BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan salah satu institusi ekonomi sekaligus ruang sosial yang telah lama menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Jauh sebelum munculnya pusat perbelanjaan modern, pasar tradisional berfungsi mempertemukan beragam lapisan masyarakat dalam transaksi yang sekaligus bersifat ekonomi dan kultural. Seiring perkembangan zaman, pasar tradisional mengalami berbagai perubahan akibat modernisasi dan globalisasi.

Modernisasi sektor perdagangan ditandai dengan menjamurnya pasar modern seperti supermarket, minimarket, dan pusat perbelanjaan yang menawarkan kenyamanan, kebersihan, dan manajemen yang lebih terorganisir. Liberalisasi ritel sejak 1998 mendorong masuknya peritel besar dan asing, dan studi SMERU menunjukkan dampak nyata kehadiran supermarket terhadap omzet serta jumlah pedagang ritel tradisional di perkotaan (Suryadarma dkk., 2007). Konsumen cenderung beralih ke pasar modern karena efisiensi waktu, standardisasi kualitas, dan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman. Meski demikian, pasar tradisional tetap memiliki keunggulan yang tidak dimiliki pasar modern: harga yang fleksibel melalui tawar-menawar, kedekatan sosial antara pedagang dan pembeli, serta perannya menopang ekonomi lokal dan usaha kecil.

Salah satu pasar tradisional yang menghadapi tekanan modernisasi secara nyata adalah Pasar Klithikan Pakuncen, Kota Yogyakarta. Pasar ini bukan pasar yang tumbuh alami di satu tempat, melainkan hasil kebijakan penataan pedagang kaki lima oleh Pemerintah Kota Yogyakarta. Melalui Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 26 Tahun 2002 tentang Penataan Pedagang Kaki Lima beserta petunjuk pelaksanaannya, para pedagang barang bekas dan klithikan yang sebelumnya berjualan di Jalan Mangkubumi, Jalan Asem Gede, dan Alun-alun Kidul direlokasi ke bekas pasar hewan Pakuncen di Jalan HOS Cokroaminoto, Kecamatan Wirobrajan. Pasar Klithikan Pakuncen diresmikan pada 11 November 2007 dan sejak itu menjadi pusat jual beli barang bekas, onderdil kendaraan, barang antik, perkakas, dan barang klithikan (barang kecil atau loak) dengan karakter khas

yang sulit ditemukan di tempat lain (Gudeg.net, 2007; Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta, 2024).

Karakter khusus itu turut membawa beban sosial. Jauh sebelum relokasi, pada era 1990-an hingga awal 2000-an, komunitas pedagang klithikan sudah menyandang stigma sebagai tempat peredaran barang gelap atau hasil curian sehingga kerap dijuluki "pasar maling". Stigma ini tidak lahir di lokasi Pakuncen, melainkan terbawa dari masa ketika pedagang masih menggelar lapak di ruas-ruas jalan kota. Sebagian pedagang bahkan pernah berurusan dengan aparat atau dijadikan saksi persidangan karena barang dagangannya diduga hasil pencurian; pelaku pencurian kerap menjual ponsel atau laptop ke lapak yang tidak mengetahui asal-usulnya, sehingga pemilik yang kehilangan barang melacaknya hingga ke pasar (Azmi, 2018). Rangkaian pengalaman semacam ini mengendap menjadi citra kolektif yang sulit dilepaskan, dan turut menggerus kepercayaan serta kunjungan konsumen.

Stigma sebagai beban bersama itu direspons secara kolektif oleh komunitas pedagang. Pada 2013, para pedagang Pasar Klithikan Pakuncen secara terbuka mendeklarasikan bahwa pasar mereka bukanlah "pasar maling", sebuah upaya bersama untuk memulihkan citra pasar (Tempo, 2013). Peristiwa ini memperlihatkan bahwa stigma bukan semata persoalan individual, melainkan persoalan bersama yang menuntut tindakan kolektif dan di titik inilah modal sosial paguyuban menjadi relevan untuk dicermati.

Di samping stigma warisan itu, tekanan baru datang dari perubahan teknologi. Sejak pertengahan 2010-an, kehadiran platform digital seperti Tokopedia, Shopee, dan Facebook Marketplace memungkinkan transaksi barang bekas berlangsung lebih mudah, cepat, dan transparan tanpa lapak fisik, termasuk maraknya perdagangan pakaian bekas (thrift) secara daring. Tekanan ini kemudian diperberat oleh pandemi Covid-19 yang menurunkan daya beli dan kunjungan secara drastis. Akumulasi tekanan tersebut membuat sejumlah pihak menyebut pasar sempat "mati suri" dalam beberapa tahun terakhir, ditandai banyaknya kios yang tutup (Astakom, 2025).

Meski demikian, Pasar Klithikan Pakuncen masih memiliki kekuatan berupa spesialisasi produk dan basis pelanggan loyal seperti mekanik, kolektor, dan

pemburu barang langka. Persoalan yang dihadapi pasar ini bukan semata ekonomi, melainkan juga bagaimana sebuah ruang tradisional bernegosiasi dengan modernitas, teknologi, dan perubahan budaya konsumsi. Untuk itu dibutuhkan respons yang tidak dapat ditempuh sendiri-sendiri, melainkan secara bersama.

Respons kolektif itu bertumpu pada Paguyuban Pasar Pakuncen Klithikan (P3K), wadah organisasi pedagang yang telah berfungsi sejak masa awal keberadaan pasar. Melalui paguyuban, pedagang memiliki saluran untuk menyampaikan aspirasi dan keluhan kepada pengelola pasar dan pemerintah daerah, menyelesaikan persoalan antaranggota, serta menyelenggarakan kegiatan bersama. Keberadaan dan kedudukan kelembagaan paguyuban ini diakui secara formal oleh pemerintah; kepengurusan P3K yang sekarang dikukuhkan melalui surat tugas Dinas Perdagangan Kota Yogyakarta tertanggal 10 Juli 2025. Dengan demikian, P3K bukan wadah yang baru dibentuk untuk menghadapi tekanan, melainkan komunitas yang telah ada dan berulang kali diuji oleh berbagai tekanan sepanjang keberadaannya.

Dalam konteks inilah teori modal sosial Robert D. Putnam relevan sebagai kerangka untuk memahami dinamika paguyuban. Putnam (1993) mendefinisikan modal sosial sebagai jaringan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama demi keuntungan bersama, serta menegaskan bahwa keberlangsungan sebuah komunitas tidak hanya ditentukan oleh sumber daya material, tetapi juga oleh kualitas hubungan sosialnya.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji modal sosial pada komunitas dan paguyuban pedagang dengan kerangka Putnam. Namun, sebagian besar berfokus pada komunitas pedesaan, kelompok tani, pedagang kaki lima di ruang terbuka, atau UMKM secara umum. Kajian-kajian itu belum menyentuh secara mendalam pasar tradisional perkotaan berkarakter spesifik seperti Pasar Klithikan Pakuncen dengan keunikan komoditas barang bekas, stigma sosial yang melekat, dan tekanan digitalisasi. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut. Ulasan lebih rinci atas keenam penelitian terdahulu disajikan pada subbab Tinjauan Pustaka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan:

1. Bagaimana bentuk modal sosial jaringan (*networks*), norma (*norms*), dan kepercayaan (*trust*) yang berkembang di Paguyuban P3K di Pasar Klithikan Pakuncen, Yogyakarta?
2. Bagaimana modal sosial dalam Paguyuban P3K dimanfaatkan oleh para pedagang sebagai strategi kolektif untuk menghadapi tekanan yang dihadapi Pasar Klithikan Pakuncen, meliputi tekanan ekonomi, persaingan digital, dan stigma sosial?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan pendekatan kualitatif yang bertolak dari data lapangan, penelitian ini bertujuan:

3. Memahami dan mendeskripsikan bentuk-bentuk modal sosial jaringan, norma, dan kepercayaan sebagaimana terbentuk dan berlangsung dalam keseharian Paguyuban P3K di Pasar Klithikan Pakuncen, Yogyakarta.
4. Memahami bagaimana modal sosial dalam Paguyuban P3K berperan ketika para pedagang menghadapi tekanan ekonomi, persaingan digital, dan stigma sosial, termasuk sejauh mana dan dengan batas-batas apa modal sosial itu menjadi tumpuan respons kolektif mereka.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menempatkan diri di antara sejumlah kajian terdahulu tentang modal sosial pada komunitas dan paguyuban pedagang. Analisis terhadap penelitian terdahulu dilakukan untuk memperlihatkan persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini sehingga unsur kebaruannya tampak jelas. Berikut diuraikan secara ringkas enam penelitian terdahulu yang relevan, satu per satu, sebelum diringkas dalam Tabel 1.1 dan dianalisis posisinya terhadap penelitian ini.

Pertama, penelitian Apriawan dkk. (2020) mengkaji peran modal sosial sebagai strategi pengembangan industri kerajinan tenun di Desa Sukarara, Kabupaten Lombok Tengah, dengan kerangka modal sosial Putnam melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut menyoroti bagaimana jaringan,

norma, dan kepercayaan di antara perajin menopang keberlangsungan industri kerajinan komunitas.

Kedua, Haridison (2013) membahas kedudukan modal sosial dalam pembangunan melalui kajian literatur. Tulisan ini menegaskan pentingnya modal sosial jaringan, norma, dan kepercayaan sebagai modal nonmaterial yang mendukung keberhasilan pembangunan masyarakat, namun pembahasannya bersifat konseptual-teoretis dan tidak berangkat dari studi kasus empiris di lapangan.

Ketiga, Fatimah dan Afifudin (2013) meneliti modal sosial pedagang dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional dengan kerangka Putnam melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini menempatkan modal sosial pedagang sebagai faktor yang memperkuat posisi pasar tradisional, tetapi belum menyentuh pasar dengan karakter khusus seperti pasar klithikan yang menyandang stigma sosial.

Keempat, Haris (2019) menganalisis peran modal sosial paguyuban dalam mengatasi permasalahan UMKM di Kota Malang melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini menunjukkan paguyuban sebagai wadah modal sosial yang membantu menyelesaikan persoalan permodalan, sumber daya manusia, pemasaran, dan produksi, namun konteksnya adalah UMKM secara umum, bukan pasar klithikan yang berhadapan dengan modernisasi digital.

Kelima, Dahnia dkk. (2023) mengkaji modal sosial paguyuban pedagang kaki lima (PKL) di Jalan HOS Cokroaminoto, Kabupaten Ponorogo, dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini mendekati isu citra dan stigma pada komunitas pedagang, tetapi berlangsung pada PKL di ruang terbuka tanpa tekanan digitalisasi sebagaimana dihadapi pasar indoor.

Keenam, Khurmila (2023) meneliti paguyuban pedagang pasar tiban dengan menggunakan teori solidaritas sosial melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini menyoroti fungsi paguyuban dalam menjaga kebersamaan pedagang di pasar tradisional, namun kerangka analisisnya bertumpu pada solidaritas sosial, bukan tiga dimensi modal sosial Putnam yang dipakai penelitian ini. Keenam penelitian tersebut diringkas pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1. Kajian Pustaka Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul (ringkas)	Teori / Metode	Posisi terhadap penelitian ini
1	Apriawan dkk. (2020)	Modal sosial dalam pengembangan industri tenun, Desa Sukarara	Modal sosial (Putnam) / kualitatif deskriptif	Sama: teori Putnam, fokus jaringan komunitas. Beda: konteks kerajinan pedesaan, bukan pasar perkotaan barang bekas.
2	Haridison (2013)	Modal sosial dalam pembangunan	Modal sosial / kajian literatur	Sama: menekankan pentingnya modal sosial. Beda: konseptual-teoretis, bukan studi kasus empiris.
3	Fatimah & Afifudin (2013)	Modal sosial pedagang & daya saing pasar tradisional	Modal sosial (Putnam) / kualitatif	Sama: modal sosial pedagang pasar tradisional, teori Putnam. Beda: tidak mengkaji pasar klithikan berstigma.
4	Haris (2019)	Modal sosial paguyuban & masalah UMKM, Malang	Modal sosial / kualitatif	Sama: paguyuban sebagai wadah modal sosial. Beda: UMKM umum, bukan pasar klithikan berhadapan modernisasi digital.
5	Dahnia dkk. (2023)	Modal sosial paguyuban PKL, Ponorogo	Modal sosial / kualitatif deskriptif	Sama: modal sosial paguyuban & isu citra/stigma. Beda: PKL luar ruang, bukan pasar indoor dengan tekanan digital.

No	Peneliti & Tahun	Judul (ringkas)	Teori / Metode	Posisi terhadap penelitian ini
6	Khurmila (2023)	Paguyuban pasar tiban	Solidaritas sosial / kualitatif	Sama: fungsi paguyuban di pasar tradisional. Beda: penelitian ini memakai tiga dimensi Putnam & konteks e-commerce.

Sumber: diolah peneliti, 2026

Dari keenam kajian, Apriawan dkk. (2020) dan Fatimah dan Afifudin (2013) paling dekat karena sama-sama memakai teori Putnam pada komunitas pedagang, tetapi keduanya belum menyentuh konteks pasar klithikan perkotaan dengan komoditas barang bekas dan stigma sosial yang menonjol. Dahnia dkk. (2023) mendekati isu citra/stigma, namun pada PKL luar ruang tanpa tekanan digitalisasi indoor. Haridison (2013) bersifat literatur, bukan studi kasus empiris; Haris (2019) berfokus pada UMKM umum; dan Khurmila (2023) memakai teori solidaritas, bukan tiga dimensi Putnam. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini adalah memahami ketiga dimensi modal sosial Putnam secara simultan pada paguyuban pasar klithikan perkotaan yang menghadapi tekanan digitalisasi dan stigma.

E. Kerangka Konseptual

1. Modal sosial dan tiga unsurnya menurut Putnam

Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai fitur organisasi sosial jaringan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama demi keuntungan bersama. Ia mengidentifikasi tiga unsur pokok yang saling menopang sebagai pembentuk modal sosial, yaitu jaringan (networks), norma (norms), dan kepercayaan (trust). Ketiga unsur tersebut diuraikan satu per satu sebagai berikut.

a. Jaringan (*networks*) merujuk pada keterhubungan antarindividu atau kelompok melalui keanggotaan organisasi, partisipasi, pertemanan, dan kegiatan sukarela; bukan sekadar hubungan, melainkan struktur relasi berpola yang memungkinkan interaksi berulang dan bermakna.

b. Norma (*norms*) mencakup nilai, harapan, dan standar perilaku terutama prinsip resiprositas (timbal balik) yang memungkinkan interaksi berlangsung harmonis tanpa selalu bergantung pada kontrol formal.
c. Kepercayaan (*trust*) adalah ekspektasi positif kolektif terhadap perilaku orang lain. Putnam membedakan kepercayaan tebal (*thick trust*) yang lahir dari relasi personal dan kepercayaan tipis atau digeneralisasi (*thin/generalized trust*) terhadap orang yang tidak dikenal distingsi yang akan dipakai untuk menafsirkan temuan.

2. Bonding, bridging, dan linking social capital

Untuk membaca arah relasi dalam jaringan, Putnam membedakan *bonding social capital* yang mengikat kelompok homogen dan *bridging social capital* yang menjembatani kelompok berbeda yang relatif setara. Perbedaan utamanya terletak pada arah dan fungsi relasinya: *bonding* mempererat ikatan ke dalam di antara anggota yang relatif homogen dan saling mengenal sehingga menebalkan solidaritas serta kepercayaan internal, namun cenderung tertutup. Sementara itu, *bridging* merajut hubungan ke luar dengan kelompok lain yang berbeda tetapi relatif setara misalnya komunitas pedagang Pakuncen dengan komunitas pedagang pasar lain sehingga membuka akses pada informasi, sumber daya, dan peluang baru yang tidak tersedia di dalam kelompok sendiri.

Penelitian ini melengkapi kedua jenis itu dengan *linking social capital* (Woolcock, 2001; Szreter & Woolcock, 2004), yakni relasi yang menghubungkan komunitas dengan pihak yang berbeda posisi kekuasaan atau otoritas secara vertikal misalnya pedagang dengan Dinas Perdagangan. Pembedaan *bridging* (horizontal, antarsetara) dan *linking* (vertikal, lintas otoritas) ini penting karena keduanya kerap dicampuradukkan, padahal berimplikasi berbeda pada akses sumber daya komunitas.

3. Modal sosial sebagai basis respons kolektif

Tiga unsur Putnam menjelaskan komponen modal sosial, sedangkan rumusan masalah kedua menyangkut bagaimana komponen itu digerakkan ketika komunitas menghadapi tekanan. Putnam sendiri memandang modal sosial sebagai prasyarat tindakan kolektif (*collective action*): jaringan, norma resiprositas, dan kepercayaan

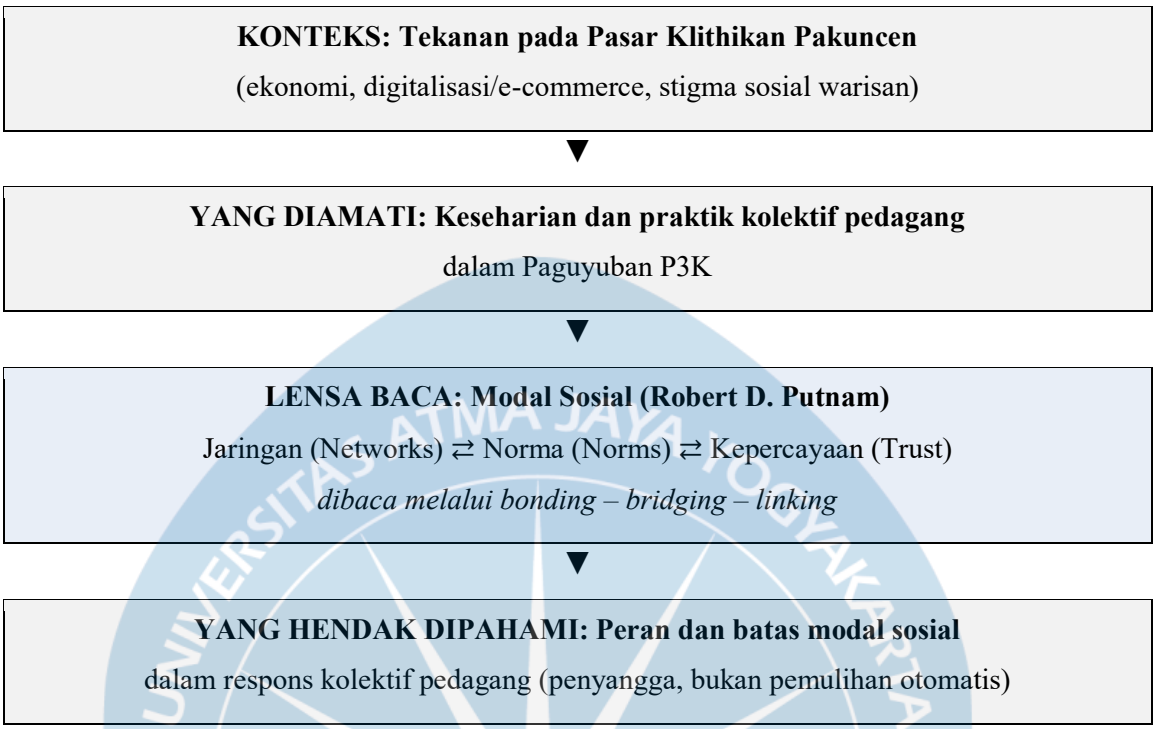
memungkinkan komunitas merespons tekanan secara bersama, bukan sendiri-sendiri pembacaan yang juga ditegaskan Adger (2003) dalam konteks yang lain. Dalam kerangka ini, "strategi adaptasi kolektif" dimaknai sebagai upaya terorganisasi pedagang untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan kohesi komunitas di tengah tekanan, dengan memobilisasi ketiga unsur modal sosial Putnam. Dengan demikian, rumusan masalah pertama (bentuk modal sosial) dan rumusan masalah kedua (perannya dalam respons kolektif) dijawab dalam satu kerangka modal sosial Putnam.

Dua catatan membatasi pemaknaan strategi adaptasi ini. Pertama, "adaptasi" di sini tidak disamakan dengan pemulihan ekonomi penuh; ia merujuk pada kapasitas komunitas menjaga keberlangsungan dan kohesi, sehingga klaim hasil dijaga proporsional. Kedua, mobilisasi modal sosial tidak diandaikan selalu berhasil ikatan internal yang terlalu rapat justru dapat membatasi keterbukaan komunitas terhadap jejaring yang lebih luas. Karena itu, peran modal sosial dinilai secara empiris berikut batas-batasnya, bukan diandaikan efektif sejak awal.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir berikut memetakan alur analisis penelitian, bukan hubungan sebab-akibat antarvariabel. Alurnya bergerak dari konteks yang melingkupi pasar, ke praktik keseharian dan kolektif yang diamati di lapangan, lalu ke lensa konseptual yang dipakai untuk membacanya, dan bermuara pada pemahaman atas peran serta batas modal sosial dalam respons kolektif pedagang. Anak panah dua arah pada ketiga unsur modal sosial menegaskan hubungan timbal balik antarunsur sebagaimana diuraikan pada subbab Kerangka Konseptual.

Gambar 1.1. Kerangka Berpikir Penelitian



Sumber: diadaptasi dari Putnam (1993; 2000), diolah peneliti, 2026

G. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri atas empat bab. Bab I menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, tinjauan pustaka, kerangka konseptual, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan. Bab II menjelaskan metodologi pendekatan kualitatif deskriptif, wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, penentuan informan, panduan penggalian data, serta analisis data beserta deskripsi objek dan subjek penelitian. Bab III menyajikan temuan lapangan dan pembahasannya menurut tiga dimensi modal sosial Putnam beserta peran P3K. Bab IV memuat kesimpulan dan saran.