

ANALISIS MODAL SOSIAL DALAM AKTIVITAS EKONOMI PEDAGANG KULINER DI PASAR CIDU' KOTA MAKASSAR

Mariani Loise^{1*}, Muh. Syukur²

Politeknik Maritim AMI Makassar¹, Prodi Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Makassar²

e-mail: marianiloise67@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dinamika social ekonomi pedagang kuliner di Pasar Cidu' Kota Makassar yang menjadi salah satu sentra kuliner rakyat paling ramai dan berpengaruh di kota tersebut. Aktivitas ekonomi di kawasan ini tidak hanya bergantung pada modal finansial, tetapi juga pada kekuatan modal sosial yang terbangun melalui jaringan kepercayaan, norma sosial, dan hubungan timbal balik antar pedagang. Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis karakteristik modal sosial yang dominan di kalangan pedagang kuliner Pasar Cidu' serta mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam pemanfaatannya terhadap aktivitas ekonomi sehari-hari. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melibatkan sepuluh narasumber utama yang merupakan pedagang kuliner dengan pengalaman berjualan lebih dari lima tahun. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman dengan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial pedagang kuliner di Pasar Cidu' didominasi oleh kepercayaan dan solidaritas sosial, jaringan kerja sama ekonomi internal, serta norma timbal balik yang kuat. Namun, potensi tersebut menghadapi kendala berupa terbatasnya jaringan eksternal dan akses kelembagaan, ketimpangan sosial antara pedagang senior dan pendatang baru, serta resistensi terhadap inovasi dan perubahan. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa modal sosial berperan penting dalam menopang keberlangsungan ekonomi pedagang, tetapi perlu diperluas menuju *bridging* dan *linking social capital* agar mampu menjadi kekuatan ekonomi yang adaptif dan berkelanjutan di tengah perkembangan pasar kuliner modern Kota Makassar.

Kata Kunci: *modal sosial, pedagang kuliner, ekonomi lokal, kepercayaan komunitas, Makassar*

ABSTRACT

This research is motivated by the socio-economic dynamics of culinary traders in Cidu Market, Makassar City, which has become one of the most vibrant and influential culinary centers in the region. Economic activities in this area are not solely dependent on financial capital but also on the strength of social capital built through networks of trust, social norms, and reciprocal relationships among traders. The main focus of this study is to analyze the dominant characteristics of social capital among culinary traders in Cidu Market and to identify the constraints they face in utilizing it within their daily economic activities. This study employed a qualitative method with a descriptive approach, involving ten key informants who have been operating as culinary traders for more than five years. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, and analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, with data validity ensured through source and method triangulation. The findings reveal that the social capital of culinary traders in Cidu Market is dominated by trust and social solidarity, internal economic cooperation networks, and strong norms of reciprocity. However, this potential is constrained by limited external networking and institutional access, Copyright (c) 2025 CENDEKIA : Jurnal Ilmu Pengetahuan

social inequality between senior and new traders, and resistance to innovation and change. Overall, the study concludes that social capital plays a crucial role in sustaining the traders' economic activities, yet it needs to be expanded toward bridging and linking social capital in order to become a more adaptive and sustainable economic force amid the development of Makassar's modern culinary market.

Keywords: *social capital, culinary traders, local economy, community trust, Makassar City*

PENDAHULUAN

Pasar Cidu, sebuah koridor jalan yang hidup di sepanjang Jalan Tinumbu, Kelurahan Layang, Kota Makassar, telah bertransformasi menjadi lebih dari sekadar jalur lalu lintas; ia menjelma menjadi destinasi kuliner malam yang ikonik dan sangat populer di kalangan warga kota. Dikenal luas sebagai surga jajanan dengan harga terjangkau, kawasan ini setiap malamnya dipenuhi oleh jajaran pedagang kaki lima dan warung-warung sederhana yang menawarkan keanekaragaman kuliner, mulai dari hidangan lokal otentik hingga variasi modern. Aktivitas perdagangan yang dimulai sejak sore hari mencapai puncaknya setelah pukul 18.30 WITA, mengubah ruas jalan tersebut menjadi sebuah ruang publik yang dinamis, tempat berlangsungnya interaksi sosial yang intens sekaligus denyut nadi ekonomi kreatif berbasis komunitas. Fenomena Pasar Cidu ini merepresentasikan vitalitas sektor informal dalam membentuk karakter dan kehidupan urban di Makassar, melampaui fungsi tradisional sebuah pasar.

Popularitas dan signifikansi ekonomi Pasar Cidu tidak luput dari perhatian Pemerintah Kota Makassar, yang dalam beberapa tahun terakhir telah menunjukkan komitmen untuk menata dan mengelola kawasan ini secara lebih terstruktur (Fathimah et al., 2024). Berbagai upaya intervensi telah dilakukan, mulai dari penataan ulang lapak-lapak pedagang, penerapan regulasi jam operasional, hingga skema pengaturan lalu lintas seperti ganjil-genap, semuanya bertujuan untuk mentransformasikan Pasar Cidu menjadi sebuah *night market* yang lebih tertib, higienis, representatif, dan berdaya saing. Visi ideal di balik penataan ini adalah menciptakan sebuah destinasi kuliner malam yang tidak hanya menarik bagi pengunjung, tetapi juga memberikan keberlanjutan usaha bagi para pedagang serta kenyamanan bagi warga sekitar (Berhitu et al., 2025). Inisiatif pemerintah ini mencerminkan sebuah upaya untuk menyeimbangkan antara vitalitas ekonomi informal dengan kebutuhan akan keteraturan ruang kota modern (Elida et al 2020; Liantifa & Lestari, 2025; Ningrum, 2025).

Meskipun demikian, terdapat sebuah kesenjangan yang signifikan antara visi ideal penataan kawasan dengan realitas tantangan operasional yang dihadapi oleh para pedagang kuliner di Pasar Cidu setiap harinya. Di balik keramaian dan kelezatan hidangan yang ditawarkan, para pedagang ini harus berjibaku dengan serangkaian kendala yang kompleks. Regulasi yang terkadang berubah-ubah, persaingan yang semakin ketat antar sesama pedagang, serta keterbatasan akses terhadap sumber daya menjadi bagian dari dinamika usaha mereka. Lebih jauh lagi, sebagai aktivitas yang menempati ruang publik, mereka juga harus berhadapan dengan tekanan eksternal seperti kepadatan lalu lintas, keterbatasan ruang fisik untuk berjualan, serta potensi konflik dengan pengguna jalan atau warga sekitar. Kesenjangan antara potensi besar kawasan dengan tantangan nyata di lapangan inilah yang membentuk konteks penelitian ini (Kiriwenno et al., 2025; Nuchri & Ramadhani, 2025).

Untuk dapat bertahan dan berkembang di tengah tantangan tersebut, keberhasilan seorang pedagang kuliner tidak hanya bergantung pada modal finansial atau keterampilan memasak semata. Terdapat sebuah aset tak kasat mata yang memainkan peran krusial, yaitu modal sosial. Konsep modal sosial merujuk pada sumber daya yang melekat dalam jaringan hubungan sosial, yang diwujudkan dalam bentuk kepercayaan, norma-norma timbal balik, dan Copyright (c) 2025 CENDEKIA : Jurnal Ilmu Pengetahuan

tingkat kohesi di antara anggota komunitas. Dalam konteks kewirausahaan, modal sosial berfungsi sebagai "pelumas" yang memfasilitasi akses terhadap informasi pasar, dukungan finansial informal, peluang kolaborasi, serta legitimasi sosial yang diperlukan untuk menjalankan usaha (Matruty, 2025). Berbagai studi telah membuktikan secara empiris bahwa modal sosial yang kuat dapat secara signifikan mendorong inovasi, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan memperkuat kinerja usaha kuliner (Fatima & Jeradu, 2025; Matruty, 2025).

Namun, idealisme mengenai kekuatan modal sosial ini seringkali berbenturan dengan realitas di lapangan, menciptakan sebuah kesenjangan lain yang perlu dicermati. Tidak semua pedagang di Pasar Cidu secara otomatis memiliki atau mampu mengakses modal sosial yang memadai. Sebagian mungkin memiliki jaringan pertemanan yang terbatas, kesulitan dalam membangun hubungan saling percaya dengan sesama pedagang, atau bahkan terlibat dalam konflik internal maupun eksternal. Keterbatasan dalam modal sosial ini dapat menjadi penghambat serius bagi perkembangan usaha mereka. Mereka mungkin kehilangan akses terhadap informasi penting, kesulitan mendapatkan bantuan saat menghadapi masalah, dan tidak mampu beradaptasi secara kolektif terhadap perubahan regulasi atau kondisi pasar. Kesenjangan antara potensi ideal modal sosial dengan realitas keterbatasannya di tingkat individu inilah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Untuk menganalisis fenomena ini secara lebih mendalam, penelitian ini mengadopsi kerangka kerja modal sosial yang membaginya ke dalam tiga dimensi utama: *bonding* (ikatan kuat di dalam kelompok homogen), *bridging* (jaringan yang menjembatani antar kelompok berbeda), dan *linking* (hubungan vertikal dengan institusi formal seperti pemerintah atau lembaga keuangan) (Cheng et al., 2024; Tahlyan et al., 2022). Nilai kebaruan atau inovasi dari penelitian ini terletak pada penerapan kerangka kerja tripartit ini secara komprehensif untuk membedah dinamika sosial-ekonomi di komunitas pedagang kuliner Pasar Cidu. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang mungkin hanya berfokus pada satu dimensi atau mengukur dampaknya secara umum terhadap pendapatan, inovasi studi ini adalah menganalisis bagaimana ketiga jenis modal sosial tersebut secara spesifik memengaruhi perilaku kewirausahaan konkret para pedagang, seperti strategi kolaborasi, adopsi teknologi digital, inovasi pemasaran, dan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan kebijakan penataan kota.

Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena Pasar Cidu, adanya kesenjangan antara visi penataan dengan realitas tantangan pedagang, serta inovasi penelitian yang berfokus pada analisis modal sosial secara komprehensif, maka tujuan dari studi ini menjadi sangat jelas. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi karakteristik dan tingkat modal sosial (*bonding*, *bridging*, *linking*) yang dimiliki oleh para pedagang kuliner di Pasar Cidu, dan (2) menganalisis bagaimana modal sosial tersebut berkontribusi—atau justru menjadi kendala—dalam berbagai aspek aktivitas ekonomi mereka sehari-hari. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ganda: secara teoretis, memperkaya pemahaman mengenai peran modal sosial dalam konteks usaha mikro-kecil informal di perkotaan Indonesia; dan secara praktis, memberikan masukan berbasis bukti bagi pemerintah kota Makassar dalam merumuskan strategi pengelolaan kawasan kuliner yang lebih efektif dan berpihak pada pemberdayaan sosial-ekonomi para pedagang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial terkait modal sosial dalam aktivitas ekonomi para pedagang kuliner di Pasar Cidu Kota Makassar. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada makna, persepsi, serta interaksi sosial yang terbangun di antara pedagang dalam menjalankan aktivitas ekonominya sehari-hari. Dengan Copyright (c) 2025 CENDEKIA : Jurnal Ilmu Pengetahuan



pendekatan deskriptif, penelitian ini berupaya menggambarkan secara sistematis bentuk-bentuk modal sosial yang berkembang di lingkungan pedagang kuliner, termasuk jaringan sosial, norma saling percaya, dan bentuk kerjasama yang mendukung keberlangsungan usaha mereka. Lokasi penelitian difokuskan di kawasan Pasar Cidu, Kecamatan Bontoala, yang telah lama dikenal sebagai salah satu pusat kuliner rakyat di Kota Makassar.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas pedagang di kawasan Pasar Cidu. Narasumber penelitian terdiri atas sepuluh orang pedagang kuliner yang telah berjualan selama lebih dari lima tahun, dengan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman yang cukup panjang untuk memahami dinamika sosial dan ekonomi di pasar tersebut. Pemilihan narasumber dilakukan secara purposive sampling, yaitu dengan memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti lama berjualan, tingkat keterlibatan dalam jaringan sosial antar pedagang, serta keaktifan dalam kegiatan komunitas pasar. Selain wawancara dan observasi, dokumentasi seperti foto, catatan lapangan, dan arsip kegiatan pasar juga digunakan untuk memperkuat data penelitian.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis data kualitatif model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data hasil wawancara dan observasi sesuai dengan fokus penelitian, yaitu peran modal sosial dalam aktivitas ekonomi pedagang kuliner. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang menguraikan pola hubungan sosial, bentuk kepercayaan, dan mekanisme kerja sama antar pedagang. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara antar informan, hasil observasi lapangan, serta data dokumentasi yang tersedia. Selain itu, dilakukan juga member check kepada narasumber untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan realitas dan pengalaman yang mereka maksudkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Modal Sosial yang Dominan di Kalangan Pedagang Kuliner Pasar Cidu

a. Kepercayaan

Temuan pertama menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) menjadi fondasi utama dalam membentuk dan mempertahankan hubungan sosial di antara para pedagang kuliner di Pasar Cidu'. Kepercayaan ini tidak hanya terbatas pada dimensi ekonomi, tetapi juga menyangkut aspek sosial dan emosional yang mengikat antarindividu dalam komunitas pedagang. Hubungan sosial yang didasari rasa percaya ini membuat para pedagang saling bergantung satu sama lain, terutama ketika menghadapi situasi sulit seperti penurunan penjualan atau keterbatasan modal. "Kalau kehabisan bahan atau uang kecil, tinggal pinjam sama tetangga jualan, tidak usah pakai janji-janji, nanti dikembalikan kalau sudah laku," ujar Ikhsan (pedagang minuman dingin, 29 tahun). Kepercayaan seperti ini tumbuh dari interaksi yang terus-menerus dan menjadi nilai sosial yang diwariskan antarpedagang.

Kepercayaan di Pasar Cidu' juga terbentuk karena adanya hubungan sosial yang bersifat kekerabatan dan kedekatan emosional. Sebagian besar pedagang telah berjualan selama bertahun-tahun, bahkan ada yang mewarisi usaha dari keluarga sebelumnya. Kondisi ini menumbuhkan ikatan emosional yang kuat, karena mereka merasa menjadi bagian dari satu komunitas yang sama-sama berjuang mencari nafkah. "Kami semua sudah saling tahu sejak lama, bahkan anak-anak kami juga main bersama. Jadi kalau ada apa-apa, kami saling bantu," ungkap Sari (pedagang nasi kuning, 38 tahun). Solidaritas sosial seperti ini memperkuat

jaringan kepercayaan yang bersifat informal, tetapi memiliki kekuatan sosial yang tinggi dalam menopang aktivitas ekonomi sehari-hari.

Bentuk lain dari kepercayaan muncul dalam perilaku saling menjaga dan menghormati wilayah usaha masing-masing. Para pedagang di Pasar Cidu' sudah memiliki "aturan tak tertulis" untuk tidak bersaing secara tidak sehat, seperti menurunkan harga secara ekstrem atau mengambil pelanggan pedagang lain. "Di sini kami tidak pernah rebutan pembeli. Semua sudah tahu tempat dan langganannya," tutur Norma (pedagang jagung bakar, 32 tahun). Norma kepercayaan ini membentuk stabilitas sosial dan menciptakan rasa aman bagi para pedagang. Dalam konteks teori modal sosial, kepercayaan semacam ini adalah elemen kunci dari *bonding capital* modal sosial yang mempererat hubungan antarindividu dalam kelompok homogen dan meningkatkan daya tahan komunitas terhadap guncangan ekonomi eksternal (Syafitri, 2015)

Kepercayaan yang kuat juga menjadi dasar solidaritas dalam situasi krisis. Ketika salah satu pedagang mengalami kesulitan, yang lain akan membantu secara spontan tanpa mengharapkan imbalan. Misalnya, saat ada pedagang yang sakit atau kehilangan modal, pedagang lain sering melakukan penggalangan dana sederhana. Fenomena ini menandakan adanya solidaritas berbasis empati yang tinggi. Dalam hal ini, kepercayaan bukan hanya instrumen sosial, tetapi juga moralitas bersama yang menjaga keharmonisan komunitas. Pola interaksi seperti ini memperlihatkan bahwa kepercayaan sosial telah menjadi modal utama yang menopang ketahanan ekonomi kolektif para pedagang kuliner di Pasar Cidu'.

b. Jaringan Sosial

Karakteristik kedua yang dominan adalah adanya jaringan sosial (social networking) yang kuat antar pedagang. Hubungan ini meluas dari kedekatan personal menjadi hubungan ekonomi yang produktif. Para pedagang tidak hanya berinteraksi sebagai pesaing, tetapi juga sebagai mitra yang saling mendukung. "Kalau saya kehabisan bahan, kadang ambil dulu di tempat teman, nanti dibayar kalau sudah laku," ungkap Lisa (pedagang mie titi, 42 tahun). Pola saling bantu ini menunjukkan adanya kolaborasi ekonomi berbasis kepercayaan, yang menjadi ciri khas *bridging social capital* dalam komunitas usaha kecil.

Hubungan sosial ini juga menciptakan jaringan informasi yang cepat dan efisien. Informasi tentang harga bahan baku, tren makanan, atau kebijakan penataan pasar menyebar dengan mudah melalui komunikasi sehari-hari antar pedagang. "Kalau ada kabar dari dinas pasar atau harga bahan naik, cepat sekali beritanya sampai ke semua orang," ujar Santi (pedagang nasi campur, 35 tahun). Mekanisme penyebaran informasi semacam ini sangat penting bagi pedagang mikro yang tidak memiliki akses formal terhadap sumber informasi bisnis. Dengan kata lain, jaringan sosial di Pasar Cidu' berfungsi sebagai sistem informasi alternatif yang berbasis interaksi sosial.

Selain antar pedagang, jaringan sosial juga terbentuk dengan pihak luar seperti pemasok bahan, pelanggan tetap, dan warga sekitar. Beberapa pedagang menjalin hubungan jangka panjang dengan pemasok tertentu untuk memperoleh harga lebih murah dan kualitas bahan yang konsisten. Sementara itu, hubungan dengan pelanggan dibangun melalui pendekatan personal dan pelayanan ramah. "Kalau pembeli sudah langganan, kami kenal namanya, kadang dikasih tambahan sedikit. Itu yang bikin mereka balik lagi," ungkap Rohman (pedagang bakso, 50 tahun). Bentuk relasi seperti ini menunjukkan bahwa jaringan sosial bukan hanya memperkuat hubungan horizontal antar pedagang, tetapi juga menciptakan loyalitas vertikal antara penjual dan pembeli.

Namun, jaringan sosial yang terbentuk masih bersifat lokal dan informal. Sebagian besar pedagang belum memiliki hubungan luas dengan lembaga keuangan, pemerintah, atau platform digital. Mereka masih mengandalkan hubungan personal untuk menjalankan usahanya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa *bridging capital* jaringan lintas kelompok social belum

berkembang optimal. Padahal, perluasan jaringan ke arah eksternal dapat membuka akses terhadap sumber daya baru, seperti pelatihan, modal usaha, atau promosi digital (Tohani, dkk, 2015).

Meskipun demikian, jaringan sosial internal tetap memberikan keuntungan yang signifikan. Hubungan yang intens dan komunikasi yang terbuka menciptakan koordinasi sosial yang efisien. Pedagang bisa menyesuaikan strategi penjualan secara cepat, saling menutupi kekurangan, dan berbagi pelanggan pada saat ramai. Dalam konteks ekonomi lokal, jaringan sosial di Pasar Cidu' berfungsi seperti "ekosistem sosial" yang saling menopang, di mana setiap individu menjadi bagian penting dari keberlangsungan komunitas secara keseluruhan.

Dengan demikian, jaringan sosial dan kerja sama ekonomi antar pedagang kuliner di Pasar Cidu' dapat dikategorikan sebagai bentuk bridging capital yang tumbuh alami dari interaksi sehari-hari. Walaupun belum terhubung dengan jejaring eksternal yang lebih luas, pola kolaboratif di antara mereka telah berperan penting dalam meningkatkan ketahanan ekonomi dan menjaga keberlanjutan komunitas pasar. Jaringan sosial ini membentuk ruang ekonomi yang bukan semata transaksional, tetapi juga berbasis nilai-nilai sosial dan kebersamaan.

c. Norma Sosial

Karakteristik ketiga yang menonjol dalam modal sosial pedagang kuliner Pasar Cidu' adalah kuatnya penerapan norma sosial dan prinsip timbal balik (reciprocity) yang mengatur perilaku kolektif di pasar. Norma ini tidak tertulis, tetapi dipatuhi oleh seluruh pedagang. Contohnya, mereka bergiliran menjaga kebersihan, saling membantu ketika membuka atau menutup lapak, serta menjaga barang dagangan rekan yang sedang beristirahat. "Kalau ada teman ke masjid atau ambil barang, kami yang jaga jualannya sebentar," ujar Maya (pedagang pisang epe, 41 tahun). Tindakan sederhana seperti ini memperlihatkan bahwa norma sosial berfungsi sebagai mekanisme pengendali dan perekat sosial di lingkungan pasar.

Norma timbal balik juga terlihat dalam interaksi ekonomi. Pedagang yang membantu orang lain akan memperoleh balasan sosial dalam bentuk dukungan atau bantuan serupa di kemudian hari. "Kalau kita sering bantu orang, nanti kalau kita susah, pasti dibantu juga," kata Linda (pedagang es buah, 27 tahun). Pola hubungan semacam ini membentuk siklus sosial yang menjaga keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan kolektif. Dari perspektif teori Coleman dan Putnam, norma reciprocity ini memperkuat modal sosial karena menciptakan rasa saling percaya dan harapan timbal balik yang berkelanjutan.

Selain norma, muncul pula peran kepemimpinan lokal (local leadership) yang menjadi bagian penting dari struktur sosial di Pasar Cidu'. Beberapa pedagang senior yang telah lama berjualan berperan sebagai tokoh panutan dan mediator dalam menyelesaikan persoalan. "Kalau ada masalah antar pedagang, biasanya diselesaikan lewat pak Haji. Beliau yang ditokohkan di sini," ungkap Batara (pedagang sate, 44 tahun). Keberadaan tokoh nonformal ini menjadi bentuk modal sosial institusional, karena mereka menjaga keseimbangan antara kebebasan individu dan keteraturan sosial.

Kepemimpinan lokal ini juga berfungsi sebagai penghubung antara komunitas pedagang dengan pihak eksternal, seperti pengelola pasar atau pemerintah. Tokoh-tokoh tersebut sering kali menjadi juru bicara ketika ada kebijakan baru atau penataan ulang lokasi jualan. Hal ini menunjukkan adanya linking social capital dalam skala terbatas, di mana hubungan vertikal mulai terbentuk antara komunitas informal dan institusi formal, meskipun masih bersifat sporadis (Maimun dan Munawir, 2022). Norma sosial dan kepemimpinan lokal inilah yang membuat komunitas pedagang di Pasar Cidu' relatif stabil dan minim konflik. Mereka mengandalkan mekanisme sosial internal untuk menjaga ketertiban tanpa memerlukan campur tangan otoritas resmi secara berlebihan. Sistem sosial seperti ini menunjukkan kapasitas *self-*

governing community komunitas yang mampu mengatur dirinya sendiri melalui norma, kepercayaan, dan kepemimpinan sosial.

Namun, penelitian juga menemukan bahwa norma sosial yang kuat kadang menimbulkan resistensi terhadap perubahan. Pedagang yang sudah terbiasa dengan aturan lama sering menolak ide baru, seperti digitalisasi usaha atau kebijakan pemerintah yang menata ulang lapak. Hal ini menunjukkan dilema antara stabilitas sosial dan kebutuhan adaptasi. Dalam konteks teori modal sosial, kekuatan bonding dan norma sosial yang terlalu kuat dapat menghambat inovasi karena mempersempit ruang keterbukaan terhadap pembaruan. Meski demikian, nilai-nilai sosial di Pasar Cidu' tetap menjadi pondasi penting dalam menjaga keberlangsungan komunitas. Norma timbal balik, kepedulian, dan kepemimpinan lokal yang berakar dari budaya masyarakat Makassar memperkuat rasa memiliki dan tanggung jawab sosial antar pedagang. Nilai-nilai ini menjadi ciri khas yang membedakan Pasar Cidu' dari kawasan kuliner modern, di mana hubungan ekonomi sering bersifat impersonal dan kompetitif.

Dengan demikian, tiga karakteristik utama modal sosial kepercayaan, jaringan sosial, dan norma timbal balik mewakili struktur sosial yang kompleks namun fungsional di kalangan pedagang kuliner Pasar Cidu'. Ketiganya saling terkait dan membentuk sistem sosial yang mampu menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan harmoni sosial. Dari sudut pandang teoritis, hasil ini memperkuat pandangan Putnam (dalam Andardinata dan Iskandar, 2024) bahwa modal sosial adalah sumber daya kolektif yang muncul dari interaksi sosial dan norma kepercayaan bersama. Sementara dari perspektif ekonomi lokal, ketiga karakteristik ini menjelaskan mengapa komunitas pedagang kuliner di Pasar Cidu' mampu bertahan secara ekonomi meski dengan keterbatasan modal finansial.

Secara keseluruhan, karakteristik modal sosial yang dominan di Pasar Cidu' bukan hanya memperkuat hubungan sosial antar pedagang, tetapi juga menjadi dasar bagi keberlanjutan ekonomi lokal. Modal sosial yang tumbuh dari kepercayaan, jaringan kerja sama, dan norma sosial tersebut menjadi "perekat tak kasat mata" yang menjaga keberlangsungan aktivitas ekonomi, menciptakan rasa aman, serta memperkuat identitas sosial pedagang kuliner sebagai bagian dari komunitas yang dinamis di Kota Makassar.

2. Kendala Modal Sosial dalam Aktivitas Ekonomi Pedagang Kuliner di Pasar Cidu

a. Keterbatasan Jaringan Eksternal dan Akses Kelembagaan

Kendala pertama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah terbatasnya kemampuan pedagang kuliner di Pasar Cidu' dalam membangun jaringan sosial dengan pihak eksternal seperti pemerintah, lembaga keuangan, maupun komunitas usaha lain. Sebagian besar pedagang masih mengandalkan hubungan sosial di dalam pasar tanpa memperluas jejaring ke luar. "Kami di sini tidak banyak urus dengan pemerintah, kadang dengar ada bantuan tapi tidak tahu cara dapatnya," ungkap Inaya (pedagang minuman dingin, 29 tahun). Hal serupa juga disampaikan Rohman (pedagang coto Makassar, 47 tahun), "Kami sibuk jualan tiap hari, tidak sempat ikut pelatihan atau urus koperasi. Jadi ya jalan sendiri saja."

Kedua kutipan tersebut menggambarkan lemahnya *linking social capital* yaitu hubungan vertikal antara komunitas pedagang dengan lembaga formal. Ketergantungan pada jaringan informal menyebabkan pedagang sulit mengakses sumber daya ekonomi modern, seperti permodalan, pelatihan kewirausahaan, atau promosi digital. Akibatnya, perkembangan usaha kuliner di Pasar Cidu' berjalan lambat dan masih berorientasi pada sistem ekonomi tradisional.

Dalam pembahasan teoritis, kondisi ini menunjukkan keterbatasan modal sosial yang hanya berpusat pada ikatan internal (*bonding capital*) tanpa diimbangi jejaring eksternal. Seperti dijelaskan oleh Woolcock (dalam Istifhama, 2017), kekuatan sosial internal tanpa keterhubungan eksternal dapat menimbulkan jebakan sosial (*social trap*), di mana komunitas bertahan karena solidaritas, tetapi gagal berkembang karena minim akses inovasi dan sumber

daya baru. Dalam konteks Pasar Cidu', hal ini berarti potensi ekonomi pedagang kuliner tidak berkembang maksimal karena tidak adanya jembatan sosial yang menghubungkan mereka dengan ekosistem ekonomi kota Makassar secara lebih luas. Selain itu, rendahnya literasi digital dan birokrasi yang dianggap rumit memperkuat jarak sosial antara pedagang dan lembaga pemerintah. Banyak pedagang merasa kurang percaya diri untuk berurusan dengan instansi resmi, bahkan ada yang menganggap bahwa proses administrasi hanya menguntungkan pihak tertentu. Hal ini memperlemah rasa percaya (*institutional trust*), yang seharusnya menjadi elemen penting dalam membangun kolaborasi lintas sektor.

b. Ketimpangan Sosial dan Dominasi Pedagang Senior

Kendala kedua yang menonjol adalah adanya ketimpangan sosial dalam komunitas pedagang. Pedagang yang sudah lama berjualan atau memiliki hubungan kekerabatan kuat cenderung lebih dominan dalam mengatur dinamika sosial di pasar. "Yang baru-baru jualan biasanya ikut saja aturan orang lama. Kadang kalau mau usul, tidak didengar," ungkap Kadir (pedagang sate, 44 tahun). Sementara Maya (pedagang pisang epe, 41 tahun) menambahkan, "Kalau mau dapat tempat jualan strategis, harus kenal dulu sama pedagang lama, baru bisa disetujui."

Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa terdapat hierarki sosial yang tidak seimbang di antara pedagang. Meskipun solidaritas sosial kuat, struktur kekuasaan informal yang dikuasai oleh pedagang senior dapat membatasi partisipasi anggota baru. Dalam perspektif modal sosial, fenomena ini menunjukkan bentuk closure network jaringan sosial yang terlalu tertutup sehingga membatasi inovasi dan mobilitas sosial. Ketimpangan semacam ini memiliki dampak ganda. Di satu sisi, tokoh senior berperan sebagai penjaga stabilitas dan mediator konflik; namun di sisi lain, dominasi mereka dapat memperlambat pembaruan sosial. Pedagang baru kesulitan untuk membawa ide baru atau memperkenalkan produk inovatif karena khawatir dianggap melanggar "aturan tidak tertulis" di komunitas. Akibatnya, potensi regenerasi sosial dan ekonomi di Pasar Cidu' menjadi terbatas.

Dalam pembahasan yang lebih luas, dinamika ini memperlihatkan bahwa modal sosial yang terlalu homogen cenderung menciptakan konservatisme sosial. Seperti dikemukakan oleh Fukuyama (dalam Lestari dkk, 2023) kepercayaan dan solidaritas tinggi dalam kelompok homogen sering kali mengorbankan fleksibilitas sosial dan adaptasi terhadap perubahan eksternal. Fenomena ini juga terjadi di Pasar Cidu', di mana loyalitas dan hierarki sosial justru menjadi hambatan bagi perkembangan inovasi bisnis dan perluasan jaringan antar generasi pedagang. Meskipun demikian, struktur sosial ini juga mencerminkan cara komunitas mempertahankan identitasnya. Pedagang senior masih dianggap simbol legitimasi sosial dan sumber pengetahuan pasar. Oleh karena itu, pembaruan sosial di Pasar Cidu' perlu diarahkan secara inklusif dengan menghargai peran pedagang lama, namun membuka ruang bagi generasi baru untuk berpartisipasi aktif dan memperluas kapasitas modal sosial ke arah yang lebih adaptif.

c. Resistensi terhadap Inovasi dan Perubahan

Kendala ketiga adalah adanya resistensi terhadap inovasi dan perubahan, terutama dalam hal adopsi teknologi, diversifikasi produk, dan penyesuaian terhadap kebijakan baru. Sebagian besar pedagang masih menjalankan usahanya secara tradisional dan merasa nyaman dengan sistem lama. "Kalau jualan online, saya tidak tahu caranya. Lagian di sini sudah ramai, jadi tidak perlu," ungkap Lisa (pedagang nasi campur, 35 tahun). Sementara Sapri (pedagang jagung bakar, 32 tahun) menyebutkan, "Dulu pernah ada pelatihan dari dinas, tapi kami tidak sempat ikut karena sibuk jualan."

Kedua pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hambatan terhadap inovasi tidak semata disebabkan oleh ketidaktahuan, tetapi juga oleh preferensi sosial yang menolak perubahan.

Pedagang merasa sistem sosial dan ekonomi yang ada sudah cukup stabil sehingga tidak perlu diubah. Dalam konteks teori modal sosial, hal ini menunjukkan bentuk *path dependency* keterikatan terhadap pola sosial lama yang menimbulkan resistensi terhadap inovasi. Resistensi ini juga diperkuat oleh faktor sosial-budaya di mana hubungan personal dianggap lebih penting daripada efisiensi teknologi. Bagi pedagang, berinteraksi langsung dengan pelanggan bukan hanya transaksi ekonomi, tetapi juga ajang sosial yang memperkuat identitas mereka sebagai bagian dari komunitas pasar. Maka, gagasan modernisasi melalui digitalisasi atau promosi daring sering kali dianggap mengancam keintiman sosial yang sudah terbentuk.

Dari perspektif ekonomi sosial, resistensi terhadap inovasi dapat dilihat sebagai gejala cultural inertia ketika norma sosial dan kebiasaan lama lebih dominan daripada rasionalitas ekonomi modern. Walaupun pola ini menjaga kohesi sosial dan stabilitas komunitas, ia juga menghambat kemampuan adaptasi pedagang terhadap perubahan lingkungan bisnis yang lebih kompetitif. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membuat pedagang Pasar Cidu' tertinggal dibandingkan pelaku kuliner di kawasan lain yang sudah mengadopsi teknologi pemasaran digital (Kurniasari et al., 2023; Suseno & Basrowi, 2023).

Kendala ini menegaskan bahwa penguatan modal sosial di Pasar Cidu' perlu diarahkan tidak hanya pada aspek solidaritas, tetapi juga pada *transformative social capital* yaitu kemampuan komunitas untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan struktural tanpa kehilangan nilai-nilai sosial dasarnya (Amri, 2024). Peningkatan kapasitas digital, pelatihan kewirausahaan, serta kemitraan dengan lembaga pemerintah atau swasta dapat menjadi langkah konkret untuk mengatasi hambatan ini. Dengan demikian, tiga kendala utama modal sosial di atas yakni keterbatasan jaringan eksternal, ketimpangan sosial internal, dan resistensi terhadap inovasi menunjukkan bahwa komunitas pedagang kuliner di Pasar Cidu' masih beroperasi dalam pola bonding social capital yang kuat namun kurang dinamis. Agar modal sosial dapat berperan optimal sebagai kekuatan ekonomi, diperlukan strategi yang mampu menyeimbangkan nilai tradisional dengan inovasi, serta memperluas hubungan sosial ke arah *bridging* dan *linking capital* yang lebih adaptif terhadap perkembangan ekonomi perkotaan (Halstead et al., 2021; Nelles & Wolfe, 2022; Nguyen & Nguyen, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa modal sosial pedagang kuliner Pasar Cidu' didominasi oleh *bonding capital* yang kuat, berakar pada kepercayaan dan solidaritas berbasis kekerabatan serta kesamaan daerah. Modal sosial internal ini terbukti fungsional dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, seperti praktik saling membantu dan pinjam-meminjam tanpa jaminan. Namun, kekuatan internal ini paradoksnya disertai dengan kelemahan eksternal yang signifikan. Terdapat tiga kendala utama yang menghambat optimalisasi modal sosial: *weak linking capital* atau terbatasnya jaringan ke lembaga formal seperti perbankan dan pemerintah; ketimpangan sosial internal di mana pedagang senior mendominasi pengambilan keputusan; serta *cultural inertia* atau resistensi terhadap inovasi, khususnya digitalisasi. Akibatnya, akses terhadap pelatihan, modal, dan strategi pemasaran modern menjadi sangat terbatas, membuat usaha mereka sulit berkembang.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa modal sosial pedagang Pasar Cidu' telah berhasil menjaga harmoni sosial, namun belum mampu bertransformasi menjadi kekuatan ekonomi produktif yang berkelanjutan. Terdapat kesenjangan antara kohesi sosial yang tinggi dengan kapasitas inovasi dan jejaring ekonomi yang rendah. Implikasi utamanya adalah perlunya intervensi untuk mengembangkan *bridging capital* dan *linking capital* secara proaktif. Mengingat keterbatasan ini, penelitian di masa depan disarankan untuk beralih dari sekadar memetakan karakteristik modal sosial menuju perancangan dan evaluasi model intervensi.

Perlu dilakukan penelitian *action research* untuk menguji efektivitas program pelatihan kewirausahaan atau *workshop* digitalisasi yang secara spesifik bertujuan membangun jejaring ke lembaga formal. Selain itu, studi *kualitatif* mendalam mengenai dinamika kekuasaan antara pedagang senior dan baru dapat memberikan wawasan penting tentang cara mengatasi resistensi internal terhadap perubahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, F. H. (2024). Peran Modal Sosial Bagi Perkembangan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Era Digitalisasi. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(11). <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/429>
- Andardinata, A., & Iskandar, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Innovation Capabilities Melalui Modal Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Wirausaha Perempuan Berbasis UMKM Sektor Agri-Food Di Kota Makassar. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1212–1226. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/7530>
- Berhitu, P. T. et al. (2025). Kajian Kelayakan Water Front City Kabupaten Maluku Tenggara, Provinsi Maluku. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(4), 1441. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i4.7146>
- Cheng, C. T. et al. (2024). A Systematic Review Of Social Capital In Low-Cost Housing: A Conceptual Framework And Lessons Learned. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, Article 101089. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101089>
- Elida et al. (2020). Pelatihan Pengolahan Produk Ikan Bagi Pedagang Kecil Dalam Pengembangan Ekonomi Nagari Berbasis Ekonomi Pariwisata Di Nagari Sungai Tanang, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam. *Journal of Community Service*, 2, 205. <https://doi.org/10.56670/jcs.v2i2.52>
- Fathimah, V. et al. (2024). Menggali Potensi Pariwisata Melalui Pengembangan Media Sosial Destinasi Wisata Medan. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i1.2766>
- Fatima, I., & Jeradu, V. (2025). Sosialisasi Ekonomi Kreatif “Pembuatan Tempe Berbahan Baku Kacang-Kacangan Lokal” Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Desa Watu Lanur. *COMMUNITY Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 85. <https://doi.org/10.51878/community.v5i1.5570>
- Halstead, J. M. et al. (2021). Social Capital And Community Development: Where Do We Go From Here? *Community Development*, 53(1), 92. <https://doi.org/10.1080/15575330.2021.1943696>
- Istifhama, L. (2017). Strategi Bertahan Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Syaikhuna: Jurnal Pendidikan Dan Pranata Islam*, 8(2), 217–239. <https://doi.org/10.58223/syaikhuna.v8i2.3162>
- Kiriwenno, A. F. et al. (2025). Pengembangan Lahan Perumahan Kecamatan Teluk Ambon Berdasarkan Daya Dukung. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(4), 1478. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i4.7151>
- Kurniasari, F. et al. (2023). Pursuing Long-Term Business Performance: Investigating The Effects Of Financial And Technological Factors On Digital Adoption To Leverage SME Performance And Business Sustainability—Evidence From Indonesian SMEs In The Traditional Market. *Sustainability*, 15(16), Article 12668. <https://doi.org/10.3390/su151612668>
- Lestari, N. B. et al. (2023). Modal Sosial Sebagai Penunjang Eksistensi Pedagang Kaki Lima (PKL): Studi Kasus Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Alun-Alun Kota Kraksaan.

TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora, 1(2), 112–121.
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3461172&val=30249>

Liantifa, M., & Lestari, A. A. (2025). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Di Agrowisata Depati Coffee Pada Era Digitalisasi. *COMMUNITY Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 129. <https://doi.org/10.51878/community.v5i1.6208>

Maimun, M. H., & Munawir, H. (2022). Peran Karakteristik Kewirausahaan Islam Dan Modal Sosial Islam Untuk Resiliensi UMKM. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 93–100. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.19873>

Matruty, D. J. (2025). Ekonomi Kreatif Berlandaskan Nilai Kristiani: Mengelola Talenta Untuk Kemandirian Dan Pelayanan Jemaat. *COMMUNITY Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 278. <https://doi.org/10.51878/community.v5i1.6878>

Nelles, J., & Wolfe, D. A. (2022). Urban Governance And Civic Capital: Analysis Of An Evolving Concept. *Territory Politics Governance*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/21622671.2022.2123031>

Nguyen, H. T., & Nguyen, Q. L. H. T. T. (2024). Exploring The Role Of Social Capital In Urban Resilience For Sustainable Development: The Case Of Ho Chi Minh City In Vietnam. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(8), 3213. <https://doi.org/10.18280/ijsdp.190833>

Ningrum, D. P. (2025). Membangun Gen-Z Yang Berbudaya Dengan Berkain-Berkebaya Di Kampus UWM Yogyakarta. *Jurnal Surya Masyarakat*, 7(2), 190. <https://doi.org/10.26714/jsm.7.2.2025.190-199>

Nuchri, A. A., & Ramadhani, N. F. (2025). Analisis Kritik Normatif Dan Fenomenologis Terhadap Pasar Tradisional Sebagai Ruang Publik Studi Kasus; Pasar Bersehati Manado. *CENDEKIA Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(4), 1489. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i4.7154>

Suseno, B. D., & Basrowi, B. (2023). Role Of The Magnitude Of Digital Adaptability In Sustainability Of Food And Beverage Small Enterprises Competitiveness. *HighTech and Innovation Journal*, 4(2), 270. <https://doi.org/10.28991/hij-2023-04-02-02>

Syafitri, A. (2015). Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Sektor Perdagangan (Studi Pada Etnis Tionghoa, Batak, Dan Minangkabau Di Kota Medan). *Perspektif Sosiologi*, 3(1).

Tahlyan, D. et al. (2022). Disentangling Social Capital – Understanding The Effect Of Bonding And Bridging On Urban Activity Participation. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 15, Article 100629. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100629>

Tohani, E. et al. (2015). Pendayagunaan Modal Sosial Dalam Pendidikan Kewirausahaan Masyarakat: Studi Pada Program Pendidikan Desa Vokasi. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 3(2), 151–166. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v3i2.7534>