



Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru

Vina Sahbani, Nurhamlin

Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
Kampus Bima Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax 0761-63277

Abstract

Received: 2 November 2024

Revised: 15 November 2024

Accepted: 30 November 2024

This research was conducted at the Pagi Arengka Market in Marpoyan Damai Subdistrict, Pekanbaru City, with the objectives: 1) to understand the forms of capital among fruit vendors at the Pagi Arengka Market in Pekanbaru City, 2) to understand the income levels of fruit vendors at the Pagi Arengka Market in Pekanbaru City, and 3) to understand the relationship between social capital and income levels of fruit vendors at the Pagi Arengka Market in Pekanbaru City. This research employed a quantitative descriptive study using a census sampling technique with 30 fruit vendor respondents. The data collection techniques used were structured interviews, questionnaires, observation, and documentation. The results showed that the social capital forms in this study were strong, with high network numbers at 60.00%, trust at 73.30%, and norms at 60.00%. The income levels in this study were strong, with high income levels at 50.00%, with monthly earnings ranging from IDR 6,001,000 to IDR 9,000,000. The relationship between social capital and income levels was very strong, with a correlation coefficient of 0.9039 and a significance level of 0.000, which is less than 0.05 so that $\text{sig} < \alpha =$ hypothesis is rejected, and the alternative hypothesis is accepted. This means that social capital significantly affects the income level of traders with a very strong outcome. The results of this study also showed that the influence of social capital on the income levels of fruit vendors at the Pagi Arengka Market in Pekanbaru City was 90.2%, indicating that social capital plays a dominant role in improving the economic well-being of fruit vendors

Keywords: Social Capital, Fruit Vendors, Income

(* Corresponding Author: vina@gmail.com)

How to Cite: Sahbani, V., & Nurhamlin, N. (2025). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(3.B), 163-177. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11763>

PENDAHULUAN

Perubahan yang terjadi didalam masyarakat disebabkan karena adanya perkembangan zaman di era globalisasi, dimana banyak manusia yang berlomba-lomba dalam mencari peluang memenuhi kebutuhan serta mempertahankan kehidupannya untuk memanfaatkan keadaan yang ada agar terpenuhinya kebutuhan sehari-hari karena biaya hidup yang kian meningkat. Pemerintah mengadopsi kebijakan-kebijakan ekonomi yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan sektor industri besar di negara ini. Pertumbuhan ekonomi yang pesat ini memainkan peran penting dalam mengangkat tingkat kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Menurut pernyataan yang ditulis oleh Atmaja *et al.*, (2020), perekonomian merupakan salah satu sektor yang paling penting dan menjadi perhatian pemerintah dalam bentuk berbagai kebijakan guna untuk meningkatkan kesejahteraan dalam masyarakat.

Modal sosial menekankan pentingnya kemandirian dalam menghadapi masalah sosial dan ekonomi, sementara bantuan dari luar dianggap sebagai tambahan yang dapat mendorong inisiatif dan produktivitas yang berasal dari masyarakat itu sendiri. Kehadiran



modal-modal tersebut dianggap berperan penting dalam meningkatkan pendapatan usaha. Seringkali modal sosial diabaikan sebagai indikator yang juga berperan secara ekonomi untuk meningkatkan kelancaran dan efisiensi kegiatan usaha (Coleman dalam Hapiz, 2014). Pedagang di pasar Pagi

Arengka berjuang untuk menjalankan usaha mereka di badan jalan pasar, yang menghadirkan risiko potensial terancam digusur oleh Satpol PP. Upaya mereka dalam berjuang untuk menjaga mata pencaharian dan berusaha untuk tetap eksis di pasar Pagi Arengka. Berikut beberapa pedagang yang berjualan di pasar Pagi Arengka.

Tabel 1. **Pedagang Berdasarkan Barang Dagangan dan Jenis Kelaminnya**

No	Barang Dagangan	LK	PR	Jumlah
1.	Kebutuhan sehari-hari	49	8	57
2.	Kebutuhan dasar	40	19	59
3.	Klontong	20	8	28
4.	Sayur-mayur	45	41	86
5.	Buah-buahan	13	17	30
6.	Daging, ayam, ikan	130	10	140
Jumlah		297	103	400

Sumber: Pengelola Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru

Tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 400 orang pedagang yang berjualan di pasar Pagi Arengka dengan total 103 orang pedagang dengan jenis kelamin perempuan dan 297 orang laki-laki. Fenomena yang terjadi di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa para pedagang buah seringkali bergantung pada jaringan sosial, baik dalam bentuk kerjasama dengan sesama pedagang, hubungan dengan pemasok, maupun interaksi dengan pelanggan.

Modal sosial seperti kepercayaan, norma dan jaringan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi perdagangan dan keberlanjutan usaha. Perkembangan sektor pedagang buah di pasar Pagi Arengka, yang selalu diiringi dengan kehadiran semakin banyak pedagang dari berbagai daerah, mencerminkan pentingnya sektor ini dalam membangun ekonomi lokal. Mereka menjadi bagian integral dalam aktivitas ekonomi di pasar Pagi Arengka, menciptakan peluang ekonomi dan berkontribusi dalam mengatasi masalah ketenagakerjaan di lingkungan setempat. Dalam hasil tinjauan lapangan di pasar Pagi Arengka, Kecamatan Marpoyan Damai, terdapat sebanyak 30 pedagang buah yang aktif berdagang di lokasi tersebut. Namun, ada situasi di mana para pedagang terpaksa menutup lebih awal jika pengaruh cuaca buruk, seperti hujan dan angin sehingga dapat mempengaruhi pendapatan mereka dalam berdagang.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami lebih dalam tentang bagaimana hubungan antar pedagang buah, yang disebut modal sosial, mempengaruhi sejauh mana pendapatan pedagang buah di pasar Pagi Arengka. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja di dalam modal sosial pedagang buah yang bisa membantu atau menghambat para pedagang buah dalam meningkatkan pendapatan, serta bagaimana hubungan antar mereka berperan dalam hal ini. Sebagaimana yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti berkeinginan melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru**".

Penelitian ini menggunakan kajian teoritik modal sosial dari Putnam, bahwa

modal sosial sebagai komponen kehidupan sosial yang meliputi jaringan, kepercayaan dan norma yang memotivasi mereka untuk bekerja lebih efektif sebagai tim untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks pasar Pagi Arengka, modal sosial berupa akses ke keuntungan dan sumber daya yang di hasilkan dari hubungan antara pedagang, pemasok, dan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk modal pada pedagang buah di pasar Pagi Arengka, mengetahui tingkat pendapatan dari pedagang buah pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. Penelitian ini juga ingin meelihat hubungan antara modal sosial dengan pendapatan pedagang buah pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru.

Penelitian ini, diharapkan hasilnya dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dalam menambah wawasan dan pengetahuan dikarenakan peneliti secara langsung mengalami penelitian langsung di lokasi penelitian dan dapat memberikan sumbangan dan informasi kepada masyarakat luas mengenai pengaruh modal sosial terhadap pendapatan para pedagang buah. Sedangkan secara praktis, diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya sebagai gambaran atau referensi mengenai pengaruh modal sosial terhadap pendapatan, sehingga penelitian selanjutnya bisa disempurnakan.

KAJIAN TEORITIK

Konsep Modal Sosial

Modal sosial sampai kepada puncak ketenarannya ketika ahli Robert Putnam dalam bukunya yang berjudul *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* pada tahun 2000. Putnam mengelompokkan modal sosial menjadi dua jenis, yaitu modal sosial pengikatan (*bonding social capital*) dan modal sosial pen jembatanan (*bridging social capital*). *Bonding social capital* merujuk pada modal sosial yang ada di dalam satu kelompok atau komunitas, sedangkan *bridging social capital* mengacu pada kelompok-kelompok yang berbeda (Santoso, 2020).

Modal sosial terjadi karena adanya sebuah hubungan ketika individu- individu mengalami perubahan searah dengan cara-cara yang memudahkan tindakan. Mirip dengan modal manusia yang tidak berbentuk, modal sosial juga tidak terwujud. Keterampilan dan pengetahuan yang ditunjukkan oleh individu ataukelompok merupakan contoh dari modal manusia, modal sosial terlihat dalam hubungan antar individu. Modal sosial pada dasarnya berbicara tentang sekelompok masyarakat yang saling terikat untuk bekerja sama dan hidup dalam kebersamaan yang didasarkan kepada saling memiliki serangkaian nilai atau norma-norma yang melekat didalam diri masyarakat atau kohesi sosial tersebut.

Teori Modal Sosial Menurut Robert D. Putnam

Modal sosial menurut Robert Putnam adalah corak-corak dari kehidupan sosial, seperti kepercayaan (*trust*), norma (*norms*), dan jaringan (*network*) yang membuat para partisipan untukbertindak bersama lebih efektif dalam mengejar tujuan bersama. Menurut pandangan Putnam jaringan, kepercayaan, dan norma sudah menjadi komponen penting yang harus ada pada modal sosial serta menjadi sumber dalam menjalin hubungan kerjasama dalam masyarakat. Putnam berpendapat bahwa modal sosial berkaitan dengan kebaikan moral, seperti kepercayaan, saling pengertian, nilai bersama, dan perilaku yang mengikat anggota jaringan individu dan kelompok. Modal sosial memungkinkan tindakan kooperatif. Interaksi ini membuka kemungkinan terbentuknya masyarakat dan membangun struktur sosial (Santoso, 2020).

Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai komponen kehidupan sosial yang

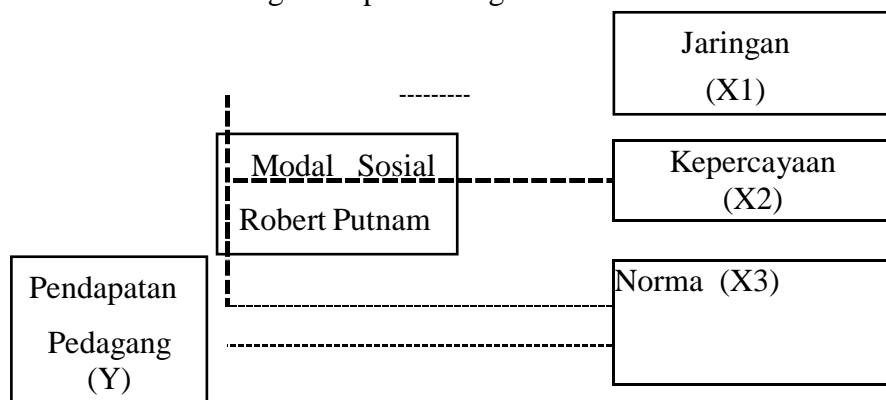
meliputi jaringan, kepercayaan dan norma yang memotivasi mereka untuk bekerja lebih efektif sebagai tim untuk mencapai tujuan bersama. Afriliansyah & Bahrin T, (2019) mengatakan bahwa Putnam menganggap modal sosial merupakan seperangkat hubungan didalam masyarakat yang terjalin secara horizontal, artinya modal sosial terdiri dari jaringan yang diatur oleh norma-norma sosial dalam menentukan produktivitas suatu kelompok masyarakat.

Modal sosial sering kali muncul sebagai hasil dari aktivitas sosial lain yang dilakukan oleh individu untuk mencapai tujuan pribadi. Menurut Putnam, untuk memastikan modal sosial dapat terus berkembang, kunci utamanya adalah menjaga kepercayaan dalam hubungan sosial agar tetap kuat dan berkelanjutan. Kepercayaan berasal dari interaksi yang terjalin di dalam jaringan sosial yang melibatkan berbagai individu. Modal sosial tidak hanya tergantung pada kepercayaan, tetapi juga pada kerapatan dan ketahanan hubungan sosial di antara anggota jaringan (Sudarmono, 2021).

Teori modal sosial menurut Robert Putnam ini mengaggap bahwa modal sosial sebagai bagian dari kehidupan sosial yang melibatkan jaringan, norma, dan Kepercayaan. Modal sosial memungkinkan masyarakat untuk bekerjasama secara efektif untuk mencapai tujuan bersama. Pasar Pagi Arengka, Kecamatan Marpoyan Damai, modal sosial seperti kepercayaan, jaringan, dan norma sosial memainkan peran penting dalam mendukung usaha buah. Ini memungkinkan bertahannya bisnis buah di pasar ini, karena kolaborasi dan rasa tolong- menolong dari modal sosial mempermudah pengelolaan usaha secara bersama-sama.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan alur berpikir peneliti dalam penelitian, untuk mengetahui bagaimana alur berpikir peneliti dalam menjelaskan permasalahan penelitian maka dibuatlah kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti 2024

Berdasarkan gambar kerangka pemikiran diatas bahwa dalam penelitian ini menganalisis pengaruh modal sosial dengan menggunakan teori dari Robert Putnam, terhadap tingkat pendapatan pedagang buah di pasar Pagi Arengka kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini terdapat variabel independent (X) dan dependen (Y). Variabel independent adalah variabel bebas dan variabel dependen adalah variabel terikat. Modal sosial dalam konteks ini terdiri dari tiga bentuk yaitu jaringan sosial yang menjadi (X1), kepercayaan (X2) dan norma sosial (X3) yang akan mempengaruhi variabel pendapatan

pedagang yang menjadi (Y). Dalam kerangka berfikir ini akan melihat dari bentuk modal sosial manakah yang akan dominan mempengaruhi tingkat pendapatan yang bisa dilihat pada indikator-indikator yang telah dibuat, dan juga bisa dilihat korelasi antara indikator bentuk modal sosial dengan tingkat pendapatan pada pedagang buah di pasar Pagi Arengka.

HASIL & PEMBAHASAN

Bentuk Modal Sosial

1. Jaringan Sosial

Dalam membuka sebuah usaha dibutuhkan jejaringan sosial guna untuk memperluas kerjasama dengan pengusaha lainnya. Berdasarkan hasil survei lapangan pedagang berupaya menemukan buah berkualitas baik, dengan cara memilih bagian yang cocok untuk dijual kepada konsumen. Biasanya, sebelum mendapatkan buah, pedagang telah memiliki pelanggan tetap berupa agen yang menyediakan buah untuk dijual kembali. Jaringan sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tentang keikutsertaan pedagang dalam komunitas pasar, dengan adanya jaringan ini juga membantu dalam mempromosikan harga jual yang saling menguntungkan untuk kedua pihak. Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa dengan memiliki jaringan yang banyak mampu membantu pedagang, contohnya saja membantu dalam meningkatkan pendapatan, membantu dalam negosiasi harga yang lebih menguntungkan, serta dengan bermodalkan jejaringan sosial membantu pedagang dalam memperoleh informasi lebih luas dan dukungan dari agen-agen pedagang lain. Jaringan sosial yang baik mampu meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka. Terdapat 8 item pertanyaan sebagai indikator dalam jaringan sosial pada penelitian yang dilakukan pada pedagang buah pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru.

A. Ikut Serta Dalam Kegiatan Sosial Komunitas Pedagang

Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesioner terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2
Frekuensi Tanggapan Responden Menurut Jaringan Sosial 1

No	Jaringan Sosial 1	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Pernah	2	6,70
2.	Kadang-kadang	7	23,30
3.	Selalu	21	70,00
Total		30	100,00

Sumber: Data Lapangan 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 30 responden terdapat 2 responden atau 6,70% yang tidak pernah ikut serta dalam komunitas pedagang, artinya lebih dari 2 bulan untuk datang ke kegiatan komunitas, selanjutnya 7 responden atau 23,30% yang kadang-kadang ikut bergabung yaitu hanya 1 kali dalam 2 bulan dan

terdapat 21 responden atau 70,00% yang selalu ikut dalam kegiatan komunitas pedagang, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar dari pedagang buah pasar pagi Arengka Kota Pekanbaru “Selalu” ikut serta terlibat dalam kegiatan sosial yang diadakan oleh komunitas pedagang yaitu 1 kali dalam sebulan.

B. Ikut Kolaborasi Bisnis Dengan Sesama Pedagang Buah Untuk Mengadakan Promosi Bersama

Melakukan kolaborasi bisnis dengan sesama pedagang buah dapat memperluas pemahaman, memperluas jaringan dengan pelaku bisnis, serta mampu dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesioner terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 5.13

Tabel 3.
Frekuensi Responden Menurut Jaringan Sosial 2

o	Jarin gan Sosial 2	Freku ensi	Pers entase
.	Tida k Pernah	1	3,30
.	Kada ng-kadang	8	26,7 0
.	Selal u	21	70,0 0
	Total	30	100, 00

Sumber: Data Lapangan 2024

Menurut data lapangan, responden yang tidak pernah ikut kolaborasi dengan sesama pedagang lainnya adalah 1 responden dengan 3,30%, kemudian terdapat 8 reponden dengan persentase 26,70% dengan tanggapan kadang-kadang yang artinya ikut berpartisipasi promosi setiap beberapa bulan sekali, dan untuk kategori selalu sebanyak 21 responden atau 70,00%. Dari data tersebut dapat disimpulkan sebagian besar dari pedagang “Selalu” ikut berkolaborasi dengan pedagang lainnya, yaitu turut serta setiap kali ada kesempatan yang diadakan pedagang dalam melakukan promosi.

C. Mendapatkan Dukungan Atau Bantuan Dari Rekan Bisnis

Terhubungnya dengan jaringan dapat berdampak baik bagi pelaku, salah satunya akan memperoleh dukungan serta bantuan dari rekan bisnis, dukungan dan bantuan ini dapat berupa peminjaman modal, pemasaran, pengembangan produk atau peluang investasi. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesioner terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.
Frekuensi Responden Menurut Jaringan Sosial 3

No	Jaringan Sosial 3	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Pernah	0	0
2.	Kadang-kadang	6	20,00
3.	Selalu	24	80,00
Total		30	100,00

Sumber: Data Lapangan 2024

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 30 pedagang buah terdapat 6 responden atau 20,00% yang kadang-kadang mendapatkan dukungan atau bantuan dari rekan bisnis, yang artinya para pedagang ini hanya mendapatkan bantuan serta dukungan dari waktu ke waktu tidak konsisten, sedangkan 24 responden lainnya atau 80,00% responden selalu mendapat dukungan dan bantuan yaitu mereka yang mendapatkan bantuan dan dukungan dari rekan secara konsisten dalam menyelesaikan masalah. Maka dapat disimpulkan dari distribusi diatas bahwa pedagang buah 80% “Selalu” mendapatkan dukungan dari rekan kerja secara konsisten setiap kali ada dalam masalah.

D. Ikut Mendiskusikan Harga Dan Pasokan Buah Dengan Pedagang Lain

Melalui keterlibatan dalam diskusi tentang harga dan pasokan buah dengan pedadagang lain, dapat memperoleh wawasan serta informasi terkait kondisi pasar lainnya. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesionar terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5
Frekuensi Responden Menurut Jaringan Sosial 4

No	Jaringan Sosial 4	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Pernah	1	3,30
2.	Kadang-kadang	7	23,30
3.	Selalu	22	73,30
Total		30	100,00

Sumber: Data Lapangan 2024

Berdasarkan tabel 5.15 diatas diketahui bahwa pedagang yang tidak pernah mendiskusikan harga buah dengan pedagang lainnya adalah 1 orang atau 3,30%, yang kadang-kadang ikut serta dalam mendiskusikan harga dan pasokan buah bersama pedagang lainnya terdapat 7 responden dengan persentase 23,30%, yaitu mereka yang hanya aktif dari waktu ke waktu, namun tidak konsisten, serta terdapat 22 responden

73,30% yang selalu ikut mendiskusikan dengan pedagang lain. Artinya pedagang ini konsisten aktif setiap kali diadakan diskusi mengenai harga buah.

E. Ikut Membagikan Informasi Seputar Bisnis Kepada Pedagang Buah Lainnya

Berpartisipasi dalam berbagai informasi bisnis kepada pedagang lain dapat mengembangkan jaringan yang professional, meningkatkan potensi kerjasama, serta mendapatkan masukan saran yang bermanfaat. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesionar terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 6
Frekuensi Responden Menurut
Jaringan Sosial 5

No	Jaringan Sosial 5	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Pernah	0	0
2.	Kadang-kadang	10	33,30
3.	Selalu	20	66,70
Total		30	100,00

Sumber: Data Lapangan 2024

Menurut data lapangan, terdapat 10 responden atau 33,30% yang kadang-kadang ikut dalam membagikan informasi terkait bisnis, pedagang ini hanya akan membagikan informasi pada beberapa kesempatan saja dan terdapat 20 atau 66,70% dengan responden yang selalu ikut membagikan informasi kepada pedagang lain terkait bisnis dagangan yang dijalankan. Dengan data tersebut dapat kita lihat bahwa sebagian dari total keseluruhan responden menanggapi “Selalu” yang artinya secara konsisten berpartisipasi dalam berbagi pengetahuan terkait dagangan.

F. Memberikan Penawaran Diskon Khusus Pelanggan Yang Setia Membeli Buah

Memberikan penawaran khusus kepada pelanggan yang telah setia membeli dari pedagang buah, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, mendorong pembelian ulang, serta memperkuat hubungan antara pedagang dan pelanggan. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesionar terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 7

No	Jaringan Sosial 6	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Pernah	7	23,30
2.	Kadang-kadang	9	30,00
3.	Selalu	14	46,70
Total		30	100,00

Frekuensi Responden Menurut

Jaringan Sosial 6

Sumber: Data Lapangan 2024

Berdasarkan tabel 5.17, dapat dilihat bahwa dari 30 pedagang buah terdapat 7 responden atau 23,30% yang tidak pernah memberikan penawaran diskon kepada pelanggann yang setia, pedagang ini tidak membedakan antara pelanggan setia ataupun regular, jadi pelayanan tetap sama tidak ada pemberian diskon. Kemudian terdapat 9 responden atau 30,00% yang kadang-kadang memberikan diskon khusus pelanggan setia, dengan kuantifikasi pelanggan yang setia membeli 4 kali secara berturut-turut dan 14 responden dengan persentase 46,70% yang selalu memberikan diskon kepada pelanggan, yang artinya memberikan diskon jika pelanggan setia membeli 7 kali berturut-turut ditempat pedagang berjualan. Data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata dari pedagang buah pasar Pagi Arengka kota Pekanbaru “Selalu” memberikan penawaran diskon kepada pelanggan yang setia.

G. Berinteraksi Dengan Pelanggan Secara Ramah Dan Sopan

Sebagai seorang pedagang sangat dibutuhkan interaksi yang baik, bukan hanya sekedar dalam memperoleh jaringan antara pedagang dengan pelanggan namun juga sebagai bentuk dalam menghargai dan menghormati sesama manusia, serta mengadakan interaksi yang ramah kepada pelanggan dapat menciptakan hubungan yang kuat dan mendorong pelanggan lain untuk membeli di lapak dagangan. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesionar terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Frekuensi Responden Menurut

Jaringan Sosial 7

No	Jaringan Sosial 7	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Pernah	0	0
2.	Kadang-kadang	4	13,30
3.	Selalu	26	86,70
Total		30	100,00

Sumber: Data Lapangan 2024

Menurut data lapangan, terdapat 4 atau 13,30% responden yang hanya kadang-kadang bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan, pedagang ini hanya terlibat interaksi ramah dengan pelanggan pada beberapa kesempatan dan 26 responden dengan persentase 86,70% menanggapi selalu untuk berinteraksi secara ramah dan sopan kepada pelanggan. Maka dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden 26 orang dari mereka merespon “Selalu” yang artinya melakukan interaksi dengan ramah dan sopan setiap kali ada pelanggan yang membeli.

H. Bersikap Ramah Tamah Dan Berhubungan Baik Dengan Sesama Pedagang Yang Berada Di Pasar Pagi Arengka

Menunjukkan sikap baik dan menjalin hubungan yang sehat merupakan kunci dalam menciptakan lingkungan yang harmonis serta kompeten dalam saling mendukung, menolong satu sama lain, dan juga sebagai acuan dalam membuka peluang kerjasama dengan pedagang lain. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesioner terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 9. Frekuensi Responden Menurut Jaringan Sosial 8

No	Jaringan Sosial 8	Frekuensi	Persentase
1.	Tidak Pernah	0	0
2.	Kadang-kadang	5	16,70
3.	Selalu	25	83,30
Total		30	100,00

Sumber: Data Lapangan 2024

Hasil tabel diatas, terdapat 5 responden atau 16,70% yang menanggapi kadang-kadang, artinya hanya di beberapa kesempatan menunjukkan sikap ramah kepada pedagang yang ada di pasar dan terdapat 25 responden atau 83,30% yang menjawab selalu bersikap ramah tamah dan Berhubungan baik dengan pedagang lain yang ada di pasar. Penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa pedagang buah pasar Pagi Arengka kota Pekanbaru “Selalu” bersikap ramah dan berhubungan baik dengan sesama pedagang yang di pasar Pagi Arengka kota Pekanbaru, artinya para pedagang ini konsisten berinteraksi ramah dengan setiap rekan yang ditemui di pasar.

Tingkat Pendapatan Pedagang

1. Omset Pedagang

Pendapatan dalam dunia perdagangan merupakan akumulasi dari omset yang diperoleh serta nilai aset yang terkumpul. Penilaian terhadap tingkat pendapatan seorang pedagang pada dasarnya berdasarkan perbandingan antara harga jual produk yang ditawarkan dengan modal yang dikeluarkan oleh pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan dagangannya. Omset pendapatan dalam penelitian yang dilakukan di pasar Pagi Arengka belum termasuk pada pengeluaran biaya lainnya, bisa dikatakan sebagai seluruh

pendapatan atau pendapatan kotor. Untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut penulis telah memberikan dan menyebarkan kuesioner terkait topik penelitian kepada 30 pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru yang menjadi objek dalam penelitian ini. Berikut distribusi jawaban responden mengenai omset pedagang buah selama 1 bulan dapat dilihat pada tabel 10 dibawah ini.

Tabel 10.
Frekuensi Responden Berdasarkan Omset

No	Omset	Frekuensi	Perentase	Kategori
1	Rp10.000.000- Rp30.000.000	4	13,30	Rendah
2	Rp30.001.000- Rp60.000.000	11	36,70	Sedang
3	Rp60.001.000- Rp90.000.000	15	50,00	Tinggi
Jumlah		30	100,0	

Sumber : Data Lapangan, 2024

Maka dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa terdapat 4 responden dengan persentase 13,30% yang juga menjadi frekuensi terendah dengan kelompok omset senilai Rp10.000.000-Rp30.000.000, dan untuk kelompok omset Rp30.001.000-Rp60.000.000 terdapat 11 responden atau 36,70% dan kelompok Rp60.001.000-Rp90.000.000 terdapat 15 responden dengan persentase 50,00%. Kemudian untuk rata-rata omset pedagang selama 1 bulan adalah senilai Rp35.500.000 dengan kategori sedang, dapat dilihat melalui hasil rata-rata ini.

$$\frac{1.065.000.000}{30} = \text{Rp } 35.500.000 \text{ setiap bulan}$$

2. Pendapatan Pedagang

Pendapatan yang diterima oleh pedagang dapat diartikan sebagai hasil dari tingkat modal yang mereka miliki, yang mencakup investasi dalam persediaan barang dagangan, infrastruktur operasional, serta upaya dalam pemasaran yang mereka lakukan. Dalam hal ini modal sosial cukup signifikan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. Para pedagang buah memanfaatkan strategi untuk menetapkan harga jual, serta menjaga kualitas buah agar tidak cepat rusak. Pendapatan dalam penelitian ini adalah keuntungan bersih yang diterima oleh pedagang setelah dikurang dengan biaya-biaya lainnya. Besarnya pendapatan yang diterima oleh pedagang buah dapat disebabkan oleh faktor jam kerja, lokasi, jenis buah dan harga yang ditawarkan oleh pedagang. Berikut tabel terkait distribusi responden berdasarkan pendapatan pedagang buah selama 1 bulan masa penjualan

Tabel 11
Frekuensi Responden Menurut Pendapatan
Pedagang

o	Pendapa tan	Fre kuensi	Per entase	Ka tegori
	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	4	13, 30	Re ndah
	Rp 3.001.000 – Rp 6.000.000	11	36, 70	Se dang
	Rp6001. 000- Rp9.000.000	15	50, 00	Ti nggi
	Total	30	100 ,00	

Sumber: Data Lapangan 2024

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat dilihat bahwa kelompok pendapatan Rp1000.000-Rp3.000.000 yang menjadi pendapatan terendah pedagang yaitu terdapat 4 responden 13,30%, kemudian kelompok pendapatan Rp3.001.000-Rp6.000.000 terdapat 11 responden 36,70 % dan yang menjadi kelompok pendapatan tertinggi responden yaitu terdapat 15 responden dengan persentase 50,00%. Untuk rata-rata pendapatan yang diperoleh pedagang adalah senilai Rp 5.817.150. yang masuk dalam kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil rata-rata dibawah ini

$$\frac{174.514.500}{30} = \text{Rp}5.817.150 \text{ per bulannya}$$

Hubungan Antara Modal Sosial Dengan Tingkat Pendapatan Pedagang Buah Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru

Analisis teoritis pada penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Robert Putnam, modal sosial meliputi jaringan, kepercayaan dan norma yang membentuk hubungan sosial dalam sebuah komunitas. Pada bagian ini jaringan sosial memfasilitasi pedagang dalam mengakses informasi dan sumber daya yang lebih luas, yang terbukti berkorelasi 60% terhadap pendapatan. Hal ini sejalan dengan teori bahwa jaringan sosial dapat memperlancar pertukaran informasi yang berguna dalam peningkatan usaha dan dalam peningkatan pendapatan. Kepercayaan yang berdasarkan tabulasi silang memiliki keterkaitan 70%, berperan penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang aman dan efisien.

Bedasarkan uji korelasi, norma menjadi bentuk dari modal sosial dengan rental interval sangat kuat yaitu 0,911 yang menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap aturan dan standar komunitas pedagang di pasar sangat penting dalam kesuksesan perekonomian mereka. Hal ini membuktikan bahwa norma yang baik menciptakan stabilitas dan keadilan, meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan. Sejalan dengan teori yang penulis gunakan. Putnam, bahwa norma dan nilai pada suatu komunitas yang

kuat dapat memperkuat pada jaringan sosial dan meningkatkan hasil ekonomi. Pedagang yang taat aturan pendapatannya naik, pedagang dengan norma yang baik memperoleh penghasilan yang tinggi yaitu Rp 6.001.000-Rp 9.000.00 yang didapat dalam satu bulan penjualan.

Secara keseluruhan modal sosial sangat mempengaruhi tingkat pendapatan sebesar 90,2%. Ini menegaskan pentingnya modal sosial sebagai aset yang sama pentingnya dengan modal finansial. Pedagang buah, yang memiliki jaringan luas, kepercayaan tinggi, dan norma yang baik akan cenderung memiliki pendapatan yang tinggi. Modal sosial merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi pedagang di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. Sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Robert Putnam. Modal sosial dalam penelitian ini yaitu modal sosial pengikat (*Bonding Social Capital*) dan modal sosial penghubung/jembatan (*Bridging Social Capital*). Sedangkan untuk modal sosial penghubung sebagai modal sosial dalam memudahkan koneksi antar pihak, penyatuan jaringan sosial yang melibatkan pedagang, pemasok dan pelanggan. Terdapat 3 peluang dalam teori, yaitu menolak, memperkuat dan menyempurnakan. Dalam penelitian ini teori Robert Putnam di gunakan sebagai teori yang memperkuat argument tentang pengaruh modal sosial terhadap tingkat pendapatan pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru karna hasil yang diperoleh signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan dan analisis yang telah disampaikan dalam skripsi ini, penulis akhirnya sampai pada bagian penutup. Pada bagian ini, penulis akan menarik kesimpulan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu Pengaruh Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Buah di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru. Berikut hasil kesimpulan pada penelitian ini:

1. Bentuk modal sosial terbagi atas tiga, yaitu jaringan, kepercayaan, dan norma. Bentuk modal sosial jaringan pada pedagang buah pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru adalah (60,00%), kepercayaan (73,30%) dan untuk norma (60,00%) dengan skor keseluruhan 1.367 yang berada pada rentang interval 1.192-1.532 dalam kategori kuat.
2. Tingkat pendapatan pedagang buah pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru rentang dari Rp1.000.000 sampai dengan Rp9.000.000 yang di peroleh setiap bulannya dengan rata-rata Rp5.817.150. Dari 30 responden terdapat (13,30%) pedagang dengan rentang pendapatan Rp1.000.000-Rp3.000.000, kemudian terdapat (36,70%) lainnya dengan pendapatan Rp3.001.000-Rp6.000.00 dan (50,00%) pedagang buah dengan pendapatan tinggi yaitu Rp6.001.000-Rp9.000.000.
3. Hubungan antara modal sosial dengan tingkat pendapatan pedagang buah pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru signifikan dan memiliki hubungan yang sangat kuat, dibuktikan dengan jaringan yang berkorelasi terhadap tingkat pendapatan sebesar 0,780. Kepercayaan dengan tingkat pendapatan 0,822 dan hubungan norma dengan tingkat pendapatan 0,911.

Berdasarkan dari hasil *uji regresi linear sederhana* terdapat pengaruh yang signifikan antara modal sosial terhadap tingkat pendapatan pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru, dari hasil uji anova (f hitung) sebesar 90,399 dengan tingkat signifikansi 0,0000. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,902, yang artinya modal sosial berpengaruh 90,2% terhadap tingkat pendapatan pedagang buah di pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis memberikan beberapa saran terkait hasil penelitian mengenai pengaruh modal sosial dalam meningkatkan pendapatan keluarga nelayan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk pedagang buah di Pasar Pagi Arengka diharapkan dapat mempertahankan dan menguatkan modal sosial yang sudah ada. Dengan menjaga serta meningkatkan hubungan sosial, kepercayaan, dan kerjasama baik antar pedagang maupun dengan pelanggan, diharapkan pendapatan pedagang buah dapat meningkat secara signifikan. Modal sosial yang kuat akan menciptakan lingkungan pasar yang lebih produktif dan menguntungkan.
2. Untuk pengelola pasar Pagi Arengka agar bisa mengatasi permasalahan akibat penumpukan sampah yang terlalu bertumpuk di jalan dan penggunaan badan jalan oleh pedagang di Pasar Pagi Arengka, pengelola bisa meningkatkan manajemen sampah, merapikan penempatan lapak pedagang, memberlakukan aturan pasar yang lebih ketat, memperbaiki infrastruktur pasar, dan bekerja sama dengan pihak terkait seperti pemerintah daerah atau organisasi terkait. Diharapkan dengan langkah-langkah tersebut, pasar akan menjadi lebih bersih, teratur, dan nyaman bagi semua pengunjung dan pedagang.
3. Untuk peneliti berikutnya, disarankan untuk menambah variabel terkait kepercayaan, jaringan, dan norma guna meningkatkan kualitas penelitian. Penulis berharap penelitian ini menginspirasi penelitian lanjutan dan para peneliti dapat mencari lebih banyak sumber dan referensi. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriliansyah, B., & Bahrin T, S. (2019). Analisis Modal Sosial Pada Kelompok Tani (Studi Pada Kelompok Tani di Kecamatan Bukit, Kabupaten Baner Meriah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 4.
- Aisyah, S., & Qadri, M. Z. (2019). Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jam Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar. *Jurnal Ecces*, 6, 18–35.
- Alkumairoh, A. F., & Warsitasari, W. D. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Pedagang Pasar Gambar Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam*, 2(2), 202–219.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Atmaja, I. K. E., Purnamawati, I. G. A., & Sujana, E. (2020). Pengaruh Modal Sosial, Modal Manusia, Biaya Transaksi Terhadap Kesuksesan UMKM Industri Seni Lukisan di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11, 374–384.
- Bungin, B. (2006). *Metodologi Peneliitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Edisi Pert). Jakarta: Kencana.
- Dwiyanti, E. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus)*. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Hapiz, T. M. (2014). Hubungan Tingkat Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku UKM (Studi Pada Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Malang). *Jurnal Mahasiswa*.

- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial*. Surabaya: CV Saga Jawadwipa.
- Sudarmono. (2021). *Pembangunan Modal Sosial* (F. Simangunsong (ed.)). Jatinangor: Rtujuh Media Printing.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D)*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Sumarni. (2021). *Hubungan Modal Sosial Dengan Pendapatan Petani Padi di Desa Sanrego, Kecamatan Kahu, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan*.
- Wahyuni, A. D., & Dahmiri. (2021). Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10, 29–41.
- Wulandari, R. R. A. B., & Nawireja, I. K. (2022). Pengaruh Kepemilikan Modal Sosial Terhadap Kesejahteraan: Kinerja Usaha Sebagai Variabel Antara (Kasus: Pedagang Komoditas Pertanian Di Pasar Palmeriam, Jakarta Timur). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(1), 121–138.