

PERAN MODAL SOSIAL BAGI PEDAGANG KREATIF LAPANGAN (PKL) DI MASA PANDEMI COVID-19 DI JALAN H. RAIS A. RAHMAN KELURAHAN SUNGAI JAWI DALAM KECAMATAN PONTIANAK BARAT

Oleh:

Hildegardis Ariesa Erma¹

NIM: E1041171029

Hasanah², Ema Rahmaniah²

Email: hildegardisariesaerma.student.untan.ac.id@student.untan.ac.id

1. Mahasiswa Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura
2. Dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penulisan skripsi mengenai Peran Modal Sosial Bagi Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Masa Pandemi COVID-19 di Jalan H. Rais A. Rahman Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat, dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis peran modal sosial, yang memiliki unsur-unsur untuk mendukung kegiatan usaha pedagang kreatif lapangan di tengah pandemi COVID-19. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Untuk dapat memperoleh data dan informasi mengenai peran modal sosial, diketahui dari hubungan sosial atau interaksi, antara sesama pedagang kreatif lapangan, maupun dengan pelanggan, pihak Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan, dan dengan pemilik toko atau agen. Hasil penelitian ini yaitu peran modal sosial bagi pedagang kreatif lapangan, memiliki peran untuk mendukung kelangsungan usaha pedagang kreatif lapangan di masa pandemi COVID-19. Dalam mendukung kegiatan usahanya, tidak hanya karena adanya modal ekonomi dan modal manusia, namun juga ada dukungan dari modal sosial. Yang mencakup tiga hal yaitu peran kepercayaan (trust) kepada keluarga dalam menjalankan kegiatan usaha pedagang kreatif lapangan, memiliki pelanggan tetap bagi pemilik usaha, menitipkan lapak atau barang dagangan kepada pedagang lainnya dan menitipkan media jualan ke pemilik lokasi sekitar. Peran jaringan (networks) yaitu, peran jaringan kepada pemilik toko, mempermudah berlangganan bahan jualan kepada pemilik toko dan kelancaran usaha, dan peran jaringan pelanggan atau pembeli, dalam memberikan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Peran norma-norma (norms) yaitu, norma-norma dalam penetapan lokasi berjualan oleh Dinas

Hildegardis Ariesa Erma. NIM. E1041171029

Program Studi Sosiologi FISIP UNTAN

Page 244

Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan, penetapan lokasi berjualan atas kesepakatan antar pedagang, kesepakatan penetapan harga (jenis usaha yang sama), dan norma dalam menjaga kebersihan lokasi usaha.

Kata kunci : Modal Sosial, Pedagang Kreatif Lapangan (PKL), Pandemi COVID-19.

ABSTRACT

Writing a thesis on the role of social capital for creative field traders (PKL) during the COVID-19 pandemic on H. Rais A. Rahman street, Sungai Jawi Dalam Urban Village, Pontianak Barat Sub-District, is intended to identify and analyze the role of social capital, which has elements to support the business activities of creative field traders in the midst of the COVID-19 pandemic. In this research, the method used was descriptive research with a qualitative approach. Data and information regarding the role of social capital were obtained from social relations or interactions, between fellow creative field traders, as well as with customers, the Micro Business, Cooperatives and Trade Office, and shop owners or agents. The results of this study show that social capital has a role to support the business continuity of creative field traders during the COVID-19 pandemic. Not only the existence of economic capital and human capital support the business activities but also social capital. There are three roles possessed by the social capital, among others trust, networks, and norms. The role of trust includes trust in the family member who carries out the business activities of creative field traders, having regular customers, entrusting stalls or goods to other traders and entrusting stalls to owners of surrounding locations. The role of the network, includes the role of the network to shop owners, making it easier to subscribe to selling materials to shop owners and smooth business, and the role of the customer or buyer network, in providing opportunities to get new customers. The role of norms includes norms in determining selling locations by the Office of Cooperatives, Micro Business and Trade, determining selling locations based on agreements between traders, price fixing agreements (same type of business), and norms in maintaining the cleanliness of business locations.

Keywords: Social Capital, Creative Field Traders (PKL), COVID-19 Pandemic.

A. PENDAHULUAN

Manusia perlu melakukan pekerjaan untuk dapat mempertahankan dan menyambung hidupnya, terdapat berbagai macam pekerjaan yang bisa dilakukan. Terdapat pekerjaan dalam sektor formal dan informal, yang dimana sektor formal yaitu pekerja yang bekerja di pemerintahan, jaminan sosial, jasa pendidikan, kesehatan, transportasi, dan penyedia dan pengolahan industri. Pelaku ekonomi dalam sektor formal yaitu negara, swasta, dan koperasi. Sedangkan pekerja informal yaitu pekerja yang membuka usaha sendiri dan merupakan pekerja bebas, serta pekerjaan yang mengharuskan untuk terjun langsung dilapangan. Seperti PKL yaitu istilah dari Pedagang Kreatif Lapangan yang sebelumnya disebut Pedagang Kaki Lima, yang terjun langsung dilapangan untuk berjualan.

Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) termasuk pekerjaan yang dikategorikan sebagai pekerjaan disektor informal, pekerjaan disektor formal dan informal saling berkaitan erat, bahwa sektor formal memerlukan adanya kehadiran sektor informal. Kegiatan usaha sektor informal berkontribusi atas aktivitas kegiatan ekonomi, sektor informal yaitu pedagang kreatif lapangan yang merupakan kegiatan ekonomi bersifat mandiri, yang dapat menjadi penyumbang atas terciptanya lapangan pekerjaan, dan turut andil dalam menggerakkan perekonomian. Dengan adanya para pedagang kreatif lapangan yaitu yang merupakan pelaku pada bagian

sektor informal, memberikan kontribusi yang besar bagi suatu perekonomian bangsa Indonesia.

Berdasarkan Nota kesepahaman (MoU) atau Surat Keputusan Bersama (SKB). Istilah PKL yang semula Pedagang Kaki lima, telah berubah menjadi Pedagang Kreatif Lapangan sejak ditandatanganinya nota kesepahaman 3 menteri dan kesepakatan mengeluarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) pada tahun 2010. Untuk membenahi, menertibkan PKL, dan terkait sinergi Program Pengembangan Ekonomi dan Penataan Lingkungan Perkotaan melalui Penguatan Sektor Usaha Mikro. Nota tersebut ditandatangani oleh Sekretaris Jenderal Kementerian Perdagangan, mewakili Menteri Perdagangan, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Negara Koperasi dan UKM yang diwakili Deputi Bidang Pemasaran pada tahun 2010.

Tujuan Utama dari Nota Kesepahaman adalah mengefektifkan program pemberdayaan Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) dengan mensinergikan program-program pemberdayaan usaha mikro. Yang dimiliki oleh masing-masing kementerian yang ikut serta menandatangani Nota Kesepahaman ini, supaya terjadi keselarasan dalam pemberdayaan usaha mikro. Jadi, bukan lagi pedagang kaki lima tetapi pedagang kreatif lapangan. Kemudian juga berubah sejak ada Peraturan Presiden (Perpres), dimana Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) dilakukan penataan dan pemberdayaan, diatur berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 125 Tahun 2012 tentang Koordinasi

Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima.

Ditahun belakangan ini sektor informal yaitu Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) ikut mengalami dampak krisis ekonomi dari adanya pandemi COVID-19. Saat ini Indonesia tengah dihadapi dengan adanya pandemi COVID-19, virus COVID-19 (Corona Virus Disease) atau dikenal juga virus corona. Pandemi COVID-19 dikatakan sebagai pandemi yang mengglobal di dunia, termasuk Indonesia. Pandemi COVID-19 berdampak pada seluruh lapisan masyarakat dan berbagai sektor-sektor, yaitu pada sektor sosial, budaya, terutama sektor ekonomi yang sangat terasa dampaknya terhadap masyarakat, masyarakat diharuskan untuk dapat beradaptasi dalam menjalankan kehidupan sehari-hari di masa pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 berdampak bagi sektor informal di Indonesia.

Pada awal kemunculan pandemi COVID-19, kondisi pedagang kreatif lapangan yang berjualan makanan di wilayah Jalan H. Rais A. Rahman mengalami penurunan pendapatan usaha dengan penurunan pendapatan 10% hingga sampai 70%. Pandemi COVID-19 merupakan hal serius yang tengah dihadapi seluruh dunia, resiko Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) untuk terpapar virus COVID-19 juga cukup besar karena berinteraksi langsung dengan pelanggannya. Masyarakat juga menerapkan *social distancing* ataupun *Work From Home* (WFH) dan lebih memilih memesan makanan secara *online* atau menggunakan pelayanan aplikasi

pesan makanan *online* yang tidak mengharuskan masyarakat untuk keluar rumah.

Pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman mengalami perkembangan dan keberadaannya mampu berkembang dan bertahan hingga saat ini, untuk dapat mendukung kegiatan usahanya ditengah masa pandemi COVID-19 maka perlu adanya modal sosial. Menurut Syahyuti (2010, 33) modal sosial mengacu pada aspek-aspek utama organisasi sosial seperti kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*), jejaring (*networks*), yang mampu menggerakkan partisipasi anggota kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Unsur-unsur modal sosial yakni kepercayaan, norma, dan jaringan dapat diyakini mampu membawa masyarakat untuk dapat mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari website Pontianak Satu Data pada bagian Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan kota Pontianak, jumlah Pedagang Kreatif Lapangan yang ada di Jalan H. Rais A. Rahman pada tahun 2019 yaitu berjumlah 127 lapak penjual yang terdiri dari 127 PKL. Pedagang kreatif lapangan yang berjualan di Jalan H. Rais A. Rahman menjual beraneka ragam dagangan seperti buah-buahan, makanan, minuman, dan lainnya.

Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) berdagang kebanyakan menggunakan gerobak, waktu berjualan ramai dipadati pada waktu sore hari hingga pada malam hari. Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Jalan H. Rais A. Rahman,

yang berjualan makanan lebih dominan dari jenis usaha lainnya yaitu 69 pedagang. Pedagang berjualan berbagai macam olahan makanan seperti martabak, pentol kuah, ayam goreng, gorengan, kue tradisional, burger, dan lain-lain. Para pedagang kreatif lapangan untuk tetap bertahan, tidak cukup hanya memiliki modal finansial, maka dalam hal ini modal sosial di tengah gejolak masa pandemi COVID-19 juga memiliki andil. Karena suatu usaha ekonomi akan sukses juga perlu adanya modal sosial yang dapat membantu pedagang kreatif lapangan untuk mendukung kegiatan usahanya. Serta terbangunnya jaringan dalam mendukung dan meningkatkan usaha dagang yang dijalani. Unsur utama dari modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) bahwa syarat penting untuk terbentuk dan terbangunnya suatu modal sosial dipandang dari kepercayaan, baik modal sosial yang memiliki tingkat modal sosial yang tinggi atau rendah pada Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Jalan H. Rais A. Rahman dan dalam kepercayaan terbentuk karena adanya hubungan-hubungan yang bersifat kekerabatan. Hubungan “timbang balik” dipengaruhi oleh adanya hubungan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, antara pihak yang satu dengan yang lainnya dibangun karena atas kepercayaan (*trust*) yang dibantu oleh (*norms*) norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Modal Sosial

Menurut Eko (dalam Dumaris 2017, 3), modal sosial semula dipahami bahwa didalamnya terdapat masyarakat yang memberi kepercayaan kepada individu maupun kelompok atau komunitas. Aturan kesepakatan dalam suatu kelompok atau komunitas menjadi suatu nilai yang sarat. Dimana pendapat masyarakat yang tertampung mulai terjadi penyesuaian, kelompok dan jaringan lokal disesuaikan sebagai modal yang dapat mengembangkan komunitas dan pemberdayaan masyarakat. Modal sosial berperan sebagai perekat yang mengikat semua orang dalam masyarakat. Modal sosial digunakan untuk mengukur kualitas hubungan dalam komunitas, organisasi, dan masyarakat.

Modal sosial dapat dijadikan sebagai suatu unsur untuk mencapai tujuan bersama didalam suatu komunitas maupun organisasi. Menurut Fukuyama (2002, 18-19) Modal sosial adalah kemampuan seseorang dalam melakukan aktivitasnya dengan secara tepat untuk mencapai tujuan bersama di dalam komunitas tersebut. Di kalangan para ekonomi saat ini, kata modal sosial telah banyak di gunakan, modal tidak selalu berkaitan dengan modal tanah, peralatan ataupun mesin, namun juga berkaitan dengan manusia itu sendiri, manusia yang memiliki pengetahuan dan keterampilan juga ada pada modal sosial.

2. Indikator Modal Sosial

Modal sosial yaitu berupa jaringan, norma dan kepercayaan yang berpotensi pada kegiatan

masyarakat dalam berproduktivitas. Lawang (dalam Damsar 2009, 157) mengatakan bahwa modal sosial selalu tidak terlepas dari tiga elemen pokok atau indikator yang mencakup, kepercayaan atau *Trust* (kejujuran, kewajaran, sikap egaliter, toleransi, dan kemurahan hati), jaringan Sosial atau *Social Networks* (partisipasi, resiprositas, solidaritas, kerjasama), dan norma atau *Norms* (nilai-nilai bersama, norma dan sanksi, aturan)".

Modal sosial mencakup *norms*, *trust* dan *social networks*. Berikut penjelasan mengenai tiga elemen pokok modal sosial. Modal sosial dalam keterikatan norma-norma memiliki aturan-aturan dan tata cara mereka sendiri dalam menjalankan usaha. Aturan-aturan yang dibangun karena apa yang dilakukan dalam kelompok masyarakat perlu diatur yang mengikat seluruh pedagang baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Manfaat Modal Sosial

Modal sosial memiliki manfaat untuk pembangunan manusia dan juga sosialnya, Usman (2018, 127) mengatakan bahwa modal sosial dapat bermanfaat bagi mewujudkan pengembangan pemberdayaan masyarakat, bentuk pemberdayaan tersebut bermacam-macam, kegiatan pemberdayaan ditandai dengan kegiatan peningkatan akses pada informasi, inklusivisme dan partisipasi, akuntabilitas dan penguatan kapasitas organisasi lokal, kegiatan tersebut membutuhkan elemen dari modal sosial. Kegiatan pemberdayaan ada yang berbasis pertanian, nelayan

dan perkebunan, ada yang berbasis wilayah, dan berbasis modernitas.

Menurut Usman (2018, 191) modal sosial juga dapat bermanfaat bagi wilayah perkotaan, pembahasan mengenai peran perencanaan dan manajemen kota dalam perkembangan modal sosial. Modal sosial dapat membantu perencanaan kota dalam melembagakan kepercayaan diantara warga kota, memelihara nilai-nilai dan norma-norma yang mengatur kehidupan masyarakat kota serta menciptakan relasi-relasi sosial yang menguntungkan bagi masyarakat, pemerintah, pelaku usaha/bisnis serta lembaga-lembaga yang terlibat dalam pembangunan perkotaan.

4. Pengertian Pedagang Kreatif Lapangan

Konsep ini merupakan konsep istilah Pedagang Kaki Lima yang telah berubah menjadi Pedagang Kreatif Lapangan. Menurut Fatchurahman (2019, 15) pedagang kreatif lapangan atau sering disingkat PKL ialah didalam usaha pedagang menggunakan sarana dan perlengkapan yang mudah dipindahkan dan mendirikan usaha di tempat atau lokasi yang di kuasi pemerintah daerah atau pihak lainnya. Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) biasanya mengambil lokasi atau tempat di daerah keramaian umum seperti di trotoar di depan pertokoan atau kawasan perdagangan, pasar dan sekolah. Tapi pengertian tentang pedagang kreatif lapangan ini semakin lama semakin berkembang. Pedagang kreatif lapangan tidak hanya berdagang di trotoar saja, akan

tetapi disetiap jalur pejalan kaki, ruang-ruang terbuka, tempat parkir, terminal, taman-taman bahkan sampai di perempatan jalan dan berkeliling kerumah-rumah penduduk. Pedagang kreatif lapangan ialah setiap individu yang menjual atau menawarkan dagangannya, barang dan jasa dengan cara berkeliling maupun menetap.

5. Teori Modal Sosial

Untuk menganalisis peran modal sosial bagi pedagang kreatif lapangan di masa pandemi COVID-19, teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu teori Modal Sosial oleh Robert Putnam. Putnam (dalam Usman 2018, 29-30) lebih memusatkan perhatian pada masalah sosial, modal sosial menurut Putnam sebagai jaringan-jaringan, norma dan nilai-nilai kepercayaan yang timbul diantara para anggota perkumpulan, yang memfasilitasi kerjasama bersama dan mendorong untuk bertindak secara lebih efektif mencapai tujuan bersama. Komponen-komponen yang terdapat didalam modal sosial menurut Putnam yaitu mencakup : (1) *trust* (kepercayaan) atau nilai-nilai positif yang menghargai perkembangan atau prestasi, (2) *norms* (norma sosial) dan obligasi, serta (3) *networks* (jejaring sosial) yang menjadi tempat kegiatan sosial, seperti berbentuk asosiasi sukarela untuk mengembangkan modal sosial.

Putnam (dalam Mustofa 2013, 6) menegaskan modal sosial merupakan corak kehidupan sosial yang terdiri dari jaringan, norma, dan kepercayaan untuk mencapai

tujuan bersama dapat membuat para partisipan sanggup untuk bertindak efektif secara bersama-sama. Modal sosial dengan beragam komponennya, seperti kemampuan untuk menciptakan dan mentransfer ide dan pemikiran melalui cara-cara sosial, misalnya agama, tradisi, dan kebiasaan turun menurun, mampu berpengaruh kuat terhadap perkembangan sektor-sektor ekonomi. Pembangunan ekonomi berhubungan dengan modal sosial. Putnam mengemukakan bahwa kepercayaan sosial dapat timbul karena adanya timbal balik norma dan jaringan sosial, keterikatan dari masyarakat pada norma sosial dapat memberikan hubungan yang juga baik dalam satu kesepakatan bersama terhadap aturan yang menjadi pedoman. Maka dapat mempermudah dalam mengenal dan membentuk suatu kelompok jaringan sosial.

Modal sosial mempengaruhi keberlangsungan usaha Pedagang Kreatif Lapangan (PKL). Hubungan sosial ekonomi yang terjadi pada Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) ditandai dengan dilakukannya kegiatan mendukung interaksi sosial. Modal sosial sebagai seperangkat norma informal di dalam suatu kelompok Kepercayaan (*trust*) Kejujuran, keramahan dan saling menghormati Sosialibitas (nilai-nilai yang dibangun bersama), saling percaya dalam hubungan usaha, saling membantu dengan urunan sukarela, kekerabatan yang saling membantu. Bertahan lama sebagai pedagang kreatif lapangan wujud dari *trust* bukan hanya harapan yang berdasarkan kepercayaan semata,

melainkan juga terdapat Jaringan (*network*) pertukaran timbal balik, solidaritas dan kerjasama pola interaksi yang dibentuk oleh pedagang dengan pedagang, pihak keamanan, pemasok, dan pemilik barang.

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu Jenis Penelitian berbentuk deskriptif kualitatif, dengan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali mengenai Peran Modal Sosial bagi Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Masa Pandemi COVID-19 di Jalan H. Rais A. Rahman Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat. Jadi jenis penelitian yang sesuai untuk digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Menurut peneliti, bentuk penelitian ini akan mampu mengungkapkan berbagai informasi kualitatif dengan deskriptif yang mampu mempelajari, membuka dan mengerti apa yang terjadi pada setiap informasi yang baru sedikit diketahui. Dalam penelitian ini peneliti berusaha membuka Peran Modal Sosial bagi Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Masa Pandemi COVID-19 di Jalan H. Rais A. Rahman Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat. Bagaimana peran modal sosial bagi Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di masa Pandemi COVID-19.

Adapun dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi di Jalan H. Rais A. Rahman yaitu berada di Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat. Alasan

mengapa mengambil di lokasi tersebut karena penulis berkeinginan untuk meneliti dan mengetahui lebih lanjut mengenai modal sosial yang terdapat pada sektor informal Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) yang ada di Jalan H. Rais A. Rahman. Bagaimana cara para Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Jalan H. Rais A. Rahman mampu mempertahankan keberadaannya ditengah masa pandemi COVID-19 dan peran modal sosial bagi Pedagang Kreatif Lapangan (PKL), menjadi daya tarik tersendiri untuk menjadikan lokasi ini sebagai objek penelitian.

Di masa pandemi COVID-19 para Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Jalan H. Rais A. Rahman terlihat masih berjualan demi memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup dan tetap berjuang walaupun ditengah pandemi yang sangat serius. Melihat perjuangan hidup para Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) yang berjualan makanan di tengah masa pandemi COVID-19 sebagaimana yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian di lokasi Jalan H. Rais A. Rahman.

Waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian tentang peran modal sosial bagi pedagang kreatif lapangan di masa pandemi COVID-19 di Jalan Rais A. Rahman Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat dilakukan terhitung dari September 2020 hingga Juni 2021.

Subyek dalam penelitian ini menggunakan teknik "*purposive sampling*". kriteria informan yang dapat penulis tetapkan yaitu Pedagang Kreatif Lapangan (PKL)

yang berjualan makanan. Karena jumlah pedagang yang menjual makanan lebih dominan atau menjadi mayoritas, yaitu berjumlah 69 orang, dan pedagang yang sudah berjualan dari 2 tahun karena dianggap telah memiliki jaringan dan pengalaman. Serta, pedagang kreatif lapangan dengan jenis usaha makanan yang dominan dijual dan bersedia diwawancarai, untuk mendapat informasi data yang lebih luas. Informan berikutnya yaitu Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Pontianak dan, pembeli dagangan Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) yang berjualan makanan di Jalan H. Rais A. Rahman. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan informan 11 orang yang terdiri dari 1 orang pihak Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Pontianak, 7 orang Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) dan 3 orang pembeli dagangan Pedagang Kreatif Lapangan (PKL). Peneliti menentukan jumlah informan sesuai dengan tercapainya tujuan penelitian, oleh karena itu para informan tersebut telah menjawab semua pertanyaan tujuan penelitian.

Sedangkan yang menjadi objek dari penelitian adalah peran modal sosial dalam aktivitas Pedagang Kreatif Lapangan (PKL), berupa kepercayaan, norma dan jaringan, di masa pandemi COVID-19 di Jalan H. Rais A. Rahman Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik wawancara, teknik observasi, dan dokumentasi.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Peran modal sosial yaitu kepercayaan, norma dan jaringan dapat mendukung kelangsungan usaha pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman. Dengan adanya saling mempercayai, norma-norma yang di taati dan di sepakati, serta jaringan atau hubungan sosial dan interkasi yang tercipta baik diantara para pedagang kreatif lapangan dengan pedagang kreatif lapangan lainnya, dengan pembeli, dengan pemilik toko, dan dengan Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan. Dengan adanya modal finansial, modal manusia, dan modal sosial pedagang kreatif lapangan dapat bertahan di tengah masa pandemi COVID-19, walaupun mengalami kerugian atau penurunan pendapatan usaha, namun tetap bertahan dalam menjalani usaha sebagai pedagang kreatif lapangan. Dengan memanfaatkan dan memaksimalkan potensi nilai-nilai modal sosial tersebut para pedagang kreatif lapangan juga dapat memaksimalkan usahanya. Menjalin hubungan yang baik dengan sesama pedagang kreatif lapangan, pelanggan, dan juga masyarakat sekitar, sehingga tetap bertahan ditengah kondisi lokasi yang seharusnya tidak dibenarkan untuk berjualan di jalan tersebut dan tetap bertahan di tengah masa pandemi COVID-19. dilakukan oleh orang tua atau petugas disekitar anak jalanan bekerja. Baik itu eksploitasi yang bersifat fisik maupun

eksploitasi psikis terhadap anak. Dirumah maupun ditempat mereka kerja eksploitasi ini dilakukan oleh orang tua yang seharusnya mendidik mereka dan petugas yang merazia seharusnya melindungi anak jalanan di Kecamatan Pontianak Timur.

Peran Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan merupakan unsur yang penting dalam modal sosial, dimana peran kepercayaan dapat menjadi alat untuk antar pedagang kreatif lapangan dapat bekerjasama dengan lebih mudah. Kepercayaan dapat dilihat dari hubungan antar pedagang maupun antara pedagang dengan pembeli. Hubungan kepercayaan antara pedagang dan pembeli antara lain, kepercayaan pembeli akan pedagang kreatif lapangan, bukti nyata atau yang tampak yaitu pembeli yang berlangganan karena atas dasar perilaku pedagang yang ramah, dagangan pedagang yang terbilang enak, dan pedagang yang juga memberi bonus kepada pembeli, maka pembeli memilih untuk berlangganan ke pedagang kreatif lapangan tersebut. Kepercayaan merupakan unsur pembangun atau syarat utama dari terbentuknya modal sosial, kepercayaan terbentuk karena adanya ikatan perasaan dan emosional yang timbul disebabkan kesamaan usaha. Hubungan kedekatan, dan didasarkan atas sikap atau perilaku sosial atau hal lain yang menjadi alasan untuk terjalinnya saling percaya dari antar

pedagang dan pedagang dengan pembeli.

1. Peran Kepercayaan, kepada keluarga dalam menjalankan kegiatan usaha pedagang kreatif lapangan

Kerjasama antar keluarga dalam menjalankan usaha akan menjadikan usaha dapat berjalan dengan lancar. Adanya kepercayaan karena mempekerjakan keluarga inti yaitu ayah, ibu dan anak, karena atas dasar kepercayaan dengan adanya hubungan kekeluargaan dan kekerabatan yang kuat. Hubungan yang terjalin lama dan adanya ikatan batin dapat memberikan rasa kepercayaan yang besar, maka diberikan kepercayaan kepada keluarga, dan bahkan juga dapat menghemat biaya membayar karyawan jika karyawan merupakan keluarga sendiri. Dengan meminta bantuan keluarga dalam membantu berjualan dapat meringankan pekerjaan dengan saling membantu dalam berusaha. Para pedagang berjualan dengan adanya bantuan dari keluarga inti, yaitu berdasarkan penuturan dari para pedagang kreatif lapangan bahwa berjualan bersama dengan anak atau bahkan bergantian berjualan karena memiliki usaha ditempat lain yang juga perlu dijaga. Seperti penuturan dari ibu Maryam pada 9 Juni 2021 di lapaknya, Jalan H. Rais A. Rahman, yang mengatakan bahwa meminta bantuan anaknya untuk berjualan yaitu sebagai berikut :

“Ade, nanti kan ibu jaga disana, ade anak ibu gantikan ibu jualan disini ni, soalnya disini ni langganan tuh banyak, ibu jak 4

hari time, banyak yang nanya. Nanya semue kenapa dak ade turun gitu. Kadang-kadang anak yang ngasih modal, kadang-kadang ibu penting benar nak makai, minjam jak gitu, ha dapat nanti dapat rejeki ha itu ibubayar lah annti, kalau dah kepepet benar modal dak ade.”

“Ada, nanti kan ibu jaga disana, ada anak ibu yang menggantikan ibu jualan disini, soalnya disini banyak pelanggan yang langganan dengan ibu, ibu tidak berjualan 4 hari saja banyak yang tanya. Semua pada nanya ibu kenapa tidak berjualan. Terkadang anak ibu yang memberi modal, terkadang juga kalau ibu butuh benar duit itu, minjam gitu, kalau sudah dapat rejeki ibu bayar nantinya, kalau sudah tidak ada modal.”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada informan, jawaban mengenai meminta bantuan keluarga untuk membantu berjualan, jawaban yang diberikan hampir sama, bahwa dengan meminta bantuan keluarga, pekerjaan dapat menjadi lebih ringan, karena bergantian menjaga dagangan, bahkan terdapat informan yang mengatakan meminta bantuan keluarga untuk menjaga salah satu jenis usaha yang berbeda dan di tempat yang berbeda pula. Karena tidak ingin meninggalkan salah satu jenis usaha dengan banyaknya pelanggan tetap yang berlangganan. Jika tidak memiliki modal lagi untuk berjualan, terkadang juga meminjam uang kepada keluarga. Meminta bantuan keluarga karena adanya rasa kepercayaan karena

ikatan kedekatan atau hubungan yang terjalin telah lama.

2. Peran Kepercayaan, memiliki Pelanggan Tetap Bagi Pemilik Usaha

Memiliki pelanggan tetap bagi para Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) dapat memberikan keuntungan bagi kelangsungan usaha disaat sepi pembeli. Jika memiliki pelanggan tetap, maka akan terbantu jika pelanggan tersebut memesan dengan porsi atau jumlah yang banyak. Pelanggan tetap awalnya didasarkan oleh rasa kepercayaan pelanggan tersebut kepada Pedagang Kreatif Lapangan (PKL), rasa percaya yang timbul dan tercipta karena adanya timbal balik, dengan adanya hubungan yang baik antara pelanggan dan Pedagang Kreatif Lapangan (PKL).

Seperti penuturan dari informan yang memiliki pelanggan tetap atas usahanya karena adanya rasa kepercayaan, kepercayaan atas individu sikap Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) atau karena kualitas dagangan Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) yang baik. Ibu Maryam menyatakan, pada wawancara tanggal 9 Juni 2021 di lapaknya, Jalan H. Rais A. Rahman, bahwa ia memiliki pelanggan tetap yang membeli dagangannya, karena strategi berjualan yang ia terapkan sebagai berikut:

“Kalau langganan tuh lancar lah, biase ade langganan, biase bulan puase pembeli tuh banyak langganan datang, kalau nak lebaran gitu. Yang ibu jual, bukan ini ini yak yang dijual ni, biase di bulan puase tuh jual kelapa, hari ni

jak sikit ni, biase sampe 4 jenis ibu jual, biase lepat ubi, ni kan ketupat ni kan, biase leman, ha ni tak jual leman ni kan ibu ni dak ada ngantarkan buluh gitu. Ini kan bikin pakai buluh leman, ndak ada ngantar die, saket kemarin tuh die. Biase ibu jual leman, kawannye dengan patlau nih leman, ketupat, biasenya kue gitu, kue ubi, doko-doko. Iye, kalau dengan langganan tuh, biase ibu jual Rp.15.000,00 nah die kan langganan, ibu jual Rp.12.500,00 kan gitu dikurang, die kan dah pasti, die ambek teros. Tak mungkin die ambek setiap hari Rp.15.000,00 die kan minta harga langganan. Alhamdulillah lah, masih lancar, karena ada langganan juga, waktu kemaren tuh kan, lebaran yang di stop semua jalan-jalan tuh, Alhamdulillah lah ibu abeskan 200 butik. Waktu lebaran tuh kan, orang kan bilang tak bise jualan, tapi kamek jualan, yang nak lebaran tuh, yang taon lalu, tuh kan heboh kan, Alhamdulillah lah pelanggan tuh kan nunggu semue. Kadang-kadang ibu ngantar die dak keluar, mesan lewat hp, kan dak bise keluar dak dikasik keluar kan kemaren.”

“Kalau ada yang berlangganan itu lancar, biasanya pada saat bulan puasa, pembeli banyak datang, yang berlangganan dengan ibu. Yang ibu jual bukan hanya makanan ini saja, biasanya saat bulan puasa ibu jualan kelapa, hari ini saja yang sedikit, biasanya 4 jenis yang ibu jual, lepat ubi, ketupat, leman, kalau leman ibu tidak jual saat ini, karena tidak ada yang mengantarkan buluh. Untuk membuat leman menggunakan buluh, orang yang jual tidak

mengantar, karena lagi sakit. Biasanya ibu jualan leman, patlau, ketupat, biasanya juga kue-kue, kue ubi, doko-doko. Kalau untuk yang berlangganan dengan ibu, biasanya ibu jual patlau Rp.15.000,00, untuk yang berlangganan ibu jual Rp.12.500,00, karena dia sudah pasti beli ke ibu terus. Tidak mungkin juga, dia beli setiap hari harganya Rp.15.000,00, dia kan meminta harga langganan. Alhamdulillah lah, masih lancar usaha ibu, karena ada yang berlangganan juga, pada waktu lebaran saat itu, jalan-jalan di stop, Alhamdulillah ibu habiskan 200 buah. Pada waktu lebaran itu, orang katakan tidak bisa berjualan, tapi ibu jualan, saat mau lebaran itu, yang tahun lalu orang pada heboh, Alhamdulillah pelanggan ibu menunggu semua, kadang-kadang ibu antarkan ke rumahnya, dia pesan lewat hp, karena tidak diperbolehkan keluar pada waktu itu, dia pesan.”

pedagang kreatif lapangan yang mengatakan memiliki pelanggan tetap yaitu berjumlah 3 orang, adanya pelanggan tetap bagi pedagang karena adanya unsur kepercayaan yang membuat pelanggan tersebut menjadi pelanggan tetap, strategi dari pedagang untuk menjaga pelanggannya untuk tetap berlangganan yaitu dengan menjaga kualitas dagangan yang mereka jual, perilaku yang ramah terhadap pembeli dan memberikan potongan harga atau memberikan bonus dalam bentuk melebihi kuantitas, sehingga pelanggan tertarik untuk

tetap berlangganan kepada para pedagang kreatif lapangan.

3. Perankepercayaan, menitipkan lapak atau barang dagangan sementara kepada pedagang kreatif lapangan (pkl) lainnya dan menitipkan gerobak/meja jualan dengan pemilik lokasi sekitar

Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) di Jalan H. Rais A. Rahman memiliki hubungan yang baik antar sesama pedagang, rasa kepercayaan yang timbul untuk saling menitipkan lapak atau barang dagangan sementara jika hendak pergi ke WC atau untuk beribadah atau sholat ke pedagang lainnya untuk menjaga bahkan menjualkan dagangan satu sama lain, atau menitipkan media berjualan dengan pemilik lokasi sekitar agar tidak perlu membawa pulang ke rumah, hal tersebut merupakan kepercayaan yang begitu kuat, karena telah lama kenal maka timbullah rasa kepercayaan.

pedagang peranh menitipkan atau menitipkan lapak atau dagangan sementara satu sama lain, untuk menjaga atau bahkan menjualkan dagangan pedagang lainnya disaat bepergian sebentar, seperti untuk beribadah atau sholat, pergi ke WC membuang air besar atau kecil, atau pulang ke rumah. Pedagang menitipkan lapak atau dagangannya ke pedagang lainnya karena adanya rasa kepercayaan, telah kenal lama atau bahkan karena perilaku pedagang itu sendiri yang baik dan dapat di percaya, maka diberikanlah

kepercayaan untuk menjaga lapak atau dagangannya sementara.

Peran Jaringan (*networks*)

Peran jaringan sosial (*Social Networks*), dimana modal sosial melingkupi kehidupan sosial Pedagang Kreatif Lapangan (PKL), bentuk hubungan-hubungan sosial yang dilakukan oleh Pedagang Kreatif Lapangan (PKL), baik itu dengan kalangan Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) sendiri, ataupun dengan kalangan pedagang dan masyarakat sekitar yang berpengaruh dalam kehidupan sosial ekonomi. Hubungan sosial ekonomi yang terjadi pada Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) ditandai dengan dilakukannya kegiatan mendukung interaksi sosial, yaitu pertukaran timbal balik, solidaritas dan kerjasama pola interaksi yang dibentuk oleh pedagang dengan pedagang, keluarga, pembeli, dan pemilik toko. Peran jaringan dalam pedagang kreatif lapangan yaitu, peran jaringan kepada pemilik toko mempermudah berlangganan bahan jualan kepada pemilik toko dan kelancaran usaha, dan peran jaringan pelanggan atau pembeli dalam memberikan peluang untuk mendapatkan pelanggan.

1. Peran jaringan Kepada Pemilik Toko, Mempermudah Berlangganan Bahan Jualan Kepada Pemilik Toko dan Kelancaran Usaha

Hubungan yang terjalin antara pedagang dengan agen atau pemilik toko, memberikan kemudahan bagi Pedagang Kreatif Lapangan (PKL)

untuk berlangganan dalam membeli bahan jualan atau dagangan. Di masa pandemi COVID-19, dengan kondisi pedagang yang mengalami penurunan pendapatan dan minat pembeli, dengan adanya jaringan atau hubungan yang terjalin akan tempat langganan dalam membeli bahan jualan, dapat mempermudah kelangsungan usaha karena telah menjadi pelanggan tetap bahkan terkadang diberikan bonus atau potongan harga oleh pemilik toko tempat pedagang tersebut berlangganan.

Berikut adalah jawaban dari Pak Sabad pada 8 Juni 2021 di lapaknya, Jalan H. Rais A. Rahman, yang mengutarakan berlangganan membeli bahan dagangan pada satu toko dan memudahkan dalam membeli bahan-bahan untuk jualan sebagai berikut:

“Ya, ade lah. Jadi barang-barang semua nih die yang siapkan, jadi kite belanja ndak ngecer gitu kan, jadi beli di satu toko, langsung dapat semua. Biase yak harge, sekarang kan semua serba sulit, semua mahal, kayak rokok jak, berape lah untung rokok, paling perbungkus Rp.1.000,- untung, mane bise die ngasih kite, kayak tepung nih kan Rp.8.000,- tak mungkin kasik kite Rp.7.000,- tuh ndak mungkin, karena untung die perkilo dak mungkin Rp.1.000,- gitu kan, barang nih sulit, kite pun ngerti ga, make kite pun maok tak maok di masa sulit nih naekkan harge, kalo dak gitu dak tekejar.”

“Iya, ada. Jadi barang-barang bahan jualan ini semua dia yang siapkan, jadi saya belanja tidak ditempat lain lagi, jadi hanya beli di satu toko, langsung dapat semua

barang-barang. Harganya biasa saja, sekarang kan semua serba sulit, semua mahal, seperti rokok, berapa lah untung rokok, paling perbungkus Rp.1.000,00 keuntungannya, dia tidak bisa memberi saya harga diskon, seperti tepung harga Rp.8.000,00 tidak mungkin dia beri saya harga Rp.7.000,00, karena untung dia perkilo tidak mungkin Rp.1.000,00, kondisi sekarang sulit, kita pun harus mengerti juga, maka dari itu mau tidak mau di masa sulit saat ini menaikkan harga, kalau tidak begitu tidak terkejar atau tidak ada keuntungan.”

Peran jaringan dalam mempermudah berlangganan bahan jualan kepada pemilik toko dan kelancaran usaha, bahwa memiliki hubungan dan interaksi dengan pemilik toko langganan dapat mempermudah pedagang kreatif lapangan dalam mendapatkan bahan jualan yang diperlukan, bahkan pedagang yang sudah berlangganan lama dengan satu toko diberikan berupa diskon, seperti dalam bentuk potongan harga, atau memberikan lebih kuantitas barang kepada pedagang kreatif lapangan yang membeli bahan dagangan kepada pemilik toko tersebut, dan bahkan memudahkan pedagang dalam menghemat waktu untuk berbelanja, dengan menyiapkan terlebih dahulu barang-barang yang diperlukan oleh pedagang kreatif lapangan, dan jika telah lama berlangganan, dari pihak pemilik toko yang mengantarkan barang belanjaan pedagang kreatif lapangan tersebut.

2. Peran Pelanggan atau Pembeli, Memberikan Peluang Untuk Mendapatkan Pelanggan

Jaringan yang juga dapat membantu para pedagang kreatif lapangan untuk mendukung kegiatan usahanya, yaitu dengan adanya pelanggan atau pembeli, pelanggan atau pembeli tersebut dapat memberikan peluang untuk para pedagang kreatif lapangan mendapatkan pelanggan baru. Jaringan yang ada antara pedagang dengan pembeli terbentuk karena sebelumnya ada norma dan kepercayaan yang melatarbelakangi.

Peran hubungan sosial antara pedagang kreatif lapangan dengan pembeli atau pelanggan yang terjalin dengan baik, dapat menjadikan peluang bagi para pedagang kreatif lapangan untuk mendapatkan pelanggan baru. Hal tersebut di karenakan pelanggan yang menyukai dagangan pedagang tersebut, merasakan nyaman dengan sikap pedagang yang juga ramah, kualitas makanan juga terbilang enak, secara tidak langsung dengan pelanggan tersebut merekomendasikan makanan tersebut ke teman, sahabat, atau kerabatnya, usaha dari pedagang kreatif lapangan tersebut juga mendapatkan dampak yang baik untuk kelangsungan usaha dan mendukung kegiatan usaha pedagang kreatif lapangan tersebut.

Peran Norma (*norms*)

Peran norma-norma (*norms*), unsur norma berkaitan dengan adanya kepatuhan akan aturan atau adanya terjalin kesepakatan, yang

terciptanya hubungan sosial atau interaksi kesepakatan akan aturan yang dibuat. Norma-norma tersebut dibuat atau di taati dengan adanya kepatuhan, secara tidak langsung norma-norma tersebut telah mengatur perilaku individu ataupun kelompok, peran norma yang ada pada pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman yaitu, norma-norma dalam penetapan lokasi berjualan oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan, normal dalam penetapan lokasi berjualan atas kesepakatan antar pedagang, norma dalam kesepakatan penetapan harga (jenis usaha yang sama), dan norma dalam menjaga kebersihan lokasi usaha.

1. Penetapan lokasi berjualan oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Pontianak

Norma atau aturan akan keberadaan pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman juga adanya aturan dari instansi terkait yang mengatur dan menata para pedagang kreatif lapangan. Aturan yang hendaknya di taati oleh pedagang kreatif lapangan, yaitu Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Pontianak, yang juga memiliki wewenang untuk menata dan mengatur pedagang kreatif lapangan yang ada di Jalan H. Rais A. Rahman. Berikut jawaban dari wawancara kepada Pak Wagianto, ST selaku Kasubbag TU UPT JUP pada 10 Juni 2021 di meja kerjanya, Dinas Koperasi Usaha Mikro dan

Perdagangan, Jalan Alianyang 7c, yang menyatakan terdapat kebijakan atau aturan mengenai penetapan lokasi dengan pembinaan, penataan, dan pemberdayaan pedagang kreatif lapangan sebagai berikut:

“Jadi untuk pembinaan nih upayanya dari Pemkot, sekedar pembinaan berupa penempatan PKL-PKL yang di trotoar, yang termasuk mengganggu ketertiban umum lah. Itu dari semenjak kita pegang dulu tuh, dari mulai tahun 2016, dalam bentuk yang paling sering kita lakukan sih, penempatan di lokasi-lokasi yang udah ditentukan, contohnya di lingkungan kawasan pasar, itu pun titik-titiknya dari kita yang tentukan. Misalnya kadang-kadang namanya pedagang kan sembarangan nih kan, namanya PKL kan, jadi untuk penempatan kadang kita yang nentukan nih titik-titiknya yang boleh nih. Terus kondisi dilapangan kan kadang-kadang begini, benturannya kan dengan tukang parkir, jadi kondisi parkir di pasar itu kan terbatas, minimal untuk menjaga kondisi keterbebanan dipasar tuh mau dak mau dari dinas yang turun tangan untuk menata itu, contohnya tadi penempatannya, misalnya titik-titik yang diperbolehkannya dimana, ukurannya berapa, jumlahnya berapa, terus kayak kita ambil contoh lagi yang di taman akcaya, itu yang kita relokasi tuh.”

Berdasarkan wawancara dengan Pak Wagianto, ST selaku pihak dari Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan, bahwa status lokasi dan penetapan lokasi pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A.

Rahman merupakan lokasi yang melanggar aturan pemerintah yang dimana dilarang untuk berjualan di atas trotoar dan di sempadan parit Sungai Jawi, namun upaya dari pihak instansi terkait yaitu meminimalkan untuk menata terlebih dahulu, seperti untuk mengingatkan tidak berjualan melebihi bahu jalan, karena adanya keterbatasan aset untuk merelokasi para pedagang kreatif lapangan, yang bahkan di setiap ruas jalan ada, karena tidak menutup mata, bahwa para pedagang kreatif lapangan juga sedang berusaha, mencari nafkah, terlebih lagi di tengah masa pandemi COVID-19, yang memiliki dampak terhadap perekonomian dan sosial masyarakat.

2. Penetapan lokasi berjualan atas kesepakatan antar pedagang

Norma atau aturan yang ada pada para Pedagang Kreatif Lapangan (PKL) yaitu berupa kesepakatan atau aturan yang di sepakati bersama antar pedagang, kesepakatan tersebut yaitu berupa penetapan lokasi berjualan antar pedagang, dimana termasuk dalam norma kesopanan yang berlaku di antara masyarakat, bahwa dalam penetapan lokasi berjualan memiliki aturan tersendiri yaitu tidak boleh mengambil lokasi berjualan atau lokasi lapak pedagang lainnya, terlebih dahulu untuk meminta izin dan bertanya pada pedagang kreatif lapangan yang sudah lama berjualan atau meminta izin kepada pihak yang mengatur tentang penetapan

lokasi berjualan agar tidak adanya terjadi masalah. Norma dalam penetapan lokasi berjualan tersebut disepakati oleh para pedagang kreatif lapangan yang berjualan di Jalan H. Rais A. Rahman.

Pedagang memiliki kesepakatan untuk tidak sembarangan mengambil atau menempati lokasi berjualan tanpa izin terlebih dahulu atau bertanya kepada pedagang kreatif lapangan yang sudah lama berjualan, agar tidak terjaidnya masalah atau konflik antar pedagang, norma atau aturan yang dispekati merupakan bentuk norma kesopanan dngan tidak asal-asalan menempati lokasi lapak pedagang lainnya.

3. Kesepakatan penetapan harga (jenis usaha yang sama)

Kesepakatan dalam penetapan harga bagi jenis usaha yang sama merupakan suatu norma atau aturan yang berlaku bagi para pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman yang telah di sepakati bersama, menyepakati penetapan harga dagangan merupakan bentuk dari norma atau aturan dalam proses suatu usaha, agar dengan terciptanya kesepakatan bersama dapat saling mendukung usaha satu sama lain diantara para pedagang kreatif lapangan. Dengan adanya saling mendukung usaha satu sama lain, tidak akan mematikan usaha pedagang lainnya, karena adanya kesepakatan harga yang disepakati.

Kesepakatan penetapan harga jualan yang memiliki jenis usaha yang sama, yaitu berdasarkan wawancara yang dilakukan, adanya

penetapan harga agar adanya keseragaman harga, dengan tidak mematikan usaha pedagang lainnya, jika menjual barang dagangan lebih murah atau jauh lebih murah dibandingkan pedagang kreatif lapangan lainnya, maka di sepakatilah harga antar pedagang, dan sebagai bentuk mendukung usaha satu sama lain antar pedagang.

4. Menjaga Kebersihan Lokasi Usaha

Norma atau aturan dalam menjaga kebersihan antar pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman, merupakan bentuk norma yang telah disepakati bersama untuk menjaga kondisi lingkungan di lokasi berjualan agar tetap bersih dan adanya kenyamanan yang tercipta di lokasi berjualan antar pedagang kreatif lapangan, walaupun terdapat petugas kebersihan dari Dinas Lingkungan Hidup yang juga membersihkan area lokasi, namun para pedagang kreatif lapangan juga sepakati aturan bersama untuk tetap menjaga kondisi lingkungan lokasi yang mereka tempati untuk berjualan.

Kesepakatan untuk menjaga lingkungan lokasi berjualan untuk tetap bersih, dari pernyataan para informan bahwa adanya kesepakatan untuk menjaga kebersihan sekitar lokasi berjualan, walaupun terdapat petugas kebersihan yang setiap hari membersihkan lokasi tersebut, namun juga adanya kesadaran dari para pedagang kreatif lapangan untuk tetap menjaga kebersihan

lokasi berjualan dan pembeli atau pelanggan pun merasakan adanya kenyamanan saat membeli dagangan pedagang kreatif lapangan.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diambil bahwa penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran modal sosial bagi pedagang kreatif lapangan di masa pandemi COVID-19 di Jalan H. Rais A. Rahman Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat, maka dapat diketahui dan teranalisisnya peran modal sosial bagi pedagang kreatif lapangan di masa pandemi COVID-19 dengan adanya penelitian ini, maka realitas yang terjadi adalah bahwa peran modal sosial, yaitu yang terdiri dari kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*), dan jaringan (*networks*), sebagai berikut:

1. Peran kepercayaan (*trust*), adanya pemberian kepercayaan dengan beberapa pihak yang muncul dari hubungan-hubungan sosial, menjadi bukti nyata bahwa kepercayaan sudah berjalan dengan baik pada lingkungan pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman. Kepercayaan antara pedagang dengan pedagang, pembeli dan keluarga memberikan dampak guna mendukung jalannya usaha pedagang. Kepercayaan muncul karena adanya perilaku atau sikap yang jujur, ramah, dan karena adanya ikatan batin.
2. Peran jaringan (*networks*), Jaringan pada lingkungan pedagang kreatif lapangan di Jalan H. Rais A. Rahman yang terjalin sudah berjalan dengan baik relasi yang tercipta antar pedagang kreatif lapangan dan pelanggannya dapat mempermudah dan mendukung jalannya kegiatan usaha. Jaringan muncul karena adanya kepercayaan yang lebih dahulu tercipta dan karena adanya norma dan nilai sosial terjalin dari hubungan yang baik. Jaringan antara pedagang kreatif lapangan dengan pemilik toko atau agen, dan jaringan dalam memiliki pelanggan tetap untuk mendapatkan pelanggan baru.
3. Peran norma-norma (*norms*) yaitu, Norma-norma, aturan dan kesepakatan antar pedagang kreatif lapangan yang terjalin di Jalan H. Rais A. Rahman sudah berjalan dengan baik, antara lain dapat mendukung kelangsungan usaha pedagang kreatif lapangan di masa pandemi COVID-19, dan mendukung jalannya kegiatan usaha para pedagang kreatif lapangan. Norma-norma tersebut yaitu, norma-norma dalam penetapan lokasi berjualan oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan, norma dalam penetapan lokasi berjualan atas kesepakatan antar pedagang, norma dalam kesepakatan penetapan harga (jenis usaha yang sama), dan norma dalam menjaga kebersihan lokasi usaha.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada para infroman, maka penulis dapat memberikan saran antara lain:

1. Terkait kepercayaan antar pedagang kreatif lapangan, diharapkan sekiranya dengan munculnya kepercayaan para pedagang dapat mengoptimalkan peran dari kepercayaan tersebut, agar dapat mendukung kegiatan usahanya ditengah masa pandemi COVID-19. Dengan adanya kepercayaan dapat mempermudah para pedagang kreatif lapangan dalam membangun jaringan dan relasi guna memperlancar dan mendukung kegiatan usahanya.
2. Terkait jaringan sosial, disarankan untuk pedagang kreatif lapangan perlu memperluas jaringan dengan melakukan pertukaran informasi mengenai strategi dalam berjualan, terlebih di masa pandemi COVID-19 agar dapat mendukung kegiatan usahanya. Para pedagang kreatif lapangan juga sekiranya dapat membangun jaringan dan kerjasama atau membentuk paguyuban antar pedagang, agar usahanya dapat berkembang dengan saling mendukung satu sama lain.
3. Terkait norma dan nilai sosial, setelah berjualan bagi pedagang kreatif lapangan, diharapkan untuk tidak meninggalkan media berjualan seperti gerobak, meja, tenda, atau media berjualan lainnya di lokasi agar tidak

mengganggu aktivitas peruntukkan trotoar bagi pejalan kaki. Serta menjaga lokasi lingkungan berjualan agar tetap bersih, saat pedagang kreatif lapangan sedang dalam kegiatan berjualan maupun setelah selesai berjualan dan tidak membuang limbah di parit Sungai Jawi.

F. DAFTAR PUSTAKA

Damsar. 2009. *Pengantar SosiologiEkonomi*. Jakarta: Kencana Prenata Media Group.

Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan. 2020. *Data Pedagang Kaki Lima di Kota Pontianak Tahun 2019*. Diakses 19 November 2020. <https://data.pontianakkota.go.id>

Fatchurahman, Sofiah. 2019. "Efektivitas Penertiban Pedagang Kreatif Lapangan Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Jalan Jawa Kota Palangka Raya". *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi* vol.5, No.1 2019: 14-19. Diakses 5 April 2021. Doi:10.33084/restorica.v5 i1.997.

Fukuyama. 2002. *Trust, Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Diterjemahkan oleh Ruslaini. Yogyakarta: Qalam.

JDIH BPK RI. 2012. *Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 125 Tahun 2012: Koordinasi Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki*

Lima. Diakses 14 November
2020.
<https://peraturan.bpk.go.id>.

Mustofa, Mohammad F. 2013.
“Peran Modal Sosial pada
Proses Pengembangan Usaha:
Studi Kasus Komunitas PKL
SMAN 8 Jalan Veteran
Malang”. *Jurnal Ilmiah Ilmu
Ekonomi Universitas Brawijaya*
vol.1, No.2 2013: 1-18. Diakses
8 Januari 2021.

Syahyuti. 2008. “Peran Modal
Sosial (Sosial Capital) dalam
Perdagangan Hasil Pertanian,
Pusat Analisis Ekonomi dan
Kebijakan Pertanian”. *Jurnal
Fakultas Sosial Ekonomi dan
Kebijakan Pertanian* Vol.26,
No.1 2008: 32-43. Diakses 9
september 2020.
doi:10.21082/fae.v26n1.2008.3
2-43.

Usman, Sunyoto. 2018. *Modal
Sosial*. Yogyakarta: Pustaka
Belajar.