

## MODAL SOSIAL PADA PEDAGANG PASAR PAGI ARENGKA KOTA PEKANBARU

Oleh : Lely Rosalina Ginting/1501115651

*lelyginting3@gmail.com*

**Pembimbing : Dr. H. SwisTantoro,M.Si**

*swis\_tantoro@lecturer.unri.ac.id*

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

### Abstrak

Pedagang adalah orang yang memperjual belikan barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Pekerjaan sebagai pedagang menjadi salah satu pekerjaan sektor informal yang cukup populer dikalangan masyarakat saat ini ditengah sulitnya mendapat pekerjaan. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui karakteristik pedagang dan bentuk-bentuk modal sosial pada pedagang di Pasar Pagi Arengka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan terknik purposive sampling dengan subjek penelitian sebanyak 7 orang yang dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Teori yang digunakan adalah teori modal sosial yang dikemukakan oleh Fukuyama yang terdiri dari kepercayaan, jaringan sosial dan norma sosial. Dalam menjalankan sebuah usaha tidak hanya membutuhkan modal finansial namun juga diperlukan strategi untuk mempertahankan usaha mereka melalui modal sosial. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa modal sosial pedagang di Pasar Pagi Arengka terbangun karena adanya sikap saling percaya diantara pedagang yang dapat mempermudah mereka dalam pinjam meminjam barang, jaringan sosial yang dapat membantu mereka karena adanya hubungan kerjasama, serta norma sosial yang mengatur perilaku pedagang agar lebih terarah sehingga menciptakan kenyamanan bersama dan meminimalisir terjadi perpecahan antara pedagang yang satu dengan pedagang lainnya.

**Kata Kunci : Pedagang, Modal Sosial**

## **SOCIAL CAPITAL AT ARENGKA MARKET TRADERS PEKANBARU CITY**

**By: Lely Rosalina Ginting/ 1501115651**

*[lelyginting3@gmail.com](mailto:lelyginting3@gmail.com)*

**Consultant : Dr. H. SwisTantoro,M.Si**

*[swis\\_tantoro@lecturer.unri.ac.id](mailto:swis_tantoro@lecturer.unri.ac.id)*

Department of Sociology

Faculty of Social and Political Science

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

### ***Abstract***

*Trader is a person who resell goods to consumers directly or indirectly. An occupation as a trader is one of the informal sector jobs which is quite popular among the people nowadays amid the difficulty of getting a job. This research was conducted aiming to determine the characteristics of traders and forms of capital social traders in the Arengka Morning Market. The method used in this study is a qualitative researchs using purposing sampling technique with 7 person selected based on determined criteria. The theory used is the theory of capital social proposed by Fukuyama which consists of trust, social networks and social norms. To start a business not only requires financial principal but also strategies are needed to maintain their business through social capital. Based on results of research it was found that the social capital of trader in the Arengka Market was built because of an attitude of trust each other among traders that could make them simplify in borrowing goods each other, a social network that could help them because of cooperative relationship, and social norms that set traders behavior to be more directed so that make all together comfort and minimize disunity between one trader and another trader.*

***Keywords : Traders, Social Capital***

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan kota yang semakin meningkat namun tidak disertai dengan pertumbuhan kesempatan kerja merupakan kondisi yang nyata dan tidak dapat di sangkal lagi dan hal ini sudah menjadi ciri umum di negara berkembang seperti di Indonesia, menyebabkan jumlah pengangguran juga semakin meningkat. Sedikitnya kesempatan kerja membuat sebagian orang harus berusaha keras untuk mencari pekerjaan demi mendapatkan penghasilan, salah satunya yaitu dengan beralih ke sektor informal yang tidak banyak menuntut keahlian dan pendidikan.

Suksesnya suatu usaha diperlukan untuk semua jenis usaha mulai dari usaha kecil, menengah maupun dalam jumlah yang besar dengan memperhatikan kualitas dan mutu. Perbedaan memperoleh penghasilan sektor formal dan informal pada pokoknya didasarkan atas perbedaan antara pendapatan dari gaji dan pendapatan usaha sendiri. Jayadinata (1999:146) karakteristik sektor informal biasanya tidak terorganisir, usaha sendiri, sistem kerja yang tidak teratur, modal dari diri sendiri, kita dapat mengetahuinya sendiri banyaknya kelompok masyarakat yang memilih usaha pada sektor ini karena dianggap sebagai sarana yang paling mudah yang dapat dijadikan sumber penghasilan bagi kelompok masyarakat yang tergolong dalam ekonomi rendah terlebih di kota besar maupun kecil.

Pasar tradisional adalah pasar yang memiliki peran penting dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dalam masyarakat, keberadaan pasar

tradisional ini sangat membantu tidak hanya bagi pemerintah melainkan juga bagi masyarakat yang hidupnya bergantung pada usaha berdagang. Biasanya pedagang pasar tradisional tidak membeli barang dalam jumlah besar dari agen, hal ini dikarenakan terbatasnya modal yang dimiliki selain itu tidak tersedianya fasilitas yang lengkap untuk menyimpan barang dengan jumlah yang banyak seperti yang tersedia di pasar modern sehingga mereka membawa sisa dagangan mereka kembali kerumah untuk kemudian dijual keesokan harinya.

Kota Pekanbaru terdapat cukup banyak pasar tradisional salah satunya pasar pagi arengka yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta, Kecamatan Marpoyan Damai. Pasar tradisional cukup berperan penting dalam membantu perekonomian masyarakat yang berada di sekitar Marpoyan Damai pada umumnya dan masyarakat Pekanbaru pada khususnya, dimana dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan rumah tangga mereka dapat berbelanja segala keperluan hidup sehari-hari mulai dari kebutuhan pokok seperti beras, sayur, ikan, daging, buah, pakaian, sepatu, dan segala perkakas rumah tangga tersedia di pasar arengka.

Pedagang yang berjualan di Pasar Pagi Arengka biasanya sudah disediakan lapak atau meja oleh pihak pasar dengan harga sewa yang berbeda-beda tiap meja tergantung dari berapa lebar meja dan berdasarkan jenis dagangannya. Sumber pasokan barang pedagang biasanya dari para agen dari berbagai daerah seperti Padang, Medan, dan Jawa.

Modal sosial memiliki peran sebagai perekat yang mengikat

semua anggota kelompok masyarakat yang dibentuk berdasarkan kegiatan ekonomi dan sosial dipandang sebagai faktor yang dapat meningkatkan kehidupan ekonomi secara luas. Fukuyama (1991) mengatakan bahwa modal sosial merupakan serangkaian nilai atau norma sosial yang dihayati oleh anggota kelompok yang memungkinkan terjadinya kerjasama diantara para anggota. Salah satu modal sosial yang terpenting adalah kepercayaan (*trust*). Kepercayaan dianggap sebagai minyak pelumas yang akan membuat kelompok masyarakat atau organisasi dapat bertahan.

Pedagang yang ada di pasar arengka dapat bertahan hingga saat ini dalam melangsungkan usahanya juga dipengaruhi oleh modal sosial dan kemampuan mereka dalam mempertahankan modal sosial tersebut. Modal sosial pada dasarnya dipahami sebagai suatu bentuk dimana setiap anggota masyarakat menaruh kepercayaan dengan anggota lain yang termasuk dalam kelompok tersebut, tidak hanya mengenai kepercayaan tetapi juga adanya jaringan dan nilai norma yang dimiliki oleh para pedagang yang turut mempengaruhi kelangsungan dagangan mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang menyangkut masalah tersebut dengan judul “ **Modal Sosial Pedagang di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru**”

### **1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya ialah sebagai berikut.

1. Bagaimana karakteristik pedagang di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana bentuk modal sosial pedagang di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui karakteristik pedagang di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru
2. Untuk mengetahui bentuk modal sosial pedagang di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Acuan pengembangan disiplin ilmu sosial pada umumnya dan studi sosiologi khususnya terutama dalam menyelesaikan pendidikan Strata jurusan Sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Bagi penulis diharapkan menambah wawasan serta pengetahuan mengenai permasalahan yang diteliti.
3. Diharapkan dapat menjadi rujukan penelitian lain yang berhubungan dengan penelitian ini dan bahan pengembangan konsep-konsep dalam berbagai aspek untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang penelitian.
4. Bagi pedagang, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan manfaat mengenai modal sosial yang berguna untuk mempertahankan usaha yang dilakukan apabila dijaga dengan baik.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Modal Sosial**

Konsep kapital sosial sudah menjadi perhatian bagi banyak ilmuan baik ilmu ekonomi, ilmu politik dan sosiologi Arrow dalam Damsar (2009:209). Modal sosial dapat didefinisikan secara singkat adalah kemampuan masyarakat untuk mengorganisir diri sendiri dalam memperjuangkan tujuan mereka. Bordieu dalam Damsar (2009:209) mendefinisikan kapital sosial sebagai sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh setiap individu yang berasal dari jaringan sosial yang terjalin secara terus menerus dalam bentuk pengakuan dan hubungan timbal balik (dengan kata lain, keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk dukungan kolektif.

Fukuyama (2005:20) modal sosial adalah sekumpulan nilai atau norma yang dimiliki bersama antar anggota kelompok masyarakat yang memungkinkan terjalinnya hubungan kerjasama antara satu dengan yang lain. Seperti yang kita ketahui diantara para pedagang yang berada dipasar arengka terjalin hubungan kerjasama sama antara pedagang atau jaringan, hubungan tersebut dapat berupa sikap saling percaya satu dengan yang lain, saling menghormati dan menghargai serta turut membantu sesama pedagang.

#### **2.2 Indikator Modal Sosial**

##### **1. Kepercayaan**

Lawang (dalam Damsar 2009:186) mendefinisikan kepercayaan adalah hubungan antar dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang

menguntungkan salah satu atau kedua pihak melalui interaksi sosial. Fukuyama (Utomo 2014: 27) dalam *In Trust: The Social Capita Value and The Creation Of Prosperity*, kepercayaan muncul terjadi apabila masyarakat itu menjadikan nilai sebagai dasar kehidupan yang menciptakan pengharapan dan kejujuran. Melalui kepercayaan kesuksesan dalam berusaha akan cepat tercapai karena tidak menaruh kecurigaan pada orang yang hanya sebagai penghambat dalam berusaha. Sikap saling percaya juga memberikan pengaruh yang signifikan apabila dikelola dengan baik. Dalam kegiatan berdagang terjalin sitem kepercayaan terhadap sesama pedagang, pedagang dengan pembeli, maupun pedagang dengan distributor.

##### **2. Jaringan Sosial**

Van Zanden (Agusyanto, 2007: 14) hubungan sosial yang terjadi atau saling ketergantungan antar individu merupakan interaksi sosial yang berkelanjutan (relatife cukup lama atau permanen) yang akhirnya diantara mereka terkait satu sama lain dengan atau tanpa seperangkat harapan yang menghubungkan antara satu orang dengan orang lain dimana melalui jalur atau saluran tersebut dialirkan sesuatu misalnya barang, jasa, atau informasi.

Kunci keberhasilan seseorang dalam menciptakan modal sosial terletak pada kemampuan orang tersebut dalam suatu kelompok dengan melibatkan diri dalam jaringan sosial. Anggota kelompok masyarakat yang memiliki banyak hubungan dengan masyarakat lain biasanya didasarkan oada adanya

kesamaan prinsip, kesukarelaan, kebebasan, dan keadaban.

### **3. Norma**

Norma adalah ketentuan, aturan, atau syarat yang mengandung nilai tertentu yang harus dipatuhi oleh warga masyarakat didalam berbuat, dan bertingkah laku sehingga terbentuk masyarakat yang tertib, teratur dan aman. Lawang (2005:68) norma adalah aturan-aturan, petunjuk-petunjuk, harapan-harapan yang bersifat baik, besar pentingnya sesuatu apabila tidak dilakukan dengan baik dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Tiga hal penting yang menyangkut norma sosial (Lawang 2005:70):

pertama, norma itu muncul karena adanya pertukaran yang saling menguntungkan. Kedua, norma bersifat resiprokal dimana isi norma menyangkut hak dan kewajiban para pihak yang menjamin keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu. Ketiga, jaringan yang terjalin lama akan menjamin keuntungan bagi semua pihak secara merata sehingga memunculkan norma keadilan.

### **2.3 Pasar**

Secara umum, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dengan pembeli. Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Menurut KBBI defenisi pasar adalah kegiatan tukar barang/jasa dimana penjual

menukarkan barang dengan uang dan sipembeli menukarkan uang dengan barang/jasa yang dibutuhkan.

### **2.4 Sektor Informal**

Konsep sektor informal pertama kali digunakan oleh Keirt Hard dari University of Manchester pada tahun 1973 yang menggambarkan bahwa sektor informal adalah bagian angkatan kerja dikota yang berada di luar pasar tenaga kerja yang terorganisir. Kegiatan-kegiatan informal merupakan cara untuk melakukan sesuatu yang ditandai dengan mudahnya untuk dimasuki, bersandar pada usaha milik sendiri yang operasinya dalam skala kecil, keterampilan yang dimiliki juga tidak banyak dan pasarnya bersifat kompetitif.

### **2.5 Kajian Terdahulu**

### **2.6 Kerangka Berpikir**

### **2.7 Defenisi Konsep**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian dilakukan di Kecamatan Marpoyan Damai lebih tepatnya di Pasar Pagi Arengka, hal ini karena pasar pagi arengka merupakan sarana terjadi transaksi jual beli dan tempat berdagang antara pedagang satu dengan lainnya , banyaknya jumlah pedagang yang berada di pasar pagi arengka membuat lokasi dagangan mereka saling berdekatan tentu memiliki sebuah hubungan ataupun relasi antara pedagang dengan pedagang, pedagang dengan pembeli maupun pedagang dengan agen yang terbentuk karena adanya modal sosial yang ingin diteliti oleh peneliti dan juga dikarenakan lokasi yang strategis dan banyaknya kegiatan masyarakat yang melintasi jalan

tersebut sehingga setiap harinya selalu ramai dikunjungi oleh para pembeli.

### **3.2 Subjek Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini dalam pemilihan subjek peneliti menggunakan *Non Probability Sampling* yaitu tidak memberi peluang yang sama bagi setiap masyarakat yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan data dengan perlu pertimbangan yang mempunyai kaitan dengan judul penelitian pedagang kaki lima.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain yaitu wawancara dan kuesioner. Observasi adalah teknik memperoleh data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung yaitu dengan mendatangi pedagang kaki lima sebagai informan atau sumber informasi.

#### **3.3.2 Wawancara**

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan narasumber menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara) (Mohammad Nazir 1988). Wawancara dipergunakan untuk memperoleh data dengan jalan mengadakan wawancara dengan narasumber dilakukan secara bebas dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

### **3.4 Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono 2012:244). Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis data kualitatif dimana data yang sudah diperoleh akan dipaparkan dan dianalisa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan dukungan teori yang berkaitan dengan objek penelitian.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **PASAR PAGI ARENGKA**

#### **4.1 Letak Geografis dan Demografis Pasar Arengka**

#### **4.2 Sejarah Singkat Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru**

#### **4.3 Struktur Pasar**

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 KARAKTERISTIK**

#### **PEDAGANG PASAR PAGI ARENGKA**

#### **5.2 MODAL SOSIAL PADA PEDAGANG PASAR PAGI ARENGKA**

Modal sosial adalah salah satu unsur yang penting dalam mengembangkan usaha dan juga mempertahankan usaha seorang pedagang. Dengan adanya modal sosial yang terbentuk diantara para pedagang, terbukti adanya hubungan kerjasama yang baik karena munculnya rasa kesatuan dan kekeluargaan dari modal sosial yang mereka miliki.

Hubungan antar manusia merupakan hubungan yang sangat penting, ikatan-ikatan sosial yang

terbentuk antar sesama manusia menjadi ikatan-ikatan yang mungkin akan kuat, yang didasarkan pada kepentingan dan kebutuhan hidup mereka. Ikatan-ikatan itu terbentuk didasarkan pada kesamaan tertentu mulai dari latar belakang sosial budaya maupun kepentingan tertentu.

### **5.2.1 Kepercayaan (trust)**

Kepercayaan (trust) merupakan unsur penting dalam menciptakan hubungan, baik antara individu maupun kelompok. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang dalam komunitas maka akan semakin tinggi juga terciptanya hubungan kerjasama. Kepercayaan atau saling mempercayai adalah suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosial yang didasari keyakinan bahwa orang lain juga akan melakukan seperti apa yang diharapkan dan senantiasa bertindak untuk saling mendukung satu dengan yang lain dan tidak akan bertindak untuk merugikan diri dan kelompoknya.

#### **5.2.1.1 Membangun Kepercayaan Pembeli dengan barang yang dijual**

Menanam kepercayaan pembeli terhadap barang yang dijual merupakan suatu hal yang penting, karena dalam berdagang sangat membutuhkan seorang pembeli hal ini dikarenakan karena pembeli merupakan kunci utama dari keberhasilan dan bertahannya pedagang jika tidak ada pembeli maka usaha yang mereka lakukan akan mati dan tidak dapat berjalan dengan lancar.

#### **5.2.1.2 Kepercayaan Pinjam Meminjam Sesama Pedagang**

Hak yang harus dimiliki pedagang adalah sikap saling percaya, kepercayaan adalah modal dasar bagi kelancaraan usaha seseorang dan semestinya dibangun dan juga dijaga dengan baik. Tanpa adanya sikap saling percaya antar individu dengan individu lain atau sesama pedagang dapat memberikan kerugian dan dagangan mereka bisa gulung tikar. Sikap percaya inilah membuat mereka sadar bahwa hal tersebut yang membuat usaha mereka dapat bertahan hingga saat ini.

#### **5.2.2.3 Kepercayaan Pedagang dengan Distributor**

Dalam berdagang tentu diperlukan bahan atau barang untuk dijual kepada para masyarakat yang menjadi pembeli dari barang yang dijual tersebut. Para pedagang juga selalu berusaha untuk memberikan barang dagangannya dengan kualitas yang baik dengan harga yang bersahabat seperti yang diharapkan oleh masyarakat.

### **5.2.2 Jaringan Sosial**

Jaringan adalah unsur terpenting dalam pengembangan usaha seseorang, hal ini disebabkan karena dalam kehidupan di dunia ini dapat dikatakan bahwa tidak ada manusia yang tidak menjadi bagian dari jaringan manusia lain dalam kehidupan bermasyarakat.

#### **5.2.2.1 Jaringan Sosial Pedagang dengan Pedagang**

. Dalam membuka usaha tentu harus memiliki jaringan yang berguna untuk melangsungkan usahanya dan mempertahankan usahanya untuk mencapai



kesuksesan. Seperti yang kita tau bahwa manusia tidak dapat hidup dengan sendiri karena manusia adalah makhluk sosial yang saling berhubungan satu dengan yang lain.

### **5.2.2.2 Jaringan Sosial Pedagang dengan Distributor**

Dalam pengambilan barang kepada distributor pembayarannya dapat dilakukan secara tunai dan secara mencicil, para pedagang dapat membayar belakangan kepada para distributor apabila sudah berlangganan dengan distributor tersebut yang disebabkan adanya hubungan dan sudah saling mengenal, sedangkan yang membayar secara langsung bukan karena tidak memiliki hubungan yang baik melainkan supaya hubungan kerjasamanya semakin baik agar sama-sama saling menguntungkan.

### **5.2.3 Norma Sosial**

Hasbullah (2006) mengatakan Pengertian norma itu sendiri adalah sekumpulan aturan yang diharapkan dapat dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada satu etnis tertentu. Norma yang berlaku dalam usaha kegiatan berdagang merupakan hasil kesepakatan bersama yang berfungsi untuk mengontrol dan menjaga hubungan pedagang yang satu dengan pedagang yang lain, pedagang dengan distributor dan pedagang dengan pembeli agar tercipta kenyamanan dan mengurangi terjadinya konflik ditengah-tengah pasar.

#### **5.2.3.1 Norma atau Aturan dalam Menetapkan Harga**

Norma Sosial yang ditetapkan dalam usaha sebagai pedagang adalah norma tidak tertulis yang

tanpa mereka sadari bahwa aturan tersebut dijalankan oleh setiap pedagang, seperti halnya dalam menentukan harga jual dari barang yang didagangkan berdasarkan dari modal yang dikeluarkan oleh para pedagang terhadap barang tersebut.

#### **5.2.3.2 Norma atau Aturan Tempat Berjualan**

Norma yang dilakukan oleh para pedagang biasanya bersifat tak tertulis, sama hal dalam menentukan lokasi untuk berjualan, dimana aturan ini berfungsi untuk mengatur dimana saja lokasi atau tempat mereka untuk berdagang yang juga sudah diatur oleh pihak pasar meskipun ada juga yang di tetapkan berdasarkan keinginan dari pedagang namun lebih dilihat dari jenis barang yang dijual sehingga penempatannya juga melihat dari dagangan para pedagang.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

1. Karakteristik pedagang di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang dilihat dari usia (umur) tergolong dalam usia produktif yaitu dari usia 23-57 tahun
2. Modal sosial yang dapat dilihat dari Pedagang yang berada di pasar pagi arengka adalah sebagai berikut:
  - a. kepercayaan. Kepercayaan tidak dapat timbul dengan sendirinya jika tidak ada hubungan yang terjadi antara individu dengan individu lain. kepercayaan biasanya timbul karena adanya hubungan baik yang terjalin, adanya sikap jujur pada diri seseorang.
  - b. Jaringan. Pasar adalah tempat terjadinya interaksi antar

pedagang, pembeli maupun distributor yang mejadi aktor pasar, melalui jaringan orang akan saling memberi informasi dan saling membantu.

c. Norma yang mengikat dan mengatur pedagang dalam perilaku juga terdapat di dalam pasar, norma tersebut bersifat informal seperti penetapan harga, dan adanya aturan dalam pemilihan lokasi berjualan, aturan dalam pembayaran biaya retribusi yang harus dijalankan dan ditaati oleh setiap pedagang.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang penulis paparkan maka peneliti akan memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah agar lebih memperbaiki keadaan didalam pasar seperti: kebersihan, ketertiban, kenyamanan pasar agar ketika musim hujan keadaan pasar tidak lagi becek.
2. Bagi para pedagang agar tetap menjaga hubungan yang baik dengan pedagang lainnya yang berada di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru, saling bekerjasama dalam menciptakan suasana pasar yang aman, nyaman dan menghindari bentuk-bentuk penyimpangan yang berlaku bagi setiap pedagang agar tidak menimbulkan kerugian bagi semua pihak.
3. Bagi masyarakat agar membangun modal sosial yang dapat meningkatkan solidaritas dan agar selalu

berbelanja di pasar tradisional yang memberikan manfaat bagi pedagang yang mengharapkan memperoleh keuntungan dari hasil dagangannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eric, I lesser. 2000. *knowledge and social capital foundation and applications*. United S Lawang, Robert M.Z. 2005. *Kapita Sosial Dalam Perspektif Sosiologi: Suatu Pengantar*. Depok. FISIP UI Press
- Fuad, Sugiarto, Nurlela, H. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia
- Francis Fukuyama. 2007, *Trust: Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*, Yogyakarta: Penerbit Qalam
- Hidayat, Defenisi, *Kriteria dan Evolusi Konsep Sektor Informal: Sumbangan Pemikiran untuk Replika IV, Analisa, Tahun XII, Nomor 7*, Fakultas Ekonomi, Universitas Pedjajaran, Bandung, 1983.
- Hendri Ma'ruf, 2005. *Pemasaran ritel*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Jayadinata, J. T. 1999. *Tata Guna Tanah Dalam Perencanaan Pedesaan, Perkotaan dan Wilayah*, Bandung: ITB.
- Lawang, Robert. 2004. *Pengantar Pengembangan Organisasi*. Bandung: Penerbit Sinar Baru.
- Lawang. R.M (2005). *Kapital Sosial: Dalam Perspektif Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: FISIP UI PRESS

- Manning, Christ dan Tadjuddin Noer Efendi, 1991. *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal Kota*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Nazir, Mohammad. 1988. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.