

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

*Foodtruck* di Kota Pangkalpinang merupakan fenomena sosial-ekonomi yang unik dan menarik untuk dikaji karena fenomena ini terobosan terbaru tentang sosial ekonomi dalam membangun usaha makan tanpa harus menyewa tempat jualan. *Foodtruck* pada dasarnya sudah berkembang berapa puluhan tahun yang lalu. Tetapi di Pangkalpinang sendiri baru sekitar 3 tahun terakhir ini, tetapi baru terkenal 2 tahun yang lalu.

Para penjual makanan membuat terobosan baru menjual makanan dengan menggunakan mobil dan dengan sistem bagi waktu kerja seperti ada yang menetap dan ada yang berpindah-pindah. Berpindah-pindah artinya para penjual memanfaatkan ruang publik yang lebih ramai. Sehingga setiap hari mereka bisa menghabiskan jualan mereka. Pembagian sistem kerja seperti ini akan memberikan analisis yang berbeda satu sama lainnya, namun dalam hal resiko kerjanya menurut analisis peneliti sama.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi para penjual *foodtruck* di Kota Pangkalpinang memilih untuk membuka usaha makanan dengan inovasi yang baru menggunakan mobil berdasarkan data lapangan, yaitu faktor peluang bisnis, faktor lapangan pekerjaan, faktor budaya, faktor sosial, faktor geografis. Setelah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi para penjualan makanan dengan menggunakan mobil,

peneliti bisa mendapat suatu temuan atau kesimpulan dalam penelitian ini, yakni pada dasarnya mereka berjualan dengan menggunakan mobil ini agar memudahkan mereka dalam membuka bisnis makanan yang tidak memberatkan mereka dengan menyewa tempat seperti yang dilakukan para penjual lainnya, mereka cukup memanfaatkan ruang publik sebagai alat untuk mempromosikan makanan mereka.

Terlepas dari itu, sebagai suatu temuan yang cukup penting juga dari peneliti saat melakukan kajian terhadap penjual *foodtruck*, memiliki modal sosial yang melangsung terjadi dan terciptanya hubungan bagi sesama penjual, pembeli dan pemasok bahan baku. Modal sosial tersebut yaitu adanya rasa kepercayaan, jaringan dan norma sosial. Sehingga para penjual *foodtruck* sepatutnya untuk bergabung dalam komunitas. Jika ada acara-acara besar penjual makanan dengan menggunakan tidak hanya mendapatkan keuntungan sendiri, melainkan satu orang penjual *foodtruck* memberikan informasi ke *foodtruck* lainnya jika mendengar kabar ada acara-acara besar yang akan diselenggarakan di pusat Kota hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan lain selain hubungan kerja. Sebab itu dikarenakan ada kepercayaan, jaringan dan norma yang mengikat dalam suatu hubungan.

## **B. Implikasi Teoritis**

Penelitian ini menggunakan teori Putnam yang menjelaskan mengenai modal sosial. Menurut Putnam modal sosial adalah bagian dari

kehidupan sosial (jaringan, norma dan kepercayaan) yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama. modal sosial pada hakikatnya adalah elemen-elemen seharusnya ada dalam kehidupan sebuah kelompok sosial, baik itu komunitas, masyarakat atau yang lainnya, karena konsep dari modal sosial ini merupakan perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial. Konsep modal sosial juga sangat kompleksitas, yang dapat dirumuskan berdasarkan titik pandang dari para ahli yang bersangkutan. Sehingga modal sosial merupakan sumberdaya berupa jaringan kerja yang memiliki pengetahuan tentang nilai, norma, dan struktur sosial atau kelembagaan yang memiliki semangat kerjasama, kejujuran dan kepercayaan.

Hubungan teori modal sosial dengan penelitian ini adalah dilihat dari para penjual *foodtruck* dalam menjalankan aktivitas jualan berdasarkan kepercayaan, jaringan dan norma yang meningkat setiap para penjual yang terjalin dalam komunitas. Adanya modal sosial yang berisi kepercayaan, jaringan dan norma memberikan implementasi pada kehidupan sosial para penjual yang dilihat dari kehidupan ekonomi dan kehidupan sosial para penjual. tiga aspek yang mendasari modal sosial menjadi perekat untuk membangun para penjual memiliki hubungan yang timbal balik dimana sama-sama bergantung satu sama lain dalam menjalin hubungan kerja sama yang baik.

Dari pemaparan ini peneliti berasumsi bahwa modal sosial yang terdapat dalam proses kerja sama yang terjalin diantara para penjual akan memudahkan mereka untuk bekerja sama dengan baik. Dengan menjalin rasa percaya, jaringan dan norma akan memberikan implementasi terhadap kehidupan sosial penjual, baik itu dilihat dari kebutuhan ekonomi maupun kebutuhan sosial.

Modal sosial yang dimiliki membuat penjual terus mempertahankan segala aktivitas dan menjalin kerja sama yang baik selama mereka merasakan bahwa ada hubungan yang saling membutuhkan. Dimana penjual membutuhkan pemasok untuk memenuhi kebutuhan bahan baku jualan mereka, penjual dengan penjual lainnya yang memberikan informasi terkait lokasi atau ada acara-acara besar dipusat Kota yang guna untuk mengumpulkan para *foodtruck* menjadi satu komunitas yang lebih dikenal di halayak ramai atau masyarakat di segala penjuru.

Selanjutnya menjalin hubungan yang baik antara penjual dengan pembeli, karena konsumen akan memberikan keuntungan yang sangat signifikan bagi penghasilan para penjual selain itu para konsumen akan membentuk jaringan dengan berkelompok-kelompok untuk menikmati dan membeli makanan yang mereka tawarkan, pembeli akan merasa nyaman ketika para penjual menjalin hubungan dengan baik yang didasarkan rasa percaya. Kemudian hubungan penjual dengan para penegak ketertiban pusat Kota seperti petugas kebersihan, pemerintah kota dengan cara

mengikuti setiap norma yang terjaln secara tidak tertulis. Ketika penjual tidak mengikuti setiap norma yang diberikan akan menjadi kerusuhan yang mengakibatkan mereka tidka diijinkan untuk mempromosikan atau menjual makanan mereka.

Dari pemaparan tersebut, peneliti berkesimpulan bahwa ada implikasi teori dari masing-masing teori yang peneliti gunakan terhadap fenomena yang diangkat dalam penelitian ini.

### C. Saran

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, maka peneliti kemudian memberikan saran kepada pemerintah Kota Pangkalpinang khususnya dinas tata ruang terbuka publik, para penjual dan para masyarakat Kota Pangkalpinang yang merupakan objek dari penelitian ini.

1. Diharapkan kepada stakeholder dalam memperhatikan keberadaan penjual *foodtruck* di Kota Pangkalpinang. sehingga para penjual *foodtruck* ini menjadi lebih banyak di sekitar Pangkalpinang dan memiliki komunitas.
2. Diharapkan kepada para *penjual foodtrcuk* di Kota Pangkalpinang agar tetap harus mempertahankan cara dan sistem kerja dengan memanfaatkan modal sosial yang terjaln serta strategi dalam memanfaatkan ruang publik, menambah menu makanan sehingga membuat ketertarikan pembeli agar tidak bosan. Hal tersebut agar

keberadaan *foodtruck* tetap eksis dan berkembang sehingga banyak yang akan membuka usaha makanan dengan menggunakan mobil.

3. Diharapkan kepada masyarakat untuk dapat memanfaatkan ruang publik dengan sebaik-baiknya dan tidak membuat kerusuhan. Sehingga semua orang yang memanfaatkan ruang publik dapat merasakan kenyamanan tersendiri, serta tidak mengganggu aktivitas masyarakat lainnya.

