

SKRIPSI

**MODAL SOSIAL DALAM USAHA SAYUR *ONLINE*
PADA “PASAR *ONLINE* JAKABARING”
DI MASA PANDEMI COVID-19**



**Dwi Ratna Kusumawati
0702128177086**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SKRIPSI

MODAL SOSIAL DALAM USAHA SAYUR *ONLINE* PADA “PASAR *ONLINE* JAKABARING” DI MASA PANDEMI COVID-19

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dwi Ratna Kusumawati
0702128177086

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**MODAL SOSIAL DALAM USAHA SAYUR *ONLINE* PADA
"PASAR *ONLINE* JAKABARING" DI MASA PANDEMI COVID-19**

**Skripsi
Oleh :**

Dwi Ratna Kusumawati

07021281722086

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 22 September 2022**

Pembimbing :

1. Dra. Dyah Hapsari ENH. M.Si
NIP.19601002 199203 2 001

2. Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si
NIP.19591024 198503 2 002

Penguji :

1. Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

2. Gita Isyanawulan S.Sos. MA
NIP. 198611272015042003

Tanda Tangan

Tanda Tangan

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Sosiologi

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP.198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, TEKNOLOGI DAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Indralaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISIONLITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Ratna Kusumawati

NIM : 07021281722086

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya yang berjudul "Modal Sosial Dalam Usaha Sayur Online Pasar Online Jakabaring" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 02 September 2022

Yang buat pernyataan,

Dwi Ratna Kusumawati
NIM. 07021281722086

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“LIVE JUST LIKE WE ARE GOLDEN”

(BTS : Permission To Dance)

“Tuhan Akan Menjatuhkan Mu Sejatuh-Jatuhnya

Agar Kamu Kuat Tanpa Tanding.”

(Penulis)

Persembahan

- ❖ Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang
- ❖ Kedua orang tuaku (Usman S.Pd dan Nunuk Indarti S.Pd)
- ❖ Diriku yang telah menyelesaikan penelitian ini
- ❖ Saudari permpuanku (Tutik Fitri Wijayanti M.Pd)
- ❖ Almamater kebanggaan ku

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat, pertolongan, rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Modal Sosial Dalam Usaha Sayur Online Pada “Pasar Online Jakabaring”* Di Masa Pandemi Covid-19. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat mencapai strata satu (S1) Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini masih banyak kekurangan yang dilakukan penulis sehingga mohon sekiranya untuk memberikan kritik dan saran guna menjadikan skripsi ini lebih baik. Saya juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan kali ini penulis ingin memberikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang banyak memberikan nikmat, baik itu kesehatan, waktu, rezeki, dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga yang selalu aku cintai khususnya kedua orang tua ku Bapak Usman S.Pd dan Ibu Nunuk Indarti S.Pd yang selalu memberikan cinta, kasih, sayang dan tentunya selalu memberikan semangat dan mendoakan ku. Saudara yang aku sayangi Tutik Fitri Wijayanti M.Pd. Tidak lupa Nenek yang aku sayangi Sari Nem yang selalu memberikan Doa.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta jajaran.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran.
5. Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Gita Isayanawulan S.Sos., M.A Selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

7. Dra. Dyah Hapsari Eko N, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta dukungannya dalam proses penyusunan skripsi.
8. Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta dukungannya dalam proses penyusunan skripsi.
9. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu dan pengetahuan serta pengalaman baru kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Staff karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang sudah banyak membantu dalam segala proses kelengkapan selama masa perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi.
11. Keluarga SAMAWA (Nikmah Hayati, Fahrur Ruzi, Resti Indah Putri, Maya Marsela, dan Robi Yanto) sebagai keluarga kedua saat penulis menjalani proses perkuliahan dari mahasiswa baru hingga saat ini. Banyak doa, semangat dan saling menasehati yang terus tercurahkan.
12. Sahabat baik ku Moh. Ali Agustyan, dan M. Alvarizi, yang selalu ada hingga saat ini baik dalam keadaan senang maupun susah, yang tentunya selalu memberikan semangat dan doa selama menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya.
13. Semua teman-teman seperjuangan Sosiologi angkatan 2017 yang sudah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa kuliah.

Indralaya, September 2022
Penulis

Dwi Ratna Kusumawati
07021281722086

ABSTRAK

Di masa pandemi Covid-19 gelombang pertama, masyarakat Kota Palembang memanfaatkan belanja *online* sebagai upaya untuk tetap mematuhi protokol kesehatan sesuai dengan kebijakan PSBB dari pemerintah Sumatera Selatan. Adanya PSBB tercipta transformasi pembelian sayur, yang dulu secara tatap muka kini beralih secara *online*. Ada 20 sayur *online* di Kota Palembang yang berdiri di masa pandemi Covid-19 kemudian peneliti memilih objek penelitian yaitu Pasar *Online* Jakabaring yang berlokasi di Kelurahan Kemang Agung, Kecamatan Kertapati, Kota Palembang. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena usaha sayur *online* berdiri di masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan teori modal sosial. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Pasar *Online* Jakabaring memiliki tiga jaringan sosial yang digunakan untuk membangun usaha sayur *online* yaitu, 1). Jaringan berbasis keluarga, 2). Jaringan berbasis pertemanan. 3). Jaringan berbasis kepentingan. Adapun hasil penelitian yang lain yaitu kepercayaan dari pemilik Pasar *online* Jakabaring, konsumen, pegawai, dan distributor. Uniknya konsumen melihat unsur kepercayaan terlebih dahulu baru membentuk jaringan.

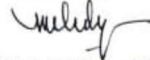
Kata Kunci: Covid-19, Pasar, *Online*, Jakabaring, Sayur, Pandemi

Pembimbing I



Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si
Nip. 196010021992032001

Pembimbing II



Dra. Hj Eva Lidya, M.Si
Nip. 195910241985032002

Indralaya, September 2022
Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya




Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
Nip. 198002112003122003

ABSTRACT

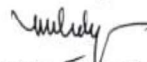
During the first wave of the Covid-19 pandemic, the people of Palembang City used online shopping as an effort to continue to comply with health protocols in accordance with the PSBB policy from the South Sumatra government. The existence of PSBB has created a transformation of vegetable purchases, which used to be face-to-face, now switch online. There were 20 online vegetables in Palembang City that were established during the Covid-19 pandemic, then the researchers chose the object of research, namely the Jakabaring Online Market, located in Kemang Agung Village, Kertapati District, Palembang City. Researchers are interested in doing this research because the online vegetable business was established during the Covid-19 pandemic using social capital theory. This research method uses descriptive qualitative method. This study uses data collection in the form of observation, interviews and documentation. Based on the results of the research that the Jakabaring Online Market has three social networks that are used to build an online vegetable business, namely, 1). Family based network, 2). Friends-based network. 3). Interest based network. The results of other research are the trust of Jakabaring online market owners, consumers, employees, and distributors. Uniquely, consumers see the element of trust first before forming a network.

Keywords: Covid-19, Market, Online, Jakabaring, Vegetables, Pandemic

Pembimbing I


Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si
Nip. 196010021992032001

Pembimbing II



Dra. Hj Eva Lidya, M.Si
Nip. 195910241985032002

Indralaya, September 2022
Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
Nip. 198002112003122003

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	iError! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	vError! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	xivi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat teoritis	9
1.4.2 Manfaat praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
2.2.1 Pengertian Modal Sosial	19
2.2.3 Unsur-Unsur Modal Sosial	21
2.2.3.1 Partisipasi Dalam Suatu Jaringan.....	21
2.2.3.2 Hubungan Timbal-Balik (<i>Resiprocity</i>)	22
2.2.3.3 Kepercayaan (<i>Trus</i>).....	22
2.2.3.4 Norma Sosial.....	23
2.3 Transformasi Belanja Sayur Saat Pandemi Covid-19.....	23
2.4 Pendekatan Teori.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1	Desain Penelitian.....	27
3.2	Lokasi Penelitian.....	27
3.3	Strategi Penelitian.....	28
3.4	Fokus Penelitian.....	28
3.5	Sumber Data.....	29
3.6	Penentuan Informan.....	30
3.7	Peranan Penelitian.....	31
3.8	Unit Analisis Data.....	32
3.9	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1	Observasi.....	32
3.4.2	Wawancara.....	32
3.4.3	Dokumentasi.....	34
3.10	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	34
3.11	Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN		38
4.1	Gambaran Umum Kecamatan Kertapati.....	38
4.1.1	Kondisi Geografis.....	38
4.2	Gambaran Umum Kelurahan Kemang Agung.....	38
4.2.1	Kondisi Geografis dan Luas Wilayah.....	38
4.2.2	Jumlah Penduduk.....	40
4.2.3	Tingkat Pendidikan.....	41
4.2.4	Mata Pencaharian.....	42
4.3	Gambaran Umum Pasar <i>Online</i> Jakabaring.....	42
4.3.1	Profil Pasar <i>Online</i> Jakabaring.....	42
4.3.2	Cara Transaksi Beli di Pasar <i>Online</i> Jakabaring.....	45
4.3.3	Produk yang disediakan Pasar <i>Online</i> Jakabaring.....	46
4.3.4	Paket Hemat Pasar <i>Online</i> Jakabaring.....	47
4.4	Deskripsi Informan Penelitian.....	48
4.4.1	Gambaran Umum Informan Kunci.....	49
4.3.2	Gambaran Umum Informan Pendukung.....	52
BAB V MODAL SOSIAL DALAM USAHA SAYUR <i>ONLINE</i>		54

“PASAR SAYUR <i>ONLINE</i> JAKABARING” DI MASA PANDEMI COVID-19.....	54
5.1 Modal Sosial Dalam Usaha Sayur <i>Online</i> Pasar <i>Online</i> Jakabaring Pada Masa Pandemi Covid-19	55
5.1.1 Jaringan (Network).....	56
5.1.1.1 Jaringan Berbasis Keluarga	56
5.1.1.2 Jaringan Berbasis Pertemanan	61
5.1.1.3 Jaringan Berbasis Kepentingan.....	65
5.1.2. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	69
5.1.2.1 Bentuk Kepercayaan yang Terjalin Pasar <i>Online</i> Jakabaring dan Distributor Sayur.....	69
5.1.3 Pemberi Kepercayaan Terhadap Konsumen Pasar <i>Online</i> Jakabaring	72
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	85
6.1 Kesimpulan.....	85
6.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Sayur <i>Online</i> yang Menggunakan <i>Instagram</i> dan <i>Whatsapp</i>	5
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Tabel Fokus Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 4. 1 Luas Wilayah Kelurahan Kemang Agung	39
Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Kelurahan Kemang Agung Tahun 2021 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Kelurahan Kemang Agung.....	41
Tabel 4. 4 Matapencaharian Kelurahan Kemang Agung.....	42
Tabel 4. 5 Pegawai Pasar <i>Online</i> Jakabaring	44
Tabel 4. 6 Daftar Informan Kunci.....	52
Tabel 4. 7 Daftar Informan Pendukung	55
Tabel 5. 1 Jaringan Berbasis Keluarga.....	60
Tabel 5. 2 Kewajiban dan Ekspektasi	81

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Hasil Media Sosial yang Sering Digunakan Oleh Penipuan <i>Online Shopping</i> :	2
Gambar 1. 2 Akun Instagram “Pasar <i>Online</i> Jakabaring”	6
Gambar 1. 3 Beberapa pesan melalui <i>Whatsapp</i> saat konsumen berbelanja sayur di “Pasar <i>Online</i> Jakabaring”	7
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4. 1 Logo Pasar <i>Online</i> Jakabaring	43
Gambar 4. 2 Cara dan Alur Order Pasar <i>Online</i> Jakabaring.....	45
Gambar 4. 6 Paket Mujair Pasar <i>Online</i> Jakabaring	47
Gambar 4. 7 Paket Gurami Pasar <i>Online</i> Jakabaring.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini berada di fase *fourth industrial revolution* (4IR) atau yang lebih akrab dengan sebutan revolusi industri 4.0, revolusi industri 4.0 ditandai dengan adanya terobosan baru terkait teknologi berupa robotika, kecerdasan buatan, nano teknologi, komputasi kuantum, bioteknologi, internet of things (IoT), pencetakan 3D, dan kendaraan otonom (Savitri: 46). Bedanya revolusi industri 3.0 dengan revolusi industri 4.0 terpusat pada milyaran manusia ke jejaring dunia maya. Adanya revolusi industri 4.0 hampir semua kegiatan manusia dapat dibantu dengan internet contohnya toko *online* atau *online shop*.

Online shop pertama kali di Indonesia sejak diciptakannya *World Wide Web* (www) pada era ini web merambah ke dunia bisnis. Pada tahun 1980-an jual beli melalui internet pertama di Indonesia pada tahun 1996 berawal dari situs eBay berupa situs belanja buku atau yang dikenal dengan www.sanur.com situs toko buku *online*. Loekamto mengartikan jual beli *online* adalah toko yang menawarkan barang atau jasa melalui internet (Sari 2015). Seiring berjalannya waktu jual beli *online* berkembang seperti saat ini

Online shop memiliki nilai positif dan negatif, nilai positif *pertama*, berbelanja secara praktis tanpa harus keluar rumah . *Kedua*, lebih hemat tenaga dan waktu terlebih dengan jarak yang cukup jauh. *Ketiga*, lebih mudah membandingkan harga dari *onlines hop* yang satu ke *onlines hop* yang lainnya. Sedangkan nilai negatifnya *pertama*, pembeli tidak bisa memilih produk yang hendak dibeli berbeda dengan membeli suatu produk di pasar bisa melihat kualitas secara langsung yang hendak dibeli. *Kedua*, adanya penipuan *online* yang berkedok sebagai *online shop* di Indonesia. Pada umumnya penipuan melalui *online shop* berupa penipuan pembayaran maupun penipuan barang. Penipuan pembayaran artinya pembeli sudah membayar suatu produk akan tetapi produk tersebut tidak sampai ke tangan pembeli. Selanjutnya, penipuan barang artinya tidak sesuai antara foto produk dengan aslinya, baik itu material, warna dan ukuran.

Adanya penipuan *online shop* tersebut beberapa masyarakat enggan atau kurang percaya untuk membeli secara *online*. Menurut berita liputan6 bertajuk “*Headline: Marak Penipuan Online Shop di Medsos, Hati-Hati Modusnya Makin Canggih*” (17 januari 2020). Media sosial yang sering digunakan untuk melakukan penipuan belanja *online* antara lain: *Instagram, Whatsapp, Facebook, Telepon, SMS, dan Twitter*. Adapun diagram penipuan online sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Hasil Media Sosial yang Sering Digunakan Oleh Penipuan Online Shopping:



Sumber : Liputan6.com

Pada gambar 1.1 media sosial yang paling banyak untuk melakukan penipuan *online shopping* yaitu *Instagram* dengan 573 laporan penipuan, kemudian disusul oleh *Whatsapp* sebanyak 479 laporan penipuan. Selain media sosial modus penipuan belanja *online* paling banyak dilakukan yaitu menjual barang yang tidak sesuai dengan diskripsi barang maupun tidak sesuai dengan foto produk yang diunggah di media sosial. Berbeda halnya di *marketplace* yang menyediakan fitur-fitur keamanan sehingga penjual *online* tidak bisa melakukan penipuan terhadap pembelinya sebab pihak *marketplace* seperti *Shopee, Tokopedia, Lazada* dll, memiliki kolom penilaian

dari pihak pembeli sebelumnya. Dalam fitur kolom penilaian tersebut banyak pembeli terdahulu yang memberikan deskripsi produk pada fitur kolom penilaian pembeli.

Biasanya pembeli mengatakan yang sebenarnya baik itu bagus, kurang bagus, bahkan buruk terhadap produk tersebut. selain itu *marketplace* memiliki fitur pengecekan ekspedisi pengiriman sehingga pembeli bisa memantau sampai dimana barang yang dipesan, terlebih lagi adanya layanan pelaporan penipuan *online shopping* terhadap pihak *marketplace*. Tentu adanya fitur ini lebih menarik minat pembeli, sehingga pembeli merasa aman tanpa khawatir atas penipuan *online*. Berbeda dengan jualan *online* melalui *Whatsapp* dan *Instagram*, tidak ada kolom penilaian produk pengiriman barang yang dibeli, melalui *Instagram* dan *Whatsapp*.

Meski adanya penipuan *online* yang berkedok *online shop*, akan tetapi *online shop* berkembang pesat saat masa pandemi Covid-19 dibuktikan adanya data dari Badan Pusat Statistik (BPS 2020), pada tahun 2019 seluruh usaha konvensional hanya 15,08% yang menggunakan *online shop* sebelum adanya pandemi Covid-19, sebaliknya pada tahun 2020 terdapat 84,92% usaha konvensional menggunakan *online shop*. Data tersebut diakibatkan pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan karantina wilayah dan membatasi segala aktivitas di luar rumah, untuk meminimalisir penyebaran Covid-19 guna memutus rantai penyebaran virus Covid-19. Tidak luput Gubernur Sumatera Selatan juga mengeluarkan Peraturan Gubernur No. 15 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan Coronavirus *Disease* 2019 Di Sumatera Selatan, salah satu isi pada pasal 3 poin a Pembatasan Kegiatan dan Pergerakan Aktivitas Masyarakat. Waktu itu penerapan PSBB pertama kali terjadi pandemi Covid-19 gelombang pertama dan juga banyak masyarakat tajut untuk melakukan aktivitas di luar rumah.

Meskipun *online shop* memiliki nilai negative, saat masa pandemi Covid-19 gelombang pertama, *online shop* menjadi pilihan untuk melakukan pembelian dengan tetepa berada di rumah mengikuti peraturan protokol kesehatan. Pandemi Covid-19 merupakan keadaan *epidemic* yang melanda mayoritas populasi dunia melewati batas lintas Negara (Portal 2008 dalam Nugroho 2020:12). Pandemi juga dapat diartikan sebagai wabah penyakit menular yang menyerang seluruh belahan dunia dengan jumlah kasus tidak sedikit. Dibuktikan dengan data kasus peningkatan

angka kematian virus Covid-19 khususnya di Kota Palembang pada 4 Agustus 2021 tercatat kasus terkonfirmasi sebanyak 324 kasus setiap hari dengan total angka 26.004, dengan *suspek* bertambah 238 kasus dengan total 47.110 dan data meninggal dunia bertambah 8 orang dengan total keseluruhan yang meninggal 912 orang (Dinas Kesehatan Palembang:2021). Adanya data tersebut masyarakat Kota Palembang menaati peraturan PSBB dengan tetap berada di rumah, mulai dari bekerja di rumah, sekolah daring dan berbelanja di rumah. Adanya masyarakat mengurangi aktivitas di luar rumah tentu berpengaruh terhadap pelemahan ekonomi pada usaha konvensional yang ikut merugi.

Sepinya minat masyarakat berbelanja secara konvensional di masa pandemi Covid-19 dibuktikan adanya data belanja *online* menurut BPS nasional tahun (2020) terjadi peningkatan 42% melakukan aktivitas belanja *online* pada masa pandemi Covid-19 dengan alasan tetap mematuhi protokol kesehatan dan tetap di rumah. Dominasi belanja *online* diduduki kaum wanita selanjutnya masa paling banyak untuk melakukan belanja *online* adalah kaum milenial 54 dari 100 responden selama pandemi Covid-19. Selanjutnya kebutuhan yang paling banyak peminatnya berupa kebutuhan makanan sebanyak 51%, kebutuhan kesehatan 20%, paket internet atau pulsa 14%, makanan siap saji 8% dan listrik 3%.

Di Kota Palembang juga muncul perubahan perilaku belanja sayur di masa pandemi Covid-19. Masyarakat Kota Palembang biasanya belanja sayur secara konvensional contohnya di pasar tradisional, dan pasar modern namun di masa pandemi Covid-19 bisa berbelanja sayur secara *online*. Di Kota Palembang terdapat pedagang sayur *online* dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai tempat pemasaran dan *Whatsapp* untuk melakukan transaksi jual beli. Adapun beberapa pedagang sayur *online* di Kota Palembang memanfaatkan *Instagram* dan *Whatsapp* untuk *online shop* di masa pandemi Covid-19 sebagai berikut:

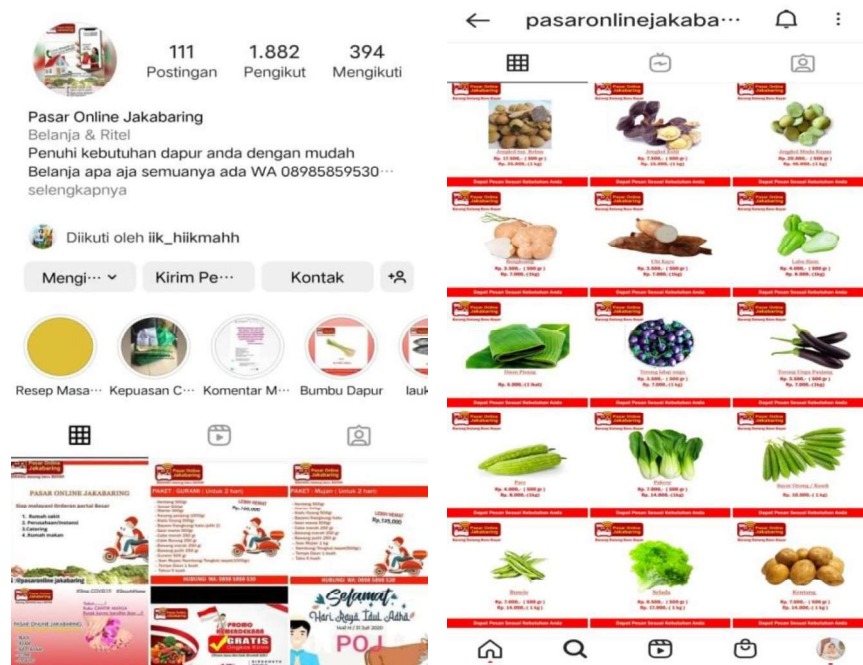
Tabel 1. 1
Daftar Sayur *Online* yang Menggunakan *Instagram* dan *Whatsapp*

No	Nama Toko	Nama Id <i>Instagram</i>	No. <i>Whatsapp</i>	Tahun Berdiri
1	Sayur <i>Kito</i>	@sayurkito_	082289219404	2/09/2020
2	Sayur Racik Palembang	@sayur_racik_plg	085366379897	15/04/2020
3	<i>Cek Sayur Online</i> Palembang	@ceksayurOnline_palembang	085766796774	31/05/2020
4	Pasar <i>Online</i> Jakabaring	@pasarOnlineJakabaring	08985859530	17/05/2020
5	Sayur <i>Cindo</i> Palembang	@sayurcindoplgl	0811734572	02/06/2021
6	Bibik Sayur Palembang	@bibiksayurplgl	081387426450	01/10/2020
7	Kedai <i>Mamak</i>	@kedaimamakplgl	085379531358	23/04/2020
8	Sayur <i>Online</i> Palembang	@sayurOnlinepalembangg	081373972430	29/05/2020
9.	Sayur <i>Kito</i>	@sayurkito_	082289219404	02/09/2020
10	Sayuran <i>Fresh</i>	@sayurmayur.plgl	081991708149	02/06/2020
11	<i>Trading Islamic Quality</i>	@sayurcindoplgl	0811734572	02/06/2021
12	Sayur Racik Palembang	@sayur_racik_plgl	085366379897	15/04/2020
13	Sayur <i>Delivery</i> Palembang	@sayour.me	08877025841	18/10/2020
14	Sayur <i>Online</i> Palembang	@gerobaksayurpalembang	082375061647	01/04/2020
15	Sayur <i>Kopek</i> Palembang	@sayurkopek.plgl	085340888400	12/09/2020
16	Pondok Sayur Palembang	@pondok.sayur	08117311335	25/03/2020
17	<i>Rismart</i> Palembang	@rismart_palembang	081279717858	06/05/2020
18	Atap Sayur Hidroponik	@sayurhidroponikpalembang	085268852033	13/04/2020
19	Sayur, Buah <i>Fresh</i> Palembang	@freshroomplgl	085377528292	18/04/2020
20	Sayur Palembang	@sayurpalembang	089625121583	11/07/2020

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2 Juli 2021)

Berdasarkan daftar sayur *online* di Palembang seperti yang tercantum pada Tabel 1.1 peneliti memilih “Pasar *Online* Jakabaring” sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih “Pasar *Online* Jakabaring” karena Pasar *Online* Jakabaring sedikit berbeda dari sayur *online* di Kota Palembang pada umumnya, Pasar *Online* Jakabaring memberikan hadiah kepada konsumennya berupa *free* paket sayur asem atau sayur sop pada hari Jumat, dan mendapatkan satu gelas cantik setelah pembelian sayur lebih dari Rp 200.000. Selain itu Pasar *Online* Jakabaring memiliki daya unik tersendiri banyak orang yang sering berasumsi bahwa Pasar *Online* Jakabaring merupakan bagian dari Padar Induk Jakabaring. Pasar *Online* Jakabaring bukan milik Pasar Induk Jakabaring atau milik pemerintah Kota Palembang melainkan milik Muhammad Rafli Novreza seorang Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Menurut pengakuan Rafli yang melatarbelakangi terbentuknya “Pasar *Online* Jakabaring”, karena melihat kondisi lumpuhnya akses jual beli di pasar pada masa pandemi Covid-19” adapun gambar akun Instagram Pasar *Online* Jakabaring sebagai berikut:

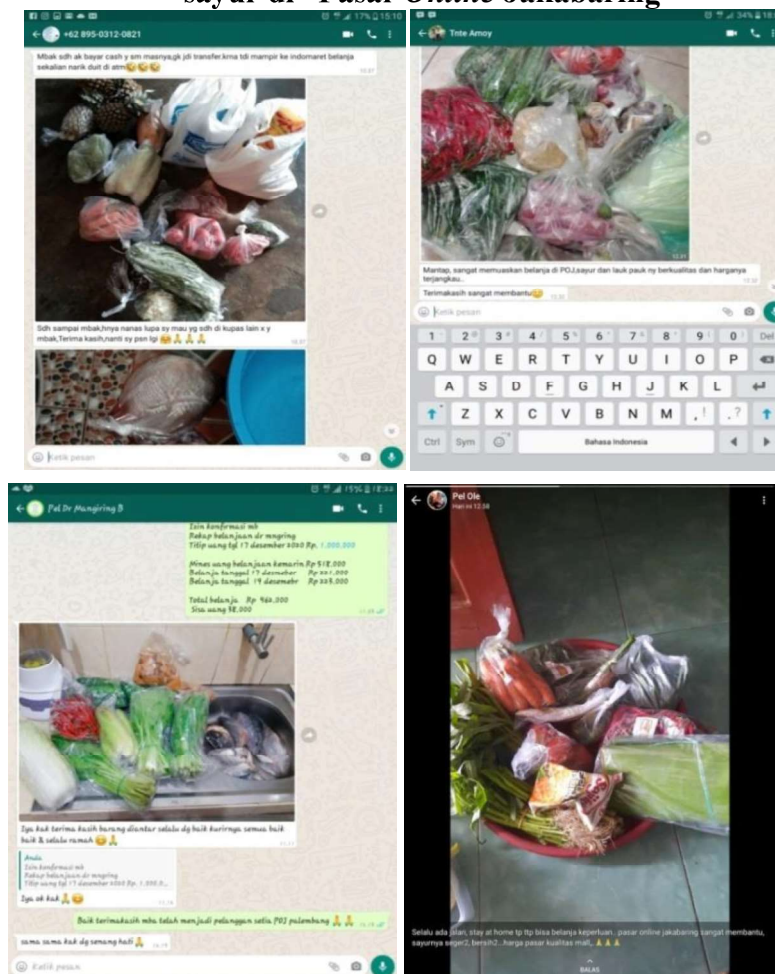
Gambar 1. 2 Akun Instagram “Pasar *Online* Jakabaring”



Sumber: Instagram Diakses (2 Juli 2021)

Pada gambar 1.2 merupakan akun *Instagram* Pasar *Online* Jakabaring yang menjual kebutuhan sayur-mayur melalui *online*, Pasar *Online* Jakabaring berdiri pada tanggal 17 April 2020, sekitar tiga bulan Indonesia mengalami pandemi Covid-19. Layanan ini memudahkan masyarakat Kota Palembang yang hendak membeli sayur tanpa harus keluar rumah. Pasar *Online* Jakabaring menerima pesan antar ke alamat pembeli se-Kota Palembang dengan biaya ongkos kirim sebesar Rp 10.000,00, dengan sistemika pembayaran cukup bervariasi bisa melalui *e-money* dan *cash on delivery* (COD) atau bayar ditempat.

Gambar 1. 3 Beberapa pesan melalui *Whatsapp* saat konsumen berbelanja sayur di “Pasar *Online* Jakabaring”



Sumber: Pesan *Whatsapp* Milik Pasar *Online* Jakabaring

Pada Gambar 1.3 menggambarkan transaksi jual beli Pasar *Online* Jakabaring, melalui media sosial *Whatsapp*. Biasanya konsumen Pasar *Online* Jakabaring memberikan daftar belanja sayur apa saja yang hendak dibeli melalui

Whatsapp, dengan jangka waktu H-1 pengantaran sayur ke rumah konsumen. Menjual sayur secara *online* juga membutuhkan modal sosial. Modal sosial atau *social capital* menurut Coleman (dalam Usman, 2018 :24) adalah hubungan timbal balik secara mutualisme yang menjadikan sumber daya sehingga membentuk jaringan sosial yang saling menguntungkan dan terciptanya kepercayaan (*trust*). Modal sosial milik Coleman terdiri dari unsur jaringan sosial, unsur kepercayaan, hubungan timbal balik dan norma sosial. Ada dua unsur modal sosial yang dipilih oleh peneliti yaitu unsur jaringan dan kepercayaan milik Coleman, alasannya jaringan dan kepercayaan menjadi dasar terjadinya hubungan timbal balik antara penjual sayur Pasar *Online* Jakabaring dengan konsumennya.

Unsur jaringan dalam penelitian ini dilihat dari pemilik Pasar *Online* Jakabaring dengan distributor sayur selama masa pandemi Covid-19. Jaringan sosial juga dibutuhkan oleh Pasar *Online* Jakabaring untuk mencari distributor sayur sebagai kebutuhan dagang di *online shop*. Pemilihan distributor sayur juga harus dilandasi dengan jaringan dalam membangun suatu bisnis agar mendapat sayur yang berkualitas baik dan harga yang lebih relatif murah, sehingga sayur tersebut dapat dijual kembali dengan harga terjangkau.

Tidak cukup jaringan dalam membangun *online shop*, nilai kepercayaan juga menjadi sangat penting bagi konsumen Pasar *Online* Jakabaring dengan penjual. Menurut Rofiq (dalam Ananda, 2018:2007) nilai kepercayaan memiliki fungsi sebagai penghubung antara pembeli dan penjual *online* di tengah-tengah maraknya penipuan *online* yang berkembang seperti saat ini. Kemudian Ananda menambahkan pendapat melalui jurnalnya bahwa calon pembeli *online shopping* akan membeli produk *online* ketika memiliki kepercayaan pada produk tersebut.

Menurut Coleman (dalam Usman, 2018:24) modal sosial memiliki peranan sangat penting sebab modal sosial mampu berperan menciptakan modal manusia, akibatnya modal sosial memiliki sifat produktif. Artinya tanpa adanya modal sosial tidak mungkin seseorang akan memperoleh material secara optimal akan tetapi modal sosial memiliki manfaat pada waktu tertentu. Modal sosial pada penelitian ini dilakukan pada waktu tertentu yaitu adanya masa pandemi Covid-19 terutama di Kota Palembang banyak bermunculan pedagang sayur *online* salah satunya Pasar *Online* Jakabaring.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengkaji dan memahami kepercayaan, dan jaringan yang terbentuk dari jual beli sayur *online* milik Pasar *Online* Jakabaring. Peneliti mengangkat judul penelitian Modal Sosial Dalam Usaha Sayur *Online* Pada “Pasar *Online* Jakabaring” Di Masa Pandemi Covid-19. Alasan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui modal sosial dalam usaha *online* khususnya sayur *online* dengan menggunakan teori modal sosial milik Coleman. Adapun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti mendapatkan rumusan masalah yang difokuskan modal sosial dalam usaha sayur *Online* Pada “Pasar *Online* Jakabaring” di masa pandemi Covid-19 kemudian peneliti menurunkan rumusan masalah yaitu

Modal sosial apa yang digunakan Pasar *Online* Jakabaring di masa pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah:

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian mengetahui dan memahami modal sosial Pasar *Online* Jakabaring di masa pandemi Covid-19.

1.3.2 Tujuan Khusus

Mengetahui modal sosial yang digunakan Pasar *Online* Jakabaring di masa pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1.4.1 Manfaat teoritis

1. Manfaat penelitian ini menyumbangkan data bagi pengembang kajian khususnya kajian sosiologi industri dan kewirausahaan, terkait bisnis *Online* di masa pandemi Covid-19.

1.4.2 Manfaat praktis

1. Memberikan pandangan baru modal sosial pada usaha sayur *online* Pasar *Online* Jakabaring di masa pandemi Covid-19.
2. Hasil penelitian ini memberikan pandangan baru tentang jaringan yang terbentuk Pasar *Online* Jakabaring masa pandemi Covid-19.
3. Hasil penelitian ini memberikan pandangan baru tentang kepercayaan Pasar *Online* Jakabaring di masa pandemi Covid-19.
4. Keberadaan Pasar *Online* Jakabaring dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan dan keputusan bagi pemerintah Kota Palembang sebagai upaya pembangunan ekonomi dibidang bisnis *Online* khususnya sayur *Online* masa pandemi Covid-19 dengan mengoptimalkan modal sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Daftar Rujukan Buku

- Albi, Anggito. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Cv Jejak.
- Coleman, 2021 . *Social Capital*. Nusa Media . Seri Dasar-Dasar Teori Sosial
- Creswell, W. Jhon. n.d. *Research Design*. Yogyakarta: Yogyakarta Pustaka Pelajaran.
- Field, John. 2016. *Modal Sosial*. 4 ed. Sidoarjo: Kreasi Wacana.
- Hasbullah, Jousari. 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. 1 ed. Jakarta: MR-United Press Jakarta.
- Kimbal, Rahel Widyawati. 2015. *Modal Sosi al dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. 1 ed. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Moleong, Lexy J. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nugroho, Riant dkk. 2020. *Dampak Sosial Covid 19*. 1 ed. Jakarta: Yayasan Rumah Reformasi Kebijakan.
- Salim, Syahrums. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cipta Pustaka Media.
- Savitri, Astrid. 2019. *Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Genesis.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: Alfa Beta.
- Siyoto, Sosik. 2015. *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Usman, Sunyoto. 2018. *Modal Sosial*. Cetakan I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sumber Jurnal

- Ananda, Lingga Detia. 2018. "Dinamika Trust pada Pemasaran *Online* di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 6(1). doi: 10.7454/jki.v6i1.8625.
- Fitdiarni, Noorly. 2015. "Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan *Online Shopping* Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (3):256–69.
- Mohansyah, Alessander, dan Rizaldi Parani. 2018. "Digital *Online* Dan Trust Dalam Hubungan Antara Tokopedia Dengan Pengguna Layanan." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(1):58–68. doi: 10.30656/lontar.v6i1.649.

- Permana, Alvin Edgar, Arvy Muhammad Reyhan, Hidayattul Rafli, dan Nur Aini. 2021. “Analisa Transaksi Belanja *Online* Pada Masa Pandemi.” 15(1):32–37.
- Pradiatiningtyas, Diah. 2020. “Preferensi dan keputusan pembelian konsumen pada aplikasi belanja *Online* saat pandemi covid 19.” *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* 12(3):38–45.
- Sari, Chacha Andira. 2015. “Perilaku Berbelanja *Online* Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga.” *Jurnal Antro Unair* 4(2):205–16.
- Sinaga, Ingrid Wahyuni, dan Resty Mely. 2016. “Pengaruh Trustmarks dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Pelanggan *Online Shop*.” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis* 4(1):21–27.
- Taufik, dan Eka Avianti Ayuningtyas. 2020. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan (the Impact of Covid-19 Pandemic on Business and *Online*.” *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 22(01):21–32. doi: 10.33370/jpw.v22i1389.

Dokumen Pemerintah Yang Dipublikasikan

- BPS Pusat Statistik. 2019. “*Perilaku Masyarakat di Masa Pandemi Covid 19.*” BPS Pusat Statistik. Diambil 28 September 2020 (<https://www.bps.go.id>).
- PERGUB. 2020. “*Pedoman Pembatasan Sosial Bersekala Besar Dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 di Provinsi Sumatera Selatan.*” Diambil 18 Mei 2020 (<https://peraturan.bpk.go.id>).

Sumber Website

- Iskandar. 2020. “HEADLINE: Marak Penipuan *Online Shop* di Medsos, Hati-Hati Modusnya Makin Canggih.” 17 Januari. Diambil 18 Mei 2020 (<https://www.liputan6.com>).
- Kemenkes. 2021. “Kementerian Kesehatan RI Data Virus Corona (Covid-19).” Diambil 13 Juli 2021 (<https://www.facebook.com/KementerianKesehatanRI/?ti=as>).