

Modal Sosial dalam Penguatan Ekonomi Lokal melalui Wisata Pasar Slumpring

Annisa Anandya Pramesti¹, Gunawan Gunawan^{2*}

^{1,2}Universitas Negeri Semarang

*Corresponding author, e-mail: goenantro@mail.unnes.ac.id.

Abstrak

Pengembangan pariwisata berbasis kerakyatan dengan menampilkan citra tradisional menjadi salah satu konsep yang dipilih dalam pengembangan wisata Pasar Slumpring, Kecamatan Bumijawa, Tegal. Sektor pariwisata yang masih dikelola secara mandiri ini berhasil membangun wadah pemberdayaan bagi masyarakat setempat sekaligus sebagai salah satu penguatan ekonomi lokal yang dimiliki Desa Wisata Cempaka. Tujuan dari penelitian ini, guna untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dari destinasi Pasar Slumpring yang masih bertahan sampai sekarang dari perspektif modal sosial. Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan 5 orang informan terpilih serta dokumentasi di lingkungan wisata Pasar Slumpring. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada teori modal sosial Fukuyama. Temuan penelitian menunjukkan bahwa modal sosial menjadi komponen penting yang berhasil disinergikan sehingga mampu mendukung pemberdayaan masyarakat serta penguatan ekonomi lokal melalui wisata Pasar Slumpring. Aspek-aspek modal sosial yang dibangun meliputi, kepercayaan, norma dan nilai sosial serta jaringan sosial. Selain itu, peran Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) juga berkontribusi secara signifikan dalam memperkuat modal sosial yang dimiliki Pasar Slumpring. Secara keseluruhan, keberadaan Pasar Slumpring memberikan penguatan ekonomi terhadap masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Budaya Tradisional; Modal Sosial; Pariwisata berbasis Kerakyatan; Pasar Slumpring; Pokdarwis.

Abstract

Developing community-based tourism by showcasing traditional imagery is one of the concepts chosen in the development of Slumpring Market tourism in Bumijawa District, Tegal. This tourism sector, which is still managed independently, has succeeded in creating a platform for community empowerment while also serving as one of the economic strengths of Cempaka Tourism Village. This study aims to determine the extent of the success of the Slumpring Market destination, which has survived to this day, from the perspective of social capital. This research used a descriptive qualitative method with data collection techniques through direct field observation, interviews with five selected informants, and documentation of the Slumpring Market tourism environment. The analysis used in this study is based on Fukuyama's social capital theory. The findings show that social capital is an important component successfully synergised to support community empowerment and strengthen the local economy through the Slumpring Market tourism. The aspects of social capital that have been built include trust, social norms and values, and social networks. Additionally, the role of Pokdarwis significantly contributes to strengthening the social capital of Slumpring Market. Overall, Slumpring Market provides economic empowerment to the surrounding community.

Keywords: Community-based tourism; Pokdarwis; Slumpring Market; Social Capital; Traditional Culture.

How to Cite: Pramesti, A. A. & Gunawan, G. (2025). Modal Sosial dalam Penguatan Ekonomi Lokal melalui Wisata Pasar Slumpring. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 12(2), 64-76.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is Property cited under the same license as the original. ©2025 by Jurnal Socius.

Pendahuluan

Pasar menjadi salah satu tempat untuk kegiatan transaksi berupa jual beli yang dilakukan antara pedagang dan pembeli. Perkembangan pasar dikelompokkan ke dalam dua bentuk yaitu pasar tradisional dan pasar modern (Suryani et al., 2023). Di beberapa wilayah bahkan sudah mulai mengembangkan pasar tradisional ke tingkat yang lebih modern dengan konsep yang beragam. Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pihak pemerintah, koperasi, swasta maupun swadaya masyarakat yang di dalamnya terdapat pedagang berskala kecil dan menengah dengan modal yang terbatas serta menggunakan sistem tawar-menawar (Handayani et al., 2019; Wibowo et al., 2022). Pasar tradisional juga digunakan masyarakat sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan yang di dalamnya terjalin interaksi sosial yang hangat antara pedagang dengan pembeli (Noor, 2017).

Pasar tradisional sekarang harus mampu bersaing dengan pasar-pasar modern yang mulai mengikuti perkembangan teknologi serta memberikan segala akses kemudahannya. Pasar tradisional juga menjadi salah satu ikon daerah yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Keberadaan pasar tradisional mulai tersisih sejak munculnya pasar-pasar modern (Nika et al., 2013). Strategi untuk menjadikan pasar tradisional tidak ditinggalkan bahkan sampai dilupakan oleh masyarakat salah satunya dengan melakukan pembaharuan-pembaharuan yang mampu menarik minat para pengunjung untuk bisa datang ke pasar tradisional tersebut.

Pasar Slumpring mampu menjadi destinasi wisata yang masih bertahan sampai sekarang. Modal sosial yang kuat menjadi salah satu bukti eksistensi dari pariwisata ini masih terjaga. Obyek wisata yang diteliti yaitu Pasar Slumpring, merupakan salah satu pasar tradisional dengan luas 700 m² yang dibangun dan dikelola secara mandiri oleh Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Pasar Slumpring dibuka hanya pada setiap hari Minggu, yang berlokasi di desa wisata Cempaka Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Nuansa tradisional ditampilkan sebagai sajian pariwisata bertujuan untuk menciptakan sesuatu yang inovatif sekaligus sebagai wadah pemberdayaan masyarakat khususnya ibu-ibu.

Terdapat sekitar 25 pedagang yang berasal dari masyarakat asli Desa Cempaka yang ikut berkontribusi sebagai pelaku UMKM yang menjual berbagai sajian di dalam Pasar Slumpring. 17 pedagang menyajikan makanan tradisional seperti serabi, kue putu, nasi jagung, alu-alu, dan sebagainya. Sekitar 5 pedagang menjual makanan kekinian seperti telur gulung, mochi, bakaran dari *frozen food*, dan lain sebagainya. Kemudian 3 diantaranya menjual minuman, mulai dari teh poci, es kuwut, sampai es buah. Omset keseluruhan dalam sekali beroperasi bisa mencapai 50-80 juta dengan masing-masing penjual bisa mendapatkan sekitar Rp 800.000- Rp 1.000.000. Dalam setiap minggu nya tercatat sekitar 2000-2500 pengunjung datang untuk berwisata kuliner di Pasar Slumpring. Pasar ini juga memiliki daya tarik unik yang memadukan keindahan alam dengan nuansa tradisional sehingga menawarkan pengalaman yang berbeda bagi para pengunjung.

Bertahannya Pasar Slumpring sebagai destinasi wisata kerakyatan selain karena adanya daya tarik tersendiri yang ditampilkan tentu juga ada aktor-aktor sebagai bagian dari modal sosial yang berperan di belakangnya, yang menjadikan pasar ini tetap bertahan di tengah banyaknya destinasi wisata lain. Kolaborasi yang dilakukan oleh pengelola pasar, pihak pemerintah daerah khususnya BUMDes, komunitas lokal maupun pihak swasta lainnya juga menjadi salah satu modal utama destinasi wisata ini masih berjalan sampai sekarang. Modal sosial dalam pengembangan wisata Pasar Slumpring ini memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi lokal. Modal sosial menjadi salah satu elemen yang penting dalam mendorong kebersamaan, pertukaran ide, kepercayaan antar individu, serta kerjasama yang saling menguntungkan demi kemajuan bersama (Adawiyah, 2018; Hasbullah, 2006). Keberhasilan dalam mengelola modal sosial dengan manajemen yang baik mampu menggerakkan perputaran ekonomi dan mempertahankan Pasar Slumpring sebagai tujuan wisata. Komunitas atau organisasi dapat terbentuk dengan baik karena adanya hubungan sosial yang kuat antar anggotanya. Kualitas hubungan tersebut akan berkembang jika individu-individu di dalamnya berinteraksi secara intens dan dalam jangka waktu yang cukup lama. Hubungan sosial akan semakin erat ketika anggota kelompok atau organisasi terlibat dalam berbagai kegiatan bersama (Adawiyah, 2018).

Coleman mengembangkan teori modal sosial dengan mengasumsikan bahwa adanya ketergantungan yang saling menghubungkan sesama aktor yang ada dalam suatu sistem sosial. Modal sosial menjadi sumber daya yang dibutuhkan dalam menjalin hubungan kekerabatan serta organisasi sosial yang layak yang terdiri dari berbagai entitas yang berbeda (Coleman, 1994; Subagyo, 2021). Konsep modal sosial merupakan seperangkat elemen yang ada dalam struktur sosial yang berfungsi untuk mendukung tindakan dari beberapa aktor yang tergabung dalam struktur ini. Fukuyama dalam Subagyo (2021) tiga konsep yang harus ada dalam membangun modal sosial antara lain nilai atau norma yang menjadi alasan terbentuknya sebuah kepercayaan, serta kepercayaan bertujuan untuk mengukur tingkat modal sosial, dan

jaringan sosial yang bertujuan untuk menciptakan interaksi atau hubungan sosial dengan berbagai elemen masyarakat.

Fukuyama dalam [Syahra \(2003\)](#) juga menjelaskan bahwa kepercayaan yang hadir dalam masyarakat tidak terlepas dari akar budaya serta nilai moral yang berlaku di masyarakat yang bersangkutan. Ia juga memaparkan bahwa untuk membentuk jaringan sosial yang baik dalam membangun modal sosial diperlukan organisasi-organisasi ekonomi yang bersifat demokratis. Karena menurutnya untuk menjalankan kelembagaan yang baik dibutuhkan nilai-nilai timbal balik, tanggung jawab moral, kewajiban sosial, serta kepercayaan yang lebih berlandaskan pada tradisi dan kebiasaan daripada pertimbangan yang bersifat rasional. Konsep modal sosial dari Fukuyama ini sejalan dengan penerapan modal sosial yang ada di Pasar Slumpring, dimana aspek-aspek dari modal sosial yang meliputi kepercayaan, nilai sosial serta jaringan sosial menjadi kekuatan utama dalam menjaga keberlangsungan ekonomi lokal dalam mendukung sektor pariwisata di Kabupaten Tegal.

Modal sosial yang didalamnya mencakup kepercayaan, nilai dan norma serta jaringan sosial menjadi aspek yang relatif belum banyak dibahas di penelitian sebelumnya. [Sutrisnawati et al. \(2021\)](#) telah mengkaji strategi pengembangan pasar tradisional menjadi tempat wisata menggunakan analisis SWOT dengan melihat pada faktor internal dan eksternal yang ada dalam pasar tradisional, namun tidak secara spesifik menganalisis modal sosial yang dibangun di pasar tradisional. [Astawa \(2021\)](#) membahas terkait eksistensi pasar tradisional dalam mendukung pariwisata dengan memperbaiki citra pasar tradisional di beberapa aspek, tetapi belum menjelaskan terkait pentingnya memperbaiki modal sosial yang dimiliki sebagai penguatan pasar tradisional.

[Istifhama \(2017\)](#) menemukan bahwa modal sosial juga diperlukan sebagai strategi bertahan pelaku di sektor informal, tetapi dalam penelitian tersebut hanya menjelaskan modal sosial yang dibangun antar para pedagang dengan pembeli. Kajiannya kurang spesifik menjelaskan konsep yang ada pada modal sosial seperti kepercayaan, norma dan nilai serta jaringan sosial yang dibangun. Riset yang sudah dilakukan oleh [Junaid & Salim \(2019\)](#) menyatakan pentingnya mendorong partisipasi masyarakat dalam mengembangkan destinasi wisata. Struktur organisasi dalam tata kelola destinasi menjadi inti dari pengembangan sebuah pariwisata, tetapi dalam penelitian tersebut tidak menyinggung terkait modal sosial secara spesifik yang juga berperan dalam bertahannya destinasi wisata. [Aji & Faniza \(2022\)](#) mengkaji terkait pengembangan komponen pariwisata yang mengerucut pada atraksi dan amenitas sebagai bentuk pemanfaatan modal sosial dalam desa wisata tetapi dalam kajiannya belum menjelaskan secara spesifik elemen-elemen pada modal sosial yang dimiliki. [Nugraha \(2021\)](#) dalam penelitiannya membahas terkait peran modal sosial dalam pengembangan desa wisata yang didalamnya menjelaskan konsep modal sosial berupa kepercayaan, norma serta jaringan sosial tetapi dalam kajiannya lebih spesifik menjabarkan peran pemerintah dalam pengembangan desa wisata. Kajian terkait konsep yang ada dalam modal sosial belum dijabarkan secara mendalam.

Berdasarkan hasil penelusuran dari berbagai sumber literatur ditemukan bahwa riset terdahulu terkait pengembangan desa wisata khususnya pada pasar tradisional hanya fokus pada aspek pengembangan pasar dari strategi umum, citra pasar, atau partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata secara umum. Hasil-hasil penelitian belum mengungkap peran modal sosial dan mempertahankan keberlangsungan desa wisata. Oleh karena itu penelitian ini memfokuskan pada elemen-elemen utama dalam modal sosial yang didalamnya memuat kepercayaan, norma dan nilai serta jaringan sosial dalam mempertahankan dan mengembangkan keberadaan desa wisata sebagai penguatan ekonomi lokal. Artikel ini diharapkan mampu mengisi kekosongan literatur yang belum secara utuh dan mendalam serta memberikan wawasan mengenai strategi membangun modal sosial yang dimiliki, menjaga keseimbangan antara pelestarian tradisi dan pemanfaatan ekonomi dalam wajah baru wisata Pasar Slumpring sebagai basis pariwisata kerakyatan. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji keberlangsungan penguatan ekonomi lokal melalui sektor pariwisata hingga saat ini yang ditinjau dari perspektif modal sosial.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan analisis teori modal sosial dari Fukuyama. Pendekatan ini digunakan dengan tujuan untuk mengumpulkan data secara mendalam dengan menggambarkan, mendeskripsikan serta menjelaskan permasalahan yang diangkat dalam tulisan ini. Lokasi penelitian pada wisata Pasar Slumpring di Desa Wisata Cempaka Kabupaten Tegal pada rentang bulan Januari-Februari 2025. Teknik pengumpulan data penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang memungkinkan untuk mengamati, merekam segala perilaku dan peristiwa yang ada di lapangan ([Nasution, 2023](#)). Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas yang ada di Pasar Slumpring, mulai dari persiapan sampai pasar selesai beroperasi. Peneliti mengamati interaksi yang terjadi baik antara pengelola wisata

dengan pengunjung, pengelola wisata dengan pedagang maupun interaksi antara pedagang dengan pembeli dalam melakukan transaksi.

Menurut Silverman, wawancara merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh dengan melakukan interaksi secara langsung kepada narasumber yang memiliki data, pengetahuan yang terkait serta memiliki akses terhadap data yang sedang dicari (Aji & Faniza, 2022). Wawancara digunakan untuk mengetahui seperti apa peran-peran elemen modal sosial dalam pengelolaan pasar. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan serta informasi yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Kriteria informan penelitian meliputi pengelola wisata, pokdarwis, ketua BUMDes serta pedagang yang ada di Pasar Slumpring. Informan penelitian berjumlah 5 orang yang terdiri dari 2 informan dari pihak BumDes dan pengelola wisata yang mengetahui seluk beluk Pasar Slumpring, 2 informan dari pedagang yang berjualan di Pasar Slumpring dan 1 informan merupakan pengunjung dari Pasar Slumpring.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi data untuk memastikan keakuratan serta validitas temuan penelitian. Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah pengumpulan data selesai dalam periode waktu tertentu (Saleh, 2017). Model analisis data interaktif dari Miles dan Huberman digunakan mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan (Subagyo, 2021). Temuan dari penelitian ini memberikan gambaran yang lebih jelas terkait penguatan ekonomi di Pasar Slumpring yang dilihat dari perspektif modal sosial.

Hasil dan Pembahasan

Sejarah dan Latar Belakang Pasar Slumpring

Pasar Tradisional Slumpring merupakan salah satu bentuk pariwisata berbasis kerakyatan yang masih dikelola secara mandiri terletak di Desa Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal. Pasar ini hadir sebagai salah satu bagian dari upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Desa untuk mengembangkan Desa cempaka menjadi sebuah desa wisata. Program pembangunan dan pemberdayaan lainnya juga dilakukan oleh pemerintah setempat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mempercepat pertumbuhan di wilayah Desa Cempaka. Pokdarwis mulai melakukan *mapping area* dan berhasil melihat adanya peluang yang sekiranya mampu dikembangkan yaitu dengan mengubah potensi alam yang dimiliki Desa Cempaka untuk dirancang menjadi sebuah destinasi wisata.

Proses terbentuknya Desa Wisata ini dimulai pada tahun 2016 yang mana Pokdarwis setempat membuka sebuah destinasi wisata mata air “Tuk Mudal” sekaligus digunakan untuk pengairan di kawasan hutan bambu yang sekarang digunakan sebagai lokasi Pasar Slumpring. Wisata mata air tersebut berhasil menarik minat pengunjung di awal pembukaan tetapi mengalami kemunduran dikarenakan destinasi yang ditawarkan terkesan membosankan. Pokdarwis mulai mengembangkan gagasan wisata lain yang mampu mendorong peningkatan ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan potensi wilayah Desa Cempaka yang lainnya.



Gambar 1. Suasana Pasar Tradisional Slumpring di Tengah Hutan Bambu

Sumber: Dokumentasi Pengelola Pasar Slumpring (2025)

Muncul gagasan berupa obyek wisata dengan konsep Pasar Slumpring yang menyuguhkan kebudayaan lokal masyarakat. Selain wisata air yang sudah berjalan, pokdarwis juga melihat potensi alam dari hutan bambu yang ada di kawasan desa yang akhirnya dibuka untuk lokasi wisata Pasar Slumpring. Nama “Slumpring” diambil dari kata “pring” yaitu sebutan bambu bagi masyarakat Jawa. Pasar Slumpring ini dirancang khusus untuk menyajikan kuliner tradisional. Hampir keseluruhan pedagang akan menyuguhkan berbagai makanan dan minuman tradisional khas Jawa yang beberapa pembuatannya bisa pengunjung lihat secara langsung. Seperti yang terlihat di gambar 1, hal menarik lainnya yaitu suasana pasar

yang asri pedesaan dengan udara sejuk khas pegunungan mampu menarik pengunjung agar berlama-lama sambil ditemani alunan musik pengiring.

Hadirnya Pasar Tradisional Slumpring mampu membawa perubahan bagi Desa Cempaka khususnya bagi masyarakat setempat dalam peningkatan pada aspek ekonomi. Pasar Tradisional Slumpring bukan hanya sebagai tempat jual beli namun mampu menghidupkan ekonomi desa dengan cara lain yaitu melalui pariwisata. Pasar ini bahkan membuka peluang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) setempat dan peluang lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar untuk berjualan di Pasar Slumpring. Hingga saat ini terdapat sekitar 30 pedagang yang berjualan di dalam Pasar Slumpring yang semuanya merupakan warga asli Desa Cempaka.

Sajian Wisata Pasar Slumpring

Pasar Tradisional Slumpring menjadi salah satu destinasi wisata kuliner di Kabupaten Tegal yang dibuka setiap hari Minggu dan akan ada penambahan di hari Sabtu tetapi hanya pada waktu libur sekolah dan libur hari raya Idul Fitri. Kegiatan pasar di mulai pukul 06.00 WIB, para pedagang dan pengelola sudah ramai berdatangan ke lokasi pasar untuk menyiapkan barang dan kebutuhan yang akan digunakan berjualan serta memastikan sarana prasarana seperti tempat cuci tangan, tempat sampah, gelar tikar untuk tempat duduk pengunjung dan persiapan lainnya. Pengelola pasar dan pedagang menggunakan seragam yang sudah disepakati bersama. Pengelola pasar laki-laki menggunakan pakaian serba hitam atau surjan lurik lengkap dengan blangkon di kepala, sedangkan pedagang perempuan akan menggunakan kebaya dan jarik dengan warna yang sudah disesuaikan oleh jadwal di minggu tersebut. Seragam yang dimiliki ada empat model yang akan digunakan secara bergantian setiap minggunya. Empat seragam tersebut diantaranya, kebaya dengan motif batik, kebaya model jaman dahulu berwarna pink dan hijau serta kebaya surjan lurik.

Sekitar pukul 07.00 WIB biasanya para pengunjung sudah mulai berdatangan, untuk pengunjung yang membawa kendaraan akan diberhentikan di pintu masuk oleh pengelola yang bertugas di loket tiket masuk sekaligus tiket parkir. Tiket masuk di Pasar Slumpring dikenakan tarif sebesar Rp 5.000/orang dan untuk tiket parkir kendaraan roda dua dikenakan tarif Rp 5.000/kendaraan dan kendaraan roda empat Rp 10.000/kendaraan. Beberapa pengelola pasar ditempatkan di area parkir untuk mengarahkan dan membantu para pengunjung yang membawa kendaraan.



Gambar 2. Bentuk “Irat” Alat Tukar Transaksi di Pasar Slumpring

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025)

Setelah itu, pengunjung akan masuk ke area Pasar Slumpring, yang mana di depan setelah pintu masuk terdapat loket untuk penukaran uang. Pengunjung akan diarahkan oleh pengelola pasar yang berjaga untuk menukarkan uang ke loket terlebih dahulu. Hal tersebut dilakukan karena segala bentuk transaksi jual beli yang ada di Pasar Slumpring tidak menggunakan uang rupiah pada umumnya tetapi menggunakan *irat*. (Seperti yang ada di gambar.2) *Irat* merupakan kepingan dari bambu yang dibuat oleh pengelola sebagai alat tukar khusus yang ada di Pasar Slumpring. Konsep *irat* ini berhasil memberikan gambaran baru bagi para pengunjung bahwa uang bukan lagi gambaran nyata sebagai alat tukar yang digunakan khususnya dalam bertransaksi di dalam Pasar Slumpring. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Hidayat selaku Manajer Pasar Slumpring sebagai berikut:

“...Ide awal dari adanya irat atau pengunjung lebih mengenalnya dengan uang bambu ini karena kami terinspirasi dari alat transaksi pada zaman dahulu yang masih belum mengenal uang. Jadi, kami sengaja membuat irat dari bambu yang ada disini kemudian kami desain dengan tulisan Pasar Slumpring agar punya ciri khas tersendiri dibanding pasar tradisional lainnya...” (Wawancara tanggal 5 Januari 2025).

Irat tidak hanya berarti bagi pengunjung tetapi juga memiliki makna tersendiri bagi pedagang dan pengelola pasar. Khayyi selaku Pokdarwis dan Bumdes mengungkapkan bahwa:

“...Irat ini selain sebagai daya tarik tersendiri dari Slumpring bagi para pengunjung, sebenarnya juga sebagai kontrol bagi pengelola pasar dalam nantinya menghitung jumlah pendapatan yang masuk karena dalam satu irat nominalnya sama. Jadi hitungnya nanti lebih mudah...” (Wawancara tanggal 23 Februari 2025).

Pengunjung harus menukarkan uang mereka dengan *irat* yang bernilai Rp 2.500/*irat*. Pengunjung dapat menukarkan uang dalam bentuk tunai maupun uang digital (*e-money*). Pengelola juga menyediakan barcode untuk pembayaran non tunai. Setelah pengunjung selesai menukarkan uang menjadi *irat*, mereka bisa berkeliling area pasar untuk melihat maupun membeli berbagai macam kuliner yang ditawarkan oleh para pedagang.

Pengunjung dapat menikmati berbagai macam kuliner makanan dan minuman tradisional. Beberapa makanan tradisional yang dijual antara lain serabi, candil, cethot, gandos, blendung dari jagung, kapur, kue putu, nasi jagung, pecel, tahu aci yang menjadi makanan khas Kabupaten Tegal dan masih banyak lagi.



Gambar 3. Kuliner Rujak dan Pecel Sayur di Pasar Slumpring

Sumber: Dokumentasi Pengelola Pasar Slumpring (2025)

Minuman yang dijual juga tidak kalah menarik, seperti wedang jahe, bandrek bahkan teh poci yang menjadi ciri khas minuman Kabupaten Tegal. Harga setiap makanan dan minuman disana bervariasi contohnya kue putu bisa diperoleh dengan menukarkan 1 *irat*, serabi seharga 2 *irat*, teh poci seharga 4 *irat*. Setelah mereka membeli makanan dan minuman yang diinginkan, pengunjung dapat mencari tempat duduk lesehan berupa tikar dari bambu dan tikar anyaman yang sudah disediakan oleh pengelola pasar yang berada di depan arena panggung hiburan. Selama proses interaksi yang ada di Pasar Slumpring, pengunjung akan lebih banyak diajak berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Jawa krama, baik dari pedagang maupun pengelola pasar.



Gambar 4. Teh Poci Minuman Khas di Pasar Slumpring

Sumber: Dokumentasi Pengelola Pasar Slumpring (2025)

Alunan musik tegalan, lagu-lagu tradisional maupun lagu-lagu modern yang dibawakan oleh pemuda Desa Cempaka yang memiliki nama tersendiri yaitu “Amuba” (Alunan Musik Bambu) dihadirkan oleh pihak pengelola sebagai pelengkap untuk mengiringi para pengunjung selama menikmati kuliner di Pasar Tradisional Slumpring. Para seniman musik yang hadir selain dari pemuda Desa Wisata Cempaka juga dari berbagai komunitas seniman yang ada di Kabupaten Tegal yang sebelumnya sudah bekerjasama dengan pihak pengelola pasar. Kesempatan terbuka juga diberikan ke pengunjung Pasar Slumpring apabila ada yang ingin menyumbang lagu atau ikut bernyanyi di panggung hiburan. Hal ini menambah rasa kekeluargaan antara satu sama lain. Alunan musik akan berjalan selama pasar dibuka sampai pukul 11.30 WIB.

Berhentinya alunan musik bukan menjadi tanda selesainya pasar. Hal tersebut dilakukan karena memasuki waktu dzuhur sekaligus mengingat lokasi pasar berada di tengah desa.

Pasar mulai sepi pengunjung di pukul 13.00 WIB dan para pedagang akan mulai membereskan barang dagangannya pada pukul 14.00 WIB sampai selesai. Sedangkan untuk pengelola pasar membereskan tikar yang sebelumnya dipakai sebagai tempat lesehan pengunjung, kemudian membersihkan sampah yang ada di area pasar. Beberapa pengelola bertugas untuk melayani penukaran *irat* yang didapatkan oleh pedagang selama berjualan di hari itu. Dalam penukaran tersebut, *irat* yang ditukarkan oleh pedagang, nilai satu *irat* dihargai Rp 2.000. Penukaran tersebut terdapat selisih harga sebesar Rp 500 dari nilai *irat* yang ditukarkan oleh pengunjung karena selisihnya akan masuk ke kas pengelola pasar yang digunakan untuk biaya operasional dan pemeliharaan Pasar Slumpring. Selisih tersebut menjadi pendapatan pengelola yang harus menyisihkan juga untuk masuk ke kas BUMdes.

Hadirnya berbagai macam konsep pariwisata yang menampilkan sisi modern di Kabupaten Tegal, Pasar Slumpring justru berhasil mempertahankan eksistensinya selama 9 tahun dalam sektor pariwisata dengan menampilkan citra tradisional. Pasar Slumpring masih menjadi destinasi yang ramai wisatawan setiap minggunya. Pasar ini memiliki daya tarik dengan ciri khas tersendiri yang ditawarkan, eksistensinya Pasar Slumpring juga tidak lepas dari peran pihak-pihak yang terus berusaha mempertahankan tata kelola yang baik, promosi yang inovatif dan penguatan kerjasama dengan relasi-relasi baik dengan pihak pemerintah maupun pihak swasta lainnya. Selain sebagai destinasi wisata ekonomi kerakyatan masyarakat Desa Wisata Cempaka, pasar ini juga dibangun sebagai wadah pemberdayaan masyarakat sekitar. Pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu program dari kelompok sadar wisata di Desa Cempaka khususnya untuk ibu-ibu yang memiliki keterampilan dalam membuat makanan, yang kemudian diarahkan untuk membuat sajian tradisional untuk dijual di Pasar Slumpring. Modal sosial yang secara bersinergi dibangun dan dikelola sebagai bentuk penguatan ekonomi lokal mencakup 3 komponen utama yaitu peran masyarakat, aspek sosial serta dukungan internal dan eksternal. Ketiganya berhasil menjadi kekuatan dalam bertahannya Pasar Slumpring.

Peran Masyarakat dalam pengembangan Wisata Pasar Slumpring

Pada bulan Februari 2016, salah satu masyarakat Desa Cempaka bernama Khayyi yang saat itu menjabat sebagai Kepala Desa memiliki inisiatif untuk membangun lingkungannya dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Menurut pandangannya, jika pemerintah desa memberikan bantuan berupa uang atau bahan makanan itu tidak akan berlangsung lama manfaatnya. Upaya untuk membangun Desa Cempaka bertujuan untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat desa serta menjadikan Desa Cempaka lebih dikenal dikalangan masyarakat sebagai desa maju. Harapannya dengan membangun sumber daya yang ada nantinya masyarakat dapat merasakan manfaatnya untuk kehidupan jangka panjang. Upaya ini sudah dimulai Khayyi bersama masyarakat di tahun 2013 dengan menggagas sebuah acara yaitu Suro Festival, merupakan pagelaran kesenian daerah yang dilangsungkan setahun sekali dengan mengundang masyarakat serta berbagai wisatawan. Dari kegiatan festival itu muncul berbagai ide lain untuk terus bisa mengembangkan potensi yang dimiliki oleh masyarakat Desa Cempaka. Sehingga, hal pertama yang dilakukan pada saat itu yaitu membentuk sebuah organisasi bersama masyarakat Desa Cempaka.

Pokdarwis menjadi salah satu elemen penting dalam pembentukan dan pengelolaan destinasi ini sehingga masih bertahan sampai sekarang. Sebuah organisasi pengelola pariwisata yang awalnya bernama Cempala (Cempaka Pecinta Alam) hadir karena adanya keprihatinan terhadap kondisi Desa Cempaka yang memiliki potensi sumber daya alam yang memadai tetapi belum mampu dikelola dengan baik. Akhirnya, mereka mencoba melakukan pemetaan sosial untuk melihat berbagai potensi wilayah yang dimiliki untuk bisa dikembangkan. Pemetaan sosial merupakan salah satu pendekatan penting ketika akan melakukan analisis serta memetakan berbagai hal dalam kehidupan masyarakat (Annisa & Fadli, 2024). Setelah sebelumnya berhasil membangun pariwisata yang pertama yaitu wisata mata air "Tuk Mudal" pihak Pokdarwis masih terus melakukan evaluasi terhadap perkembangan pariwisata ini dan melihat ada potensi lain yang bisa dikembangkan di sekitar mata air ini sampai akhirnya konsep Pasar Slumpring hadir. Hal ini diungkapkan oleh Khayyi selaku Ketua Bumdes dan Pokdarwis sebagai berikut:

"...Kami berpikir, kalau kita tidak punya atraksi lain untuk mengembangkan pariwisata ini orang akan gampang bosan karena hanya melihat air saja. Akhirnya, kami sepakat untuk membuat atraksi lain, namanya Pasar Slumpring yang sudah sampai 9 tahun ini..."
(Wawancara tanggal 23 Februari 2025)

Hasil wawancara dengan Hidayat selaku Manajer Pasar Slumpring juga menyatakan hal yang sama sebagai berikut:

“...Wisata disini awalnya dimulai dari tuk mudal itu berupa mata air alami karena ramai akhirnya kita membuat sebuah acara kesenian namanya Bumijawa festival itu kita mengundang turis serta pihak pemerintah. Alhamdulillahnya acara ini mendapat antusias baik dari warga, akhirnya setiap tahun kita adakan tapi diubah namanya menjadi Suro Festival. Mulai dari situlah kita coba mikir lagi kegiatan apa yang sekiranya bisa menghidupkan Desa Cempaka secara berkelanjutan...” (Wawancara tanggal 5 Januari 2025).

Penjelasan Khayyi terkait ide awal digagasnya wisata Pasar Slumpring yang dipertegas oleh penjelasan Hidayat bahwa ide dalam mengembangkan wilayah Desa Cempaka sudah dimulai dengan berbagai kegiatan yang bersifat pariwisata untuk mendorong sektor ekonomi di Desa Cempaka. Akan tetapi, dalam kenyataannya beberapa kesulitan dihadapi oleh pengelola wisata di awal pembentukan pasar, salah satunya yaitu mendapatkan pedagang yang bersedia berjualan di Pasar Slumpring dengan beberapa aturan yang harus disepakati bersama. Pada saat itu, pengelola hanya berhasil mendapatkan 5 pedagang dimana 2 pedagang berasal dari anggota Pokdarwis dan 3 lainnya dari masyarakat. Kepercayaan menjadi salah satu aspek modal sosial yang berperan dalam membangun pariwisata ini. Kesukarelaan serta kesadaran dari masyarakat setempat dalam melakukan pengembangan wilayahnya tentu dapat meningkatkan kesejahteraan baik dalam aspek ekonomi maupun sosial (Ningsih & Wijaya, 2023; Syarifa & Wijaya, 2019). Bentuk kepercayaan lainnya yang terbangun di Pasar Slumpring juga hadir dari kelompok seni daerah, para musisi di wilayah Kabupaten Tegal turut berkontribusi dalam pelaksanaan pasar mingguan ini. Pokdarwis memberikan wadah bagi pemuda desa serta musisi daerah lain yang ada di wilayah Kabupaten Tegal untuk ikut menampilkan musik-musik daerah sebagai pengiring para wisatawan dalam menikmati kuliner yang disajikan.

Masyarakat Desa Wisata Cempaka memberikan dukungan serta kepercayaan kepada pengelola wisata Pasar Slumpring untuk berbagai program yang dilakukan guna kemajuan serta keberlangsungan pasar. Hubungan kerjasama serta rasa saling percaya dari masyarakat maupun antar lembaga baik dari dalam maupun luar wilayah, menjadi elemen penting dalam modal sosial (Alfiansyah, 2023; Fadli, 2015). Keberhasilan dari pengembangan Pasar Slumpring ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengunjung yang datang setiap minggunya bahkan di hari libur seperti libur semester dan hari raya idul fitri. Selain itu, meningkatnya ketertarikan masyarakat desa untuk ikut bergabung berjualan di pasar yang awalnya hanya 3 orang yang bersedia, sekarang terdapat sekitar 25 pedagang asli masyarakat Desa Cempaka yang ikut berpartisipasi. Hal tersebut menjadi bukti adanya kepercayaan masyarakat terhadap kemajuan dari pasar yang terus berkembang. Kepercayaan dan jaringan sosial yang terbentuk dimanfaatkan oleh para pedagang dalam sebuah kelompok. Hubungan keduanya bersifat kolaboratif sehingga mampu memperluas akses terhadap aktivitas ekonomi yang sedang dijalankan (Sarastika et al., 2024). Pasar Slumpring saat ini berhasil menjadi destinasi pilihan untuk menghabiskan waktu libur dengan menikmati wisata kuliner. Perkembangan perekonomian kerakyatan ini menunjukkan bahwa program sadar wisata dengan memanfaatkan sumber daya alam dan juga sumber daya manusia yang sekarang dijalankan sudah mampu membuahkan hasil.

Aspek Sosial dalam Pengembangan Wisata Pasar Slumpring

Aspek sosial gotong royong semakin di bangun oleh masyarakat Desa Cempaka semenjak adanya destinasi ini. Pokdarwis berusaha membangun kerjasama dengan masyarakat sekitar untuk menyediakan fasilitas berupa *homestay* yang bisa digunakan oleh wisatawan dari luar daerah. Wisatawan yang akan bermalam nantinya diarahkan untuk menginap di rumah-rumah warga, mereka akan tinggal bersama warga, segala bentuk keperluan seperti makanan juga disediakan oleh warga yang rumahnya ditempati. Jadi, dalam hal ini pengelola berharap dengan adanya partisipasi dari masyarakat mampu membangun nilai sosial yang baik antara masyarakat dan wisatawan. Wisatawan akan merasakan tinggal dengan suasana khas pedesaan, serta budaya masyarakat setempat.

Aspek sosial gotong royong lain yang dibangun oleh masyarakat Desa Wisata Cempaka yaitu dengan mengadakan acara Suro Festival yang diadakan setiap satu tahun sekali setiap bulan Suro bertempat di area Pasar Slumpring sekaligus untuk memperingati HUT Pasar Slumpring. Kegiatan ini menjadi bentuk gotong royong masyarakat karena serangkaian acara yang diadakan tersebut dilakukan secara bersama-sama. Dimulai dari acara bersih desa yang diikuti oleh seluruh masyarakat Desa Cempaka, dilanjut dengan acara ruwat bumi. Ruwatan atau ruwat bumi yaitu salah satu ritual dalam budaya Jawa yang bertujuan untuk merefleksikan keadaan diri, menghadapi aspek spiritual, mengendalikan tindakan yang dilakukan serta bentuk memohon pertolongan kepada Tuhan agar terbebas dari bencana serta permasalahan hidup (Aminudin et al., 2023). Masyarakat Desa Wisata Cempaka juga mengadakan acara barit. Barit merupakan acara keliling desa secara bersama-sama yang nantinya di tiap-tiap pojok desa akan dikumandangkan adzan oleh salah satu warga.

Gotong royong yang dilakukan oleh masyarakat untuk kemajuan Pasar Slumpring juga ditunjukkan dengan adanya partisipasi dari masyarakat untuk ikut bergabung dalam keanggotaan Pokdarwis. Jadi, sistem

yang diterapkan dalam pengelolaan Pasar Slumpring yaitu setiap pedagang yang berjualan di Pasar Slumpring maka suami dari pedagang atau anak dari pedagang tersebut harus sukarela tergabung dalam Pokdarwis. Sehingga, dalam hal ini terdapat kerjasama yang terjalin. Tujuannya yaitu agar jumlah pengelola wisata terus bertambah untuk nantinya ikut merawat destinasi ini serta mempromosikan agar semakin dikenal oleh banyak kalangan. Aspek sosial gotong royong menjadi aset dan kapabilitas yang perlu dikembangkan agar mendorong masyarakat untuk aktif dalam berpartisipasi, dengan tetap menyesuaikan kebutuhan serta kepentingan mereka. Hal itu bertujuan agar mereka dapat lebih mandiri dalam meningkatkan kesejahteraan hidup yang berkelanjutan (Syarifa & Wijaya, 2019).

Aspek sosial lainnya yaitu nilai religius merupakan nilai yang berfokus pada keyakinan serta spiritual kepada Tuhan. Awal pembentukan wisata ini sempat mendapat penolakan dari warga khususnya tokoh masyarakat setempat. Mengingat latar belakang masyarakat yang cukup agamis, sehingga memunculkan anggapan bahwa pendirian wisata di Desa Cempaka dikhawatirkan akan membawa dampak negatif. Setelah berdiskusi bersama antara tokoh masyarakat dengan Pokdarwis akhirnya mereka menyetujui pembentukan destinasi wisata ini dengan beberapa kesepakatan yang harus disetujui bersama. Salah satunya yaitu, untuk menghargai masyarakat lokal setempat maka alunan musik yang dibawakan sepanjang Pasar Slumpring ini beroperasi hanya boleh dimainkan sampai pukul 11.30 WIB, artinya musik harus berhenti sebelum masuk waktu dzuhur.

Dukungan Internal dan Eksternal dalam Pengembangan Wisata Pasar Slumpring

Kemajuan destinasi wisata ini tidak terlepas dari peran Khayyi sebagai tokoh masyarakat yang juga tergabung dalam organisasi dan komunitas sehingga mampu menjadi perantara komunikasi dengan berbagai pihak baik pihak pemerintah maupun pihak swasta lainnya sampai terciptanya sebuah hubungan sosial yang baik. Bentuk dukungan internal dan eksternal yang terbangun dengan tujuan mempertahankan eksistensi Pasar Slumpring di Desa Wisata Cempaka dimulai dari peran Khayyi sebagai Kepala Desa Cempaka (2013-2019) yang menjadi tokoh awal penggagas destinasi wisata. Ia melihat adanya potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki Desa Cempaka. Langkah awal yang dilakukan Khayyi pada saat itu membentuk kelompok sadar wisata yang bertujuan untuk membantunya dalam membangun dan mengelola destinasi wisata ini serta sebagai pihak yang akan berperan dalam membangun kerjasama dengan berbagai pihak lain. Selain itu juga, dengan adanya peran Khayyi yang pada saat itu menjabat menjadi Kepala Desa menjadikan hubungan yang terjalin dengan pihak pemerintah terkait koordinasi, perizinan dan lainnya menjadi lebih mudah.

Langkah selanjutnya yaitu Pokdarwis mulai menjalankan tugasnya sebagai pengelola destinasi wisata ini. Dalam membangun jaringan sosial, Pokdarwis membangun hubungan dengan pihak internal maupun pihak eksternal. Dimulai dari membangun jaringan dengan pihak internal yang ada di Desa Cempaka, yaitu BUMDes yang sekarang diketuai oleh Khayyi (Kepala Desa Cempaka 2013-2019). Hubungan sosial yang terjalin diantara Pokdarwis yaitu terkait pengelolaan hasil yang didapatkan dari destinasi wisata ini, meskipun destinasi Pasar Slumpring masih dikelola secara mandiri tetapi dari pihak pengelola tetap memberikan bagian dari pendapatan wisata yang akan masuk ke pihak BUMDes. Dalam hal ini, BUMDes juga ikut berperan penting dalam hal mempromosikan destinasi Pasar Slumpring dan ikut membantu dalam penyediaan sarana dan prasarana, khususnya penyediaan air bersih yang digunakan di Pasar Slumpring.

Pihak internal lain yaitu Pokdarwis membangun jalinan dengan tokoh masyarakat sekitar, keterlibatan tokoh masyarakat sekitar juga menjadi hubungan sosial yang dibangun oleh pihak pengelola wisata seperti dengan kyai maupun pemuka agama lainnya. Mengingat salah satu tantangan dibangunnya destinasi wisata ini yaitu kurangnya mendapat dukungan dari masyarakat. Oleh karena itu, pengelola wisata berusaha melakukan pendekatan kepada tokoh masyarakat agar mampu mendukung keberlangsungan destinasi ini. Setelah mendapat dukungan dari masyarakat setempat, Pokdarwis kemudian melakukan pendekatan dengan pemuda Desa Cempaka yang memiliki minat dalam musik, tujuan dari membentuk jalinan ini yaitu agar pemuda Desa Cempaka bisa ikut serta berpartisipasi sekaligus dapat menyalurkan kemampuan yang dimiliki untuk turut serta dalam mendukung keberlangsungan Pasar Slumpring.

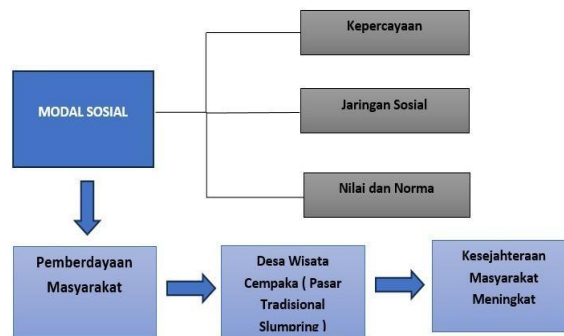
Setelah membangun dukungan sosial dengan pihak internal kemudian Pokdarwis mulai membangun dukungan sosial dengan pihak eksternal. Beberapa pihak eksternal berhasil membangun kerjasama dengan Pasar Slumpring. Seperti, jaringan sosial yang dibangun antara Pokdarwis dengan komunitas lokal seperti komunitas musik yang ada di Kabupaten Tegal. Meskipun Pokdarwis sebelumnya sudah menjalin hubungan dengan pemuda desa yang memiliki kemampuan dalam bermusik tetapi hubungan sosial yang dibangun ini bertujuan untuk memperluas relasi sekaligus memberikan wadah bagi para seniman di luar Desa Cempaka untuk bisa menyalurkan karya mereka yang ingin menampilkannya di Pasar Slumpring. Selain itu juga sebagai salah satu cara untuk mempromosikan destinasi wisata ini melalui bantuan dari komunitas-komunitas yang bekerjasama.

Pokdarwis juga menjalin hubungan dengan pihak swasta seperti pihak penyedia penginapan atau hotel maupun pengelola wisata lain yang ada di Kabupaten Tegal. Hubungan sosial yang dibangun antara kedua pihak ini yaitu dengan saling mempromosikan satu sama lain. Seperti halnya beberapa hotel yang bekerjasama dengan pokdarwis akan mengarahkan tamu-tamu yang menginap untuk berwisata di Pasar Slumpring. Hubungan sosial juga dibangun oleh Pokdarwis dengan beberapa universitas yang ada di Kabupaten Tegal seperti Universitas Pancasakti dan Universitas Harapan Bersama. Tujuan dari membangun jaringan sosial dengan kampus yaitu kesadaran dari pengelola wisata akan keterbatasan sumber daya manusia yang ada di Desa Cempaka. Sehingga, harapannya dengan menjalin hubungan sosial ini dapat membantu pengelola wisata dengan melalui pertukaran ide maupun gagasan untuk meningkatkan potensi sumber daya manusia masyarakat setempat.

Setelah berhasil membangun jaringan sosial dengan pihak-pihak tersebut. Pokdarwis, semakin memperkuat jaringan sosial untuk mendukung keberlangsungan Pasar Slumpring dengan melakukan pendekatan dengan pihak Pemerintah Daerah Kabupaten Tegal. Salah satunya yaitu membangun kerjasama dengan Dinas Kementerian Agama Kabupaten Tegal. Hasil dari kerjasama yang dibangun yaitu para pedagang yang ada di Pasar Slumpring sudah mendapatkan sertifikasi halal. Pokdarwis juga membangun jalinan dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Tegal. Hasil dari kerjasama yang dibangun ini, pihak dinas kesehatan akan secara berkala untuk datang dan memastikan kebersihan dan kelayakan makanan yang dijual di Pasar Slumpring. Jaringan sosial yang dibangun oleh Khayyi di awal pembentukan konsep Pasar Slumpring sampai akhirnya terbentuklah pokdarwis sebagai pengelola pasar yang melanjutkan membangun jaringan sosial dengan pihak-pihak lainnya tersebut masih terus dilakukan sampai sekarang. Tanpa adanya upaya untuk memperluas jaringan sosial dengan pihak lain diluar dari lingkup Desa Wisata Cempaka, kemungkinan destinasi wisata Pasar Slumpring belum tentu mampu bertahan dan tetap eksis sampai sekarang.

Modal Sosial dalam Penguatan Pasar Tradisional Slumpring

Penguatan ekonomi lokal yang dibangun di pasar slumpring berlangsung karena adanya kekuatan-kekuatan modal sosial. Modal sosial menjadi sarana penting yang memberikan dampak positif dalam meningkatkan hubungan dalam kegiatan ekonomi (Titioka et al., 2023). Kuatnya modal sosial tidak serta merta langsung terbangun melainkan tercipta karena adanya partisipasi serta dukungan dari masyarakat yang bersangkutan. Seperti halnya modal sosial yang dibangun Pasar Slumpring yang sudah mulai dibangun bahkan sebelum konsep wisata ini hadir. Hal tersebut karena adanya upaya dari masyarakat sekitar yang berhasil membangun hubungan harmonis sehingga mampu menjadi subjek utama dalam menentukan arah dalam membangun wisata kerakyatan Pasar Slumpring.



Gambar 5. Bagan Modal Sosial Pasar Tradisional Slumpring

Sumber: Peneliti (2025)

Berbagai macam konsep modal sosial berhasil dikembangkan salah satunya konsep modal sosial dari Fukuyama yang menjelaskan 3 komponen utama yang menjadi pondasi dalam membangun modal sosial meliputi, kepercayaan, nilai sosial dan jaringan sosial. Ketiganya menjadi aset yang tidak berwujud namun berperan penting dalam memperkuat keberlangsungan Pasar Slumpring dalam sektor pariwisata sekaligus sebagai penguatan ekonomi lokal. Fukuyama dalam Subagyo (2021) ketika modal sosial menurun maka diperlukan usaha untuk memperluas jangkauan kepercayaan sehingga terciptanya jalinan hubungan yang bertujuan untuk mendorong kerjasama. Kepercayaan masyarakat setempat tidak datang begitu saja melainkan melalui upaya yang dilakukan oleh Pokdarwis untuk menumbuhkan rasa percaya itu bahwa pariwisata ini nantinya mampu berkembang dengan baik sekaligus akan menjadi wadah pemberdayaan bagi masyarakat sekitar dengan tujuan memperbaiki kesejahteraan masyarakat Desa Cempaka. Menumbuhkan rasa kepercayaan di tengah masyarakat menjadi kunci utama dalam modal sosial untuk mendorong proses

pemberdayaan masyarakat (Utami, 2020). Dalam interaksi langsung yang terjadi dilapangan kepercayaan yang dibangun di Pasar Slumpring juga menjadi stabilitas ekonomi lokal yang mana kepercayaan mampu menciptakan suasana yang stabil dan harmonis baik antar pelaku UMKM yaitu pedagang, pengunjung dan pengelola pasar. Kepercayaan yang kuat bisa memberikan dampak yang positif salah satunya dapat mengurangi terjadinya konflik serta mendorong loyalitas berbagai pihak untuk hubungan jangka panjang.

Fukuyama dalam Subagyo (2021) meyakini bahwa kuatnya modal sosial terjadi apabila kelompok di dalam masyarakat yang memiliki nilai dan norma dapat membantu melalui partisipasinya dalam jaringan sosial. Selain itu, kelangsungan sebuah jaringan sosial juga tergantung pada kepercayaan yang diyakini bersama agar kegiatan kerjasama terus berlangsung dengan baik (Sulistiono & Baru, 2019). Fukuyama dalam Subagyo (2021) menjelaskan bahwa dalam modal sosial, nilai yang terkandung pada pembiasaan dalam masyarakat akan membentuk kekompakan, kejujuran dan rasa saling percaya. Nilai sosial yang berhasil dibangun oleh masyarakat Desa Cempaka dalam mempertahankan keberlangsungan Pasar Slumpring meliputi gotong royong serta religius yang menjadi pedoman tak tertulis dalam menjaga keteraturan sosial yang ada di dalam pasar. Nilai sosial juga menjadi kekuatan pemersatu bagi berbagai pihak yang berperan khususnya masyarakat sekitar dalam menciptakan lingkungan yang mendukung keberlangsungan serta mempertahankan wisata kerakyatan Pasar Slumpring. Modal sosial menjadi salah satu bentuk sumber daya yang ada dalam lingkungan masyarakat lokal dengan melibatkan norma dan nilai guna memfasilitasi serta menciptakan kolaborasi yang baik (Fitria, 2022). Aspek sosial yang dimiliki oleh masyarakat memberikan dampak positif bagi perkembangan sebuah kawasan pariwisata (Agustina & Hindersah, 2019).

Komponen utama lainnya dalam modal sosial menurut Fukuyama yaitu Jaringan Sosial. Jaringan sosial menjadi salah satu aspek modal sosial yang mampu menjadi jalinan terbentuknya sebuah hubungan sosial dengan berbagai pihak. Dalam membangun jaringan sosial untuk bisa mencapai tujuan yang diharapkan tentu tidak terlepas dari nilai atau norma yang ada di masyarakat serta kepercayaan (Subagyo, 2021). Jaringan sosial selain berperan dalam memfasilitasi kerjasama juga menjadi mobilisasi dukungan, sebagai perantara dalam penyebaran informasi serta mampu menciptakan identitas kolektif (Fathy, 2019; Subagyo, 2021). Jaringan sosial yang dibangun di Pasar Slumpring baik yang dengan pihak internal maupun pihak eksternal berhasil memperluas dukungan ekonomi. Salah satu manfaat yang dirasakan yaitu kemudahan kolaborasi dengan berbagai pihak dalam mendukung kegiatan wisata serta promosi pasar. Selain itu juga jaringan sosial ini berhasil meningkatkan akses informasi yang lebih luas serta peningkatan sumber daya. Dengan jaringan sosial yang kuat maka akan terbentuklah struktur sosial yang ada di Pasar Slumpring yang mampu mendukung kerja sama produktif. Jaringan sosial menjadi salah satu komponen penting dalam membangun modal sosial sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam sektor ekonomi. Jaringan sosial dalam modal sosial juga berperan dalam memperkuat kemampuan organisasi serta menjadi wadah berbagai kegiatan ekonomi serta menjadi aset penting bagi penguatan ekonomi yang dapat dilihat dari berbagai jaringan sosial yang dibangun dengan berbagai pihak (Syahra, 2003).

Partisipasi dari masyarakat juga menjadi kunci keberlangsungan pariwisata yang berbasis kerakyatan di Desa Wisata Cempaka. Hadirnya Pasar Slumpring selain menjadi pusat perekonomian juga menjadi wadah pemberdayaan masyarakat lokal yang mampu menguatkan aspek sosial dalam masyarakat. Kuatnya peran modal sosial yang berhasil dibangun di Pasar Slumpring mampu mencapai beberapa tujuan yang sudah direncanakan seperti halnya kemajuan dari Desa Cempaka menjadi salah satu desa wisata yang dikenal banyak kalangan. Tidak hanya itu, destinasi ini sekalipun masih dikelola secara mandiri tetapi mampu memberikan keuntungan khususnya dalam aspek perekonomian masyarakat. Dalam sekali beroperasi Pasar Slumpring mampu menghasilkan sekitar 50-80 juta, omset yang dihasilkan nantinya akan dibagi, meliputi 70% dari hasil yang didapatkan akan dikembalikan ke pedagang sesuai hasil dari penjualan mereka. Kemudian, 30% akan masuk ke kas yang nantinya digunakan untuk biaya operasional dan pemeliharaan pasar maupun untuk upah yang akan diberikan ke pengelola pasar yang bertugas.

Simpulan

Pasar Slumpring berhasil menjadi destinasi wisata yang masih bertahan di wilayah Kabupaten Tegal, dengan dinamika yang terjadi dari awal pasar ini dikonsep sampai bisa berkembang menjadi salah satu penguat ekonomi lokal berbasis kerakyatan Desa Wisata Cempaka. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, modal sosial menjadi komponen penting yang berhasil dibangun dalam upaya mempertahankan eksistensi dari Pasar Slumpring. Pariwisata yang masih dikelola secara mandiri ini, mampu menerapkan pengelolaan yang baik. Hal tersebut terjadi karena didukung oleh modal sosial yang kuat meliputi nilai sosial, kepercayaan serta jaringan sosial yang terus dikembangkan agar mampu mencapai tujuan bersama. Upaya pengelola wisata dalam mempertahankan nilai dan norma sosial yang dimiliki oleh masyarakat Desa Cempaka berhasil menumbuhkan kepercayaan di masyarakat. Sehingga mengundang

masyarakat untuk turut serta berpartisipasi dalam pengembangan destinasi wisata Pasar Slumpring. Jaringan sosial yang terus dikembangkan juga menjadi salah satu elemen penting yang ada pada modal sosial. Dengan adanya hubungan kerjasama yang terjalin selain untuk memperluas relasi yang dimiliki juga menjadi upaya promosi agar Pasar Slumpring terus dikenal oleh banyak kalangan.

Implikasi dari penelitian ini yaitu dapat memperkaya literatur mengenai modal sosial yang tidak hanya menjadi pengikat sosial tetapi juga menjadi penguatan ekonomi dalam membangun Pasar Slumpring sebagai bentuk ekonomi kerakyatan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa modal sosial yang ada di Pasar Slumpring sudah terbangun sebelum wisata ini hadir, tiga komponen penting dalam modal sosial yang dimiliki mampu dipertahankan dan tidak berubah bahkan semakin diperkuat untuk kelangsungan Pasar Slumpring. Akan tetapi, penelitian ini masih terbatas dalam mengetahui lebih lanjut terkait peran dari elemen-elemen pada modal sosial yang ada. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas ruang lingkup yang diteliti untuk bisa mengetahui aspek lain yang menjadikan Pasar Slumpring tetap bertahan.

Rujukan

- Adawiyah, R. (2018). Strategi pengembangan badan usaha milik desa (bumdes) berbasis aspek modal sosial (studi pada bumdes surya sejahtera, Desa Kedungturi, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo). Universitas Airlangga.
- Agustina, I. H., & Hindersah, H. (2019). Explorations of social values in Magersari settlement in Indonesia. *ISVS E-Journal*, 6(1), 1–9.
- Aji, R. R., & Visilya Faniza. (2022). Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Komponen Pariwisata di Desa Wisata Pentingsari. *Barista: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(2), 47–59. <https://doi.org/10.34013/barista.v9i02.703>
- Alfiansyah, R. (2023). Modal sosial sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat desa. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 41–51.
- Aminudin, H., Kurnia, H., & Apriliani, A. (2023). Pengaruh Nilai dan Norma Terhadap Tradisi Ruwat Bumi di Desa Guci, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 3(1), 14–23.
- Annisa, Y., & Fadli, M. (2024). Partisipasi Masyarakat Dalam Pemetaan Sosial Ekonomi. *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat*, 9(1), 117–134.
- Astawa, I. W. (2021). Eksistensi Pasar Tradisional dan Pedagang Kaki Lima dalam Mendukung Sektor Pariwisata untuk Mewujudkan Tabanan Serasi. *Majalah Ilmiah Universitas Tabanan*, 18(1), 45–48.
- Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Harvard university press.
- Fadli, F. (2015). Modal Sosial Dan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Agrium*, 12(1).
- Fathy, R. (2019). Modal sosial: Konsep, inklusivitas dan pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 6(1), 1–17.
- Fitria, N. J. L. (2022). Modal sosial dan potensi wisata dalam pengembangan kompleks pariwisata pelabuhan kota probolinggo berbasis masyarakat. *Entita: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(2), 223–242.
- Handayani, W., Iryanti, E., Safeyah, M., & Hardjanti, S. (2019). Improving traditional market sustainability in the industrial 4.0 era through impulsive buying strategy: A case in East Java, Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(3), 1045–1056.
- Hasbullah, J. (2006). Social capital: Menuju keunggulan budaya manusia Indonesia. MR-United Press
- Istifhama, L. (2017). Strategi Bertahan Dan Modal Sosial Pedagang Pasar Tradisional Swasta Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 8 (1) 32-42.
- Junaid, I., & Salim, M. A. M. (2019). Peran organisasi tata kelola dalam pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran, Yogyakarta. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*. 2(2).
- Noor, T. R. (2017). Fungsi Sosial-Ekonomi Pasar Tradisional (Studi Tentang Pasar Karah Kec. Jambangan, Kota Surabaya). *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 5(1), 77-96.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif* (p. 197). Harfa Creative.
- Nika, M., Dan, A., & Ali, M. M. (2013). Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. In *Jurnal Teknik PWK* (Vol. 2, Issue 2). <http://www.pu.go.id>
- Ningsih, E. D., & Wijaya, A. (2023). Modal Sosial sebagai Strategi Penanganan Stagnasi dalam Pengembangan Desa Wisata Liyangan. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 5(2), 118–134.
- Nugraha, I. G. P. (2021). Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata Serangan Denpasar Bali. *Media Wisata*, 19(2), 179–185.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung.

-
- Sarastika, T., Kurniawan, T., Saraswati, Y., & Rahayuningrum, S. T. (2024). Pilihan Rasional Strategi Bertahan Hidup Pedagang Dini Hari Pasar Bitingan Kabupaten Kudus. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(2), 108–119.
- Subagyo, R. A. (2021). Modal Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Purwosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro. *Paradigma*, 10(1).
- Sulistiono, B., & Baru, B. M. (2019). Strategi Pembangunan Desa Melalui Pendayagunaan Potensi Modal Sosial. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 3, 1825–1836.
- Suryani, L., Sutanty, M., & Suprianto, S. (2023). Revitalisasi Pasar Tradisional Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 323–333. <https://doi.org/10.58406/jeb.v11i2.1318>
- Sutrisnawati, N. K., A.A.A Ribeka Martha Purwahita, I Ketut Saskara, A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri, & Putu Bagus Wisnu Wardhana. (2021). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 37–46. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.45>
- Syakra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1–22.
- Syarifa, N. H., & Wijaya, A. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Pemberdayaan melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus di Kampung Batik Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang). Universitas Negeri Semarang.
- Titika, B. M., Harsono, M., & Siahainenia, A. J. D. (2023). Modal sosial dalam manajemen BUMDes: Konsep, anteseden, dan konsekuensi. *Public Policy*, 4(2), 331.
- 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.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & 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 (Jurnal Ini Sudah Migrasi)*, 7(1), 53–65.