BAB II

KAJIAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penjelasan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya untuk menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Nanang Setiawan, dkk pada tahun 2020 dengan judul "Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Untuk Berjualan di Pasar Besar Malang" ini menyoroti peran penting Pasar Besar Malang dalam menyumbangkan pendapatan daerah dan masyarakat, terutama bagi pedagang kaki lima. Keberlanjutan usaha para pedagang tersebut dipengaruhi oleh tata nilai yang dibangun melalui modal sosial kepercayaan dan jaringan sosial. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami bagaimana pedagang kaki lima membangun modal sosial dan memanfaatkan ruang publik di Pasar Besar Malang. Penelitian ini menyajikan pemahaman mendalam tentang bagaimana modal sosial memengaruhi dinamika ruang publik di Pasar Besar Malang dan kontribusi positifnya terhadap keberlanjutan usaha pedagang kaki lima (Setiawan et al., 2020).

Penelitian dengan judul "Modal Sosial Pedagang Buah di Pasar Pagi Cik Puan Kota Pekanbaru" oleh Ermayanti & Achmad Hidir pada tahun 2023 dilakukan pada pedagang buah di Pasar Pagi Cik Puan Pekanbaru. Penelitian ini membahas mengenai modal sosial pedagang buah di Pasar Cik Puan dan strategi bertahan dikarenakan pedagang di Pasar Cik Puan berdagang ditempat penampungan

sementara (TPS) karena mangkraknya pembangunan Pasar Cik Puan setelah terbakarnya pasar tersebut. Kebakaran yang melanda Pasar Cik Puan menyebabkan bangunan dan tempat berjualan para pedagang hancur terbakar. Akibatnya, para pedagang terpaksa mendirikan tenda-tenda kecil untuk tetap dapat berjualan. Meskipun dalam situasi yang sulit, mereka enggan meninggalkan tempat berjualan mereka untuk waktu yang lama, karena para pedagang telah membangun kekerabatan yang erat melalui komunitas pedagang. Pedagang buah di pasar tersebut menghadapi tantangan besar karena mereka memerlukan modal awal yang signifikan. Pasalnya, jika pembeli memilih harga yang rendah, buah-buahan tidak akan laku terjual dan berisiko membusuk. Oleh karena itu, pedagang buah harus mengandalkan modal sosial yang kuat untuk tetap mampu menjaga dan mempertahankan dagangannya di tengah kesulitan yang mereka alami (Ermayanti & Achmad, 2023).

Penelitian yang ditulis oleh Faridatul Hasna dan Titov Chuk's Mayvani dengan judul "Identifikasi Modal Sosial Fungsi Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kapas Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro)" ini menjelaskan mengenai kesulitan yang dihadapi oleh pembeli dalam menghadapi biaya transaksi yang tinggi memerlukan upaya pembeli untuk menciptakan sistem kelembagaan yang efektif dan efisien. Salah satu pendekatan yang dapat diambil untuk mencapai hal tersebut adalah dengan memanfaatkan modal sosial secara optimal. Masalah biaya transaksi di Pasar Kapas, Bojonegoro dihadapi pembeli yang memerlukan adopsi desain yang lebih baik sehingga penggunaan modal sosial

harus dimaksimalkan. Pemanfaatan modal sosial di pasar ini dapat memberikan nilai ekonomi yang signifikan, karena dapat membantu individu atau kelompok untuk mengatasi hambatan dan kesulitan dalam bertransaksi. Dengan membangun hubungan yang kuat, norma bersama dan kepercayaan antarpelaku pasar dan pembeli, dapat menciptakan lingkungan yang lebih efisien dan meminimalkan biaya transaski yang mungkin timbul. Penerapan modal sosial di Pasar Kapas, Bojonegoro tidak hanya memiliki dampak positif pada keberlanjuta pasar tradisional, namun juga memberikan nilai tambah secara ekonomi dengan mengurangi beban biaya transaksi yang sering dihadapi oleh pembeli (Hasna & Mayvani, 2023).

Penelitian dengan judul "Modal Sosial Pedagang Konvensional di Kota Makassar" yang ditulis oleh Marlo Smandra & Musrayani Usman membahas mengenai perkembangan pedagang online yang sangat pesat menimbulkan perubahan dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti beralihnya sistem pembelanjaan menjadi online. Hal ini membuat pedagang yang masih menggunakan sistem konvensional mengalami penurunan minat pembeli. Oleh karena itu, diperlukan modal sosial untuk mempertahankan dagangan yang mereka miliki (Smandra & Usman, 2023).

Jurnal berjudul "Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Pasar Modern pada Toko Indah KH. Rambe Pasar Raya Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan" yang ditulis oleh Listina Sari Siregar, Agustalinda Nora & Heri Dia Anata Batubara ini membahas

tentang Persaingan yang tidak dapat dihindari oleh toko di pasar tradisional dan toko modern. Kehadiran toko baju muslim yang modern memberikan dampat negative bagi penjual baju muslim di pasar tradisional. Umumnya, pedagang di pasar tradisional memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah sehingga ketika diminta untuk menjelaskan strategi yang mereka gunakan, mereka cenderung tidak memiliki strategi khusus yang digunakan. Namun, mereka selalu menekankan pelayanan yang ramah terhadap konsumen, memberikan kepercayaan penuh kepada pelanggan dan menjadikan faktor harga sebagai daya tarik untuk menarik konsumen (Siregar et al., 2021).

Penelitian yang ditulis oleh Ervita Nurva Setya Ningrum & Pambudi Handoyo dengan judul "Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang dalam Memperoleh Lapak Pasca Relokasi Pasar Wage Baru Nganjuk" membahas mengenai upaya pembangunan pemerintah yang dilakukan, salah satunya dengan revitalisasi pasar. Suatu kebijakan dibuat agar menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan, namun apabila tidak diperhitungkan dengan baik akan berdampak pada stabilitas sosial dan lingkungan, seperti yang terjadi di Pasar Wage Nganjuk. Sebagian pedagang kecewa karena kios yang diterima tidak sesuai dengan kebutuhan pedagang karena letak yang tidak cukup luas. Ditambah dengan kondisi pasar yang sepi sejak relokasi dilakukan. Permasalahan tersebut membuat beberapa pedagang memanfaatkan modal sosial sebagai strategi untuk memperoleh kios yang sesuai kebutuhan (Ningrum & Handoyo, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Kirana Candrasari dengan judul Eksistensi Modal Sosial dalam Pasar Buku Tradisional. Membahas mengenai pola interaksi antara pedagang dan interaksi dengan pelanggan di pasar buku tradisional dan analisis melalui pendekatan kualitatif. Dua sumber utama yang digunakan adalah data mentah yang diperoleh melalui wawancara dan observasi dengan 10 pedagang dan 10 pembeli di pasar buku tradisional. Selanjutnya, data sekunder dikumpulkan dari studi sastra dan pencarian data *online*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai modal sosial, seperti kepercayaan, norma, dan jaringan, memiliki dampak signifikan dalam menjaga kelangsungan pasar buku tradisional serta keberadaannya. Modal sosial mampu menciptakan lingkungan pasar yang aman dan nyaman, memberikan alternatif solusi atas masalah atau konflik, dan membangun jaringan pemasaran untuk menarik pelanggan setia (Kirana, 2021).

Penelitian yang berjudul Nadila Farajane Alisya, Pudjo Suharso dan Lisana Oktaviasinta M "Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember" yang ditulis oleh membahas tentang strategi adaptasi pedagang pakaian konvensional akibat maraknya belanja online yang kini telah menjadi gaya hidup. Pedagang enggan menggunakan toko *online* karena keterbatasan pemahaman mengenai penjualan online karena usia. Selain itu, mereka merasa lebih nyaman dan terbiasa berdagang secara tradisional. Kebiasaan perdagangan tradisional telah menjadi bagian dari rutinitas mereka, dan terlepas dari tantangan saat ini, para pedagang memilih untuk menjaga usaha mereka tetap bertahan.

Keputusan ini tergantung pada lamanya waktu mereka terlibat dalam bisnis ini, sehingga mereka lebih memilih untuk beradaptasi dengan perubahan untuk menjaga kelangsungan perdagangan dan mendapatkan penghasilan (Alisya et al., 2023).

Penelitian yang ditulis oleh Zeni Eka Putri & Azwar dengan judul "Modal Sosial Dan Strategi Bertahan Pedagang Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Pedagang di Daerah Wisata Pantai Kota Padang)" membahas mengenai wabah corona yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di Kota Padang khususnya pedagang yang berjualan di daerah wisata dikarenakan kegiatan berwisata menjadi kurang. Hal ini berdampak kepada pedagang di lokasi wisata yang mengharapkan wisatawan berkunjung dan berbelanja. Saat masa pandemi, tentu pedagang di daerah wisata mengalami penurunan karena pemerintah membatasi kegiatan diluar rumah. Oleh karena itu, pedagang wisata harus memiliki strategi tertentu untuk bisa mempertahankan dagangannya selama masa pandemi. Selain pemberian bantuan yang bersifat eksternal, diperlukan juga modal sosial yang dimiliki pedagang agar tetap mampu bertahan di masa pandemi. Pada penelitian ini mengidentifikasi dan mendeskripsikan modal sosial pedagang di masa pandemi (Putri & Azwar, 2022).

Penelitian berjudul "Peran Modal Sosial Pedagang Ikan di Pasar Bersehati Manado" yang ditulis oleh M. Kamel Duwila, Nicolas Kandowangko dan Antonius Purwanto membahas mengenai beberapa pasar tradisional dan supermarket yang berada di Kota Manado menjual ikan kepada konsumen secara lansung, salah satunya adalah Pasar Bersehati. Kekuatan jaringan sosial memfasilitasi mobilitas perdagangan, dimana upaya tersebut dilakukan dengan rajin memindahkan sumber

daya ekonomi yang dibutuhkan, juga berbagi informasi dan komunikasi dengan sesame pedagang, sehingga ada hubungan atau jaringan sosial yang terjalin. Hal ini penting dalam dunia perdagangan karena untuk memenuhi permintaan pasar terutama di Kawan Pasar Bersehati. Modal sosial juga akan tetap terjaga karena ada unsur kepercayaan (Duwila et al., 2020).

Table 1. Relevansi Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Nanang Setiawan, dkk (2020), Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Untuk Berjualan di Pasar Besar Malang dalam Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM).	Modal sosial pedagang kaki lima di Pasar Besar Malang masih terjaga dengan baik. Secara khusus, modal sosial kepercayaan sangat mencolok dalam interaksi sosial pedagang di PBM. Kepercayaan yang kokoh tercermin dalam hubungan positif antara semua pihak yang memiliki kepentingan di lingkungan pasar. Keterjagaan hubungan yang baik terlihat antara pedagang dan Dinas Pasar, selain itu saling hubung yang baik juga terjalin antar sesama pedagang di PBM. Pedagang dengan sukarela membantu menjaga lapak rekan pedagang yang sedang meninggalkan tempat untuk keperluan pribadi mereka masing-masing. Semua aktivitas ini dilakukan tanpa adanya tekanan, menunjukkan bahwa keberadaan hubungan yang kuat antar pedagang menjadi landasan utama mengapa mereka bersedia untuk saling membantu.	Jurnal ini meneliti bagaimana modal sosial kepercayaan antarsesama pedagang dan dengan Dinas Pasar.
2.	Ermayanti & Achmad Hidir (2023), Modal Sosial Pedagang Buah di Pasar Pagi Cik Puan Kota Pekanbaru dalam Jurnal Concept: Journal	Modal sosial yang dilakukan pedagang di Pasar Pagi Cik Puan diantaranya adalah hubungan jaringan yang terjadi antar pedagang yang saling menguntungkan, seperti berbagi informasi mengenai pemasok barang yang menyediakan produk	Jurnal ini meneliti tentang modal sosial yang dimiliki pedagang pasar buah untuk strategi berdagang pasca kebakaran.

	of Social Humanities and Education.	berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau, memungkinkan pedagang untuk memiliki distributor yang sama. Lalu, kepercayaan antar pedagang dengan adanya interaksi yang baik dan menimbulkan sikap saling bekerjasama. Norma yang berlaku di pasar tersebut memiliki fungsi untuk meminimalisir adanya perselisihan, yaitu dengan kesadaran masing-masing untuk menjaga kedamaian dan kenyamanan pasar.	
3.	Faridatul Hasna & Titov Chuk's Mayvani (2023), Identifikasi Modal Sosial Fungsi Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Kapas Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro) dalam Jurnal Neo-Bis.	Modal sosial yang terbentuk di Pasar Kapas menjadi pendorong bagi pasar tersebut untuk tetap eksis, hal ini dapat dilihat dari adanya sikap peduli antar pedagang dan pembeli yang terbentuk karena aktivitas ekonomi. Ini juga menjadi alasan tumbuhnya kepercayaan antara pembeli dengan pedagang, seperti beberapa pedagang yang percaya untuk menghutangi pembeli karena sudah langganan. Dalam hubungan jaringan ini memunculkan pula norma dan nilai yang tercermin, yaitu saling menolong dan bersikap sopan santun.	Jurnal ini meneliti mengenai modal sosial yang dilakukan pedagang.
4.	Marlo Smandra & Musrayani Usman (2023), Modal Sosial Pedagang Konvensional di Kota Makassar dalam Jurnal Multiverse: Open Multidiscliplinary Journal.	Modal sosial menjadi sumber kekuatan yang signifikan karena memberikan peluang, sumber daya dan informasi dalam masyarakat. Adanya *e-commerce* secara tidak langsung menggusur keberadaan pedagang konvensional, meski begitu pedagang konvensional berupaya untuk mempunyai strategi yang lebih dan dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada untuk bisa lebih berkompetisi. Setiap pedagang masing-masing memiliki modal sosial yang dapat dimanfaatkan dalam keadaan sulit, masuknya sistem perdagangan yang baru dan menjadi pesaing baru, maka	Jurnal ini meneliti bagaimana modal sosial pedagang pasar dalam menghadapi pasar *online.*

		para pedagang konvensional dapat memanfaatkan modal sosial yang telah dimiliki untuk kekuatan bertahan.	
5.	Listina Sari Siregar, Agustalinda Nora & Heri Dia Anata Batubara (2021), Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Pasar Modern pada Toko Indah KH. Rambe Pasar Raya Sangkumpal Bonang Padangsidimpuan dalam Jurnal ESTUPRO.	Hasil penelitian ini adalah Toko Indah KH Rambe menawarkan harga yang tidak melonjak tinggi, tidak seperti umumnya di pasaran. Toko ini berani memberi harga tinggi apabila kualitas barang menjanjikan. Pelayanan toko ini juga ramah yang menjadikan keunggulan dari Toko Indah KH Rambe. Namun, ada faktor penghambat yang meliputi masalah dana, kurangnya karyawan serta keterlambatan pemasok membawa barang dagangan ke toko.	Jurnal ini menjabarkan strategi apa saja yang dilakukan oleh pedagang pasar tradisional untuk bersaing dengan toko modern.
6.	Ervita Nurva Setya Ningrum & Pambudi Handoyo (2021), Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang dalam Memperoleh Lapak Pasca Relokasi Pasar Wage Baru Nganjuk dalam Jurnal UNESA.	Modal sosial yang dijalankan oleh pedagang di Pasar Wage Baru Nganjuk adalah dengan memanfaatkan jaringan serta relasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan untuk pengelolaan pasar.	Jurnal ini meneliti modal sosial pedagang untuk memperoleh lapak pasca relokasi.
7.	Kirana Candrasari (2021), Eksistensi Modal Sosial dalam Pasar Buku Tradisional pada Jurnal Syntax Transformation.	Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan tiga aspek penting dari modal sosial, dapat diketahui bahwa modal sosial mempengaruhi eksistensi pasar buku tradisional. Pertama, kepercayaaan antarpedagang yang dilihat dari tumbuhnya empati. Kepercayaan juga tumbuh diantara pedagang dan pembeli, karena pembeli telah percaya dengan kualitas barang dari toko. Kedua, norma yaitu nilai-nilai kebersamaan menjadi panduan dan dasar kepercayaan di antara pedagang. Contohnya, pedagang	Relevansi dengan penelitian yang akan dibahas adalah modal sosial pedagang.dalam ketiga aspek yaitu kepercayaan, norma dan jaringan yang terdapat di dalam pasar.

		yang melanggar kesepakatan bersama dengan mempromosikan barangnya kepada pembeli di depan toko pedagang lain atau yang sedang melihat-lihat barang dagangan pedagang lain akan diberi teguran oleh sesama pedagang yang memiliki pengalaman lebih atau senior.Ketiga, adanya jaringan seperti komunikasi yang dilakukan pedagang dan pembeli yang dapat menumbuhkan kepercayaan.	
8.	Nadila Farajane Alisya, Pudjo Suharso dan Lisana Oktaviasinta M (2022), Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntasi Kewirausahaan.	Strategi yang digunakan pedagang pakaian di pasar tradisional Tegal Besar untuk mempertahankan usahanya adalah menyesuaikan diri dengan situasi saat ini. Para pedagang juga menjalin jaringan dalam bentuk kerjasama dalam menghadapi perubahan. Pedagang juga menarik pembeli dengan bersikap ramah dan memberikan pelayanan terbaik. Pedagang berinteraksi dengan pembeli dengan berkomunikasi dengan baik dan menjalin hubungan dekat.	Jurnal meneliti tentang strategi pedagang pakaian untuk mempertahankan usahanya.
9.	Zeni Eka Putri & Azwar (2022), Modal Sosial Dan Strategi Bertahan Pedagang Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Pedagang di Daerah Wisata Pantai Kota Padang) dalam Jurnal Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan dan Hubungan Internasional.	Strategi bertahan hidup yang digunakan pedagang kecil di Pasar Koga ditengah pandemi Covid-19, yaitu menjaga kualitas barang dagangan, memberikan diskon dan merambah pada sistem penjualan *online*. Selanjutnya, pedagang juga meminjam pihak luar untuk modal kepada bank dan menjalin hubungan baik antara pedagang dan pembeli. Strategi baru karena masa pandemi adalah dengan menggunakan protokol kesehatan berdagang.	Jurnal ini meneliti tentang strategi pedagang saat masa pandemi Covid-19.
10.	M. Kamel Duwila, Nicolas Kandowangko dan Antonius Purwanto (2020), Peran Modal Sosial Pedagang Ikan di	Modal sosial yang berlaku di Pasar Bersehati, yaitu jaringan yang terjalin antara pemasok, pengecet dan kelompok nelayan kapal. Kepercayaan merupakan sikap yang	Jurnal ini meneliti bagaimana modal sosial diterapkan oleh pedagang ikan.

	Pasar Bersehati Manado dalam Jurnal Holistik.	ditemui pedagang ikan, karena tidak semua bahan yang didatangkan oleh penangkan ikan langsung dibayar, namun terjadi kesepakatan antara pemasok dan nelayan, lalu akan dilunasi jika penjualan selesai. Norma juga sebagai faktor pendukung penting dengan saling menghargai antara pemasok dengan pengecer serta pembeli. Adapula aturan yang mereka laksanakan setiap hari adalah membayar biaya retribusi yang harus disetor serta menjaga kebersihan menjadi tanggungjawab masing-masing.	

2.2. Kajian Pustaka

2.2.1. Peran Modal Sosial dalam Perkembangan Usaha Pedagang

Modal sosial merupakan keseluruhan dari sebuah struktur sosial yang melekat dalam suatu hubungan struktur sosial. Modal sosial akan membantu orang dalam struktur sosial tersebut untuk mencapai tujuannya. Dalam dunia bisnis, istilah modal sangatlah penting terutama dalam konteks perdagangan, dimana memiliki modal yang cukup dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Pierre Bourdieu, seorang sosiolog Perancis, membahas konsep modal dalam artikelnya yang berjudul "The Forms of Capital". Bourdieu membagi modal menjadi beberapa bentuk, termasuk modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik. Modal sosial menjadi fokus utama dalam konteks pembahasan modal manusia. Secara umum, modal sosial melibatkan upaya untuk memanfaatkan

potensi seseorang, seperti keterampilan, keterampilan, pengalaman, dan bakat yang dimiliki seseorang. (Jannah, 2020).

Modal sosial memiliki peran krusial dalam mengembangkan bisnis pedagang. Modal sosial merujuk pada jaringan hubungan sosial, norma, dan kepercayaan dalam komunitas yang mempengaruhi interaksi antara individu dan kelompok dalam masyarakat. Dalam operasional bisnis pedagang, modal sosial juga berperan dalam menjaga kepatuhan terhadap norma aturan yang telah disetujui antara sesama pedagang. Hal ini mencakup aturan-aturan yang melarang perilaku saling menjatuhkan, mendorong persaingan yang sehat antar pedagang, dan mencegah terjadinya konflik di antara mereka. Kepercayaan (trust) yang terbangun antara pedagang, karyawan, dan pembeli memungkinkan mereka untuk membentuk jaringan yang lebih kuat, sehingga memudahkan dalam memperoleh modal usaha dan meningkatkan kualitas hubungan bisnis mereka. Dalam konteks perkembangan usaha pedagang, modal sosial memainkan peran yang sangat penting. Salah satu peran utama modal sosial adalah memberikan akses pedagang terhadap informasi dan sumber daya. Melalui koneksi yang kuat dengan sesama pedagang, pelanggan, pemasok, dan pihak terkait lainnya, pedagang dapat memperoleh informasi berharga tentang pasar dan tren konsumen yang sangat membantu dalam pengambilan keputusan (Field et al., 2010).

Kerja sama dan pertukaran juga didorong oleh modal sosial. Pedagang dapat bekerja sama dalam penggabungan sumber daya, berbagi produk, atau mengadopsi strategi pemasaran bersama. Kolaborasi semacam ini dapat mengurangi biaya,

meningkatkan efisiensi, dan menciptakan peluang baru. Modal sosial menjadi perekat bagi setiap individu dalam bentuk jaringan dan kepercayaan, sehingga terbentuk kerjasama yang saling menguntungkan untuk mencapai tujuan bersama (Effendy, 2018). Modal sosial juga memiliki potensi untuk memberdayakan pedagang secara ekonomi. Ini dapat melibatkan dukungan finansial, pelatihan, dan pengetahuan melalui komunitas atau lembaga sosial, sehingga membantu pedagang meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dalam hal pemasaran, modal sosial memungkinkan pedagang untuk membangun hubungan kuat dengan pelanggan. Hubungan yang baik ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan rekomendasi, membantu pedagang memperluas pangsa pasar mereka.

Tidak hanya itu, modal sosial juga menciptakan peluang inovasi karena dalam proses pengembangan inovasi ini modal sosial memiliki peran yang sangat penting (Tohani & Sugito, 2019). Dengan berbagi pengalaman dan gagasan dengan rekan pedagang atau anggota komunitas lainnya, pedagang dapat menemukan peluang baru untuk mengembangkan produk, layanan, atau strategi bisnis. Selain itu, pedagang yang terlibat dalam modal sosial dapat memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan terkait regulasi pemerintah atau isu-isu bisnis. Melalui kerja sama, mereka dapat memengaruhi perubahan kebijakan yang mendukung pertumbuhan usaha.

Modal sosial juga berperan dalam mempromosikan etika bisnis dan nilai-nilai yang positif. Ini mencakup tanggung jawab sosial, kualitas produk yang unggul, dan praktik bisnis berkelanjutan. Terakhir, dalam situasi krisis atau

perubahan pasar yang tidak terduga, modal sosial dapat membantu pedagang dalam beradaptasi dan mengurangi risiko. Dukungan dari rekan-rekan dalam komunitas dapat membantu mereka menghadapi tantangan dengan lebih baik. Secara keseluruhan, modal sosial memiliki peran sentral dalam membentuk lingkungan yang mendukung perkembangan usaha pedagang. Melalui jaringan sosial dan kerja sama yang kuat, pedagang dapat mengakses sumber daya, informasi, dan peluang yang mendukung pertumbuhan bisnis mereka (Santoso, 2020).

2.2.2. Strategi Pedagang Pakaian Pasar dalam Menghadapi Permasalahan

Pasar merupakan tempat bagi para penjual yang menyediakan barang dan pembeli yang ingin mencari barang. Pasar menyediakan tempat transaksi ekonomi sehingga terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli hingga kesepakatan yang telah disetujui bersama. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007, pasar merupakan tempat jual dan beli barang dengan jumlah penjual yang lebih dari satu, dimana dapat disebutkan sebagai sebuah pusat perbelanjaan, pasar tradisional ataupun pertokoan dan juga beberapa sebutan lainnya. H. Nystrom mengemukakan bahwa pasar adalah lokasi di mana barang dan jasa disalurkan dari produsen ke konsumen. Dengan kata lain, pasar merupakan tempat di mana terjadi transaksi antara produsen dan konsumen untuk barang dan jasa. Menurut (Ma'ruf, 2005), pasar memiliki tiga pengertian :

a. Pasar dalam arti "tempat", yaitu tempat bertemunya para penjual dengan pembeli.

b. Pasar dalam arti “interaksi tawar menawar”, yaitu pasar sebagai tempat transaksi jual beli.

Pasar dalam arti “sekelompok masyarakat yang memiliki kebutuhan daya beli”, yaitu merujuk pada dua hal, yakni kebutuhan dan daya beli. Artinya pasar adalah tempat berkumpulnya orang-orang yang menginginkan suatu barang atau jasa dan memiliki kemampuan untuk membeli.

Pedagang adalah orang yang melakukan aktivitas perdagangan dengan cara memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan sendiri (Sujatmiko, 2014). Pedagang pada umumnya melakukan proses pembelian barang yang nantinya akan dijual kembali. Pedagang merupakan penghubung antara produsen dengan konsumen, oleh karena itu pedagang disebut sebagai pelaku ekonomi yang berpengaruh besar dalam perdagangan. Pedagang dikategorikan menjadi :

a. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang menjual barang dengan menjual langsung dagangannya ke tangan konsumen dengan jumlah satuan,
b. Pedagang grosir, yaitu pedagang yang menjual barang dalam jumlah besar kepada pengecer dan bukan kepada konsumen akhir. Pedagang grosir biasanya menawarkan harga yang lebih rendah kareba pembelian yang besar.
c. Pengecer *online*, yaitu pedagang yang menjual barang secara *online* melalui platform seperti *web* atau *platform e-commerce* lainnya.

d. Pedagang pasar tradisional, yaitu pedagang yang menjual barang-barangnya di pasar tradisional, baik dalam kios, lapak atau tenda. Barang yang dijualpun beragam, mulai dari sayur, pakaian hingga barang rumah tangga.

Persaingan bisnis dibidang pakaian bisa dikatakan sangat ketat, terlihat dari pemasar yang bersaing dalam menawarkan barang dengan berbagai cara. Misalnya, menawarkan pakaian yang terbuat dari bahan dengan kualitas baik dan design yang menarik. Hal ini didukung oleh data Badan Pusat Statistik (Nst et al., 2021) yang menyatakan bahwa produksi pakaian merupakan produksi yang tumbuh dengan pesat mencapai 29,19% pertahun dan akan terus meningkat. Hal ini disebabkan oleh permintaan pakaian yang terus meningkat dan perilaku masyarakat yang semakin konsumtif dan ingin terlihat *fashionable*.

Berdasarkan penjelasan diatas, pedagang pakaian dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis pedagang tergantung bagaimana cara pedagang tersebut menjual dan beropeasi, yaitu :

a. Pedagang eceran, jika pedagang menjual pakaian secara langsung kepada konsumen akhir dalam jumlah kecil.
b. Pengecer *online*, jika pedagang menjual pakaian secara *online* melalui plaform *e-commerce.*
c. Pedagang pasar tradisional, jika pedagang menjual pakaian di pasar tradisional.

Banyak pedagang pakaian yang mungkin beroperasi melalui lebih dari satu tempat penjualan, misalnya memiliki toko fisik dan toko online. Oleh karena itu, mereka dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis pedagang sekaligus.

Strategi dalam suatu usaha bisnis sangatlah diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan, baik jangka panjang maupun jangkan pendek (Mubarok, 2017). Berdasarkan penelitian terdahulu terkait strategi pedagang pakaian dalam menghadapi berbagai permasalahan yang ada adalah dengan memberikan kualitas pakaian yang terbaik dan menjanjikan, sehingga para pembeli tidak bosan untuk mencari pakaian yang diinginkan justru akan lebih tertarik membeli. Selain itu, meningkatkan pelayanan dengan memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan jaringan dengan pelanggan (Siregar et al., 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan (Jauhari & Nikmah, 2021) menjelaskan bahwa pedagang tradisional memiliki sejumlah strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja dagang mereka, antara lain:

1. Penetapan harga yang bersaing: Pedagang dapat menetapkan harga yang bersaing dengan pasar untuk menarik perhatian pelanggan.
2. Pemberian diskon atau bonus: Memberikan diskon atau bonus dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya tarik produk dan mendorong penjualan.
3. Pemanfaatan media sosial: Melalui media sosial, pedagang dapat mempromosikan produk mereka dan mencapai pelanggan potensial.

4. Pengembangan produk unik: Mengembangkan produk yang unik dan berbeda dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi pelanggan.
5. Peningkatan kualitas pelayanan: Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan langkah penting untuk mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.
6. Strategi pemasaran efektif: Penggunaan strategi pemasaran yang efektif, termasuk segmentasi pasar dan bauran pemasaran, dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk.
7. Menghadapi persaingan dengan retail modern: Pedagang tradisional dapat menghadapi persaingan dari retail modern dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta mengadopsi strategi pemasaran yang relevan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, pedagang tradisional dapat meningkatkan daya saing mereka, mempertahankan dan menarik pelanggan, serta meraih peningkatan penjualan dan keuntungan usaha.

Alternatif strategi lain yang dapat diterapkan melibatkan penekanan pada mutu pakaian dengan penawaran harga yang lebih ekonomis. Menyediakan barang yang banyak diminati oleh pelanggan, menawarkan pakaian sesuai tren terkini karena hal tersebut dapat menarik minat masyarakat, dan membuka lapak lebih awal serta menutupnya lebih lama untuk menangkap pelanggan merupakan langkah-langkah yang bisa diambil dalam meningkatkan penjualan (Alisya et al., 2023). Strategi bisnis yang terbukti masih efektif dilakukan adalah dengan

memberikan potongan harga atau diskon kepada pembeli, karena konsumen sudah pasti tertarik dengan harga yang lebih murah. Terlebih ketika berbelanja di pasar, pembeli dan penjual dapan melakukan tawar menawar dengan melihat produk secara langsung sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

2.3. Landasan Teori

Penelitian ini merujuk pada teori modal sosial yang dikemukakan oleh Robert D. Putnam. Seorang sosiolog asal Amerika, Coleman, menegaskan bahwa modal sosial tidak hanya bermanfaat bagi komunitas yang kuat, namun juga dapat memberikan keuntungan kepada komunitas yang terpinggirkan. Coleman membedakan modal sosial berdasarkan aspek hubungan yang didasarkan pada otoritas dan rasa saling percaya. Kedua aspek ini menjadi dasar pembentukan jaringan kekeluargaan dan organisasi sosial. Dalam membangun sebuah hubungan sosial, penting adanya informasi yang bersifat potensial. Oleh karena itu, hubungan sosial memiliki kemampuan untuk menyediakan anggotanya informasi yang bermanfaat. Informasi sendiri dianggap menjadi salah satu bentuk modal sosial karena dapat diperoleh dengan mudah melalui hubungan yang terjaga (Putnam et al., 1993).

Robert D. Putnam merupakan seorang ilmuwan politik yang berasal dari Amerika Serikat. Sama halnya dengan Coleman, menurut Putnam modal sosial merupakan bagian dari organisasi sosial. Dalam bukunya yang berjudul "Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy", konsep modal sosial menjadi pusat perhatian. Putnam membahas bagaimana partisipasi masyarakat sipil dan

modal sosial berperan dalam membentuk kualitas demokrasi di Italia. Ia menyajikan bukti bahwa tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai organisasi sosial, keagamaan, dan kegiatan sehari-hari berdampak positif terhadap kualitas demokrasi. Dalam konteks Italia, modal sosial tercermin dalam tradisi partisipasi yang kuat, seperti keikutsertaan dalam kelompok-kelompok sosial, pertemuan-pertemuan komunitas, dan sektor sukarelawan yang aktif. Modal sosial ini membantu membangun kepercayaan antara individu, menciptakan norma-norma yang mendukung kerja sama dan memperkuat ikatan sosial dalam masyarakat (Putnam et al., 1993).

Modal sosial di sini mengacu pada ciri- Karakteristik organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma, dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan terkoordinasi. Misalnya suatu kelompok yang anggotanya menunjukkan rasa dapat dipercaya dan menaruh kepercayaan yang besar terhadap satu sama lain akan mampu mencapai lebih dari kelompok serupa yang tidak memiliki rasa dapat dipercaya dan kepercayaan. Dalam komunitas pertanian, dimana seorang petani mengumpulkan jeraminya oleh petani lain dan dimana peralatan pertanian banyak dipinjam dan dipinjamkan, modal sosial memungkinkan setiap petani menyelesaikan pekerjaannya dengan modal fisik yang lebih sedikit dalam bentuk peralatan dan perlengkapan. *"Voluntary cooperation is easier in a community that has inherited a substantial stock of social capital, in the form of norms of reciprocity and networks of civic engagement. Social capital here refers to features of social organization, such as trust, norms, and networks, that*

can improve the efficiency of society by facilitating coordinated actions". Kerja sama sukarela lebih mudah dilakukan dalam komunitas yang mewarisi sejumlah besar modal sosial, berupa norma timbal balik dan jaringan keterlibatan sipil. Modal sosial di sini mengacu pada ciri-ciri organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma, dan jaringan, yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan cara memfasilitasi tindakan terkoordinasi (Putnam et al., 1993).

Jaringan sosial memungkinkan kepercayaan menjadi transitif dan menyebar. Kepercayaan sosial telah lama menjadi unsur utama dalam etos yang sesuai dengan dinamisme ekonomi dan kinerja pemerintah. Kerja sama seringkali diperlukan antara legislatif dan eksekutif, antara pekerja dan manajer, antar perusahaan kecil, dan sebagainya. Norma-norma timbal balik yang umum dan jaringan keterlibatan masyarakat mendorong kepercayaan dan kerja sama sosial karena hal-hal tersebut mengurangi insentif untuk mengurangi ketidakpastian dan memberikan model untuk kerja sama di masa depan. Kepercayaan itu sendiri adalah properti yang muncul dari sistem sosial, sama seperti atribut pribadi. Individu dapat dipercaya karena norma sosial dan jaringan di mana tindakan mereka tertanam (Putnam et al., 1993).

Robert D. Putnam dikenal sebagai salah satu tokoh utama yang mendukung konsep modal sosial. Putnam mengembangkan gagasan modal sosial dari konsep yang diajukan oleh Coleman dengan menambahkan ide pokok mengenai jaringan sosial yang memiliki nilai penting bagi setiap individu. Adapun modal manusia dianggap sebagai sesuatu yang melekat pada hubungan antarindividu, menciptakan

jaringan sosial, norma timbal balik dan kepercayaan. Secara singkat, Putnam menjelaskan tiga elemen kunci dalam modal sosial, yaitu, norma (norms), jaringan (networks) dan kepercayaan (trust). Ketiga elemen tersebut bersatu padu dan membedakan modal sosial dari modal lainnya (Putnam et al., 1993).

a. Nilai dan Norma

Putnam menjelaskan bahwa norma adalah aturan atau panduan perilaku yang diikuti oleh individu dalam suatu masyarakat. Dalam konteks modal sosial, norma-norma ini membentuk kerangka kerja bagi interaksi sosial dan partisipasi dalam masyarakat sipil. Penelitian Putnam menunjukkan bahwa Italia memiliki sejarah tradisi partisipasi masyarakat sipil yang kuat, dan norma-norma ini berkontribusi pada terbentuknya modal sosial yang tinggi di negara tersebut. Norma-norma dalam konteks modal sosial mencakup kerjasama dan keterlibatan karena membangun modal sosial yang kuat. Partisipasi dalam kelompok sosial, keagamaan, atau organisasi sukarela tercermin dalam norma-norma ini. Selanjutnya kepercayaan, karena norma yang mendorong kepercayaan antarindividu dan kelompok menjadi landasan penting bagi modal sosial dan kepercayaan ini memungkinkan kolaborasi, berbagi informasi, dan kerja sama yang efektif. Solidaritas sosial mendorong norma untuk saling peduli dan membantu masyarakat membentuk hubungan dan jaringan sosial yang kuat. Adapun norma partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan masyarakat, termasuk politik, budaya, dan keagamaan, dapat membentuk modal sosial dengan melibatkan individu dalam interaksi yang beragam. Norma-norma yang

mengedepankan toleransi terhadap perbedaan dan menghormati pandangan serta identitas orang lain membantu membangun lingkungan yang inklusif dan mendukung keragaman dalam masyarakat (Putnam et al., 1993).

b. Jaringan

Jaringan modal sosial adalah komponen penting yang membentuk dasar partisipasi masyarakat sipil dan kinerja demokrasi di Italia. Putnam menggambarkan bagaimana jaringan modal sosial terbentuk melalui interaksi sosial, hubungan, dan keterlibatan dalam berbagai organisasi dan aktivitas di masyarakat. Jaringan ini terdiri dari koneksi antarindividu, kelompok, dan lembaga yang berperan dalam membangun kepercayaan, memfasilitasi pertukaran informasi, dan mendukung kerja sama. Jaringan modal sosial juga melibatkan pertukaran informasi melalui interaksi langsung, komunikasi online, atau media massa. Informasi yang tersebar melalui jaringan ini dapat memengaruhi persepsi dan partisipasi masyarakat (Putnam et al., 1993).

c. Kepercayaan

Putnam membahas bagaimana kepercayaan, baik dalam bentuk interpersonal maupun kepercayaan terhadap institusi, memainkan peran kunci dalam membangun modal sosial yang kuat. Kepercayaan interpersonal melibatkan keyakinan individu terhadap niat baik dan kehandalan orang lain. Dalam konteks modal sosial, kepercayaan memiliki dampak yang signifikan seperti mendorong kerjasama karena adanya kepercayaan yang tinggi antara individu dengan individu atau

kelompok lain cenderung lebih mungkin untuk berkolaborasi dalam berbagai aktivitas. Kepercayaan interpersonal memfasilitasi pertukaran informasi yang jujur dan bermanfaat karena orang cenderung lebih terbuka untuk berbagi informasi yang berharga jika mereka yakin informasi tersebut akan diperlakukan dengan baik. Dalam konteks ekonomi, kepercayaan terhadap mitra bisnis sangat penting. Bisnis yang berdasarkan kepercayaan lebih mungkin untuk menjalin kerjasama yang saling menguntungkan (Putnam et al., 1993).

Dari berbagai penjelasan mengenai modal sosial, dapat dikatakan bahwa modal sosial merupakan sumber daya dari hasil berbagai interaksi dalam suatu kelompok, baik individu dengan kelompok maupun suatu institusi yang melahirkan ikatan emosional berupa hubungan timbal balik, jaringan sosial, nilai-nilai, kepercayaan dan norma-norma yang membentuk masyarakat agar saling bekerjasama. Hal ini dapat mempererat masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Robert D. Putnam dikenal sebagai salah satu tokoh utama yang mendukung konsep modal sosial. Masyarakat yang tergolong miskin juga dapat memanfaatkan modal sosial sebagai suatu strategi, karena modal sosial dapat membentuk hubungan pertemanan yang solid melalui jaringan sosial. Melalui kepercayaan dan norma yang disepakati bersama, masyarakat yang kurang mampu memiliki akses yang lebih terbuka terhadap modal sosial. Hal ini akan mempermudah mereka dalam mengatasi tantangan ekonomi dan menguatkan strategi bertahan hidup. Pemanfaatan jaringan sosial berbasis kekerabatan atau persahabatan dapat lebih efektif dalam menghadapi kesulitan ekonomi.(Putnam et al., 1993).

Penelitian ini menggunakan teori modal sosial sebagai kerangka kerja, karena teori ini merincikan konsep tentang norma, jaringan, dan kepercayaan. Keterkaitan antara konsep-konsep tersebut dengan judul penelitian menyoroti kebutuhan pedagang pakaian akan strategi bertahan menghadapi berbagai permasalahan. Modal sosial, yang menciptakan interaksi dalam suatu kelompok, memberikan kontribusi pada pembentukan ikatan emosional seperti hubungan timbal balik, kepercayaan, jaringan sosial, norma, dan nilai-nilai. Kesemuanya ini membentuk struktur masyarakat dengan tujuan saling bekerjasama. Ikatan emosional tersebut berperan sebagai pengikat dalam masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Adanya modal sosial dapat dimanfaatkan oleh pedagang pakaian untuk mengatasi permasalahan yang muncul dan menjaga keberlanjutan usaha mereka yang telah dijalankan selama waktu yang lama.