepercayaan

Hasil dari hubungan kepercayaan pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan agen adalah terciptanya suatu kerjasama dengan bentuk pertukaran antara keduanya yaitu sebagai berikut:

1. Pedagang dan agen sama-sama memperoleh keuntungan dalam proses jual beli. Pedagang mendapat keuntungan dari sisi pembayaran dengan agen dan mendapat keuntungan dari sesama pedagang dengan saling membantu dalam proses berjualan.
2. Pedagang memberikan pinjaman kepada pedagang lainnya baik itu berupa barang maupun uang tanpa ada jaminan.
3. Pedagang dan agen saling menjaga kepercayaan agar kerjasama terjalin baik dan tidak ada masalah yang menyebabkan ketimpangan.
4. Kerjasama antara pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan agen akan terjalin baik karena tidak adanya aturan yang mengikat namun didasari hubungan kepercayaan.
5. Pertukaran yang terjadi antara pedagang dengan pedagang dan pedagang dengan agen terjalin dengan system yang saling menguntungkan tanpa ada kerugian dari pihak masing-masing.

Kerjasama yang terbentuk dari hubungan kepercayaan secara timbal balik dengan teori pertukaran antar pedagang dengan pedagang lainnya bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan pedagang lainnya dengan kerjasama yaitu saling menguntungkan seperti saling meminjam Barang, Jasa, dan Uang. Dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 6.2  
Bentuk Pinjaman Pedagang dan Jenis  
Barang Dagangan Pedagang

No.	Bentuk Pinjaman	Jenis Barang Dagangan (Orang/%)				Jumlah (Orang/%)
		Tas	Sepatu	Pakaian Pria	Pakaian Wanita	
1.	Barang	0 .0	2 4.2	1 2.1	2 4.2	5 10.4
2.	Jasa	0 .0	4 8.3	4 8.3	10 20.8	18 37.5
3.	Barang dan Jasa	6 12.5	3 6.3	3 6.3	12 25.0	24 50.0
4.	Uang	0 .0	1 2.1	0 .0	0 .0	1 2.1
Jumlah		6 12.5	10 20.8	8 16.7	20 50.0	48 100.0

Sumber : Olahan Data Hasil Penelitian 2018

Tabel 6.2 dapat disimpulkan bahwa Bentuk Pinjaman Pedagang rata-rata Barang dan Jasa sebanyak 24 responden dengan persentase 50.0%, bentuk Pinjaman Jasa 18 responden dengan persentase 37.5%, dan Barang 5 responden nilai persentase 10.4%, sedangkan bentuk pinjaman Uang hanya 1 responden.

### 2. Jaringan Sosial

Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Salah satu hal yang penting dalam bisnis ataupun berdagang yaitu membentuk jaringan. Saat hendak buka usaha meski belum memiliki produk harus membentuk jaringan dahulu terhadap lingkungan terdekatnya, begitu juga dengan pedagang dan agen membentuk jaringan dengan sesama pedagang dan dengan agen.

Pedagang Pasar Senja membentuk jaringan yang luas kepada pedagang lainnya dengan cara bekerjasama dan saling membantu, pedagang juga membentuk jaringan kepada agen untuk mempermudah mendapat barang yang lebih bagus dan murah sampai agen dari luar kota, pedagang pasar senja sumber pasokan barang terdiri dari banyak daerah seperti dari Bandung, Padang, dan Jakarta.

Jaringan sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Pedagang dengan pedagang lainnya mengikat simpul jaringan dengan hubungan walaupun tanpa hubungan seperti hubungan kekeluargaan, hubungan pertemanan, hubungan persahabatan.

Jaringan yang terbentuk pada pedagang berupa Hubungan dalam Informasi Penetapan Harga barang dan Bentuk-bentuk pembayaran atau pembelian barang kepada agen barang dagangan dan Jaringan berupa kunjungan sakit, kunjungan syukuran.

### 1. Hubungan Dalam Informasi Penetapan dan Perubahan Harga di Pasar Senja

Harga merupakan suatu komponen penting dalam penjualan barang dagang, harga memegang peranan penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli dari produsen ke konsumen. Dalam penetapan harga dipasar perlu kesepakatan pedagang agar tidak terjadi perbedaan harga yang mencolok yang menimbulkan kesenjangan penjualan.

Penetapan harga barang yang akan dijual dipasar senja tergantung dengan harga beli barang dari agen atau grosir penyaluran barang. Para pedagang pasar senja bersaing secara baik dan sehat dengan cara bekerjasama dalam penetapan harga dan perubahan harga barang dengan saling member informasi.

Informasi penetapan harga dan perubahan harga barang ini sangat berguna bagi pedagang, karna dengan adanya informasi perubahan harga dan penetapan harga akan memberikan kesempatan kepada para pedagang untuk memberikan potongan harga kepada pembeli untuk memikat pembeli menjadi pelanggan tetap.

### 2. Transaksi Pembayaran Pedagang Pasar Senja

Transaksi pembayaran pembelian barang yang dilakukan pedagang kepada agen atau grosir dari Ramayan Pusat Pekanbaru dan Grosir Agen dari luar kota seperti dari Bandung, Jakarta, Padang. Kondisi pedagang pasar senja bukanlah orang-orang yang berasal dari keluarga ekonomi kelas atas melainkan kelas ekonomi menengah. Namun, demikian, persediaan dagangan mereka biasa dikatakan cukup tersedia karena banyak grosir yang menyediakan barang dengan harga yang sama dengan agen.

Kerjasama yang terjadi antara pedagang pasar senja dengan agen maupun grosir bukan hanya kerjasama dalam penyediaan barang dagangan melainkan juga dalam transaksi pembayaran barang. Pedagang bisa membayar secara bayar tunai/cash, baik secara Utang yang dibayar saat sudah mendapat untung, atau secara kredit dengan cara mencicil perbulan dengan rutin dan jumlah sama. Transaksi Pembelian barang dagang pedagang dapat dilihat dari table berikut ini :

Tabel 6.4  
Bentuk Hubungan Pedagang dan Transaksi Pembelian Barang dagang Pedagang Pasar Senja

No	Hubungan Pedagang	Transaksi Pembayaran (Orang/%)			Jumlah (Orang /%)
		Bayar Cash	Utang	Kredit	
1.	Tidak Memiliki Hubungan	22	5	5	31
		45.8	10.4	10.4	64.6

2.	Keluarga Jauh	2 4.2	0 .0	3 6.3	7 14.6
3.	Hubungan Pertemanan	6 12.5	0 .0	0 .0	5 10.4
4.	Hubungan Persahabatan	3 6.2	0 .0	0 .0	3 6.2
5.	Keluarga Dekat	2 4.2	0 .0	0 .0	2 4.2
Jumlah		35 72.9	5 10.4	8 16.7	48 100.0

Sumber : *Olahan Data Hasil Penelitian 2018*

Tabel 6.4 dapat disimpulkan bahwa rata-rata pedagang pasar senja tidak memiliki hubungan dengan Pedagang lainnya dan dengan agen dengan jumlah responden 31 tidak memiliki hubungan dengan persentase 64.6 %, sedangkan hubungan pertemanan sebanyak 7 responden dengan persentase 14.6%, demikian juga dengan keluarga jauh sebanyak 5 orang dengan persentase 10.4%. Pedagang yang melakukan transaksi pembelian barang dengan agen yaitu bayar cash sebanyak 35 responden dengan persentase 72.9%, kemudian terdapat 8 responden dengan sitem pembayaran Kredit dengan persentase 16.7 % dan responden dengan sistem pembayaran Utang sebanyak 5 responden dengan persentase 10.4%.

### 3. Kunjungan Musibah, Kunjungan Sakit dan Kunjungan Syukuran

Manusia pasti pernah dan akan mengalami musibah begitu juga dengan Pedagang pasar senja. Dengan adanya kunjungan musibah, kunjungan sakit, dan kunjungan syukuran yang dilakukan Pedagang pasar senja menunjukkan bahwa adanya hubungan social sikap berdukacita diantara mereka. Untuk lebih jelasnya lagi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 6.5

Pedagang Pasar Senja Berdasarkan Kategori Pedagang Melakukan Kunjungan Musibah, Kunjungan Sakit, dan Kunjungan Syukuran

No	Kunjungan Musibah	Kategori Pedagang (Orang/%)					Jumlah (Orang %)
		Sangat Kecil	Kecil	Sedang	Besar	Sangat Besar	
1.	Sangat Tidak Sering	0 .0	0 .0	2 4.2	0 .0	0 .0	2 4.2
2.	Tidak Sering	0 .0	0 .0	5 10.4	6 12.5	0 .0	11 22.9
3.	Netral	1 2.1	0 .0	17 35.4	7 16.6	1 2.1	27 56.2
4.	Sering	1 2.1	1 2.1	4 8.3	1 2.1	0 .0	7 14.6
5.	Sangat Sering	0 .0	0 .0	0 .0	1 2.1	0 .0	1 2.1
Jumlah		2 4.2	1 2.1	28 58.3	16 33.3	1 2.1	48 100.0

Sumber : *Olahan Data Hasil Penelitian 2018*

Tabel 6.5 diatas menunjukkan bahwa rata-rata Kategori pedagang Sedang yang netral melakukan Kunjungan Musibah, Kunjungan Sakit, dan Kunjungan Syukuran frekuensi 17 responden (35%) dari 27 responden (56.2%) yang menjawab Netral, sedangkan dari 11 (22.9%) orang mengatakan Tidak sering melakukan Kunjungan Musibah adalah Pedagang Besar dengan jumlah 6 (12.5%) dan Pedagang sedang sebanyak 5 (10.4%) orang Responden.

### 3. Norma

Norma adalah aturan yang mengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat, demikian juga dengan pedagang pasar senja untuk menjalin sebuah hubungan kerjasama dengan agen dan sesama pedagang pasar senja maka dibutuhkan aturan ataupun nilai-nilai yang tidak tertulis yang dijaga bersama agar terjalin kerjasama atau hubungan timbal balik yang baik.

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki ketergantungan dengan manusia lainnya, walaupun kebutuhan manusia berbeda-beda yang menyebabkan individu/kelompok lain saling berhubungan untuk kepentingan bersama dan saling membantu. Untuk itu masyarakat yang memiliki kebutuhan berbeda-beda memerlukan norma sebagai pedoman perilaku

untuk menjaga keseimbangan kepentingan dalam masyarakat.

Hubungan agar tetap terjaga dengan baik diperlukan Norma dan aturan yang mengatur baik itu tidak tertulis. Hubungan pedagang . Norma yang terjadi pada para Pedagang Pasar Senja dapat dilihat dari terjadinya Konflik dan adanya Teguran/Intruksi dapat kita lihat pada table berikut:

Tabel 6.6  
Konflik Pedagang dan Teguran/Intruksi  
Sesama Pedagang

No.	Konflik Pedagang	Teguran/Intruksi (Orang/%)		Jumlah (Orang/%)
		Tidak Pernah	Pernah	
1.	Tidak Pernah Pernah	16 33.3	7 14.6	23 47.9
2.	Pernah	17 35.4	8 16.7	25 52.1
Jumlah		33 68.7	15 31.3	48 100.0

Sumber : *Olahan Data Hasil Penelitian 2018*

Tabel 6.6 dapat disimpulkan bahwa pedagang yang memiliki konflik dan adanya aturan atau intruksi rata-rata menjawab Tidak Pernah 33 responden dengan persentase 68.7%, sedangkan yang menjawab Pernah sebanyak 15 responden dengan persentase 31.3%.

## 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan berdasarkan

Dari penelitian dan pembahasan yang penulis lakukan dapat disimpulkan berbagai hal sebagai berikut :

1. Karakteristik Pedagang pada Pasar senja di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dilihat dari segi Jenis Kelamin Laki-Laki dari segi berdasarkan Status Perkawinan sebagian

besar Menikah dengan Tingkat Pendidikan SMA. Kategori pedagang rata-rata Pedagang Sedang dan Sumber Modal Pedagang dari sebagian besar dari Tabungan Pribadi. Pendapatan Pedagang perbulannya berkisar Rp. 11.000.000 – Rp. 20.000.000 dengan Jenis Barang Dagangan rata-rata Pakaian Wanita.

2. Modal Sosial yang Pedagang lakukan terhadap sesama Pedagang dan agen adalah untuk mendapatkan keuntungan dengan menjalin kerjasama dan saling membantu dengan saling mempercayai dan membentuk jaringan dengan pedagang pasar senja lainnya dengan Kepercayaan, Jaringan Sosial yang diikat dengan norma yaitu aturan tidak tertulis, Hubungan Dalam Informasi Penetapan dan Perubahan Harga, sehingga kedua pihak antara pedagang dengan pedagang pasar senja lainnya dan pedagang dengan agen mendapatkan keuntungan tanpa adanya yang dirugikan.

### 2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang penulis paparkan, maka penulis akan memberikan saran-saran yang dapat penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Pedagang harusnya memiliki satu agen tidak dengan berpindah-pindah agen sehingga terdapat hubungan yang baik.
2. Pemerintah Kota Pekanbaru hendaknya membangun fasilitas pasar senja yang memadai dengan harga sewa yang lebih minimalis sehingga bisa lebih membantu Pedagang Pasar Senja.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Algjfari, 1997. *Analisis Statistik Untuk Bisnis*, edisi pertama, BPFE. Yogyakarta.

- Anoraga, Panji. 2004, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Bambang, Lina Miftahul. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Colaeman, James. S, 1988, *Social Capital in The Creation of Human Capital*, The American Journal of Sociology.
- Damsar. 1995. *Sosiologi Ekonomi* Edisi Revisi ke-2. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Field, Jhon.2010. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Kencana.
- Fuad, dkk. 2000. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fukuyama, Francis.1995. Trust: *Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- Fukuyama, Francis. 2005. *Guncangan besar Kodrat Manusia dan Tatanan Sosial Baru*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Haryanto, Sindung. 2011. *Sosiologi Ekonomi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Hasbullah, Jousairi. 2006, *Social Capital :Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta : MR-United Pres.
- Johnson, Doyle Paul. 1988. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Alih Bahasa: Robert M.Z. Lawang, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. Jilid II.
- Levi-Strauss, Claude, *The Elementary Structures Of Khinsip*. Boston : Beacon Press, 1969.
- Muin, Idianto. 2006. *Sosiologi SMA/MA*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Poloma, Margareth M, 2000. *Sosiologi Kotemporer*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Putnam, Robert D. “*Bowling Alone: America’s Declining Social Capital*.” *Journal Of Democracy* 6 (1995):65-78.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen* Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar* Edisi Revisi ke-45. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sudjana. 2001. *Metode Statistik*. Bandung : Tarsito
- Sugiyono, Prof., Dr. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

### SKRIPSI

- Agus. 2016. *Skripsi Modal Sosial Pada Komunitas Suku Toraja diPekanbaru*, Skripsi Strata Satu Jurusan Sosiologi UR, Pekanbaru.
- Ferdinand Paska Pane 2016. *Skripsi “Modal Sosial Antar Etnis Pada Komunitas Kawasan Usaha Batu Bata di Rw 027 Kelurahan Sail Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru”*, Skripsi Strata Satu Jurusan Sosiologi UR, Pekanbaru.
- Ichsan Pramatya, 2013. *Skripsi “ Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dijalan Gambir Tanjung Pinang”*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Jessi, 2013. *Skripsi Hubungan Sosial Ekonomi Antara Pedagang Barang Bekas Dengan Agen Di Kota Tembilahan*, Skripsi Strata Satu Jurusan Sosiologi UR, Pekanbaru.
- Novera Firi Yanti, 2017. *Skripsi “ Modal Sosial Pada Usaha Rubik Ganepo di Jorong Padang Kandi Nagari VII koto Talago Kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota “*, Skripsi Strata Satu Jurusan Sosiologi Ur, Pekanbaru.
- Siti Alliyah, 2014. *Sripsi “Hubungan Sosial Ekonomi Antara Petani Sawit Dengan Tauke Sawit Di Desa Petai Baru Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi”*,Skripsi Strata

Satu Jurusan Sosiologi Ur,  
Pekanbaru.

**WEBSITE**

<https://gnatanice.wordpress.com/2013/11/06/makalah-pola-perilaku-berbelanja-dilihat-dari-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen/> akses 19/10/2017 pukul 13:28

<http://skripsi-manajemen.blogspot.co.id/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html> akses 18/10/2017 pukul 00:52

<http://www.seputarilmu.com/2016/03/pengertian-ciri-ciri-struktur-fungsi.html> akses 30/10/2017 pukul 18:11