

**MODAL SOSIAL DAN PASAR TRADISIONAL
(Studi Kasus di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta)**

Dwisara Ajeng Rahmawati
Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Sebelas Maret Surakarta
Email: dwisaraajeng@gmail.com

Drajat Tri Kartono
Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Email: uns.drajat@gmail.com

Received: 26-07-2017

Accepted: 20-08-2017

Online Published: 21-09-2017

Abstract

The research aims to find the kinds of the social capital existed in Legi Kotagede Market and to explain the role of the social capital toward the continuance of the seller's business in Legi Pasargede Market. The research is examined according to Social Capital theory of Robert D. Putnam. The qualitative descriptive research uses the case study approach. The collecting data is done through interviewing, observing and documenting. The data analysis in the research was the interactive method proposed by Miles and Hubberman. The method used was collecting data, reducing data, presenting data and appealing conclusion.

According to the result of the research, the sellers of Legi Market in Kotagede Yogyakarta believe the elements of the social capital such as trust, networking and norm. However, the most prominent elements of the social capital are trust and norms, whereas social networking is not much believed by the sellers. The phenomena can happen because the majority of the sellers feel that they do not need the wide networking to sell their products. The sellers only use some stalls and shanties and then the buyers only will come to the market. If the buyers want to come to them and buy their product, they will do a transaction then. The social capital that exists in the sellers of Yogyakarta Legi Kotagede Market has the bounding and bridging characteristic of the social capital type. The bounding characteristic of the social capital type can be seen from the connections between the sellers such as the kinship feeling, the same place and the same community (seller or business man). The bridging characteristic looks from the effort of the sellers to create a networking with the outside people of their community in their business activity. For instance, the sellers will build up a relation to the distributor or wholesale place that will give them the cheaper price than others.

Key Words: Social Capital, Traditional Market, the Business Continuance.

Pendahuluan

Pada umumnya, pasar basah yang sering disebut sebagai pasar

tradisional dipandang sebagai daerah yang kotor, sumber kemacetan lalu lintas dan tempat berasalnya para

pelaku kriminal. Sejalan dengan bukti nyata peran pasar tradisional ini pada beberapa krisis ekonomi di Indonesia, pemerintah telah menunjukkan apresiasi terhadap keberadaannya bagi para pedagang maupun bagi kota atau wilayah layanannya. Pasar tradisional ternyata mempunyai kapasitas yang kuat untuk bertahan pada situasi ekonomi makro yang tidak menentu, dan tidak terpuruk seperti aktivitas ekonomi formal atau aktivitas ekonomi yang berskala besar. Pasar telah berfungsi sebagai jaring penyelamat dan penyedia lapangan kerja bagi sebagian masyarakat. Beberapa pasar menyediakan komoditas dan layanan yang menjadi bagian identitas kota atau wilayahnya. Dari sudut kepentingan pemerintah daerah, pasar memberikan pemasukan yang menerus dan langsung kepada kas pemerintah daerah.

Kenyataan bahwa banyak bermunculan pasar modern sekarang ini, ternyata tidak serta-merta menghilangkan keberadaan pasar tradisional sama sekali. Di tengah maraknya bermunculan pasar modern, masih ada pasar tradisional yang bertahan dan masih dikunjungi oleh masyarakat. Dengan kata lain, masih ada masyarakat yang berkenan untuk berbelanja dan melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional. Hal tersebut terjadi karena di dalam pengelolaannya, pasar tidak hanya membutuhkan modal finansial dan modal manusia dalam mempertahankan keberadaannya, tetapi juga membutuhkan modal sosial. Pasar tradisional telah menunjukkan ketahanannya dalam persaingan dengan pasar modern, meskipun jumlahnya mulai berkurang. Menurut

Syahyuti (2008: 36) dalam keadaan krisis yang sedang terjadi, ekonomi pasar tradisional telah menunjukkan ketahanannya. Hal ini merupakan bukti bahwa dalam keadaan krisis, masyarakat mampu menemukan akar-akar kekuatan modal sosial dari ekonomi pasar tradisional. Pasar tradisional dapat bertahan karena adanya modal sosial yang hidup di antara para pelakunya. Perbaikan fasilitas pasar dan suntikan dana memang penting, tetapi modal sosial juga harus dikawal karena ini kekuatan yang sesungguhnya dari pasar tradisional. Modal sosial dapat dibangun ketika tiap individu belajar dan mau mempercayai individu lain. Adanya kepercayaan membuat mereka bersedia menghasilkan komitmen yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan. Modal sosial menunjuk pada jaringan sosial, norma sosial, dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat.

Sejarah Singkat Pasar Legi Kotagede

Dalam buku *Toponim Kotagede Asal Muasal Nama Tempat*, disebutkan bahwa lokasi Pasar Kotagede sekarang adalah sama dengan Pasar Gedhe di zaman Mataram. Pasar Gedhe adalah bagian dari konsep Catur Gatra Tunggal. Dalam hal ini pasar sebagai pusat perekonomian. Di pasar Kotagede, pasaran legi adalah aktivitas luberan pasar, kegiatan jual beli para pedagang berada di luar bangunan pasar. Di tengah jalan, di lorong-lorong kampung sekitar pasar. Aktivitas perdagangan jauh lebih besar di hari Legi ketimbang di hari

lain. Pedagang dari tempat yang jauh seperti Piyungan, Imogiri, Terong, Dlingo atau Magelang banyak yang berjualan ketika hari pasaran legi saja. Nama Pasar Kotagede membaaur dengan Pasar Legi, sehingga Pasar Kotagede kadang disebut juga dengan Pasar Legi atau disingkat Sarlegi. Nama Pasar Legi akhirnya terpahat di atas gerbang pintu utama pasar. Pada masa sekarang, pedagang Pasar Legi semakin bertambah banyak. Salah satu faktor penyebab adalah karena tuntutan kebutuhan hidup yang semakin mendesak sementara lapangan pekerjaan tidak sesuai yang diharapkan oleh masyarakat sehingga sebagian dari mereka memutuskan untuk berdagang. Kondisi tersebut semakin bertambah parah ketika terjadi gempa Yogyakarta pada tahun 2006 lalu.

Pedagang di Pasar Legi Kotagede

Pedagang di Pasar Legi Kotagede sangat banyak jumlahnya sejak terjadi gempa. Hal tersebut menyebabkan kurangnya tempat untuk berjualan, sehingga para pedagang menggunakan bahu jalan di depan pasar untuk berdagang. Akan tetapi hal itu memunculkan masalah yaitu kemacetan. Banyaknya pedagang yang menggunakan bahu jalan berdampak pada tidak teraturnya arus lalu lintas. Untuk menanggulangi persoalan tersebut, pemerintah kota mengambil kebijakan agar para pedagang tidak menggunakan bahu jalan untuk aktivitas jual beli atau berdagang. Para pedagang akhirnya dipersilakan untuk menggunakan lahan parkir sebagai tempat berjualan. Sedangkan tempat parkir dipindah ke pinggir jalan raya. Sebagai konsekuensinya, para pedagang yang menempati

tempat parkir diharuskan membayar Rp5000/pedagang.

Kepercayaan

Pasar erat kaitannya dengan kepercayaan. Hal ini dikarenakan kegiatan perdagangan yang ada di pasar merupakan kegiatan ekonomi yang tidak dapat lepas dari transaksi yang melibatkan uang dan barang. Kepercayaan didapatkan dari terealisasinya sikap jujur dan kedisiplinan para pelaku Pasar Tiban Sunday Morning terhadap norma yang ada. Rasa percaya yang berkelanjutan terbangun dari adanya interaksi antar pelaku perdagangan yang berulang-ulang, pengetahuan tentang pasar, dan tidak dapat dibangun tanpa menunjukkan kebenaran atau kejujuran. Kepercayaan di sini adalah sikap saling mempercayai di masyarakat yang memungkinkan masyarakat tersebut saling bersatu dengan yang lain. Elemen trust atau kepercayaan antara lain meliputi kejujuran, keadilan, toleran, keramahan dan saling menghormati. Kepercayaan (*trust*), ini merupakan unsur utama dalam membina sebuah hubungan antar dua individu atau lebih, terutama dalam sebuah hubungan kerjasama dan kepercayaan juga merupakan alasan utama yang juga sebagai modal sosial individu untuk mencapai tujuannya.

Ada tiga jenis perilaku dalam komunitas yang mendukung kepercayaan ini, yaitu perilaku normal, jujur dan kooperatif. Ungkapan di atas menyiratkan bahwa rasa saling percaya bagian penting dalam melakukan interaksi sosial. Rasa curiga dan rasa tidak percaya akan mengganggu hubungan yang sudah terjalin. Dengan kata lain, merusak hubungan yang sudah

terjalin tersebut. Kepercayaan yang terjadi menghasilkan suatu hubungan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak, sehingga kepercayaan yang terjadi akan sangat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh individu, apakah dia akan mempercayai seseorang ataupun tidak. Pedagang Pasar Legi Kotagede memiliki kesadaran bahwa kepercayaan harus dijaga dengan baik, karena dengan cara seperti itu hubungan mereka tetap terjalin dengan baik. Trust atau kepercayaan antara lain meliputi kejujuran, keadilan, toleran, keramahan dan saling menghormati. Kepercayaan yang ada pada pedagang di Pasar Legi Kotagede menjadi bagian penting dalam menjaga kebersamaan mereka sesama pedagang. Kepercayaan tersebut diwujudkan dalam perilaku dan sikap nyata, baik pedagang maupun pembeli. Perilaku tersebut misalnya dalam kaitannya dengan aktivitas berdagang seperti tidak mengurangi timbangan, tidak menipu atau berbohong pada pembeli mengenai kualitas barang, harga dan uang kembalian dan lain sebagainya. Mereka beranggapan bahwa kejujuran lah salah satu yang terpenting dalam menjalin hubungan dengan sesama pedagang ataupun pembeli. Jujur dengan sesama pedagang membuahakan hasil yang bagus dalam hal tukar menukar kebaikan, sedangkan berbuat jujur kepada pembeli menambahkan pelanggan tetap.

Jaringan

Fungsi jaringan-jaringan diterima sebagai suatu sumber informasi penting yang sangat menentukan dalam mengeksploitasi peluang bisnis. Aktor-aktor dalam suatu rangkaian jaringan

dihubungkan, direkatkan, dan diikat oleh satu dengan yang lainnya. Bentuk jaringan sosial yang dijalin oleh pedagang di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta beraneka ragam. Hal itu bergantung pada jenis barang yang dijual. Misalnya pedagang sayur dengan pedagang sembako memiliki jaringan masing-masing. Akan tetapi jaringan tersebut dibutuhkan terutama untuk kepentingan berdagang atau jual beli di pasar. Selain menciptakan jaringan dengan distributor, pedagang Pasar Legi Kotagede juga berupaya mencari pelanggan. Hal ini juga bagian dari jaringan sosial. Dengan mendapatkan pelanggan, pedagang dapat menjual barang dagangannya dengan lebih banyak, sehingga juga akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Dalam rangka mencari pelanggan tersebut, pedagang menjalin hubungan baik dengan pembeli. Misalnya, dengan melayani pembeli yang sebaik-baiknya, menjual dengan harga sesuai pasaran atau dengan kata lain tidak terlalu mahal.

Norma

Norma merupakan suatu bentuk aturan baik itu bersifat tertulis maupun tidak tertulis yang senantiasa dipatuhi dan dijalankan oleh individu dalam setiap perilakunya. Norma sosial merupakan suatu bentuk norma yang sifatnya lebih sosial, dimana norma sosial ini tidak menutup kemungkinan bersumber dari norma yang berorientasi pada norma agama dan juga budaya atau kearifan lokal yang sudah berkembang dalam lingkungan masyarakat, di mana para pedagang hidup. Norma sosial ini lebih mengarah kepada suatu bentuk aturan yang dipakai individu atau

kelompok dalam melakukan hubungan sosial atau interaksi sosial dengan individu lain. Apabila pedagang di pasar Legi Kotagede Yogyakarta tidak memiliki aturan atau norma, maka hubungan sosial antar mereka akan menjadi terganggu bahkan kacau. Hal itu terjadi karena nilai-nilai sosial seperti saling menghargai, menghormati dan semacamnya tidak ada. Bahkan pada tahap selanjutnya, bila suatu komunitas tidak memiliki norma sosial yang mereka buat dan patuhi bersama untuk mencapai suatu tujuan bersama, mustahil komunitas tersebut akan bertahan lama. Aturan-aturan yang ada dalam perkumpulan atau paguyuban pedagang di Pasar Legi Kotagede dapat dikatakan sebagai suatu norma sosial, yang tidak mempunyai aturan tertulis dan mengikat serta mempunyai sanksi jika tidak mematuhi.

Jenis Modal Sosial

Berdasarkan data yang ada, dapat dikatakan bahwa jenis modal sosial yang ada di pasar legi Kotagede Yogyakarta adalah modal sosial *bonding* dan modal sosial *bridging*. Hal tersebut tampak pada nilai-nilai yang mereka berikan kepada jaringan sosial. modal sosial *bonding* dapat didasarkan pada hubungan kekeluargaan dan tempat (lokalitas). Pasar merupakan tempat yang dapat dikatakan dihuni oleh orang-orang atau kelompok sejenis atau homogen, yaitu pedagang. kenyataan bahwa mereka pedagang tersebut menumbuhkan rasa senasib, kebersamaan, dan selanjutnya menganggap bahwa diri mereka adalah 'keluarga'. Rasa kekeluargaan tersebut mendorong mereka untuk tolong-menolong, tukar menukar kebaikan, adanya perasaan saling

percaya, dan lain sebagainya. Hubungan yang dilakukan dengan para pembeli, khususnya pelanggan, juga memiliki motif yang sama, yaitu jalinan kekeluargaan. Kedekatan antara pedagang dan pelanggan tersebut dapat dilihat dari adanya tukar menukar kebaikan seperti saling mengunjungi apabila satu pihak sedang punya kerja atau sedang terkena musibah, misalnya sakit atau kematian. Modal sosial *bridging* juga terdapat pada pedagang di pasar legi Kotagede. Hal tersebut dapat dilihat dari jalinan yang mereka ciptakan, khususnya para pedagang sembako atau kelontong. Mereka mencoba membuak jaringan yang lebih luas karena didorong oleh faktor ekonomi, artinya mereka harus membuat jaringan dengan para distributor atau tempat kulakan sembako yang bisa menjual barang dagangan dengan harga yang lebih murah. Dengan demikian para pedagang tersebut bisa mengambil untung yang lebih besar untuk dijual di pasar.

Modal Sosial dan Keberlangsungan Hidup Usaha para Pedagang di Pasar Legi Kotagede

Modal sosial yang terjalin memang terjadi di antara sesama pedagang maupun pedagang dan pembeli. Terjalannya modal sosial ini membuat pasar tradisional tetap eksis. Di tengah maraknya pasar modern seperti mall, swalayan, super market dan sebagainya tentu membawa dampak yang kurang baik bagi perkembangan pasar tradisional. Masyarakat yang semakin konsumtif dan memiliki gaya hidup modern lebih tertarik pada ikon-ikon modern seperti itu. oleh karena itu, modal

sosial sangat dibutuhkan untuk mempertahankan keberadaan atau keberlangsungan hidup usaha pedagang di pasar tradisional. Modal sosial yang dimiliki oleh para pedagang pasar legi Kotagede antara lain terbentuk oleh adanya rasa saling percaya meskipun dalam hal tertentu seperti meminjam uang mereka sulit melakukannya karena uang tersebut berkaitan dengan keberlangsungan usaha mereka selaku pedagang di pasar. Kepercayaan tersebut misalnya tidak adanya perilaku mencuri atau menipu sehingga arisan bisa diadakan oleh para pedagang pasar, meskipun tidak semua mengikutinya.

Selain kepercayaan, modal sosial yang ada adalah norma atau nilai-nilai, seperti bagaimana pandangan hidup mereka berkaitan dengan berdagang. Keyakinan bahwa rejeki sudah diatur Tuhan telah membentuk perilaku pada para pedagang untuk tidak saling menjatuhkan, merasa iri dengan keberhasilan yang dicapai oleh pedagang yang lain. Rasa persaudaraan yang timbul di antara sesama pedagang dan dengan pembeli atau pelanggan telah menciptakan suasana yang nyaman. Rasa kekeluargaan atau keakraban tersebut juga memungkinkan mereka untuk saling tukar menukar kebaikan, misalnya apabila ada pembeli yang datang pada satu pedagang untuk membeli suatu barang, tapi barang tersebut kebetulan sudah habis, maka dicarikan ke pedagang lain. Hal itu menunjukkan hubungan antar sesama pedagang baik dan kuat. Kedekatan hubungan antar pedagang terjadi karena pedagang satu dengan yang lainnya memiliki kios yang berdekatan, misalnya mereka

menempati los yang sama. Kedekatan tersebut memungkinkan mereka untuk melakukan interaksi yang lebih intens bila dibandingkan dengan pedagang yang berada di los lain atau kios yang berjauhan. Kedekatan dapat diwujudkan dengan saling mengenal satu sama lain, berbagi cerita atau pengalaman, saling bertukar informasi baik yang berkaitan dengan aktivitas berdagang maupun di luar urusan berdagang, bahkan sampai mengadakan kelompok arisan.

Demikian juga dengan pedagang yang berada di luar pasar. Mereka mungkin tidak mengenal akrab dengan pedagang yang menempati los atau kios di dalam pasar. Akan tetapi, hal tersebut bukan berarti memunculkan gap atau permusuhan. Kesenjangan sempat muncul di antara pedagang yang ada di dalam dengan pedagang yang ada di luar, terutama yang menempati lahan parkir. Timbulnya kesenjangan tersebut dikarenakan harga barang yang dijual oleh pedagang yang berada di luar pasar lebih murah daripada yang ada di dalam pasar. Perbedaan harga barang disebabkan karena pedagang yang menempati lahan parkir tidak dikenakan retribusi atau kewajiban lainnya sebagaimana yang ditanggung oleh pedagang di dalam pasar. Setiap pedagang yang berada di lahan parkir hanya membayar uang sebesar Rp. 5000 tiap harinya. Besarnya jumlah uang yang mereka bayar jauh berbeda dengan yang ditanggung oleh pedagang yang menempati los di dalam pasar.

Kesenjangan tersebut tidak sampai berdampak pada konflik yang tajam dan serius antar sesama pedagang yang mengakibatkan rusaknya hubungan mereka. Hal

tersebut bisa terjadi karena adanya beberapa faktor, di antaranya adalah rasa kekeluargaan antar sesama pedagang sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa menjaga kerukunan di Pasar Legi Kotagede sangatlah penting.

Hubungan antar Sesama Pedagang

Hubungan antar sesama pedagang di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta dapat dikatakan baik, karena sesama pedagang, mereka menyadari bahwa nasib mereka sama dan segala persoalan yang muncul dapat diselesaikan dengan cara musyawarah atau kekeluargaan. Segala sesuatu bisa dibicarakan sehingga tidak perlu menimbulkan konflik yang berkepanjangan. Persaingan yang muncul antar pedagang tentu saja terjadi akan tetapi hal itu tidak pernah menimbulkan gejolak yang dapat merusak kenyamanan mereka dalam menjalankan aktivitas sebagai pedagang. Persaingan dalam aktivitas berdagang selalu ada, termasuk sesama pedagang di Pasar Legi Kotagede. Akan tetapi persaingan tersebut tidak terlalu ketat sehingga menimbulkan permusuhan dan merusak hubungan sesama pedagang. Hal itu terjadi karena kebanyakan pedagang menganggap bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Pandangan semacam ini diyakini oleh masyarakat, khususnya masyarakat Jawa. Dengan meyakini bahwa rejeki sudah ada yang mengatur, akan meminimalisir rasa permusuhan sesama pedagang. Apabila seorang pedagang sedang sepi dagangannya, ia hanya menganggap bahwa rejekinya memang baru yang didapat hari itu, jadi tidak akan menyalahkan siapa-siapa, seperti menyalahkan pedagang

yang lain. Adapun bentuk-bentuk dari rasa simpati atau peduli dengan sesama pedagang bisa dicontohkan dengan menjenguk pedagang yang sedang sakit, melayat, menghadiri pernikahan, arisan, dan mengikuti kegiatan yang diadakan oleh paguyuban.

Hubungan Pedagang dengan Pembeli atau Pelanggan

Membangun sebuah hubungan dengan pembeli/pelanggan sangat penting dilakukan oleh pedagang. Dengan menjaga hubungan agar tetap baik, maka diharapkan pembeli akan tetap membeli di tempatnya dan tidak akan berpindah ke pedagang lain. Pedagang di Pasar Legi Kotagede selalu menjalin hubungan baik dengan para pembeli/pelanggan. Akan tetapi dalam hal pelayanan, para pedagang umumnya tidak membedakan antara pembeli baru dengan yang sudah jadi langganan. Semua diperlakukan sama agar tidak timbul kecemburuan dan kesalahpahaman antara pedagang dengan konsumen. Hal lain yang menunjukkan keakraban antara pedagang dengan pelanggan adalah ditunjukkan dengan memberi THR atau semacam hadiah lebaran menjelang hari raya. Hal ini sebagai wujud kedekatan mereka serta merupakan cerminan dari adanya rasa kekeluargaan yang terbangun antara pedagang dan pelanggan di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta. Pemberian hadiah seperti itu juga akan semakin menambah kedekatan mereka serta membuat hubungan mereka bertambah baik

sehingga tidak mungkin ditinggalkan pelanggan.

Kesimpulan

Proses terbentuknya modal sosial di Pasar Legi Kotagede terjalin dalam hubungan antar sesama pedagang yang diwujudkan dengan selalu menjaga kerukunan dan kenyamanan di Pasar Legi Kotagede, menjenguk teman yang sakit, melayat bila ada yang meninggal, mendatangi undangan pernikahan. Akan tetapi tidak seluruh pedagang yang ada di Pasar Legi Kotagede saling mengenal baik, sehingga tidak semua pedagang membeuuk, melayat atau mendatangi pernikahan. Hal tersebut terwujud lebih dikarenakan kedekatan lokasi berdagang mereka. Hubungan antara pedagang dengan pembeli atau langganan diwujudkan dengan melayani mereka dengan ramah, dan apabila pedagang dan pembeli sudah sangat dekat biasanya mereka akan menjadi langganan dan saling peduli misalnya mendatangi undangan bila diundang, menengok ketika sakit, sampai melayat.

Para pedagang di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta memiliki karakteristik atau jenis modal sosial *bounding* dan *bridging*. Dapat dikatakan *bounding* karena adanya semacam ikatan-ikatan di antara para pedagang yaitu adanya rasa kekeluargaan, berada dalam satu tempat yang sama (pasar legi Kotagede) dan komunitas yang sama (sama-sama pedagang). Sedangkan jenis modal sosial *bridging* tampak pada upaya yang dilakukan oleh pedagang yang membuat jaringan dengan orang di luar komunitas mereka dalam kaitannya dengan aktivitas perdagangan mereka. Misalnya, pedagang menjalin hubungan dengan distributor atau tempat 'kulakan' barang yang dianggap memiliki harga lebih murah sehingga dengan demikian pedagang

tersebut bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak ketika menjualnya kembali. Modal sosial yang ada pada para pedagang di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta memiliki peran yang cukup besar dalam mempertahankan keberlangsungan hidup ekonomi mereka. Dengan modal sosial yang mereka miliki keberadaan mereka sebagai pedagang di pasar legi Kotagede Yogyakarta dapat tetap berlangsung. Sikap saling percaya di antara sesama pedagang, menciptakan jaringan untuk keperluan dagang mereka, serta adanya norma yang mengatur mereka dalam melakukan interaksi baik sesama pedagang maupun pembeli dapat menciptakan suasana yang kondusif, damai, serta melanggengkan usaha mereka sebagai pedagang di pasar tradisional.

Daftar Pustaka

- Chourmain, I. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Depdikbud
- Colleman, Jame S. 2010. *Foundating Of Social Theory (Dasar-dasar Teori Sosial) Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Nusa Media.
- Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Eis, A. M. (2013). UPAYA MENJAGA EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. *Jurnal PMI*, X(2), 63–78. Retrieved from http://www.aifis-digilib.org/uploads/1/3/4/6/13465004/jurnal_pmi_63_78.pdf
- Field, John., *Modal Sosial*, Bantul: Kreasi Wacana, 2010.
- Fukuyama, Francis. 2002. *Trust Kebijakan Sosial dan*

- Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Qalam.
- Handayani, Niken. 2007. "Modal Sosial Dan Keberlangsungan Usaha (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik Di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta)". *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Hasbullah, Jaousairi. 2006. *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Ismail, Abdullah, *Modal Sosial Sebagai Stratefi Kelangsungan Hidup Perempuan Nelayan di Pulau Maitara Tidore Kepulauan*, Tesis tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2009).
- Japrizal, 2009. *Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha*, Tesis tidak di terbitkan, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Mudiarta, Ketut Gede, "Jaringan Sosial (network) dalam Pengembangan Sistem dan Usaha Agribisnis: Prespektif dan Dinamika Studi Kapital Sosial", *Jurnal Forum Argo Ekonomi*, Vol. 27 (Juli, 2009).
- Marlina, Novi. 2012. *Modal Sosial Dalam Pasar Tiban Sunday Morning Di Lembah UGM Yogyakarta*". *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Sosiologi Jurusan Pendidikan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nakamura, Mitsuo. 1983. *Bulan Sabit Muncul Dari Balik Pohon Beringin*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nawawi, 2003. *Metode Studi Kasus*. [http://www.scribd.com/doc/135531897/](http://www.scribd.com/doc/135531897/Metode-Studi-Kasus) Metode-Studi-Kasus. diakses pada tanggal 10 Februari 2017.
- Pramatya, Ichsan. 2013. "Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Di Jalan Gambir Tanjungpinang (Studi Pkl Sayur-Sayuran)". *Skripsi*. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.
- Rahmat, Rais. 2009. *Modal Sosial Sebagai Strategi Pengembangan Madrasah*, Jakarta: Litbang dan Diklat Departemen Agama RI.
- Singarimbun, M & Effendi, S. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Slamet, Yulius. 2011. *Modal sosial dan Kemiskinan Tinjauan Teoritik dan Kajian di Kalangan Penduduk Miskin di Perkotaan*. Surakarta: UNS Press.
- Supriyono, Agus. 2009. *Modal Sosial: Definisi, Dimensi, dan Tipologi*. Diakses dari <http://p2dtk.bappenas.go.id> pada tanggal 14 Januari 2017, pukul 19.00.
- Syahyuti. 2008. *Peran Modal Sosial (Social Capital) dalam Perdagangan Hasil Pertanian*. *Forum Penelitian Agro Ekonomi* Volume 26 No.1, Juli 2008.
- Zunaidi, Muhammad. 2013. "Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Tradisional Pasca Relokasi Dan Pembangunan Pasar Modern". *Jurnal Sosiologi Islam*, Vol. 3,

No.1, April 2013 ISSN: 2089-0192.