

Peran Modal Sosial Memperkuat Eksistensi Pasar Gede Hardjonagoro Sebagai Destinasi Wisata Kuliner

The Role of Social Capital in Strengthening the Existence of Pasar Gede Hardjonagoro as a Culinary Tourism Destination

Rochmani Putri Fatihah¹, Danang Purwanto²

^{1,2}Universitas Sebelas Maret

rochmaniputri03@student.uns.ac.id¹, mdpur@staff.uns.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Riwayat Diterima: 30 April 2025 Direvisi: 20 Mei 2025 Disetujui: 27 Mei 2025</p>	<p><i>This research discusses the importance of the role of social capital in developing the potential of traditional markets in order to strengthen their existence during modernization and challenges created from internal parties and traditional market conditions. The research location was Pasar Gede Hardjonagoro Solo. The purpose of this study is to determine the social capital (trust, social networks, norms of reciprocity) according to Robert Putnam contributes to the increase in the tourist attraction of Pasar Gede Hardjonagoro Solo. The research method used in this research is using qualitative research methods with an intrinsic approach. Based on research at Pasar Gede Hardjonagoro, it is known that in this market there is enough potential to become a culinary tourism destination, this is inseparable from the role of market stakeholders in capturing opportunities and opportunities from market visitation, where existing social capital has actually been utilized well to strengthen the existence of Pasar Gede Hardjonagoro as a sustainable culinary tourism destination.</i></p>
<p>Kata Kunci Modal Sosial, Eksistensi, Pasar Tradisional, Destinasi Wisata Kuliner</p>	<p>Abstrak Penelitian ini membahas mengenai pentingnya peran modal sosial dalam mengembangkan potensi yang ada pada pasar tradisional agar dapat memperkuat eksistensinya di tengah arus modernisasi dan tantangan yang tercipta dari pihak internal dan kondisi pasar tradisional. Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Gede Hardjonagoro Solo. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui modal sosial (kepercayaan, jaringan sosial, norma timbal balik) menurut Robert Putnam berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik wisata Pasar Gede Hardjonagoro Solo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan intrinsik. Berdasarkan penelitian di Pasar Gede Hardjonagoro diketahui bahwa dalam pasar ini cukup berpotensi untuk menjadi destinasi wisata kuliner, hal ini tidak terlepas dari peran <i>stakeholder</i> pasar dalam menangkap peluang dan kesempatan dari daya kunjung pasar, dimana modal sosial yang ada sebenarnya sudah dimanfaatkan dengan baik untuk memperkuat eksistensi Pasar Gede Hardjonagoro sebagai destinasi wisata kuliner yang berkelanjutan.</p>
<p>Keywords <i>Social Capital, Existence, Traditional Market, Culinary Tourism Destination</i></p>	



Copyright ©2025 Rochmani Putri Fatihah, Danang Purwanto

1. Pendahuluan

Kota Surakarta yang lebih dikenal dengan sebutan kota Solo merupakan sebuah kota yang

terletak di Jawa Tengah. Kota Solo banyak dikenal sebagai kota budaya (Marta & Hasfera, 2021). Sehingga, terdapat banyak benda dan

bangunan peninggalan sejarah yang ada di kota Solo. Salah satunya yaitu bangunan pasar tradisional. Dari 44 jumlah pasar tradisional menurut data dalam Dinas Perdagangan Kota Solo. Terdapat satu pasar tradisional yang memiliki ciri khas dalam bentuk bangunannya yang merupakan bangunan asli karya arsitek asal Belanda yaitu Ir. Herman Karsten. Pasar tersebut bernama pasar Gede Hardjonagoro atau lebih dikenal dengan sebutan Pasar Gede Solo. Pasar tradisional ini merupakan salah satu yang tertua yang bersejarah peninggalan dari Belanda. Gaya arsitektur yang klasik penuh sejarah dan budaya yang kaya ini membuat pasar ini tampak berbeda daripada pasar tradisional yang lain di kota Solo. Keberadaan pasar tradisional merupakan salah satu aspek yang memiliki kontribusi penting terhadap pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat. Sehingga, keberadaannya pun perlu dijaga dan dilestarikan agar tidak termakan oleh zaman.

Keberadaan pasar tradisional juga tidak hanya sebagai tempat untuk transaksi jual-beli, melainkan sebagai ruang terciptanya kegiatan ekonomi, sosial dan juga budaya. Namun, pada beberapa tahun terakhir, keberadaan pasar tradisional menghadapi tantangan besar akibat pesatnya pertumbuhan pasar modern dan ritel. Di Kota Surakarta, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta tahun 2024 ditemukan bahwa pertumbuhan pasar modern lebih terlihat dari tahun ke tahun dimana mulai dari 2019 dari jumlah 84 pasar modern berkembang menjadi 87 di tahun 2024, dibandingkan pasar

tradisional yang hanya berada di jumlah 44. Sehingga, keberadaan pasar tradisional terancam dapat tergeser atau bahkan tertinggal dikarenakan pasar modern juga lebih menawarkan kenyamanan, kebersihan, dan kualitas produk yang lebih menjamin pengalaman berbelanja yang berbeda bagi masyarakat (Wibowo et al., 2022). Modernisasi dapat secara perlahan mengubah pola konsumsi masyarakat.

Dampaknya, banyak pasar tradisional yang mengalami penurunan jumlah pengunjung, dan berkurangnya daya saing pedagang diakibatkan oleh berkurangnya minat generasi muda dalam berkunjung ke pasar diakibatkan perubahan preferensi atau pola konsumsi masyarakat. Hal ini merujuk pada lemahnya jaringan sosial yang jika tidak diatasi dapat membuat pasar tradisional tergusur baik secara fungsional maupun fisik. Melihat keterancaman keberadaan pasar tradisional di era perkembangan pasar modern dimana pasar tradisional tidak hanya sekadar tempat transaksi melainkan juga sebagai ruang berinteraksi, ekonomi, dan simbol budaya masyarakat lokal. Maka perlu ada ruang perhatian khusus untuk memperkuat keberadaan pasar tradisional di era sekarang ini. Pasar tradisional seperti Pasar Gede Solo juga tidak hanya sebagai pusat kebutuhan pokok namun memiliki potensi sebagai representasi akan kekayaan budaya, keberagaman kuliner tradisional, serta nilai-nilai sosial yang tumbuh dan berkembang dari sebuah interaksi antar pelaku pasar.

Pesatnya perkembangan pasar modern dengan menawarkan kenyamanan, servis pelayanan, dan juga penerapan model bisnis berbasis teknologi dapat membuat pasar tradisional menghadapi tantangan sistemik yang mengancam keberlanjutan pasar tradisional (Rizqi et al., 2023). Terlebih jika tidak diperhatikan dan dikelola oleh *stakeholder* pasar tradisional dengan baik, maka pasar dapat kehilangan fungsinya bahkan hilang. Hal ini pun dapat melemahkan ekonomi rakyat kecil dan mengikis identitas budaya lokal. Penelitian ini menjadi penting dikarenakan dapat menjelaskan proses keberlanjutan dalam mempertahankan pasar tradisional melalui modal sosial. Modal sosial terbagi menjadi tiga indikator yaitu kepercayaan, jaringan sosial, dan norma timbal balik. Dimana dalam pasar tradisional hal ini dapat terlihat dalam interaksi atau pola hubungan yang terdapat diantara pelaku pasar dan organisasi pasar (Utami, 2020).

Berdasarkan pemikiran Jatningsih, bahwa keberlanjutan pasar tradisional juga sangat bergantung dari adanya pengetahuan akan potensi yang ada dalam pasar tradisional seperti dengan mengintegrasikan konsep wisata kuliner yang perlu dikelola dari hasil kerja sama dan dukungan pihak – pihak yang ada di pasar dan sekitarnya (Jatningsih, 2021). Hal ini menjadikan modal sosial tidak hanya berfungsi sebagai jembatan dalam membangun hubungan antar individu dengan kelompok namun juga berkontribusi sebagai kekuatan kolektif pada saat mengelola dan mempromosikan pasar tradisional sebagai destinasi wisata kuliner.

Sehubungan dengan Saskara, terkait dengan pasar tradisional yang memiliki potensi wisata kuliner akan menjadi menarik apabila didukung dengan peran serta aktif pemerintah daerah, pengelola, serta pelaku usaha dalam proses pengelolaan pasar yang berkelanjutan. Dengan demikian, selain menjadi pusat ekonomi pasar tradisional dapat mendukung pengembangan pariwisata di suatu daerah (Saskara et al., 2022).

Meskipun sudah terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mengeksplorasi terkait daya tarik wisata pasar tradisional yang perlu didukung oleh *stakeholder* di dalamnya, belum terdapat penelitian yang mengeksplorasi bagaimana peran modal sosial dalam memperkuat eksistensi pasar tradisional sebagai destinasi wisata kuliner. Melihat bahwa dengan adanya modal sosial memiliki peranan krusial dalam memperkuat sebuah eksistensi lembaga ataupun komunitas termasuk dalam pasar tradisional (Yunus & Fadli, 2021). Melalui modal sosial dapat menjadi jembatan untuk membangun hubungan dan menghubungkan keseluruhan sistem komunitas yang terdapat di dalam pasar tradisional. Konsep modal sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep modal sosial yang digagas oleh Robert Putnam. Dimana modal sosial putnam terbagi menjadi 3 bagian, yaitu kepercayaan, jaringan sosial, dan norma resiprositas (norma timbal balik) (Field, 2016). Ketiga elemen modal sosial yang digagas oleh Putnam ini menjadi dasar penting dalam membangun sebuah kohesi sosial dan kerja sama yang efektif

dalam suatu komunitas termasuk komunitas pasar.

Elemen kepercayaan dapat terbentuk dari pola interaksi yang berulang diantara pedagang pasar dengan pembeli/pengunjung, antar pedagang, serta pihak pengelola pasar. Kemudian membentuk sebuah jaringan sosial yang semakin meluas dengan diiringi adanya norma timbal balik yang tumbuh secara organik dalam sebuah jaringan sosial dalam pasar tradisional (Sudarmono, 2021). Adanya modal sosial sangat diperlukan sebagai wujud dalam memperlihatkan keberadaan manusia sebagai makhluk sosial dan juga ekonomi. Bahwa manusia harus mampu bekerjasama membentuk jaringan dalam masyarakat sehingga modal sosial yang dimiliki dapat lebih tinggi guna mendapatkan kemudahan dan mendorong keberlanjutan dalam kehidupan (Sayuti et al., 2024).

Pada konteks Pasar Gede Solo sebagai salah satu destinasi wisata yang berbasis pasar tradisional, penting untuk melihat terkait dengan adanya kepercayaan, jaringan sosial, dan norma resiprositas ini dibangun dan dilakukan dalam interaksi sehari-hari oleh *stakeholder* pasar. Diharapkan bahwa pemahaman ini dapat memberikan sebuah perspektif baru dalam menilik ketahanan pasar tradisional di tengah deras arus modernisasi dan juga menjadi fondasi dalam pengembangan potensi yang ada di pasar tradisional.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di Pasar Gede Hardjonagoro yang terletak di jalan Jend. Urip Sumohardjo, Kelurahan Sudiroprajan, Kecamatan

Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik. Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik ini dipilih karena peneliti ingin mengeksplorasi dan mendeskripsikan secara jelas dan terperinci mengenai studi kasus menarik dan unik yang akan diteliti melalui pengumpulan data secara mendalam (Creswell, 2015). Hal menarik yang dianggap unik dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian dimana sebuah pasar tradisional yang umumnya hanya sebagai ruang transaksi jual beli kebutuhan pokok masyarakat dapat bertransformasi menjadi sebuah destinasi wisata kuliner. Data – data yang didapatkan melalui observasi (pengamatan), hasil wawancara, dan beberapa dokumentasi pendukung lainnya ditujukan untuk menelaah masalah penelitian yang tidak dapat dipisahkan dengan latar belakang studi kasus tersebut. Hasil dari penelitian ini kemudian menggambarkan secara mendalam terkait bagaimana peran modal sosial yang ada di Pasar Gede Hardjonagoro dapat memperkuat eksistensinya menjadi destinasi wisata kuliner di Kota Surakarta.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Perolehan data primer didapatkan secara langsung dari sumber data yang ada di tempat penelitian (Nafisatur, 2024). Data primer tersebut mencakup hasil observasi non partisipan dan

wawancara secara mendalam dengan informan. Sedangkan, data sekunder merupakan sebuah data pendukung yang sudah ada dan akan digunakan sebagai analisis lanjutan oleh peneliti (Nafisatur, 2024). Data sekunder yang digunakan yaitu berupa arsip dokumentasi foto, dan artikel website resmi pemerintah Kota Surakarta dan Dinas pengelola Pasar Gede Hardjonagoro. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel data ini berdasarkan atas pertimbangan tertentu, dimana peneliti memiliki kriteria yang menjadi dasar dalam penentuan informan yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian (Creswell, 2015).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ada tiga di antaranya, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang didapatkan dari berbagai sumber sepanjang penelitian berlangsung tentunya diperlukan uji validitas data. Teknik uji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi sumber. Teknik ini digunakan untuk dapat meningkatkan validitas dan kredibilitas data penelitian dengan menggabungkan berbagai sumber, metode, dan perspektif dalam pengumpulan data (Creswell, 2015). Kemudian, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data menurut Miles & Huberman. Teknik analisis data menurut Miles & Huberman ini memiliki 3 langkah yang dimulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014).

3. Hasil dan Pembahasan

Gambar 1
Pasar Gede Hardjonagoro Solo



Sumber : data diolah tahun 2025

Gambaran Umum Pasar Gede Hardjonagoro

Pasar Gede Hardjonagoro merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kota Surakarta. Pasar ini memiliki 2 bangunan yang terpisah oleh jalan dan terbagi menjadi pasar bagian timur dan bagian barat. Pada pasar bagian timur ini lebih luas dengan menawarkan beragam kebutuhan pokok sembako, sayur, buah, daging, ikan, kuliner tradisional, hingga oleh-oleh khas Solo. Sementara itu, pasar bagian barat ini lebih terkenal sebagai pasar buah dan kawasan kuliner. Pasar Gede Hardjonagoro memiliki potensi yang terletak pada komoditi kuliner tradisional yang ditawarkan, modal fisik bangunan yang mencerminkan sejarah dan budaya hasil dari peninggalan kolonial Belanda, serta harga jual yang sangat bersaing di pasaran. Dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional pada intinya keberadaan pasar tradisional memiliki peran strategis sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial, dan kultural dalam kehidupan masyarakat. Sehingga diperlukan

adanya upaya untuk dapat memperkuat eksistensi pasar tradisional ditengah pesatnya perkembangan zaman.

Gambar 2
Kuliner Pasar Gede Hardjonagoro



Sumber : data diolah tahun 2025

Selain dari banyaknya pertumbuhan pasar modern yang dapat mengikis eksistensi pasar tradisional dikarenakan berbagai keunggulan yang ditawarkan oleh pasar modern, seperti fasilitas di pasar modern yang menunjang kebersihan dan kenyamanan masyarakat dalam pengalaman berbelanja. Kemudian, menawarkan produk yang memiliki visualisasi yang menarik serta telah mengadopsi teknologi digitalisasi yang memberikan variasi proses transaksi (Wibowo et al., 2022). Pasar modern juga umumnya memiliki standar kompetensi, standar perizinan usaha, dan sertifikasi produk yang dapat memastikan keamanan bagi berbagai pihak. Hadirnya pasar modern kemudian memberikan perubahan preferensi pola berbelanja dan konsumsi masyarakat untuk beralih dari pasar tradisional (Yudha et al., 2023).

“Adapun permasalahan internal yang terjadi di Pasar Gede

Hardjonagoro ini muncul terkait dengan persoalan penataan kios dan los, kebersihan, penataan parkir, manajemen traffic, dan hal yang berkaitan dengan manajerial yang masih perlu diperhatikan dan diselesaikan” (Wawancara dengan informan W, 09 April 2025).

Karena pasar akan terus berkembang sehingga perlu adanya upaya antisipasi dalam perkembangan pasar. Hal ini tentunya tidak boleh lepas dari perhatian khusus pihak pengelola, pelaku pasar, dan juga pemerintah setempat (Muharam et al., 2023). Disamping itu, Pasar Gede memang memiliki banyak keunggulan, dari sisi arsitektur pasar gede memiliki nilai historis yang panjang, menjadi legend dan landmark kota Solo (Ikon) yang dinilai bahwa image yang ada pada Pasar Gede Hardjonagoro menjadi memorial yang kuat bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Surakarta. Pasar Gede Hardjonagoro ini dikenal sebagai salah satu pasar tradisional terlengkap dengan memiliki beragam komoditas dan mencerminkan kekayaan kuliner serta budaya lokal. Kuliner tersebut yaitu terdapat dawet telasih menjadi kuliner yang cukup banyak diminati oleh para pengunjung Pasar Gede Hardjonagoro. Selain itu, terdapat kuliner babi kuah, lenjongan, ayam goreng, kopi podjok, dimsum, serta banyak kuliner lainnya.

“Pasar Gede ini kan juga sebagai pusat oleh – oleh Kota Solo, jadi banyak yang kesini itu apalagi setelah adanya masjid Al Zayed biasanya setelah mengunjungi masjid Al Zayed pasti mampir untuk nyari dawet ke pasar Gede Solo dan

beli oleh oleh khas Solo". (Wawancara dengan Bapak L, Ketua Pengelola Pasar Gede, 09 April 2025)

Kuliner Pasar Gede sudah cukup banyak dikenal tidak hanya masyarakat lokal saja. Terdapat banyak komoditi kuliner yang sama mengalami lonjakan sejak dari tahun 2015 hingga sekarang. Perkembangan pasar ini tidak hanya terlihat dari sisi komoditas, melainkan juga dari kondisi fisik. Penataan ulang dan reformulasi pola tata ruang serta kawasan menjadikan modal fisik pasar ini semakin kuat dengan didukung oleh aspek kultural dan sosial yang masih terjaga, menjadikan Pasar Gede Hardjonagoro memiliki potensi yang cukup untuk mengukuhkan identitasnya menjadi sebuah destinasi wisata kuliner unggulan.

"Melihat perkembangan pasar menjadi destinasi wisata kuliner ini tidak terlepas dari peran pedagang yang tumbuh secara organik karena kemampuan pedagang melihat dan menganalisa peluang dari daya kunjung pasar" (Wawancara dengan Bapak W, Koordinator Paguyuban Pasar Gede, 09 April 2025).

Para pedagang di Pasar Gede Hardjonagoro telah memiliki kesadaran akan kemampuan dalam membaca momentum dan ritus sosial yang terjadi di lingkungan sekitar pasar. Mereka menyadari bahwa pasar ini memiliki daya tarik tersendiri karena erat kaitannya dengan kegiatan kultural dan tradisi masyarakat Solo, seperti adanya perayaan Grebeg Sudiro yang telah biasa diadakan di pelataran Pasar Gede Hardjonagoro ini sangat menarik minat para wisatawan. Pedagang memahami bahwa Pasar

Gede akan ramai dikunjungi pada momen – momen tertentu, seperti hari libur, tanggal merah, akhir pekan, dan perayaan keagamaan. Pada saat itu, pasar menjadi pusat keramaian dan menarik pengunjung dari berbagai kalangan. Kesadaran akan hal tersebut mendorong para pedagang untuk berinisiasi mandiri guna memaksimalkan potensi yang ada, seperti melakukan promosi khusus atau bahkan menambah variasi dagangan.

Di sisi lain, pihak pemerintah sebenarnya juga telah melihat adanya potensi besar yang dimiliki Pasar Gede Hardjonagoro sebagai destinasi wisata kuliner. Tetapi upaya pemerintah dalam mengelola potensi tersebut masih belum maksimal, karena kurang optimalnya pengelolaan dalam hal profiling pasar, pemetaan komoditas, serta antisipasi terhadap perubahan kebutuhan pengunjung. Hal ini menjadi suatu tantangan yang perlu diatasi oleh jaringan sosial dalam pasar agar nantinya dapat memainkan perannya dalam memperkuat eksistensi Pasar Gede Hardjonagoro sebagai destinasi wisata kuliner yang unggulan di Kota Surakarta. Dalam memperkuat eksistensi Pasar Gede Hardjonagoro di tengah banyaknya tantangan yang ada ini memerlukan modal sosial yang ada dalam Pasar Gede Hardjonagoro Solo. Modal sosial menjadi elemen penting dalam konteks pasar tradisional.

Menurut Putnam, modal sosial tercermin melalui tiga komponen dasar, yaitu kepercayaan, jaringan sosial, dan norma timbal balik (resiprositas) (Field, 2016). Ketiga komponen ini saling berkaitan dalam

memainkan perannya untuk memperkuat hubungan antar pelaku dan organisasi pasar serta mengoptimalkan potensi pasar tradisional.

Modal Sosial Robert Putnam

A. Kepercayaan

Kepercayaan dalam pasar tradisional tumbuh dari adanya komunikasi dan interaksi yang terjadi di antara para pedagang, pedagang dengan pembeli, dan juga pedagang dengan pihak pengelola. Di sisi lain, adanya servis pelayanan yang baik juga memengaruhi tumbuh tidaknya rasa kepercayaan pembeli kepada pedagang.

"Kalo saya sih berpikirnya dimulai dari diri sendiri dulu ya mbak, sebagai pedagang saya harus dapat menjamu pengunjung sebaik mungkin, ibaratnya pembeli adalah raja, saya akan menyambut mereka dengan baik, menanyakan keinginan dan memenuhi keinginan mereka, saya juga bertanya pendapat untuk rasa minuman disini gimana sih menurut mereka, intinya banyak bertanya, komunikasi dan interaksi tentunya dengan ramah agar pengunjung ini juga nyaman" (Wawancara dengan Ibu S, Pedagang dawet, 11 April 2025)

Melalui hal ini, kemudian terciptanya atmosfer hangat yang dapat dirasakan oleh pengunjung ketika sedang berbelanja. Melihat bahwa interaksi positif yang dihasilkan oleh pedagang membuat pengunjung merasa nyaman dan memiliki pengalaman wisata yang lebih autentik. Pengalaman ini juga dirasakan oleh pengunjung yang ditemui di lapak babi kuah. Dimana kuliner babi kuah juga merupakan

salah satu kuliner khas yang sangat dicari di Pasar Gede Hardjonagoro.

"Saya sudah 3 tahun ini sering kesini ketika saya pulang ke Solo, kebetulan saya dari Kalimantan kesini juga karena pulang kampung suami. Saya suka kesini karena rasanya itu tidak pernah berubah, dan saya memang suka dengan suasana yang ada di Pasar Gede Solo ini maka setiap kali saya datang ke Solo pasti kesini untuk makan babi kuah, sudah langganan terus" (Wawancara dengan Ibu A, 11 April 2025)

Hal ini menandakan bahwa adanya konsistensi pedagang dalam menciptakan kualitas pelayanan dan produk yang dijual memainkan peran penting dalam menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas pengunjung kepada pedagang. Dengan demikian, dapat memperluas jaringan sosial yang ada di antara pedagang dan pembeli.

B. Jaringan Sosial

Pasar Gede Hardjonagoro bukan hanya sekedar tempat berjualan, namun juga sebagai ruang terbuka sosial yang kuat. Jaringan sosial dalam Pasar Gede mencakup keseluruhan *stakeholder* yang saling terkait satu sama lain. Jaringan sosial tersebut diantaranya terdapat pedagang, paguyuban pedagang, pengelola, serta pengunjung yang ada di lingkungan Pasar Gede Hardjonagoro. Jaringan sosial ini dapat tumbuh dari adanya komunikasi yang menciptakan kepercayaan sehingga diantara individu atau kelompok dapat terikat satu sama lain. Seperti upaya yang dilakukan oleh pihak paguyuban pedagang dalam merangkul para pedagang Pasar Gede Hardjonagoro

untuk bersatu menjadi satu kesatuan.

“Saya rasa sebagai bagian dari pihak paguyuban serta pedagang saya selalu berusaha untuk menciptakan kerukunan diantara para pedagang, hal ini saya lakukan mulai dari merangkul para pedagang ketika memiliki masalah – masalah yang perlu diselesaikan dalam lingkungan pasar. Kemudian, saya sering melakukan pendekatan – pendekatan personal pada pedagang untuk mengumpulkan pedagang menjadi satu dalam suatu acara pasar misalnya, hal ini perlu agar para pedagang ini bisa lebih dekat” (Wawancara dengan Bapak J, Ketua Paguyuban Pasar Gede, 11 April 2025)

Bahwa hal ini kemudian tidak terlepas dari peran paguyuban pasar dalam menciptakan jaringan sosial yang terikat rasa saling memiliki (*sense of belonging*) di antara para pedagang pasar. Dengan demikian, dapat menciptakan suasana pasar yang hangat dan rasa kekerabatan di antara pedagang. Di sisi lain, kerja sama juga akan mudah dilakukan apabila diantara para pedagang, pihak paguyuban, serta pihak pengelola memiliki kesadaran akan kepentingan bersama yang dimiliki sebagai *stakeholder* pasar.

Di sisi lain, Pasar Gede Hardjonagoro juga kerap kali menjadi pusat dari berbagai aktivitas kebudayaan, seperti festival kuliner tradisional, ataupun perayaan hari besar. Adanya acara seperti ini mendukung promosi dari Pasar Gede Hardjonagoro sebagai destinasi wisata. Acara atau event yang diadakan di pelataran Pasar Gede dapat menarik minat wisatawan luar daerah. Hal ini pun menjadi suatu

kunci untuk menarik dan memperluas jaringan sosial dari luar pasar. Didukung dengan pernyataan dari pihak Paguyuban Pasar Gede dalam melihat transformasi Pasar Gede dari tahun ke tahun.

“Pasar itu menurut saya sejak dulu selalu memuat 2 unsur ada *entrepreneur* dan *entertainer* sebagai ruh pasar untuk mengumpulkan orang dan menawarkan dagangan. Dulu di pasar pasti memiliki atraksi atau pertunjukan dilakukan untuk mengumpulkan orang untuk memperluas jaringan. Hingga sekarang adanya event : grebek sudiro, kenduri pasar, hingga kemudian Pasar Gede menjadi panggung sosial. Event sangat penting untuk menarik memberikan akses ruang untuk menarik daya tarik insidental sebuah kegiatan untuk menghidupkan pasar dan menarik perhatian masyarakat”. (Wawancara dengan Bapak W, Koordinator Paguyuban Pasar Gede, 09 April 2025)

Tentunya hal ini tidak terlepas dari peran jaringan sosial dalam pasar dimana jaringan sosial menjadi sebuah rantai informasi yang cepat dan efektif untuk membangun hubungan kerja sama yang efektif dalam melakukan promosi pasar.

C. Norma Timbal Balik

Dalam pasar tradisional, norma timbal balik menjadi dasar prinsip yang sangat dijunjung tinggi. Norma timbal balik yang berlaku di Pasar Gede ini tercermin dari perilaku yang ditunjukkan oleh para pedagang pasar.

“Sudah menjadi kesadaran masing-masing antar pedagang dan suksesnya bonding yang terbangun

antar pedagang melalui komunikasi dan interaksi yang sudah lama maka menjadi suatu kebiasaan yang baik dalam menumbuhkan perilaku saling membantu antar pedagang” (Wawancara dengan Bapak W, Koordinator Pasar Gede, 09 April 2025)

Para pedagang Pasar Gede telah memiliki kesadaran bahwa keberhasilan satu pihak dapat bermanfaat bagi semua. Adapun norma – norma yang dianggap penting dalam interaksi sehari – hari antar pedagang mencakup segala hal yang berkaitan dengan kesejahteraan pedagang.

“Seperti kerukunan, saling membantu, mengisi, loyalitas dan keharmonisan pedagang. Ini semua kan harus dimulai dari diri sendiri ya untuk menjadi pribadi baik, ramah, dan sopan, menghargai antar pedagang agar kita dapat dihargai juga”. (Wawancara dengan Bapak J, Ketua Paguyuban Pasar Gede, 11 April 2025)

Selain dari kesadaran para pedagang dalam berperilaku, baik menjamu pengunjung ataupun terhadap sesama pedagang hal ini tidak luput dari pengawasan dan pengarahan pihak Paguyuban Pasar Gede agar norma ini tetap berlaku sebagaimana mestinya. Praktik timbal balik ini nantinya dapat memberikan citra baik terhadap pandangan masyarakat terhadap perilaku pedagang. Di dalam pasar, para pedagang, pengelola, serta pengunjung perlu menjunjung tinggi etika atau perilaku yang baik terhadap sesama.

Peran Modal Sosial Memperkuat Daya Tarik Wisata Pasar Gede Hardjonagoro

Pasar Gede Hardjonagoro utamanya merupakan sebuah tempat transaksi jual beli secara konvensional, yang kemudian pada saat ini menjadi sebuah tren destinasi wisata kuliner. Mulai dari tahun 2015 hingga sekarang ini kuliner pasar tradisional menjadi tujuan utama dari banyaknya wisatawan yang datang.

“Banyaknya pengunjung yang ada di pasar Gede Hardjonagoro Solo ini terdata setiap harinya berkisar kurang lebih 2000 – 2500 pengunjung hanya untuk kulineran, sedangkan pada pasar timur berkisar 1500 – 1700 setiap harinya”. (Wawancara dengan Bapak J, Ketua Paguyuban Pasar Gede, 11 April 2025)

Melihat adanya potensi yang berhubungan dengan keberagaman kuliner yang menarik serta modal fisik bangunan pasar dengan estetika yang kaya akan nilai sejarah historis dan kultural. Perpaduan antara kepercayaan, jaringan sosial, dan norma timbal balik (resiprositas) menjadi sumber modal sosial yang sudah ada di Pasar Gede Hardjonagoro memungkinkan pasar ini dapat bertahan di tengah arus modernisasi. Kunci keberhasilan Pasar Gede dalam memaksimalkan potensi destinasi wisata kuliner sangat dipengaruhi oleh pemanfaatan modal sosial yang ada di dalam pasar tersebut. Modal sosial tersebut telah terbentuk melalui interaksi sosial yang membangun adanya hubungan kepercayaan, serta norma yang

diberlakukan dalam jaringan sosial pasar.

Kepercayaan yang tumbuh dari interaksi sosial antara pedagang dan pembeli, maupun antar sesama pedagang menjadi fondasi dalam terbentuknya jaringan sosial yang lebih luas baik di dalam ataupun di luar lingkungan pasar. Hubungan ini terjalin melalui berbagai bentuk komunikasi dan layanan yang dilakukan oleh para pedagang. Seperti pelayanan yang dilakukan oleh para pedagang kuliner yang secara ramah dan sigap dalam menjamu pembeli atau pengunjung menjadi nilai tambah yang mendorong pembeli untuk menaruh kepercayaan dan kembali berbelanja di tempat yang sama. Selain itu, komitmen pedagang dalam menjaga kualitas produk dari segi cita rasa, kebersihan, dan keterjangkauan harga menjadi faktor pendukung dalam membangun kepercayaan pembeli. Bahwa konsistensi dalam mempertahankan standar tersebut dapat menunjukkan integritas pedagang yang pada akhirnya memperkuat rasa aman dan kepuasan di hati pembeli.

Dari sebuah kepercayaan yang telah terpelihara melalui komunikasi, pelayanan yang baik, serta kualitas produk yang terjaga, maka hubungan yang ada di antara pedagang dan pembeli dapat berkembang menjadi lebih dari sekadar hubungan transaksional melainkan menjadi sebuah ikatan sosial yang kuat, hingga melahirkan loyalitas pembeli dan menciptakan pelanggan yang setia. Dalam proses ini, norma timbal balik memiliki peran penting di mana kebaikan dan kepercayaan yang diterima oleh

individu akan mendorong individu untuk membalas dengan dukungan atau bahkan secara alamiah mempromosikan keunggulan Pasar Gede ini kepada masyarakat luas. Promosi di Pasar Gede dapat bertimbal balik dengan baik dikarenakan nilai dan norma yang sudah tumbuh dan diterapkan oleh para pedagang seperti sikap sopan, ramah tamah, dan jujur ini sangat dapat menyenangkan hati pengunjung dalam berbelanja di Pasar Gede. Hal ini perlu diperhatikan dan dijaga. Menurut Bapak L (Kepala Pasar Gede Hardjonagoro) menyatakan tidak sedikit orang yang berusaha menjatuhkan citra pasar dengan menjelek-jelekkkan sikap pedagang ataupun kualitas produk yang ada di Pasar Gede Solo ini.

Media sosial juga dapat menjadi tolak ukur dalam melihat citra pasar tradisional sehingga kita perlu untuk selalu menjaga nilai dan norma yang ada untuk membantah berita – berita yang tidak benar untuk Pasar Gede. Modal sosial yang sudah ada di Pasar Gede Hardjonagoro perlu untuk dipertahankan dan ditanamkan dalam pasar tradisional karena secara langsung berdampak pada citra Pasar Gede Hardjonagoro sebagai pasar tradisional dan juga destinasi wisata kuliner dengan basis historis-kultural yang kental dan ikonik. Kepercayaan yang terbangun di antara pedagang dengan pembeli dapat membentuk akses jaringan yang lebih luas guna menjaga eksistensi pasar tradisional. Melalui kepercayaan di antara pedagang pasar dapat menumbuhkan rasa kepemilikan untuk menjadi satu

kesatuan yang saling mendukung satu sama lain untuk kepentingan pasar sehingga memperkuat eksistensi pasar secara menyeluruh. Melalui modal sosial yang kuat di Pasar Gede kemudian dapat mendorong kerjasama yang lebih baik antara pemerintah, paguyuban pedagang, dan pihak pengelola pasar untuk pengembangan keberlanjutan pasar menjadi sebuah destinasi wisata kuliner secara optimal.

Peran modal sosial sangat berdampak dalam membangun citra Pasar Gede Hardjonagoro sebagai ruang bersahabat dan terpercaya, sekaligus meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya lokal dan interaksi sosial yang hangat. Citra pasar sebagai destinasi wisata kuliner dengan kekayaan historikultural telah memperkuat arus wisatawan dan secara konsisten mendatangkan pengunjung baru dari luar kota bahkan negara. Melihat bahwa adanya perubahan fungsi pasar menjadi sebuah tren wisata kuliner ini dinilai sebagai *sociology tourism* (Syarifuddin, 2018). Di Pasar Gede, masyarakat itu tertarik dengan pengalaman wisata kulineran di Pasar Gede, keasyikan interaksi dengan pedagang pasar ini membentuk sebuah memori kolektif dan perasaan "*ngangen!*" yang kemudian memperluas pengalaman mereka dalam kunjungan ke pasar tradisional. Menurut Bapak W (Koordinator Paguyuban Pasar Gede) menyatakan bahwa citra Pasar Gede ini sebagai "*heritage shopping lifestyle*" atau gaya hidup berbelanja berbasis warisan budaya.

Hal ini menjadi sebuah identitas yang kuat yang memang

ada di Pasar Gede Solo bahwa kebanyakan dari mereka berkunjung untuk memiliki pengalaman berbelanja dan kuliner yang autentik. Adanya identitas yang unik dan menarik serta modal sosial kuat yang dimainkan pun dapat menjadi sebuah kekuatan promosi dalam memperkuat eksistensi pasar tradisional di era Modernisasi ini. Citra baik Pasar Gede juga dapat memperkuat branding kota Solo sebagai kota budaya dan akan berpengaruh pada kebijakan jangka panjang. Pemerintah dapat mempertimbangkan dan berkolaborasi dengan pihak – pihak terkait dalam merancang kebijakan untuk tetap menjaga keaslian pasar dan meningkatkan fasilitas penunjang wisata beserta dengan langkah antisipasinya.

4. Simpulan

Modal sosial sebagaimana digagas oleh Robert D. Putnam memiliki peran strategis dalam memperkuat eksistensi Pasar Gede Hardjonagoro Solo sebagai salah satu pasar tradisional yang masih bertahan di tengah tekanan modernisasi. Perpaduan antara elemen kunci modal sosial seperti kepercayaan antar pelaku pasar, kerja sama kolektif oleh jaringan sosial, dan norma timbal balik yang tumbuh menjadi fondasi yang kokoh bagi terciptanya solidaritas dan keberlanjutan aktivitas ekonomi dan sosial di dalam pasar ini. Sehingga pemanfaatan modal sosial secara aktif dapat menjadi solusi untuk mengantisipasi tantangan dari pesatnya perkembangan pasar modern dan digitalisasi. Modal sosial menjadi sumber kekuatan bagi Pasar

Gede Hardjonagoro Solo untuk memaksimalkan perkembangan pasar yang berkelanjutan sebagai sebuah destinasi wisata kuliner.

Adanya interaksi sosial, kepercayaan antar pelaku pasar, kerja sama kolektif, penerapan norma timbal balik, serta semangat gotong royong yang tetap hidup di dalam jaringan sosial pasar seperti pedagang, pembeli, paguyuban, serta pihak pengelola, membuat Pasar Gede Hardjonagoro memiliki kekuatan internal yang tidak mudah tergantikan oleh dinamika sistem yang berbasis teknologi digitalisasi dan persaingan modernisasi. Penelitian ini memperkuat pandangan Putnam bahwa modal sosial merupakan fondasi penting dalam menjaga eksistensi komunitas lokal. Tidak hanya sebagai penopang dalam kehidupan sosial, modal sosial juga berperan signifikan dalam ketahanan ekonomi komunitas, khususnya pada ruang – ruang lokal seperti pasar tradisional. Selanjutnya, secara praktis strategi reformasi pasar tradisional perlu memperkuat komunitas atau jaringan dalam pasar berbasis modal sosial dengan mengedepankan interaksi sosial yang harmonis dan pengelolaan kolektif yang partisipatif.

Seiring dengan perubahan fungsional pasar tradisional menjadi destinasi wisata berbasis budaya lokal, diperlukan upaya penguatan kualitas para pedagang agar mampu beradaptasi dengan hal tersebut. Salah satu upaya strategis yang dapat dilakukan melalui pelatihan – pelatihan yang relevan, seperti dari segi dasar komunikasi bahasa asing. Hal ini menjadi aspek penting yang perlu mendapat perhatian dari pihak

pengelola pasar. Kemampuan berkomunikasi yang baik dapat menciptakan citra pasar yang baik dan menjadi nilai tambah dalam menarik kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara sekaligus memperkuat posisi pasar tradisional sebagai ruang interaksi lintas budaya. Peran aktif pengelola dalam memfasilitasi peningkatan kualitas pedagang akan menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan, serta menjaga keberlanjutan pasar sebagai bagian dari identitas budaya lokal yang hidup dan dinamis.

Daftar Pustaka

- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih Di Antara Lima Pendekatan)*. Pustaka Pelajar.
- Field, J. (2016). *Modal Sosial (Social Capital)* (Inyiak Ridwan Muzir (ed.); Edisi Indo). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Jatiningsih, I. D. (2021). Pasar Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kota Palu (Traditional Market As a Tourist Attraction in the City of Palu). *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panaroma, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 2(1), 1–6.
- Marta, R., & Hasfera, I. P. (2021). City Branding Berbasis Kearifan Lokal. *Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 1(2), 229–238.
- Miles, M. B. ... Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*.
- Muharam, H. ... Sarofah, S. (2023). Strategi Pengembangan Pasar

- Tradisional Pada Pasar Guntur Ciawitali Garut. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(1), 85–94. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v6i1.1556>
- Nafisatur, M. (2024). Metode Pengumpulan Data Penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423–5443.
- Rizqi, K. ... Mulyanti, D. (2023). Dampak Globalisasi Terhadap Pasar Tradisional Di Indonesia. *Manajemen Kreatif Jural*, 1(2), 114–122.
- Saskara, K. ... Ardiasa, K. (2022). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kreneng. *AKSES: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(1), 1–11.
- Sayuti, R. H. ... Hadi, A. P. (2024). *Modal Sosial dan Pembangunan Masyarakat*.
- Sudarmono. (2021). Pembangunan Modal Sosial. In *Rtujuh Media Printing*.
- Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata (Studi Tentang Pasar Pagi Monju Kota Bandung) Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15(1), 19–32.
- Utami, V. Y. (2020). Dinamika Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Desa Wisata Halal Setanggor: Kepercayaan, Jaringan Sosial Dan Norma. *Reformasi*, 10(1), 34–44. <https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1604>
- Wibowo, F. ... Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Yudha, E. P. ... Hermawan, M. F. (2023). Daya Tarik Konsumen terhadap Pasar Modern versus Pasar Tradisional. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agibisnis VII*, 7(1), 118–124. <https://jurnal.unigal.ac.id/prosiding/article/view/11490>
- Yunus, S., & Fadli, S. Z. (2021). *Modal Sosial, Kemiskinan, dan Pembangunan* (S. Ismail (ed.)). CV. Sefa Bumi Persada.