



Modal Sosial dan Jejaring Usaha dalam Penguanan UMKM: Studi pada Pelaku Usaha di Kawasan *Car Free Day* Kota Makassar

¹Mariani Loise*, ²Wahira

^{1,2} Universitas Negeri Makassar

Emai: marijaniloise@student.unm.ac.id¹, wahira@unm.ac.id²

*Corresponding author: marijaniloise@student.unm.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) menganalisis bentuk modal sosial yang berkembang di antara pelaku UMKM yang berjualan di kawasan *Car Free Day* (CFD) Kota Makassar, 2) mengidentifikasi peran jejaring usaha dalam memperkuat keberlangsungan UMKM, serta 3) memahami strategi para pelaku usaha dalam menghadapi tantangan melalui pemanfaatan modal sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM yang berjualan secara rutin di CFD, observasi aktivitas perdagangan di lokasi, dan dokumentasi pendukung seperti materi promosi dan catatan lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial dalam bentuk kepercayaan, norma kebersamaan, dan jaringan informal menjadi kekuatan utama yang menopang aktivitas usaha di CFD. Jejaring usaha yang terbangun melalui hubungan antar pedagang, komunitas olahraga, dan pelanggan tetap terbukti berperan dalam memperluas pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan membuka peluang kolaboratif. Penelitian juga menemukan bahwa tantangan seperti persaingan harga, ketidakpastian lokasi, serta keterbatasan modal dapat diminimalkan melalui strategi berbasis modal sosial, termasuk kolaborasi penjualan dan koordinasi komunitas pedagang. Analisis data menegaskan pentingnya penguanan modal sosial sebagai strategi keberlanjutan UMKM urban. Implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya dukungan kebijakan, pelatihan pemasaran digital, dan fasilitasi jejaring bisnis untuk meningkatkan kapasitas UMKM di kawasan CFD Makassar.

Kata Kunci: Modal Sosial, Jejaring Usaha, UMKM, Car Free Day, Pemberdayaan Ekonomi Urban

ABSTRACT

The objectives of this study are: 1) to analyze the forms of social capital that develop among MSMEs selling in the Car Free Day (CFD) area in Makassar City, 2) to identify the role of business networks in strengthening MSME sustainability, and 3) to understand business actors' strategies in facing challenges through the utilization of social capital. This study uses a qualitative approach with a case study design. Data collection was conducted through in-depth interviews with MSMEs that regularly sell at CFDs, observations of trading activities at the location, and supporting documentation such as promotional materials and field notes. The results show that social capital in the form of trust, norms of togetherness, and informal networks are the main forces supporting business activities at CFDs. Business networks built through relationships between traders, sports communities, and regular customers have been proven to play a role in expanding markets, increasing product visibility, and opening up opportunities for collaboration. This study also found that challenges such as price competition, location uncertainty, and limited capital can be minimized through social capital-based strategies, including sales collaboration and trader community coordination. Data analysis emphasizes the importance of strengthening social capital as a sustainability strategy for urban MSMEs. The implications of this study indicate the need for policy support, digital marketing training, and business networking facilitation to increase the capacity of UMKM in the Makassar CFD area.

Keywords: Social Capital, Business Networks, Small Traders, Car-Free Day, Urban Economic Empowerment

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM berkontribusi 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Di kota-kota besar seperti Makassar, UMKM tidak hanya menjadi sumber penghidupan, tetapi juga menjadi arena dinamika sosial dan ekonomi urban. Salah satu ruang ekonomi yang semakin hidup adalah kawasan *Car Free Day* (CFD) di Jalan

Boulevard Makassar, yang setiap pekan dihadiri ribuan warga untuk berolahraga dan berbelanja (Fitrawan & Sari, 2021).

Pelaku UMKM yang berjualan di kawasan CFD memanfaatkan keramaian ini untuk menjual makanan, minuman, pakaian, kerajinan, hingga produk kreatif. Namun, mereka menghadapi tantangan yang berbeda dibandingkan UMKM di pasar tradisional atau pusat perbelanjaan, seperti persaingan ketat, keterbatasan modal, ketidakpastian lokasi, dan fluktuasi pengunjung. Kondisi ini menjadikan modal sosial dan jejaring usaha sebagai faktor penting yang dapat memperkuat keberlanjutan usaha mereka. Modal sosial, berupa kepercayaan (*trust*), norma, serta hubungan antar pelaku usaha, diyakini dapat menjadi modal non-material yang menentukan keberhasilan UMKM (Ancok, 2003).

Konsep modal sosial menurut Coleman dan Putnam menekankan bahwa hubungan sosial, jaringan kepercayaan, dan norma saling mendukung dapat meningkatkan efektivitas tindakan kolektif. Dalam konteks UMKM, modal sosial tidak hanya menciptakan kerja sama, tetapi juga memperluas akses informasi, memungkinkan kolaborasi, serta membuka peluang pasar baru (Kimbal, 2015). Pelaku UMKM yang memiliki jaringan kuat cenderung lebih mudah mendapatkan bahan baku, berbagi informasi peluang usaha, hingga memperoleh dukungan emosional dan finansial.

Penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya modal sosial dalam penguatan UMKM. Misalnya, penelitian Rizal & Sahri (2024) menemukan bahwa jejaring sosial berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM makanan di Yogyakarta melalui akses pasar dan inovasi produk. Penelitian Kartika & Veronica & Fauziah (2024) juga menunjukkan bahwa UMKM dengan jaringan usaha yang kuat mampu bertahan di tengah pandemi COVID-19 melalui kolaborasi dan berbagi sumber daya. Namun, banyak penelitian tersebut fokus pada UMKM berbasis komunitas formal, bukan pada pedagang sektor informal seperti pelaku usaha di kawasan CFD.

Khusus di Makassar, beberapa studi mencatat bahwa kekuatan modal sosial masyarakat urban masih menjadi motor penggerak aktivitas ekonomi informal. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pelaku UMKM di kawasan *Car Free Day* masih sangat terbatas. Padahal, karakteristik UMKM di kawasan ini unik: tidak memiliki tempat usaha tetap, mengandalkan interaksi sosial langsung, serta bergantung pada jaringan pertemanan dan komunitas untuk mempertahankan usaha. Keterbatasan kajian ini menandakan adanya celah penelitian yang penting untuk diisi.

Di lapangan, pelaku UMKM CFD sering menghadapi berbagai persoalan seperti perebutan lokasi, persaingan harga yang tidak sehat, kurangnya akses pelatihan kewirausahaan, serta minimnya dukungan pemerintah. Tanpa modal sosial dan jejaring usaha yang kuat, mereka rentan mengalami stagnasi atau bahkan gulung tikar. Beberapa pedagang mengandalkan komunitas sesama pelaku CFD untuk saling menjaga keamanan, berbagi informasi jadwal, memperluas pelanggan, atau mengadakan kolaborasi pemasaran. Hal ini mengindikasikan bahwa modal sosial berperan signifikan, tetapi belum diteliti secara sistematis.

Selain itu, jejaring usaha memiliki kontribusi besar dalam membuka akses terhadap peluang bisnis baru. Pelaku UMKM CFD sering bekerja sama dengan komunitas olahraga, komunitas sepeda, maupun event organizer untuk meningkatkan penjualan. Namun, belum ada penelitian yang menggambarkan secara mendalam bagaimana jejaring tersebut terbentuk, dimanfaatkan, dan berkontribusi pada penguatan UMKM. Padahal pemahaman ini penting sebagai dasar perumusan strategi pemberdayaan UMKM urban yang lebih efektif.

Berdasarkan berbagai kondisi dan celah penelitian di atas, penelitian berjudul "Modal Sosial dan Jejaring Usaha dalam Penguatan UMKM: Studi pada Pelaku Usaha di Kawasan *Car Free Day* Kota Makassar" penting dilakukan untuk menggali secara lebih komprehensif bagaimana modal sosial dan jejaring usaha bekerja dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM urban. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan teori modal sosial dalam konteks UMKM informal, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah, komunitas, dan pelaku usaha dalam memperkuat ekosistem UMKM di Makassar.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan praktik sosial pelaku UMKM yang berjualan di kawasan *Car Free Day* (CFD) Kota Makassar. Fokus penelitian bukan hanya pada data kuantitatif mengenai kegiatan usaha, tetapi pada makna sosial, hubungan antar pelaku, bentuk modal sosial, serta dinamika jejaring usaha yang memengaruhi keberlanjutan UMKM. Studi kasus dipilih untuk memahami konteks spesifik pelaku UMKM CFD sebagai unit sosial yang unik dalam sistem ekonomi urban.

Subjek penelitian adalah para pelaku UMKM yang berjualan secara rutin di kawasan CFD Jalan Boulevard Makassar. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria: sudah berjualan di CFD minimal enam bulan, aktif berinteraksi dengan pedagang lain, serta memiliki pengalaman dalam membangun dan memanfaatkan jejaring usaha. Jumlah informan ditentukan secara fleksibel sampai mencapai saturasi data, yaitu ketika informasi yang diperoleh dianggap cukup dan tidak ada data baru yang signifikan muncul. Informan tambahan seperti pengunjung CFD, pengelola CFD, atau anggota komunitas olahraga dipilih sebagai informan pendukung.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman pelaku UMKM dalam membangun modal sosial, bentuk kolaborasi usaha, serta dinamika interaksi sosial yang terjadi di CFD. Observasi dilakukan langsung di lokasi CFD pada hari pelaksanaan kegiatan untuk mencatat pola aktivitas, hubungan antar pedagang, dan praktik jejaring usaha yang berlangsung secara natural. Dokumentasi berupa foto kegiatan, brosur usaha, struktur komunitas, dan catatan lapangan digunakan untuk memperkuat data.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara ditranskripsi, kemudian dikodekan untuk menemukan tema-tema utama terkait modal sosial, jejaring usaha, dan penguatan UMKM. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi, serta melakukan member check kepada informan untuk memastikan keakuratan temuan. Seluruh proses penelitian dilakukan secara beretika dengan menjaga kerahasiaan identitas informan dan memperoleh persetujuan mereka sebelum pengumpulan data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Bentuk-Bentuk Modal Sosial Pelaku UMKM di Kawasan *Car Free Day* Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial menjadi faktor dominan yang mempengaruhi keberlanjutan usaha para pelaku UMKM di kawasan *Car Free Day* (CFD) Kota Makassar. Para informan menilai bahwa kehadiran relasi sosial yang kuat, kepercayaan, serta kebiasaan bekerja sama antar pedagang lebih menentukan keberhasilan usaha mereka dibandingkan modal ekonomi semata. Salah satu informan menyampaikan, "Di sini itu kalau kita saling percaya, semua lebih mudah. Kalau saya telat datang, teman-teman juga jaga lapak saya dulu," ungkap Informan A, seorang pedagang minuman herbal.

Kepercayaan (*trust*) muncul sebagai bentuk modal sosial yang paling penting. Para pedagang memaknai kepercayaan bukan hanya sebagai hubungan interpersonal, tetapi sebagai fondasi dalam menjalankan usaha di ruang publik yang dinamis seperti CFD. Salah satu informan menceritakan, "Kami di sini biasa saling titip barang, kadang tenda saya dipasang dulu sama teman-teman kalau saya terlambat," ungkap Informan B yang berjualan nasi kuning. Praktik ini menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi mekanisme sosial yang membuat koordinasi dan solidaritas dapat berjalan tanpa aturan formal.

Norma kebersamaan juga tampak kuat dalam kehidupan sehari-hari para pedagang. Ada norma tidak tertulis untuk saling membantu, menjaga kebersihan, dan mengatur ruang dagang secara kolektif. Salah satu informan menggambarkan hal ini dengan berkata, "Di CFD itu kita sudah seperti keluarga, kalau ada sampah kita bersihkan sama-sama. Tidak ada yang egois mau ambil tempat sendiri," kata Informan C. Norma ini mencerminkan apa yang disebut Coleman sebagai modal sosial berbasis norma kolektif, yakni aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku anggota komunitas untuk mencapai kepentingan Bersama.

Interaksi sosial yang berlangsung setiap minggu di CFD membentuk komunitas pedagang yang kohesif. Sebagian besar pedagang telah berjualan lebih dari enam bulan, sehingga terbentuk pola komunikasi dan hubungan emosional yang stabil. Dari hasil observasi, tampak jelas bahwa pedagang sering berkumpul sebelum dan sesudah kegiatan CFD untuk saling berbagi cerita, mendiskusikan lokasi berjualan, serta merencanakan kolaborasi kecil seperti paket jualan bersama. Pola hubungan ini menggambarkan modal sosial bonding, yakni keterikatan kuat dalam kelompok yang homogen.

Modal sosial juga tampak melalui jaringan informal yang memengaruhi aliran informasi antar pedagang. Banyak pedagang memperoleh informasi tentang harga bahan baku, peluang kolaborasi event,

hingga rekomendasi pemasok melalui sesama pedagang CFD. Beberapa informan menyebutkan bahwa pelanggan baru sering datang setelah direkomendasikan pedagang lain. Fenomena ini sesuai dengan pandangan Putnam bahwa jejaring sosial yang kuat dapat meningkatkan akses pada sumber daya dan memperluas peluang ekonomi melalui mekanisme rekomendasi dan kepercayaan sosial (Kimbal, 2013).

Analisis terhadap hasil wawancara menunjukkan bahwa modal sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat bertahan (*survival strategy*), tetapi juga sebagai pendorong inovasi. Misalnya, beberapa pedagang makanan dan minuman bekerja sama membuat diskon paket sarapan untuk komunitas olahraga yang rutin hadir di CFD. Kerja sama ini lahir dari hubungan sosial yang telah stabil, bukan dari kontrak formal. Temuan ini memperkuat teori Granovetter tentang *embeddedness*, yaitu bahwa aktivitas ekonomi tertanam dalam relasi sosial sehingga keberhasilan usaha sangat bergantung pada kualitas jaringan sosial.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, temuan ini sejalan dengan penelitian Suryani (2020) yang menemukan bahwa modal sosial berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui kolaborasi dan rekomendasi antar pelaku usaha. Penelitian Widjaya & Mirayani (2025) juga menunjukkan bahwa UMKM yang aktif membangun jejaring sosial lebih tahan terhadap tekanan pasar. Namun, penelitian ini menemukan konteks baru, yaitu karakteristik pedagang CFD yang tidak memiliki lapak tetap, sehingga ketergantungan pada modal sosial jauh lebih dominan dibanding UMKM di pasar formal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa modal sosial berbentuk kepercayaan, norma kebersamaan, dan jaringan informal merupakan fondasi utama yang menopang keberlanjutan UMKM di kawasan CFD Makassar. Modal sosial tersebut memungkinkan terjadinya koordinasi tanpa aturan formal, menciptakan rasa aman, memperluas peluang pasar, dan membuka akses penting terhadap sumber daya. Dengan demikian, modal sosial tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme sosial, tetapi juga sebagai modal ekonomi non-material yang dapat memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem ekonomi urban.

3.2. Peran Jejaring Usaha dalam Penguatan UMKM CFD

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring usaha memainkan peran penting dalam memperkuat posisi UMKM di kawasan *Car Free Day* (CFD) Makassar. Jejaring ini terbentuk secara alami melalui interaksi rutin antar pedagang, komunitas olahraga, pelanggan tetap, serta komunitas hobi yang sering hadir setiap minggu. Jejaring tersebut bukan hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial dan emosional. Salah satu informan menyatakan, "Kalau bukan karena jaringan di CFD, mungkin usaha saya tidak berkembang seperti sekarang. Banyak pelanggan yang datang dari rekomendasi komunitas lari," ungkap Informan D yang berjualan minuman isotonic.

Jejaring usaha memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM, terutama dalam hal memperluas pasar. Para pedagang mendapatkan dukungan promosi dari sesama pedagang serta anggota komunitas olahraga yang sudah mengenal produk mereka. Dalam wawancara, Informan E berkata, "Komunitas sepeda sering beli roti saya, lalu mereka posting di Instagram. Dari situ banyak orang baru datang cari lapak saya.". Hal ini menunjukkan bahwa jejaring bukan hanya sarana distribusi informasi, tetapi juga media pemasaran yang efektif di ruang publik seperti CFD.

Selain memperluas pasar, jejaring usaha juga membantu meningkatkan eksposur dan reputasi produk. Interaksi dengan komunitas olahraga, seperti komunitas lari pagi dan senam, membuat pedagang mendapatkan segmen pasar yang jelas dan stabil. Banyak komunitas yang menjadikan CFD sebagai ruang berkumpul, dan pedagang memanfaatkan momentum tersebut untuk membangun hubungan jangka panjang. Pengakuan Informan F menguatkan temuan ini, ia mengatakan, "Saya kalau ada event lari, pasti ikut jualan karena sudah dikenal. Mereka pesan duluan lewat WA.". Jejaring ini memperluas peluang pedagang mengikuti berbagai event komunitas di luar CFD.

Jejaring usaha juga menjadi sarana kolaborasi antar pedagang dalam mengatur strategi penjualan. Beberapa pedagang makanan dan minuman bekerja sama membuat promo paket untuk komunitas tertentu, seperti paket sarapan sehat atau diskon khusus bagi anggota komunitas senam. Praktik kerja sama ini bukan tiba-tiba terjadi, tetapi hasil dari hubungan sosial yang telah dibangun lama di CFD. Fenomena ini mendukung gagasan Granovetter bahwa aktivitas ekonomi tertanam (*embedded*) dalam hubungan sosial, sehingga keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi kualitas mereka.

Jejaring usaha juga mempermudah akses pelaku UMKM terhadap informasi yang relevan, seperti informasi event besar, perubahan jadwal CFD, peluang kerjasama sponsorship, hingga informasi harga bahan baku. Misalnya, beberapa pedagang mengaku bahwa mereka sering mendapatkan informasi mengenai acara komunitas yang berpotensi mendatangkan banyak pengunjung dari group WhatsApp yang mereka ikuti. Jejaring informasi ini membuat UMKM lebih adaptif terhadap perubahan dan lebih siap memanfaatkan peluang baru.

Selain memberikan manfaat ekonomi, jejaring usaha memiliki peran emosional yang cukup signifikan. Jejaring yang kuat menciptakan rasa percaya diri dan rasa memiliki komunitas bagi pedagang. Banyak informan mengaku merasa lebih bersemangat karena mendapat dukungan moral dari sesama pedagang dan pelanggan setia. Hal ini sesuai dengan teori Putnam yang menyebutkan bahwa jejaring sosial dapat memperkuat solidaritas, meningkatkan rasa saling percaya, dan menciptakan kondisi sosial yang mendukung produktivitas ekonomi (Fathy, 2019). Jejaring yang hangat membuat pedagang merasa tidak bekerja sendirian (Wulandari et al., 2022).

Penelitian terdahulu juga mengonfirmasi bahwa jejaring usaha merupakan faktor utama keberlanjutan UMKM. Penelitian Ferine et al (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang aktif membangun jejaring bisnis jauh lebih tangguh menghadapi ketidakpastian pasar, terutama di masa pascapandemi. Demikian pula penelitian Azeem (2018) menemukan bahwa jejaring komunitas dapat meningkatkan visibilitas UMKM dan memperluas akses pasar melalui kolaborasi promosi. Temuan penelitian ini memperkuat hasil studi tersebut, namun konteks CFD menawarkan dinamika yang unik karena jejaring terbentuk secara informal di ruang publik terbuka.

Secara keseluruhan, jejaring usaha berperan sebagai penguatan utama dalam ekosistem UMKM CFD Makassar, bukan hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi, dukungan emosional, dan peluang kolaborasi ekonomi. Jejaring yang terbangun secara organik antar pedagang dan komunitas olahraga menciptakan ekosistem ekonomi mikro yang dinamis dan saling menguntungkan. Dengan demikian, jejaring usaha tidak hanya memperkuat posisi UMKM, tetapi juga menjadi pondasi penting bagi keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang.

3.3. Tantangan Penguatan UMKM dan Strategi Pengembangan Berbasis Modal Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun modal sosial dan jejaring usaha menjadi kekuatan penting bagi pelaku UMKM di kawasan *Car Free Day* (CFD) Makassar, mereka tetap menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks. Tantangan tersebut muncul dari faktor internal dan eksternal. Beberapa informan mengaku bahwa persaingan harga di CFD sangat ketat, terutama karena banyak pedagang menjual produk yang serupa. "Kita jual produk hampir sama, jadi kadang mau tidak mau harus turunkan harga supaya laku," ujar Informan G. Kondisi ini membuat keuntungan pedagang menjadi tidak stabil dari minggu ke minggu.

Selain persaingan harga, UMKM CFD menghadapi kendala lokasi yang tidak pasti. Lokasi berjualan sering berubah mengikuti keramaian dan aturan pengelola CFD, sehingga pedagang sulit membangun identitas lokasi yang tetap. Informan H menyampaikan, "Kadang kita sudah biasa jual di sebelah lapangan, tapi minggu berikutnya dipindahkan karena ada event. Jadi pelanggan juga bingung cari kita.". Hal ini menunjukkan bahwa UMKM CFD beroperasi dalam situasi yang tidak stabil, sehingga membutuhkan strategi adaptasi yang kuat.

Tantangan lain yang sangat memengaruhi keberlangsungan usaha adalah faktor cuaca. Karena CFD dilakukan di ruang terbuka, hujan atau angin kencang dapat langsung menurunkan jumlah pengunjung dan mengganggu operasional pedagang. Beberapa pedagang juga mengalami kerusakan peralatan, seperti tenda dan banner, ketika cuaca tiba-tiba berubah. Situasi ini menambah biaya operasional dan mengurangi potensi keuntungan. Selain itu, keterbatasan modal usaha membuat pedagang sulit mengganti peralatan yang rusak.

Dari sisi pemasaran, banyak pedagang masih mengandalkan strategi tradisional. Mereka bergantung pada penjualan langsung dan belum memaksimalkan media digital. Sebagian besar pedagang mengaku tidak memiliki keterampilan membuat konten atau mempromosikan produk secara konsisten di media sosial. Hal ini kontras dengan pola konsumsi masyarakat urban yang cenderung mencari informasi

produk melalui platform digital. "Saya sebenarnya mau buat Instagram khusus jualan, tapi tidak tahu cara atur kontennya," ungkap Informan I.

Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa modal sosial justru membantu pedagang mengatasi sebagian besar tantangan tersebut. Pedagang mulai membentuk komunitas internal berupa grup WhatsApp khusus pedagang CFD. Melalui grup ini mereka saling berbagi informasi tentang lokasi yang aman, perubahan jadwal CFD, dan peluang event. Mereka juga mengorganisir pembelian bahan baku secara kolektif agar mendapatkan harga lebih murah. Strategi ini menunjukkan bagaimana modal sosial dapat berfungsi sebagai mekanisme manajemen risiko dalam situasi informal.

Kolaborasi antar pedagang juga menjadi strategi efektif untuk memperkuat usaha mereka. Beberapa pedagang makanan berkolaborasi membuat paket sarapan sehat untuk komunitas olahraga yang datang pagi-pagi. Pedagang minuman berkolaborasi dengan pedagang makanan untuk membuat diskon bundling. Model kerja sama seperti ini memperkuat daya tarik produk dan meningkatkan peluang penjualan. Bentuk kolaborasi ini mencerminkan modal sosial bonding, yaitu solidaritas dalam kelompok yang homogen dan memiliki kepentingan bersama.

Sementara itu, hubungan pedagang dengan komunitas olahraga, komunitas sepeda, serta pengunjung rutin mencerminkan modal sosial bridging, yaitu hubungan yang menghubungkan mereka dengan kelompok lain yang lebih luas. Hubungan ini sangat membantu memperluas pasar, meningkatkan eksposur produk, dan membuka peluang undangan ke event komunitas. Analisis ini sesuai dengan teori Putnam yang menyatakan bahwa modal sosial bridging mampu meningkatkan akses ke sumber daya dan peluang ekonomi yang lebih besar (Lukiastuti & Rosani, 2022). Penelitian Zahra et al (2020) juga mendukung temuan ini, bahwa UMKM yang menjalin hubungan dengan komunitas lebih cepat berkembang.

Temuan penelitian ini memberikan peluang bagi pemerintah daerah dan pengelola CFD untuk membuat program pemberdayaan berbasis komunitas, seperti pelatihan pemasaran digital, manajemen keuangan sederhana, serta penguatan jejaring bisnis. Jika modal sosial yang sudah ada dikelola secara sistematis, UMKM CFD dapat berkembang lebih stabil dan berkelanjutan. Dengan demikian, meskipun berbagai tantangan masih dihadapi, modal sosial terbukti menjadi fondasi strategis untuk mengatasi hambatan dan memperkuat pengembangan UMKM urban di Kota Makassar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial memainkan peran sangat penting dalam keberlangsungan usaha pelaku UMKM di kawasan *Car Free Day* (CFD) Kota Makassar. Bentuk modal sosial yang paling dominan adalah kepercayaan antar pedagang, norma tolong-menolong, serta hubungan sosial yang terbangun melalui interaksi mingguan. Modal sosial ini bukan sekadar relasi interpersonal, tetapi menjadi fondasi yang mempermudah koordinasi usaha, mendukung stabilitas operasional, dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif.

Jejaring usaha yang terbentuk secara organik di CFD berkontribusi besar terhadap perluasan pasar dan penguatan identitas usaha. Hubungan pedagang dengan komunitas olahraga, komunitas hobi, serta pelanggan tetap memungkinkan terciptanya kolaborasi pemasaran, rekomendasi produk, dan peningkatan eksposur usaha. Jejaring sosial ini tidak hanya memperkuat aspek ekonomi, tetapi juga menghadirkan dukungan emosional dan rasa kebersamaan yang memberikan motivasi bagi pelaku UMKM untuk terus bertahan dan berkembang.

Namun, pelaku UMKM tetap menghadapi sejumlah tantangan, terutama persaingan harga, perubahan lokasi penjualan, regulasi yang belum stabil, cuaca yang tidak menentu, serta keterbatasan modal usaha. Tantangan ini menunjukkan bahwa UMKM CFD berada dalam situasi ekonomi yang rentan. Minimnya penggunaan media digital juga menjadi kendala dalam memperluas pemasaran, sehingga beberapa pedagang kesulitan bersaing di tengah pola konsumsi masyarakat urban yang kini lebih digital-oriented.

Meskipun demikian, modal sosial terbukti menjadi strategi yang efektif untuk mengatasi berbagai kendala tersebut. Melalui pembentukan komunitas pedagang CFD, koordinasi informasi, kolaborasi

pembelian bahan baku, dan kerja sama paket penjualan, para pedagang mampu menciptakan sistem pendukung yang kuat. Modal sosial bonding memperkuat hubungan internal antar pedagang, sementara modal sosial bridging memperluas akses terhadap komunitas olahraga dan pengunjung yang lebih luas. Kedua bentuk modal sosial ini bersama-sama memperkuat daya tahan UMKM CFD.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa modal sosial dan jejaring usaha merupakan kekuatan utama yang menopang keberlanjutan pelaku UMKM di kawasan CFD Makassar. Penguatan modal sosial ini perlu mendapat dukungan dari kebijakan pemerintah dan pengelola CFD, misalnya melalui pelatihan pemasaran digital, manajemen usaha, dan fasilitasi jejaring bisnis. Pendekatan berbasis komunitas yang memanfaatkan modal sosial yang sudah ada berpotensi menjadi strategi pemberdayaan UMKM urban yang lebih efektif, inklusif, dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Ancok, D. (2003). Modal sosial dan kualitas masyarakat. *Psikologika: jurnal pemikiran dan penelitian psikologi*, 8(15), 4-14. <https://doi.org/10.22146/jps.v6i1.47463>
- Azeem, M. R. (2018). Strategi Humas Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 115-130. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2562>
- Fathy, R. (2019). Modal sosial: Konsep, inklusivitas dan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1-17. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol8.iss15.art1>
- Ferine, K. F., Zaki, A., Cahyaningrum, A. O., Papilaya, F., & Fkun, E. (2023). Peningkatan daya saing UMKM melalui social capital. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 135-149.
- Fitrawan, D. D., & Sari, M. M. K. (2021). Penguatan modal sosial UMKM Batik Jetis Sidoarjo dalam mempertahankan usaha di era pandemi Covid-19. *Journal Of Civics And Moral Studies*, 6(2), 32-46. <https://doi.org/10.26740/jcms.v6n2.p32-46>
- Lukiastuti, F., & Rosani, N. R. (2022). Pengaruh Pengelolaan Risiko Dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Yang Dimoderasi Oleh Kapabilitas Jejaring. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(2), 199-220. <https://doi.org/10.35829/econbank.v4i2.246>
- Rizal, M. H. S., & Sahri, M. Z. (2024). Peran Car Free Day sebagai Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Mojokerto. *Nuris Journal of Education and Islamic Studies*, 4(1), 63-70. <https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/snrtb/article/view/3672>
- Veronica, F. D., & Fauziah, M. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Program UMKM Kreatif Berbasis Komunitas di Kecamatan Cipayung Kota Depok. *Prosiding Seri Praktikum Ilmu-Ilmu Sosial-Politik*, 2(1), 224-238. <https://fisip.uinsgd.ac.id/conferences/index.php/pspisip/article/view/400>
- Widjaya, I. G. N. O., Mirayani, N. K. S., Putra, I. P. A. A., & Wijana, P. A. (2025). Peran Event Senja Di Denpasar Dalam Pemberdayaan UMKM Penyandang Disabilitas Kota Denpasar. *Journal Of Responsible Tourism*, 5(1), 559-570. <https://doi.org/10.47492/jrt.v5i1.3906>
- Wulandari, R., Yuningsih, L., & Antari, N. N. W. (2022). Penguatan Modal Sosial Pengrajin Endek Desa Paksebali Menuju UMKM Berdaya Saing. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 1(2), 80-85. <https://doi.org/10.36448/jpu.v1i2.16>
- Zahara, V. M., Sanusi, F., & Suci, S. C. (2020). Pengembangan Jejaring Bisnis Berbasis Produk Lokal Kota Cilegon. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(2), 168-177. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i2.12385>