

# **Jaringan Sosial Pedagang Cakar Di Wilayah Pasar Panakkukang Kota Makassar**

Ayu Cancehlia Eka Putri

1563141018

[Ayucancelia15@gmail.com](mailto:Ayucancelia15@gmail.com)

Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Makassar

## **ABSTRAK**

**AYU CANCERLHIA EKA PUTRI, 2019.** *Jaringan Sosial Pedagang Cakar Di Wilayah Pasar Panakkukang. Skripsi. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Makassar (di bimbing oleh Firdaus W. Suhaeb, dan Mario)*

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui upaya pedagang cakar dalam membangun jaringan sosial di wilayah pasar panakkukang di Kota Makassar (2) untuk mengetahui upaya pedagang cakar dalam mempertahankan jaringan sosial di wilayah pasar panakkukang di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara purposive sampling, dan diperoleh sebanyak 6 orang dengan kriteria pedagang cakar (1) berjualan di wilayah pasar panakkukang, (2) sudah berjualan selama 5 tahun. Analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya dalam membangun dan mempertahankan jaringan sosial pedagang cakar yaitu sikap pedagang dalam membantu pedagang yang lain dalam ketersediaan barang dan saling tolong menolong. Kedua adalah kepercayaan, dalam berdagang, pedagang cakar memberikan kepercayaan kepada distributor atau agen dalam memberikan informasi kelayakan barang dangangan yang dijual. Ketiga adalah norma, norma disini adalah aturan. Dalam berdagang cakar tidak semua pedagang membuat aturan untuk konsumennya kaena menurutnya berdagang cakar itu sifatnya fleksibel dan tidak mengikat tetapi terdapat pula pedagang yang membuat aturan terhadap konsumennya hal ini dilakukan agar pedagang terhindar dari kerugian.

**Kata Kunci :** *Jaringan Sosial, Pedagang Cakar*

## ABSTRACT

**AYU CANCERLHIA EKA PUTRI, 2019.** *Social Network Of Cakar Trader In Panakkukang Market Area Makassar City. Thesis. Sociology Study Program, Faculty of Social Sciences. Makassar State University (supervised by Firdaus W. Suhaeb, and Mario)*

This study aims (1) to determine the efforts of Cakar traders in building social networks in the Panakkukang market area in Makassar City (2) to determine the efforts of Cakar traders in maintaining social networks in the Panakkukang market area in Makassar City. This research uses qualitative research. Data collection techniques are done by observation, interviews, and documentation. Conclusions drawn in this study were conducted by purposive sampling, and obtained as many as 6 people with the criteria of Cakar traders (1) selling in the panakkukang market area, (2) already selling for 5 years. Analysis of the data used is qualitative data analysis. Based on the results of research shows how to build in the network and maintain social cakar traders are traders in helping other traders in supporting goods and helping each other. Second is trust, in trading, cakar traders give confidence to distributors or agents in providing information on the feasibility of the goods sold. Third is the norm, the norm here is the rule. In trading cakar, not all traders make rules for consumers because according to him trading cakar is flexible and not binding, but there are also traders who make rules on their customers so that traders avoid losses.

**Keywords:** *Social Networks, Claw Traders*

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Setiap harinya manusia bekerja demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Pemenuhan kebutuhan hidup yang secara cepat inilah telah mendorong dan membuka peluang bagi manusia untuk melakukan kegiatan bisnis, diantaranya adalah membuka toko sembako, jualan *online shop*, jualan barang pecah belah, keperluan rumah tangga, juga membuka toko pakaian dan banyak usaha yang dilakukan untuk bertahan hidup.

Untuk bertahan hidup salah satu yang dilakukan pebisnis adalah berjualan cakar. Cakar adalah akronim dari cap karung yang merupakan barang impor yang banyak diminati masyarakat karena kualitasnya yang bagus begitu pula dengan harganya yang terjangkau.<sup>1</sup> Barang-barang yang di dapatkan di penjual cakar adalah barang-barang yang bermerk dan tidak banyak yang

punya model barang-barang tersebut. Penjual cakar menyediakan pakaian dari remaja sampai dewasa. Penjual cakar juga tidak hanya menjual pakaian saja tapi ada beberapa barang seperti tas dan sepatu.<sup>2</sup>

Di Makassar sendiri terdapat beberapa tempat yang menjadi pusat lapakan penjualan pakaian bekas atau cakar, seperti yang berada di Jalan Hertasning, Sentral Cakar Ratulangi, Pasar Terong, Pasar Toddopuli, Pasar Cidu' dan Pasar Cakar Batua di Jalan Borong Raya. Menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia, pakaian cakar merupakan alternatif masyarakat Makassar ditengah sulitnya mencari pakaian dengan harga yang murah dan berkualitas. Walaupun hanya merupakan pakaian bekas, namun model yang ditawarkan tidak kalah dengan barang bermerek lainnya semisal

---

<sup>1</sup> Suherna, "Pedagang Cakar di Pasar Sentral Soppeng", 2018.

---

<sup>2</sup> Titi purwanti, Skripsi: "Strategi Bertahan (Survival Strategi) Pedagang Awul-Awul di Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang" (Universitas Negeri Semarang, 2016) Hlm.16

Kenzo, Adidas, Audi Gucci dan Clark Kevin.<sup>3</sup>

Para pedagang memperoleh barang cakar dari seorang pengepul atau yang sering disebut Bosball. Bosball merupakan orang yang bertugas mengimpor barang dari berbagai negara bagian Asia seperti Cina, Singapura, Malaysia, Korea, dan Thailand. Adapun lokasi bossball di Makassar yaitu di daerah Tol Sutami dan Jalan Toddopuli. Pedagang cakar mengambil barang setiap hari sabtu atau minggu sebagai bagian dari proses bongkar barang baru atau yang biasa disebut buka ball.<sup>4</sup>

Di dalam bisnis cakar ini terdapat yang namanya relasi jaringan sosial yang tidak memiliki batas, oleh karena itu peluang ini memberikan kesempatan bagi pedagang cakar mendapatkan informasi yang bisa

---

<sup>3</sup> “Mengamati Transaksi Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Terong”,  
[https://www.kompasiana.com/heriyanto\\_rantelino/54f7a458a33311d41b8b4650/mengamati-transaksi-jual-beli-pakaian-bekas-di-pasar-terong-makassar#](https://www.kompasiana.com/heriyanto_rantelino/54f7a458a33311d41b8b4650/mengamati-transaksi-jual-beli-pakaian-bekas-di-pasar-terong-makassar#) di akses pada 11 Februari 2019

<sup>4</sup> Ibid.

memberikan nilai.<sup>5</sup> Jaringan sosial sangat penting dalam bisnis ini. Jaringan sosial dapat digunakan sebagai modal sosial berupa hubungan sosial yang relatif berlangsung lama dan berpola.<sup>6</sup> Pedagang membutuhkan jaringan sosial ini dengan orang lain sebagai ikatan antara satu sama lain, jaringan dalam ruang lingkup pedagang cakar menjadi prioritas utama mendapatkan akses informasi mengenai cakar yang terdengar dari orang atau kelompok melalui media hubungan sosial. Adanya jaringan sosial ini memudahkan mobilitas pedagang untuk mempertahankan usaha bisnisnya dan menggerakkan sumber daya finansial maupun informasi. Peran modal sosial juga diperlukan agar tercipta hubungan antar pedagang, pembeli, dan aktor dibaliknya.

---

<sup>5</sup> Tri Hayyu Parasmo. “JARINGAN SOSIAL PEDAGANG BARANG ANTIK DI KOTA SURABAYA (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pedagang Klithikan Barang Antik di Jalan Bodri Kota Surabaya)”, Volume 05. Nomor 03. Tahun 2017. Hlm.2

<sup>6</sup> Randy Desta Bramantio, skripsi: “Peran jaringan sosial dan distribusi perdagangan daging sapi (studi kasus pada perdagangan daging sapi di pasar petarukan kabupaten pematang), (Universitas Negeri Semarang, 2016). Hlm.5

Unsur utama dan terpenting dari modal sosial adalah kepercayaan (*trusf*) atau dapat dikatakan bahwa trust menjadi syarat utama untuk membentuk dan membangun modal sosial dimasyarakat.<sup>7</sup>

## **2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP**

### **2.1 Teori Jaringan**

Granovetter menggambarkan hubungan di tingkat mikro itu seperti tindakan “melekat” dalam hubungan pribadi konkret dalam struktur jaringan itu. Hubungan ini berdasarkan gagasan bahwa setiap actor mempunyai akses berbeda terhadap sumber daya yang bernilai kekuasaan, kekayaan dan informasi. Akibatnya adalah bahwa system yang terstruktur cenderung terstratifikasi, komponen tertentu tergantung pada komponen yang lain.<sup>8</sup>

### **2.2 Konsep Jaringan Sosial**

Jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subyektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan berupa hubungan melayani baik sebagai pelicin dalam memperoleh sesuatu yang dikerjakan, sebagai jembatan untuk memudahkan hubungan antara satu pihak dengan pihak lainnya, maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial. Menurut Mitchell pada tingkatan lain jaringan sosial dapat didefinisikan sebagai rangkaian hubungan yang khas di antara sejumlah orang dengan sifat tambahan, yang ciri-ciri dari hubungan ini sebagai keseluruhan, yang digunakan untuk mengartikan tingkah laku sosial dari individu-individu yang terlibat.<sup>9</sup>

Jaringan sosial melihat suatu hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam satu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam

---

<sup>7</sup> Tri Hayyu Parasmu. *Loc. Cit.*

<sup>8</sup> Ritzer. G. Goodman, D. J. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Cetakan ke-2. Jakarta:Kencana, hal. 383

---

<sup>9</sup> Damsar, Indrayani. *Op.Cit.* hlm. 159

bentuk formal maupun bentuk informal. Hubungan sosial merupakan bentuk cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif. James S. Coleman menjelaskan bahwa aktor individu biasanya mengejar kepentingan diri sendiri, jika mereka memilih bekerjasama itu semua karena hal tersebut menjadi kepentingannya.<sup>10</sup>

Pada tingkatan struktur, jaringan sosial dipahami sebagai pola atau struktur hubungan sosial yang meningkatkan atau menghambat perilaku individu untuk terlibat dalam bermacam bidang dari kehidupan sosial pada tingkatan struktur sosial. Oleh karenanya tingkatan ini memberikan suatu dasar untuk memahami bagaimana perilaku individu dipengaruhi oleh struktur sosial. Jaringan sosial banyak bekerja pada

beberapa tingkatan seperti tingkatan mikro, meso, dan makro.<sup>11</sup>

### 2.3 Konsep Kerja Sama

Kerja sama dipahami sebagai suatu usaha yang melibatkan individu-individu ataupun kelompok untuk bekerja secara kolektif demi tercapainya suatu tujuan yang telah disepakati bersama.

Charles H. Cooley dalam Soekanto &

Budi menggambarkan bahwa:

“kerja sama timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut; kesadaran akan adanya kepentingan-kepentingan yang sama dan adanya organisasi merupakan fakta-fakta yang penting dalam kerja sama yang berguna.”<sup>12</sup>

Selain itu, Narwoko dan Bagong (2004)

mengatakan bahwa :

“Kooperasi merupakan perwujudan minat dan perhatian orang untuk bekerja bersama-sama dalam suatu kesepahaman,

---

<sup>10</sup> John Field. 2010. *Modal Sosial*. Perum Sidoarjo Bumi Indah (SBI) Blok F155: Kreasi Wacana. Hlm.39

<sup>11</sup> Damsar, Indrayani. *Op. Cit.* hlm. 160

<sup>12</sup> Prof. Dr. Soejono Soekanto dan Dra. Budi Sulistyowati, M. A. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Jakarta : Rajawali. Hlm.66

sekalipun motifnya sering dan bisa tertuju kepada kepentingan diri sendiri.”<sup>13</sup>

Jaringan itu terjemahan dari *network* terdapat kata kerja (*work*). Sehingga muncullah arti kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul. Ada kerja antar simpul yang melalui hubungan sosial menjadi satu kerjasama. Hubungan kerjasama tersebut diikat dengan kepercayaan. Dimana kepercayaan dipertahankan oleh norma.

#### **2.4 Pedagang Cakar**

Pedagang adalah perantara yang kegiatannya membeli barang dan menjualnya kembali tanpa merubah bentuk atas inisiatif dan tanggung jawab sendiri dengan konsumen untuk membeli dan menjualnya dalam partai kecil atau persatuan. Cakar atau cap karung merupakan barang impor yang banyak diminati masyarakat karena kualitasnya yang bagus begitupula dengan harganya yang

---

<sup>13</sup> J. Dwi Narwako & Bagong Suyanto. 2004. Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan. Edisi keempat. Jakarta : Prenadamedia Group. Hlm.58

terjangkau.<sup>14</sup> Cakar pada umumnya berupa barang-barang bekas baik berupa pakaian, sepatu, tas, dan sebagainya yang ditemui di beberapa tempat yang menjadi pusat perdagangan cakar. Pedagang cakar adalah individu-individu yang menjual barang bekas. Selain itu pedagang cakar merupakan salah satu usaha dibidang penjualan barang bekas yang rata-rata barangnya diperoleh dari luar negeri yang kemudian dipasarkan kembali dipusat-pusat penjualan barang bekas. Harga yang ditawarkan bervariasi dan rata-rata barangnya ditawarkan merupakan brand-brand ternama.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.<sup>15</sup>

Penelitian ini akan dilakukan di Wilayah Pasar Panakkukang Kota Makassar. Adapun

---

<sup>14</sup> Suherna. *Op. Cit* . Hlm.2

<sup>15</sup> Sugiyono. 2010. Metode Penelitian pendidikan. Bandung : Alfabet, hlm : 4

tahap- tahap yang dilakukan dalam penelitian secara garis besar adalah tahap pra penelitian, tahap pelaksanaan penelitian, tahap akhir penelitian. Untuk mengumpulkan data penelitian ditentukan dengan cara penentuan subjek penelitian secara *purposive sampling* dimana peneliti mendapatkan informasi tentang sampel yang akan menjadi informan berikutnya dari kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

#### **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam hal ini pedagang cakar membangun dan mempertahankan jaringan sosial berdasarkan tiga indikator yaitu pertama sikap. Sikap diterapkan dalam membangun dan mempertahankan, seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa sikap menjadi faktor utama individu dalam berinteraksi dengan tujuan agar sesuatu yang ingin dicapai dapat terlaksana dalam hal ini membangun dan mempertahankan usahanya dalam berdagang cakar. Keadaan ini nampak

dilihat dari beberapa pedagang yang sebelum akhirnya membuka toko sendiri, mereka ikut bersama orang lain dalam hal ini seseorang yang telah menjadi pedagang cakar. Mereka ikut membantu dan bekerja dan juga sekaligus belajar berbisnis cakar setelah memiliki sedikit ilmu sampai akhirnya pedagang cakar yang awalnya hanya ikut bekerja dengan orang akhirnya membuka toko sendiri.

Yang kedua adalah kepercayaan. Kepercayaan memperbesar kemampuan manusia untuk bekerja sama melalui pertimbangan. Menurut Lawang kepercayaan merupakan hubungan antar dua belah pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu pihak atau keduanya.<sup>16</sup> Dalam berdagang cakar para pedagang sangat menjunjung tinggi kepercayaan karena kepercayaan menjadi kunci dalam membangun dan mempertahankan jaringan sosial dalam

---

<sup>16</sup> Damsar, Indrayani. *Op. Cit.* hlm. 185-186



berdagang cakar. Seperti yang diungkap sebelumnya bahwa semua pedagang cakar bersikap jujur melalui informasi kelayakan barang jualan yang ditawarkan kepada konsumennya dan juga ditawarkan kepada pedagang ecer. Pedagang cakar juga mengungkapkan dalam mempertahankan jaringan sosial mereka saling mengakrabkan diri, saling mengunjungi dan juga saling mengisi. Saling mengisi disini maksudnya adalah jika pedagang satu sedang memerlukan barang dalam artian disini adalah dagangan cakar atau pakaian bekas namun tidak memiliki stok, maka dia akan menghubungi pedagang yang lainnya yang memiliki stok barang yang dimaksud dengan menyebutkan kode barang. Jika barangnya tersedia maka akan dikirimkan dan masalah pembayaran diselesaikan dibelakang atau barangnya sampai.

Ketiga adalah norma, dalam perspektif sosiologi, norma adalah aturan yang diharapkan diikuti oleh masyarakat. Norma

biasanya diteruskan melalui proses sosialisasi tentang bagaimana orang harus berperilaku secara wajar.<sup>17</sup> Dalam berdagang cakar terdapat norma atau aturan yang dibuat oleh beberapa pedagang yang merasa harus membuat kesepakatan dengan para konsumennya. Ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh salah satu pedagang bahwa dalam berdagang cakar norma atau aturan jelas dibuat dengan sengaja agar pedagang tidak merasakan kerugian dari berdagang cakar. Tetapi terdapat pula beberapa pedagang yang mengatakan tidak membuat aturan atau norma dikarenakan berdagang cakar memiliki sifat fleksibel, tidak mengekang, tidak terikat. Para konsumen tidak diharuskan mengambil barang yang tidak sesuai dengan harapan mereka. Jika barang yang tersedia tidak sesuai dengan pesanan atau tidak sesuai dengan kemauan tidak ada paksaan agar barang tersebut harus dibeli. Begitu juga jika pedagang ecer yang mengambil barang di

---

<sup>17</sup> Yustinus Surhardi Ruman. *Op.Cit.* hlm. 109-110.

agen satu selanjutnya bisa mengambil atau memesan barang ditempat lain, mereka tidak terikat.

Dari pemaparan hasil penelitian diatas sejalan dengan teori dan konsep jaringan sosial yang dikemukakan oleh Granovetter. Yang mana dalam teori jaringan, Granovetter menggambarkan hubungan di tingkat mikro itu seperti tindakan melekat dalam hubungan pribadi konkret dalam struktur jaringan itu. Hubungan ini berdasarkan gagasan bahwa setiap actor mempunyai akses terhadap sumber daya yang bernilai kekuasaan, kekayaan, dan informasi. Akibatnya bahwa system yang terstruktur cenderung terstratifikasi, komponen tertentu tergantung pada komponen yang lain.<sup>18</sup> Hal ini sejalan dengan fungsi jaringan mikro yaitu pelicin, jembatan, dan perekat. Dimana pelicin menggambarkan sikap dari pedagang cakar yang memberikan kemudahan terhadap

pedagang cakar yang lain dalam mengakses barang cakar. Mereka saling tolong menolong, saling mengisi barang cakar yang dibutuhkan tiap pedagang cakar dan juga mereka memegang teguh kejujuran. Dengan kejujuran mereka saling menginformasikan kelayakan barang cakar yang jualkan dan saling menjaga kepercayaan yang diberikan meskipun ada perjanjian hutang-piutang di dalam transaksi berdagang cakar. Dengan adanya sikap (tolong-menolong) dan kepercayaan (kejujuran) yang diterapkan oleh pedagang cakar membuat para konsumennya menjadi betah menjadi langganan, ini yang membuat para konsumennya juga merekomendasikan pedagang cakar langganannya ke tempat lain. Ini menjadikan fungsi jaringan mikro sebagai jembatan berfungsi memperluas jaringan pedagang cakar disamping dengan adanya aturan (norma) antar pedagang yang telah disepakati. Ketiga perekat, ikatan yang terjalin antar pedagang cakar ini membuat

---

<sup>18</sup> Ritzer. G. Goodman. *Op.Cit.* hlm. 383

mereka saling membutuhkan satu sama lain, tingkat kepercayaan dan tingkat keuntungan menjadikan mereka saling terikat satu sama lain

Maka dari itu bisa dikatakan bahwa penggambaran Granovetter tentang jaringan sosial jika dilihat dari pedagang cakar adalah adanya hubungan yang erat antara pedagang cakar distributor, agen, pengecer, dan pelempar yang membuat setiap aktornya mempunyai akses terhadap sumber daya yang bernilai berupa informasi barang cakar yang menghasilkan kekayaan bagi pedagang cakar itu sendiri.

## **5. KESIMPULAN**

Setelah selesai melaksanakan penelitian dengan judul “Jaringan Sosial Pedagang Cakar di Wilayah Pasar Panakkukang”, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu, dalam membangun dan mempertahankan jaringan sosial pedagang cakar menggunakan jaringan mikro yang memiliki fungsi sebagai

pelicin, jembatan, dan perekat dan antara pedagang cakar dibutuhkan sikap, kepercayaan, dan norma. Dimana pelicin menggambarkan sikap dari pedagang cakar yang memberikan kemudahan terhadap pedagang cakar yang lain dalam mengakses barang cakar dan membantu pedagang cakar yang lain mengelola jualannya dan juga menolong pedagang cakar yang lain jika mencari barang yang sangat dibutuhkan saat itu juga. Mereka saling tolong menolong, saling mengisi barang cakar yang dibutuhkan tiap pedagang cakar dan juga mereka memegang teguh kejujuran. Dengan kejujuran mereka saling menginformasikan kelayakan barang cakar yang jualkan dan saling menjaga kepercayaan yang diberikan meskipun ada perjanjian hutang-piutang di dalam transaksi berdagang cakar. Dengan adanya sikap (tolong-menolong) dan kepercayaan (kejujuran) yang diterapkan oleh pedagang cakar membuat para konsumennya menjadi betah menjadi

langganan, ini yang membuat para konsumennya juga merekondisikan pedagang cakar langganannya ke orang lain. Ini menjadikan fungsi jaringan mikro sebagai jembatan berfungsi memperluas jaringan pedagang cakar disamping dengan adanya aturan (norma) antar pedagang yang telah disepakati. Ketiga perekat, ikatan yang terjalin antar pedagang cakar ini membuat mereka saling membutuhkan satu sama lain, tingkat kepercayaan dan tingkat keuntungan menjadikan mereka saling terikat satu sama lain

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Agusyanto, Ruddy. 2014. *Jaringan sosiologi dalam organisasi. Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Depok
- Dalman, H. 2012. *Menulis Karya Ilmiah*. Jakarta: PT: RajaGrafindo Persada
- Damsar, Indayani. 2016. *Pengantar Sosiologi Ekonomi. Edisi ke-2*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Field, John. 2010. *Modal Sosial. Perum Sidoarjo Bumi Indah (SBI) Blok F155: Kreasi Wacana*.

Kountur, Ronny. 2007. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. Jakarta

Lawing, Robert. M. Z. 2005. *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologik*. UniversitasIndonesia: FISIP UI PRESS.

Narwako, J. Dwi dan Bagong Suyanto. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan. Edisi keempat*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Perry, M. 2000. *Mengembangkan Usaha Kecil dengan Memanfaatkan Berbagai Bentuk Jaringan Kerja Ekonomi. Cetakan ke-1*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ritzer, George dan D. J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi Modern. Edisi ke6*. Jakarta: Kencana.

Soekanto, Soejono Soekanto dan Budi Sulistyowati. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar. Edisi Revisi*. Jakarta : Rajawali

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta

Yulianti, Poernomo. 2003. *Sosiologi Pedesaan*. Yogyakarta: Pondok Pustaka Yogyakarta

### Skripsi/Tesis

Bramantio, Randy Desta. 2016. *Peran jaringan sosial dan distribusi perdagangan daging sapi (studi kasus pada perdagangan daging sapi di pasar*

*petarukan kabupaten pemalang*). Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Purwanti, Titi. 2016. *Strategi Bertahan (Survival Strategi) Pedagang Awul-Awul di Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Susilo, Agus Susilo. 2011. *Faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang kaki lima menempati bahu jalan di kota Bogor (Studi kasus pedagang sembako di jalan Dewi Kartika Utara)*. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.

### **Jurnal**

Ruhman, Yustinus Suhardi. 2009. "Keteraturan Sosial, Norma Dan Hukum: Sebuah Penjelasan Sosiologis" vol.2 no.2

Suherna. 2018. *Pedagang Cakar di Pasar Sentral Soppeng*

### **Internet**

"Mengamati Transaksi Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Terong". Diakses 11 februari 2019

<https://www.kompasiana.com/heriyantorantelino/54f7a458a33311d41b8b4650/mengamati-transaksi-jual-beli-pakaian-bekas-di-pasar-terong-makassar#> di akses pada 11 Februari 2019

"Profil Kabupaten/Kota Makassar". Di akses 14 Januari 2019.

<http://ciptakarya.pu.go.id/profil/profil/timur/sulsel/makassar.pdf>