

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial pedagang bakso patrol di Kota Bandung tidak hanya berorientasi pada aktivitas ekonomi semata, tetapi juga membangun sistem sosial yang mendukung keberlangsungan usaha mereka. Para pedagang yang berasal dari Ciamis, Sumedang, dan Tasikmalaya membentuk jaringan sosial yang didasari oleh ikatan kuat (*strong ties*) dan ikatan lemah (*weak ties*) melalui interaksi sehari-hari. Adapun penelitian ini menjawab dua pertanyaan utama yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan empat bentuk jaringan sosial pada pedagang bakso patrol di Kota Bandung. Pertama, jaringan sosial paguyuban yang bersifat informal dan dilandasi oleh adanya unsur kepentingan, tersebar di beberapa kecamatan dengan titik awal jaringan dimulai dari juragan HN yang merekrut pekerja dari Ciamis berdasarkan motif kepercayaan dan kesamaan daerah asal. Kedua, jaringan sosial kesamaan daerah asal yang terbentuk melalui hubungan daerah yang sama yaitu Dusun Bitungsari dan Samarang (Ciamis), Rancakalong (Sumedang), dan Singaparna (Tasikmalaya). Ketiga, jaringan sosial perkawinan dan kekerabatan yang terbentuk melalui hubungan emosional dan memiliki ikatan lebih kuat dibandingkan jaringan berbasis kepentingan, seperti terlihat pada hubungan juragan HN dengan pedagang yang merupakan kerabat dari daerah yang sama. Keempat, jaringan sosial

pertemanan yang terbentuk melalui interaksi sehari-hari di lingkungan yang sama, ditandai dengan dua bentuk yaitu *expressive emotional friendship* dan *instrumental friendship*.

2. Proses pembentukan jaringan sosial pedagang bakso patrol di Kota Bandung dapat dijelaskan melalui empat aspek teori jaringan sosial Mark Granovetter. Pertama, terjadi transformasi ikatan lemah menjadi ikatan kuat pada jaringan paguyuban yang awalnya berbasis kepentingan kerja, sedangkan jaringan kekerabatan dan perkawinan didominasi ikatan kuat berdasarkan hubungan darah dan pernikahan. Kedua, norma atau aturan main terbentuk secara vertikal melalui kesepakatan sistem pembagian hasil, dan secara horizontal melalui kesepakatan rute dan lapak berdagang. Ketiga, keterlekatan relasional tercipta melalui interaksi harian dan pertukaran informasi yang membentuk jembatan sosial untuk meminimalisir konflik ekonomi. Keempat, kepercayaan yang terbentuk terdiri dari kepercayaan askriptif dalam hubungan juragan-pedagang, serta kepercayaan prosesual yang mendorong terbentuknya solidaritas antarpedagang.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Penelitian mengenai jaringan sosial pedagang bakso patrol di Kota Bandung telah mengungkapkan berbagai dimensi penting dari dinamika sosial dan ekonomi yang terbentuk dalam komunitas pedagang informal. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, berikut disampaikan saran dan rekomendasi:

1. Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan tiga bentuk jaringan: meso, mikro, dan makro yang akan meneliti lebih lanjut terkait dengan bentuk jaringan sosial. Penelitian jaringan sosial ini hanya sebatas pada kelompok pedagang yang memiliki kesamaan dengan juragan, dapat dikembangkan kepada para pedagang berbeda tetapi di satu lokasi dagang yang sama. Pendekatan etnografi membantu menganalisis lebih lanjut bagaimana nilai-nilai budaya dari daerah asal mempengaruhi praktik ekonomi dan strategi adaptasi pedagang bakso patrol di lingkungan urban. Studi antropologi keluarga dapat meneliti transformasi struktur kekerabatan dan sistem pewarisan pengetahuan kuliner antar generasi dalam mempertahankan identitas kolektif pedagang bakso patrol. Dengan saran ini, penulis mengharapkan karya ini mampu membuka arahan baru bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai jaringan sosial pada komunitas pedagang urban.
2. Saran praktis, untuk memperkuat jaringan sosial sebagai modal sosial dalam berdagang, para pedagang bakso patrol dapat menerapkan strategi-strategi berikut. Pertama, membangun komunikasi rutin dengan sesama pedagang melalui pertemuan berkala, baik formal maupun informal, untuk saling berbagi informasi tentang kondisi pasar, sumber bahan baku, dan strategi penjualan. Kedua, menjalin hubungan baik dengan pelanggan tetap melalui pelayanan yang konsisten dan ramah, serta memahami preferensi mereka untuk menciptakan loyalitas jangka panjang.