

**PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN JARINGAN
USAHA KECIL MENENGAH**
(Studi pada Rumah Makan Padang Ampera Malang, Rumah Makan Padang Harapan
Indah Malang dan Rumah Makan Padang Sari Minang Malaysia)

Skripsi

**Diajukan untuk menempuh ujian sarjana Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas
Brawijaya**

**FADILLA AZHARI
NIM . 135030300111016**



**Dosen Pembimbing :
M. Kholid Mawardi, PhD**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
MINAT BISNIS INTERNASIONAL
MALANG
2017**

MOTTO

KEBANYAKAN DARI KITA RIDAK MENSYUKURI APA YANG SUDAH KITA
MILIKI, TETAPI KITA SELALU MENYESALI APA YANG BELUM KITA CAPAI

Schopenhauer



LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

Nama : Fadilla Azhari

Tempat, tanggal lahir : Kamang Hilir, 20 April 1995

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Fakultas/Prodi/Minat : Ilmu Administrasi/Administrasi Bisnis/Bisnis Internasional

Nomor Induk Mahasiswa : 135030300111016

Universitas : Brawijaya

Alamat Asal : Rawang, Koto Panjang, Kamang Hilir, Kabupaten Agam, Sumatera Barat

Alamat Malang : Jalan Kertosentono 29 A, RT 01 RW 02 Kec. Lowokwaru, Kel. Ketawanggede

Email : Fadhillaazhari20@gmail.com

No. telepon : 082382320878

Pendidikan Formal : 1. SD Semen Padang

2. SD Negeri 01 Tengah Kamang, tamat tahun 2004

3. SMP Negeri 1 IV Koto, tamat tahun 2010

4. SMA 1 Kamang Magek, tamat tahun 2013

5. S1 Universitas Brawijaya

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 27 September 2017

Jam : 09.30

Skripsi atas nama : Fadilla Azhari

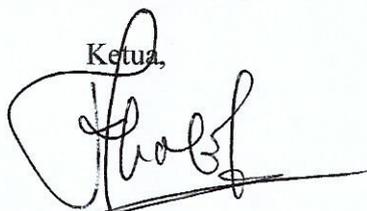
Judul : Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi pada Rumah Makan Padang Ampera Malang, Rumah Makan Padang Harapan Indah Malang dan Rumah Makan Padang Sari Minang Malaysia)

dan dinyatakan

LULUS

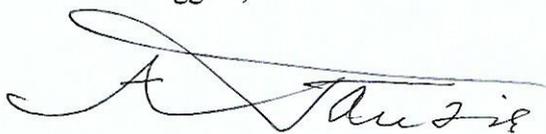
MAJELIS PENGUJI

Ketua,



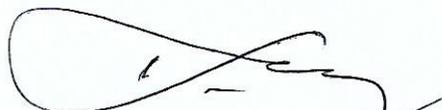
M. Kholid Mawardi, Ph.D
NIP. 19751220 200501 1 002

Anggota,



Prof.Drs.Achmad Fauzi DH.MA.
NIP. 194508151974121001

Anggota,



Prof.Dr. Suharyono.MA.
NIP.195112191978031001

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha
Kecil Menengah (Studi Padarumah Makan Padang)

Disusun oleh : Fadilla Azhari

NIM : 135030300111016

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi/Minat : Bisnis Internasional

Malang, 22 Agustus 2017

Komisi Pembimbing



M. Kholid Mawardi, Ph.D

NIP. 19751220 200501 1 002

SUMMARY

Fadilla Azhari, 2017, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Bisnis Internasional, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, **Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang). Muhammad Kholid Mawardi, PhD.**

According to some experts, social capital can be defined as a community scope with resources that came from an interaction of group of people, whether its individual or institution that deliver the emotional bond in form of trust, social networks and value that form the society structure which useful for coordination and cooperation to achieve common goals. The concept of social capital in society can be used as a motivation for economic improvement in society.

The type of this research is descriptive research and used qualitative approach. There are three problem formulation that can be appointed on this research, which are: (1) How is social capital developed by the manager of Small-Medium Enterprise? (2) How is the role of social capital in development of Small-Medium Enterprise's network? (3) How is the effectivity of social capital in development of Small-Medium Enterprise? The sources of this research are primary data which the informer and secondary data are documents and literature. Data analysis uses three step of interactive analysis which are: data reduction, data presentation and withdrawal and presentation of conclusion.

The result of this research shows that (1) High level of trust between individual can form strong social capital so they can form the social network in community. The existence of Social capital that owned by HIMATOS community have a strong existence that can be felt so it give the effective result to development of business that manage by the community. While low level of trust and weak social capital of a community in Malaysia did not give them an expected result. (2) Role of social capital in each individual affect capacity and quality of the community. (3) Social capital that used effectively can give motivation for business development, while social capital that was not used effectively can detain the opportunity in business development.

Key Words : Social Capital, Network

RINGKASAN

Fadilla Azhari, 2017, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Bisnis Internasional, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, **Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang). Muhammad Kholid Mawardi, PhD.**

Modal sosial menurut berbagai ahli dapat didefinisikan sebagai suatu lingkup komunitas dengan sumberdaya yang muncul dari hasil interaksi dalam suatu kelompok, baik antar individu maupun dengan institusi yang melahirkan ikatan emosional berupa kepercayaan, jaringan-jaringan sosial dan nilai-nilai yang membentuk struktur masyarakat yang berguna untuk koordinasi dan kerjasama dalam mencapai tujuan bersama. Munculnya konsep modal sosial di dalam masyarakat dapat menjadi dorongan dalam memperbaiki ekonomi di dalam masyarakat.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Ada tiga rumusan masalah yang diangkat dari penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana modal sosial dikembangkan oleh pengelola UKM ? (2) Bagaimana Peran Modal Sosial terhadap pengembangan jaringan UKM ? (3) Bagaimana efektifitas modal sosial dalam pengembangan UKM ?. Sumber data penelitian ini adalah data primer berupa informan dan data sekunder berupa dokumen dan literatur. Analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif dengan tiga tahapan yaitu reduksi data, model data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kepercayaan yang tinggi antar individu dapat membentuk modal sosial yang kuat sehingga mampu membentuk jaringan sosial di dalam suatu kelompok. Modal sosial yang dimiliki oleh kelompok HIMATOS sangat dirasakan keberadaannya sehingga memberikan hasil yang efektif terhadap pengembangan usaha yang mereka kelola, sedangkan kepercayaan yang rendah dan modal sosial yang lemah pada kelompok di Malaysia tidak memberikan hasil yang diharapkan (2) Peran modal sosial di dalam masing-masing individu mempengaruhi kapasitas dan kualitas di dalam kelompok (3) Modal sosial yang didayagunakan secara efektif dapat memberikan dorongan untuk pengembangan usaha, sedangkan modal sosial yang tidak dimanfaatkan secara efektif bisa menghambat peluang dalam pengembangan usaha.

Kata kunci: Modal sosial, jaringan

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)



NIM.135030300111016

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allan SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya serta junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi kasus pada Rumah Makan Padang)”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Penulis juga menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang tercinta, papa Ihsanul Azhar, mama Herlina, abang Muhammad Ichsan Afifi, adek-adek Alrevina Tri Azhari dan Kamila Fitri Azhari terima kasih telah memberikan bantuan moril, materil dan spiritual serta semangat yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Orang tua kedua penulis yang tercinta, Bapak Awis Karni dan umi Zul Azhari, terimakasih telah memberikan bantuan baik moril maupun materil dan dorongan serta semangat dan doa yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriono, M.S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Dr. Mochammad Al Musadieg M.BA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. Bapak Dr. Wilopo M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dan selaku
6. Bapak M. Kholid Mawardi PhD selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, membantu penulis dan memberikan semangat dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.

7. Seluruh dosen dan Staf Karyawan Fakultas Ilmu Administrasi yang telah banyak membantu dalam penyusunan Skripsi ini hingga selesai.
8. Bapak Yusman dan Ibu Tina dan Bapak John terima kasih telah bersedia menjadi informan dalam Skripsi ini.
9. Veppy Yulanda, Nela Rachmawati, Setia Kurniati, Trya syafitri, Faiza Rahmi dan Yulia Lestari terima kasih telah menjadi sahabat yang mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
10. Diah Puspa Indah, Misa Fajari, Erviana Mangesti, Nugrahanti Khairani Aisyah, Ayukha Asna, terima kasih telah menjadi sahabat selama perkuliahan dan selalu memberikan motivasi kepada penulis.
11. Geng anti pulang-pulang club, geng foto studio, terimakasih telah membantu meringankan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
12. Keluarga Bisnis Internasional Angkatan 2013 terima kasih selama ini telah menjadi keluarga kedua selama masa perkuliahan ini.
13. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
Demi kesempurnaan Skripsi ini, saran dan kritik yang bermanfaat membangun sangat penulis harapkan, semoga karya Skripsi ini bermanfaat.

Malang, Juli 2017

Penulis
Fadilla Azhari

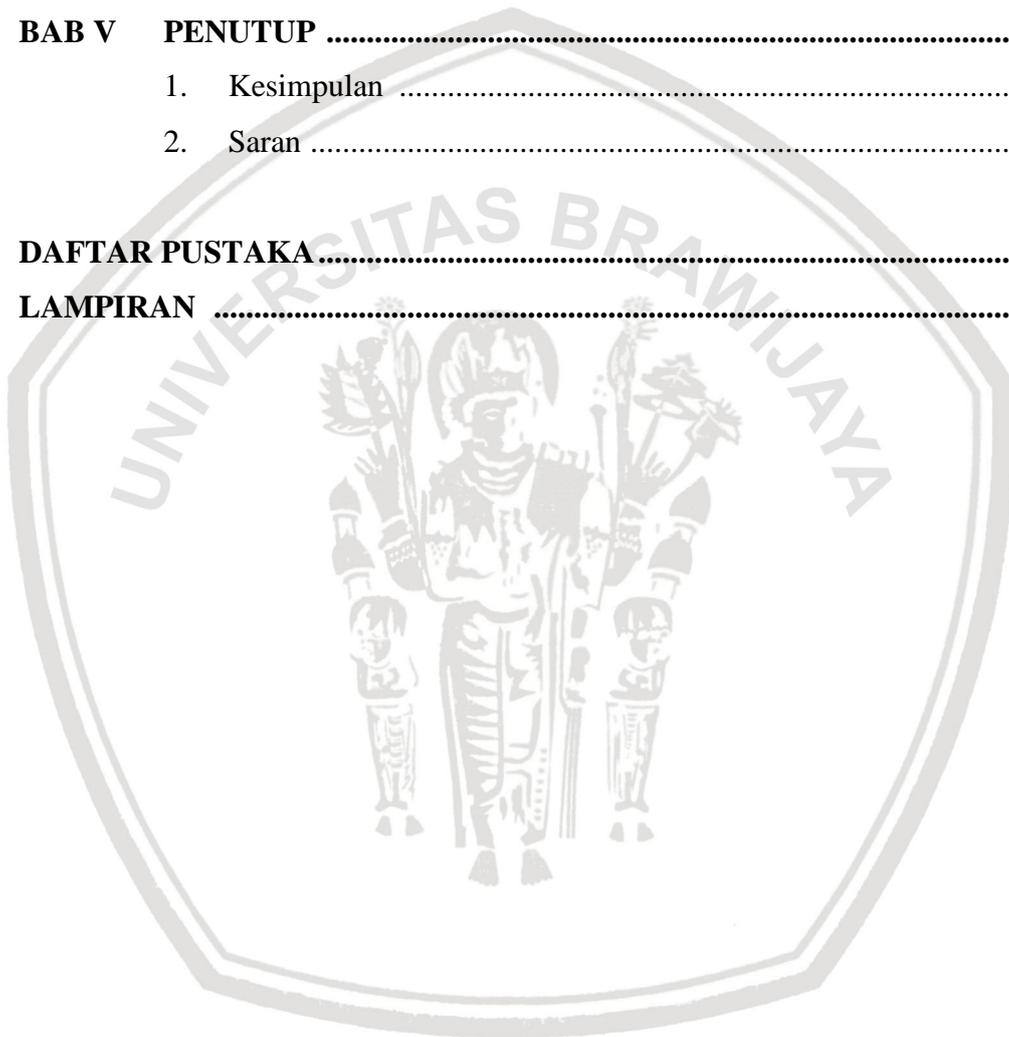
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Empiris.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
1. Otniel Pontoh	8
2. Muhammad Fajar Mustofa	9
3. Raihanay Daulay	10
4. Apriyanti	11



5. Nurul Fauziah	13
6. Sarah Turner	14
B. Tinjauan Teori	19
1. Modal Sosial	19
a. Definisi Modal Sosial	19
b. Tipologi Modal Sosial	21
c. Peran Modal Sosial bagi Usaha Kecil Menengah.....	27
2. Jaringan dalam Pemasaran Internasional	30
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Fokus Penelitian.....	36
C. Lokasi Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Metode Analisis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum	46
1. Gambaran Umum Rumah Makan Padang	46
2. Kepemilikan dan Jaringan	47
B. Penyajian Data	49
1. Strategi Pengembangan pada Usaha Kecil Menengah Rumah Makan Padang	49
2. Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Rumah Makan Padang)	51
C. Efektifitas Modal Sosial dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Rumah Makan Padang)	56

D. Pembahasan.....	64
1. Proses Pengembangan Usaha oleh para Pengelola Rumah Makan Padang	64
2. Peran Modal Sosial terhadap Jaringan	66
3. Efektifitas Modal Sosial dalam Pengembangan Usaha	73
BAB V PENUTUP	75
1. Kesimpulan	75
2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
LAMPIRAN	xvii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan penelitian terdahulu.....	16
Tabel 2.2	Modal sosial terikat dan modal sosial menjembatani	26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Komponen dalam Analisi Data Model Interaktif 11



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat sekarang ini, suatu kelompok masyarakat tidak cukup hanya mengandalkan bantuan dari luar untuk mengatasi kesulitan ekonomi, tetapi mereka sendiri juga harus secara bersama-sama memikirkan dan melakukan langkah-langkah terbaik guna mengatasi masalah tersebut dengan mengerahkan segenap potensi dan sumberdaya yang dimiliki. Aktifitas ekonomi sering tidak bisa dijelaskan secara memuaskan manakala hanya mempertimbangkan faktor ekonomi. Begitu juga dengan modal, modal yang menjadi komponen penting dari kegiatan bisnis sering tidak memadai dan hanya dipandang dari sisi ekonomi.

Karena modal tidak hanya bisa dilihat dari sisi ekonomi, tetapi juga sisi sosialnya termasuk di dalamnya adalah modal sosial. Naik turunnya kegiatan bisnis sekelompok organisasi, salah satunya dapat dikaitkan dengan tinggi rendahnya modal sosial yang dimiliki oleh jaringan tersebut. Hal ini dikarenakan modal sosial dapat dikaitkan dengan komunitas, masyarakat sipil, maupun identitas-identitas lain yang kokoh. Bourdieu dalam Leksono (2009:38) menekankan bahwa modal sosial terdiri dari dua unsur, yaitu jalinan sosial yang memungkinkan masing-masing anggota dapat berhubungan langsung dalam kelompok, serta jumlah dan mutu dari sumber daya anggota kelompok tersebut. Dengan demikian modal sosial menekankan perlunya

kemandirian dalam mengatasi masalah sosial dan ekonomi, sementara bantuan dari luar dianggap sebagai pelengkap guna memicu inisiatif dan produktivitas yang muncul dari dalam masyarakat sendiri.

Modal sosial menunjuk pada segi-segi organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma-norma, dan jaringan-jaringan sosial yang dapat memfasilitasi tindakan kolektif. Modal sosial ditekankan pada kebersamaan masyarakat untuk memperbaiki kualitas hidup bersama dan melakukan perubahan yang lebih baik serta penyesuaian secara terus menerus. Kemampuan masyarakat untuk dapat saling bekerjasama tidak dapat terlepas dari adanya peran modal sosial yang mereka miliki. Inti modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas atau kelompok untuk bekerja sama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interrelasi yang timbal balik dan saling menguntungkan (*re-siprocity*), dan dibangun atas kepercayaan (*trust*) yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat.

Konsep modal sosial juga sangat kompleks, 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/kepercayaan, berbuat kebaikan, sebagai pengetahuan bersikap, bertindak, dan berperilaku yang akan memberikan implikasi positif kepada produktivitas. Sejalan dengan perkembangan dunia bisnis yang demikian pesat, ketergantungan pengusaha

terhadap pihak-pihak luar usaha semakin kuat. Para pengusaha mulai berpikir untuk saling melengkapi atau saling mendukung kegiatan satu dengan yang lainnya melalui kerjasama yang saling menguntungkan.

Kemudian, salah satu cara untuk memasuki pasar luar negeri atau pasar global adalah dengan menciptakan strategi jaringan kerja. Salah satu bentuk usaha yang menggunakan peran modal sosial dan jaringan kerja ini adalah usaha Rumah Makan Padang. Rumah Makan Padang atau Warung Padang atau Restoran Padang adalah suatu bisnis yang menjual atau menghadirkan berbagai ragam kuliner atau masakan Minangkabau yang berasal dari Sumatera Barat. Rumah Makan ini sangat terkenal di Indonesia bahkan mancanegara dan disukai oleh berbagai etnis dan bangsa karena masakannya yang lezat dan adaptasinya yang bisa menyesuaikan dengan lidah atau selera masyarakat dimana rumah makan ini berada. Usaha RM Padang sudah bersifat terbuka, walaupun umumnya didirikan, dimiliki, dan dikelola oleh orang-orang Minang, baik yang telah lama merantau maupun yang baru datang ke suatu wilayah perantauan, namun ada juga beberapa rumah makan/restoran Padang yang dikelola atau dimiliki oleh orang dari etnis atau bangsa lain.

Beberapa rumah makan/restoran Padang yang sudah punya nama besar dan punya jaringan luas juga memberlakukan sistem waralaba (franchise). Seseorang yang punya dana cukup besar bisa menanamkan modalnya untuk membuka usaha rumah makan/restoran Padang dengan merek tertentu. Berkembangnya Rumah Makan Padang di Indonesia maupun dunia tidak terlepas dari peran atau perilaku pengusaha dalam

mengembangkan usahanya, pengusaha berusaha mempertahankan proses pengembangan usaha menuju tingkatan yang lebih efisien dan menguntungkan. Peranan modal sosial dan jaringan kerja, sebagai salah satu sumber perangsang munculnya sumber daya baru, dapat dijadikan sebagai salah satu pendorong proses pengembangan usaha. Modal sosial merupakan salah satu sumber daya sosial yang dapat dijadikan investasi untuk mendapatkan sumber daya baru lain dalam masyarakat.

Untuk menciptakan strategi jaringan kerja ini dalam usaha Rumah Makan Padang dibutuhkan peran modal sosial sehingga pengusaha dapat memaksimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang dan memperkecil ancaman yang akan dihadapi. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian dengan mengambil sebuah topik penelitian yang berjudul **“Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Strategi Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus pada Rumah Makan Padang)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana modal sosial dikembangkan oleh pengelola Usaha Kecil Menengah Rumah Makan Padang ?
2. Bagaimana Peran Modal Sosial terhadap pengembangan jaringan Usaha Kecil Menengah Rumah Makan Padang ?
3. Bagaimana efektifitas modal sosial dalam pengembangan Usaha Kecil Menengah Rumah Makan Padang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana modal sosial dikembangkan oleh pengelola Usaha Kecil Menengah Rumah Makan Padang.
2. Mengetahui Peran Modal Sosial terhadap pengembangan Usaha Kecil Menengah Rumah Makan Padang.
3. Mengetahui efektifitas modal sosial dalam pengembangan Usaha Kecil Menengah Rumah Makan Padang.

D. Kontribusi Penelitian

1. Aspek praktis
 - a. Bagi pihak pengusaha aspek praktis penelitian ini adalah sarana alih ilmu bidang ekonomi khususnya pemasaran bagi kemajuan pengusaha yang bersangkutan.
 - b. Bagi konsumen aspek praktis penelitian ini adalah diharapkan dapat menambah wawasan lebih lanjut tentang produk dan pelayanan dari Rumah Makan Padang.
 - c. Bagi entrepreneur dapat menginspirasi hal positif yang terdapat dalam penelitian ini sehingga dapat ditiru dan dimodifikasi.

2. Aspek akademis

- a. Menambah pengetahuan, wawasan dan kompetensi yang relevan pada peneliti, serta menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh dan bisa memecahkan masalah yang diteliti oleh peneliti.
- b. Memberi wawasan bagi penelitian selanjutnya, dimana penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai modal sosial dan strategi aliansi.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan diperlukan untuk memperluas dan memahami penelitian ini, adapun susunannya adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I berisi pandangan umum atau latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab II akan disajikan dan diuraikan mengenai berbagai teori sebagai landasan ilmiah yang berkaitan dengan judul dan keseluruhan permasalahan yang akan diteliti. Selain itu juga akan dikemukakan tentang model konsep dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab III ini berisi tentang definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik pengumpulan sampel, jenis dan sumber data, pengumpulan data, teknik analisis dan uji hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV menyajikan gambaran umum objek yang diteliti sesuai dengan masalah yang telah diidentifikasi dan menjelaskan pembahasan masalah sesuai dengan yang dirumuskan berdasarkan data yang ada dan teori yang dikemukakan.

BAB V: PENUTUP

Bab V menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikemukakan dan memberikan saran terhadap pelanggan yang akan mengkonsumsi makanan di Rumah Makan Padang dan juga sebagai saran bagi pengelola.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

Penelitian ini diangkat dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dari penelitian ini. Penelitian terdahulu yang digunakan adalah beberapa penelitian yang mengenai modal sosial dan strategi aliansi.

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Pontoh (2010)

Dalam penelitian yang berjudul “Identifikasi dan Analisis Modal Sosial dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Desa Gangga Dua Kabupaten Minahasa Utara” Pontoh menjelaskan Kajian sosial budaya terhadap nilai dan norma, kepercayaan lokal, sistem produksi dan reproduksi serta politik lokal diketahui bahwa masyarakat nelayan di Desa Gangga Dua, Kabupaten Minahasa Utara masih merupakan masyarakat dengan karakter modal sosial terikat (*social capital bonding*). Metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif metode eksploratif dan deskriptif, dimana upaya dilakukan untuk menampilkan gambaran pola kehidupan sosial ekonomi masyarakat pesisir. Hasil penelitian tersebut adalah kajian sosial budaya terhadap nilai dan norma, kepercayaan lokal, sistem produksi dan reproduksi

serta politik lokal diketahui bahwa masyarakat nelayan di Desa Gangga Dua, Kabupaten Minahasa Utara masih merupakan masyarakat dengan karakter modal sosial terikat (*social capital bonding*). Tipologi modal sosial ini sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai dan norma dari aspek ekonomi yang dimiliki dan dilakukan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini berdampak pada struktur sosial yang terbentuk dalam kehidupan ekonomi masyarakat nelayan yang ada pada saat ini menjadi lebih berorientasi pada hubungan antar anggota dalam satu kelompok lebih banyak terfokus pada hal-hal yang terkait dengan aspek ekonomi.

Hubungan antar kelompok di sisi lain sangat lemah, baik di dalam masyarakat maupun dengan pihak luar. Berdasarkan hasil analisis terhadap masyarakat nelayan tersebut dapat disimpulkan bahwa mereka memiliki tipologi modal sosial terikat beserta penyebabnya menyiratkan perlunya kebijakan dalam rangka meningkat modal sosial di masyarakat nelayan tersebut. Kebijakan dimaksud adalah perbaikan struktur sosial yang terkait dengan kehidupan ekonomi masyarakat nelayan. Melalui kebijakan ini, diharapkan hubungan antar anggota dalam satu kelompok tidak hanya terfokus pada masalah ekonomis dan hubungan antar kelompok akan lebih terjalin kuat.

2. Mustofa (2013)

Penelitian yang berjudul “Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Usaha (studi kasus: komunitas PKL SMAN 8 Jalan Veteran Malang)” dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman tentang peran modal sosial yang dilakukan oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) dalam proses pengembangan usaha oleh komunitas PKL

SMAN 8 Jalan Veteran Malang. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian deskriptif fenomenologis dengan pendekatan kualitatif. Dimana hasil penelitiannya adalah jaringan dari komunitas terdiri dari jaringan dengan konsumen, kekerabatan, teman, pemasok, antar-PKL, dan jaringan teman. Jaringan tersebut memberikan manfaat terhadap pengembangan usaha, seperti peluang pemasaran, lapangan kerja, usaha baru, penghematan biaya, penetapan kualitas dagangan, serta kenyamanan dan keamanan lokasi. Komunitas ini memiliki beberapa norma yang terbentuk dari karyawan kepada pemilik usaha, begitu juga sebaliknya, serta norma antar-PKL.

3. Daulay (2013)

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Jaringan Usaha untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat”, peneliti menjelaskan tentang (1) Keterkaitan antara majlis-majlis taklim di tingkat ranting yang terhimpun di dalam organisasi Aisyiyah tingkat cabang di kota Medan, (2) Keterkaitan dan ketergantungan satu kelompok dengan kelompok lainnya dalam hal pengadaan bahan baku, barang yang sudah siap di pasarkan dan pemasarannya untuk saling membantu dan bekerjasama dalam jaringan yang solid dan (3) Jenis usaha yang banyak dikerjakan oleh masyarakat terutama kaum ibu, seperti membuat mukena, membuat makanan yang mudah dan murah tetapi bermanfaat seperti jajanan, keripik, dan lain-lain. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang jaringan usaha dan

kerajinan masyarakat. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner, wawancara dan observasi kepada sejumlah responden yang menjadi sampel penelitian. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitiannya adalah pertama Kekuatan (1) Adanya subyek penelitian yang cukup besar yang telah memiliki kekuatan sebagai satu kelompok majlis taklim sebagai modal untuk didirikannya jaringan usaha, (2) Subyek penelitian memiliki kemampuan dibidangnya sebagai kekuatan memulai usaha jaringan usaha, (3) Pemberian motivasi melalui beberapa diskusi dan ceramah menimbulkan motivasi pada sebagian ibu-ibu untuk memulai jaringan usaha meningkatkan ekonomi.

Kedua kelemahan (1) Anggota memberikan alasan tidak yakin akan prospek usaha ini, (2) Adapun yang lain menganggap keuntungan yang akan diperoleh oleh individu akan terlalu kecil jika harus berbagi dengan majlis taklim, (3) Tidak semua ibu-ibu termotivasi untuk membentuk jaringan usaha. Ketiga peluang (1) Peluang di internal organisasi aisyiyah merupakan peluang yang besar, (2) Peluang pasar yang lebih luas di eksternal organisasi aisyiyah dan yang keempat yaitu ancaman (1) Usaha sejenis yang sudah banyak berdiri dan telah memiliki pengalaman, (2) Usaha pesaing yang sudah memiliki pasar.

4. Apriyanti (2013)

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Aliansi dalam Menghadapi Aliansi (Studi pada perusahaan furniture di Kabupaten Jepara)”, peneliti menjelaskan tentang

perusahaan - perusahaan furniture di Kabupaen Jepara dalam melakukan kegiatan operasionalnya menghadapi kendala berupa keterbatasan kapasitas produksi dan design yang dimiliki, sehingga produsen tidak mampu memenuhi permintaan. Hal ini dapat diantisipasi dengan melakukan strategi aliansi antar perusahaan. Peneliti juga menggunakan analisis SWOT sebagai bentuk analisis. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data primer serta data – data yang diperoleh dari perusahaan sebagai data sekunder yang dikumpulkan melalui wawancara bebas. Hasil penelitiannya adalah Perusahaan-perusahaan furniture di Kabupaen Jepara dalam melakukan kegiatan operasionalnya menghadapi kendala berupa keterbatasan kapasitas produksi dan design yang dimiliki, sehingga produsen tidak mampu memenuhi order.

Hal ini dapat diantisipasi dengan melakukan strategi aliansi antar perusahaan. Berdasarkan analisis faktor kekuatan dan kelemahan dari masing-masing perusahaan diketahui bahwa dari faktor kekuatan yang paling menonjol adalah fleksibilitas design dan kemampuan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain. Sedangkan dilihat dari faktor kelemahan yang cukup significant adalah kekurangan tenaga ahli yang dimiliki. Dari hasil analisis faktor ancaman dan peluang perusahaan yang paling besar ancamannya adalah adanya pesaing asing dan kemajuan teknologi yang terus berkembang. Sedangkan faktor peluang yang mungkin dapat dipergunakan adalah masih banyaknya jumlah perajin lepas yang dimiliki perusahaan.

5. Fauziah (2014)

Penelitian yang berjudul “Peran Modal Sosial dalam Kesejahteraan Ekonomi Rumah Tangga Petani” ini dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman tentang berbagai batasan konsep modal sosial oleh para ahli, komparasi pengukuran modal sosial, dan pengukuran kesejahteraan ekonomi. Metode penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis data sekunder dengan mengumpulkan beragam bahan referensi hasil penelitian ataupun *text books* sebagai penambah wawasan dan teori. Hasil penelitiannya adalah berbagai modal sosial yang ada di masyarakat dirasa telah mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat dengan berdasarkan pada unsur modal sosial yang ada di masyarakat, baik nilai sosial maupun nilai budaya.

Unsur modal sosial pada dasarnya sudah dimiliki oleh masyarakat desa sebagai modal sosial. Namun demikian untuk mencapai dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di pedesaan, keberadaan modal sosial masih perlu ditingkatkan perannya dengan melibatkan masyarakat desa secara proaktif. Kesejahteraan ekonomi keluarga dapat diukur dengan dua pendekatan, yakni pendekatan objektif dan subjektif.

6. Turner (2007)

Artikel yang berjudul “*Small-Scale Enterprise Livelihoods and Social Capital in Eastern Indonesia: Ethnic Embeddedness and Exclusion*” ini dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman tentang bentuk-bentuk tertentu dari modal sosial di dalam sosiokultural lokal seperti menganalisis tentang ketergantungan pengusaha kecil di Kota Makassar pada jaringan informal, kepercayaan dan hubungan sosial sebagai yang mempengaruhi mata pencaharian mereka serta memperluas pemahaman tentang mata pencaharian dari perusahaan-perusahaan kecil di Makassar dengan menggambarkan peran modal sosial di kehidupan sehari-hari dan di dalam pertumbuhan usaha ini. Peneliti menyoroti pentingnya hubungan etnis di dalam pembentukan modal sosial dalam konteks Indonesia. Peneliti meneliti usaha kecil seperti penjual jamu, tahu, pedagang bakso, produsen makanan dan lain lain dan meneliti apakah ada hubungan etnis dalam merekrut atau mendirikan usaha kecil. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan prosedur sampling dan wawancara. Hasil penelitiannya adalah sangat penting untuk seseorang yang melakukan analisis usaha kecil dan berada di negara berkembang untuk menggabungkan survei dari pengaruh 3 unsur yakni etnis, jenis kelamin dan usia.

Dalam kasus pengusaha kecil di Makassar harus bisa membandingkan ketiga unsur tersebut untuk menentukan pengambilan keputusan. Penelitian ini menunjukkan kategori penting dalam mengenali kompleksitas budaya dan sosial lokal. Hubungan etnis yang kuat di dalam masyarakat lokal Makassar dapat menopang mayoritas

pengusaha kecil untuk bisa diandalkan. Pengelola usaha kecil bisa mendapatkan akses pinjaman kredit dengan bunga sedikit, meminjam satu sama lain ketika mereka memiliki perintah produksi yang besar, berbagi alat dan informasi produk. Selain itu, jaringan antar mereka dapat membantu dalam menentukan operasi dari banyak perusahaan, dan bahkan dapat menguntungkan. Dan dengan adanya ikatan modal sosial yang melibatkan kerjasama yang erat dari jaringan keluarga membantu membentuk iklim kepercayaan di antara kelompok-kelompok tertentu dari pengusaha lokal dan mengangkat tingkat kerjasama perusahaan.









B. Tinjauan Teori

Pengenalan teori-teori yang tercakup dalam bidang atau area permasalahan pada penelitian terkait sebelumnya, diperlukan untuk merumuskan landasan teori sebagai basis perumusan hipotesa atau keterangan empiris yang diharapkan. Kajian teori berisi tentang teori yang berhubungan dan menunjang penelitian ini. Berdasarkan judul yang telah dibentuk, teori yang dijelaskan adalah mengenai modal sosial, strategi jaringan dan pemasaran internasional.

1. Modal Sosial

a. Definisi modal sosial

Modal sosial (*social capital*) dapat didefinisikan sebagai kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama, demi mencapai tujuan-tujuan bersama, di dalam berbagai kelompok. Fukuyama (2002:22) mendefinisikan, modal sosial sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Singkatnya kehidupan ekonomi tidak bisa dipisahkan dari kebudayaan, dimana kebudayaan membentuk seluruh aspek manusia, termasuk perilaku ekonomi dengan sejumlah cara yang kritis. Menurut Suharto (2008:97) menyatakan bahwa modal sosial dapat diartikan sebagai sumber yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas. Pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi itu sendiri.

Melainkan hasil dari interaksi tersebut seperti terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Secara individual, interaksi terjadi jika relasi

intim antar individu terbentuk satu sama lain yang kemudian melahirkan ikatan emosional. Secara institusional, interaksi dapat lahir pada saat visi dan tujuan satu organisasi memiliki kesamaan dengan visi dan tujuan organisasi lainnya. Coleman (1990:373) mengatakan modal sosial pada gilirannya, tercipta ketika relasi antara orang-orang mengalami perubahan sesuai dengan cara-cara yang memudahkan tindakan. Konsep modal sosial juga membantu menjelaskan hasil-hasil berbeda di tingkat pelaku individual dan melakukan transisi mikro ke makro tanpa memperluas detail-detail struktur sosial yang melakukan transisi tersebut.

Penggunaan konsep modal sosial tergantung pada keberadaan hasil samping aktivitas yang dikutsertakan untuk tujuan-tujuan lain. Bagian selanjutnya akan menunjukkan mengapa demikian, mengapa sering ada investasi modal sosial kecil atau tidak langsung. Namun, ada bentuk-bentuk modal sosial yang merupakan hasil langsung investasi dari para pelaku yang bertujuan mendapatkan keuntungan dari investasinya. Berdasarkan konsep-konsep sebelumnya, maka dapat ditarik suatu pemahaman bahwa dimensi dari modal sosial adalah memberikan penekanan pada kebersamaan masyarakat untuk mencapai tujuan memperbaiki kualitas hidupnya, dan senantiasa melakukan perubahan dan penyesuaian secara terus menerus. Di dalam proses perubahan dan upaya mencapai tujuan tersebut, masyarakat senantiasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma yang dapat dijadikan pedoman sebagai acuan bersikap, bertindak, dan bertingkah-laku, serta berhubungan atau membangun jaringan dengan pihak lain.

Beberapa acuan nilai dan unsur yang merupakan ruh modal sosial antara lain: sikap yang partisipatif, sikap yang saling memperhatikan, saling memberi dan menerima, saling percaya mempercayai dan diperkuat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang mendukungnya. Unsur lain yang memegang peranan penting adalah kemauan masyarakat untuk secara terus menerus proaktif baik dalam mempertahankan nilai, membentuk jaringan kerjasama maupun dengan penciptaan kreasi dan ide-ide baru. Inilah jati diri modal sosial yang sebenarnya.

b. Tipologi modal sosial

Mereka yang memiliki perhatian terhadap modal sosial pada umumnya tertarik untuk mengkaji kerekatan hubungan sosial dimana masyarakat terlibat didalamnya, terutama kaitannya dengan pola-pola interaksi sosial atau hubungan sosial antar anggota masyarakat atau kelompok dalam suatu kegiatan sosial. Bagaimana keanggotaan dan aktivitas mereka dalam suatu asosiasi sosial merupakan hal yang selalu menarik untuk dikaji. Hasbullah (2006:5) mengungkapkan modal sosial berdasarkan karakter sosial budaya masyarakat terdiri dari dua jenis, yaitu modal sosial terikat (*Bonding Social Capital*) dan modal sosial yang menjembatani (*Bridging Social Capital*). Keduanya memiliki implikasi yang berbeda pada hasil-hasil yang dapat dicapai dan pengaruh-pengaruh yang dapat muncul dalam proses kehidupan dan pembangunan masyarakat yaitu:

1. Modal Sosial Terikat (*Bonding Social Capital*)

Modal sosial terikat adalah cenderung bersifat eksklusif (Hasbullah, 2006:6). Apa yang menjadi karakteristik dasar yang melekat pada tipologi ini, sekaligus sebagai

ciri khasnya, dalam konteks ide, relasi dan perhatian, adalah lebih berorientasi ke dalam (*inward looking*) dibandingkan dengan berorientasi keluar (*outward looking*). Ragam masyarakat yang menjadi anggota kelompok ini pada umumnya homogenius (cenderung homogen).

Hasbullah (2006) menyatakan, pada masyarakat yang *bonded* atau *inward looking* atau *sacred*, meskipun hubungan sosial yang tercipta memiliki tingkat kohesifitas yang kuat, akan tetapi kurang merefleksikan kemampuan masyarakat tersebut untuk menciptakan dan memiliki modal sosial yang kuat. Kekuatan yang tumbuh sekedar dalam batas kelompok dalam keadaan tertentu, setruktur hierarki feodal, kohesifitas yang bersifat bonding. Secara umum pola yang demikian ini akan lebih banyak membawa pengaruh negatif dibandingkan dengan pengaruh positifnya. Kekuatan interaksi sosial terkadang berkecenderungan untuk menjauhi, menghindar, bahkan pada situasi yang ekstrim mengidap kebencian terhadap masyarakat lain di luar kelompok, group, asosiasi dan sukunya. Oleh karena itu di dalam keikatannya dengan upaya pembangunan masyarakat di negara-negara berkembang saat ini, mengidentifikasi dan mengetahui secara seksama tentang kecenderungan dan konfigurasi modal sosial di masing-masing daerah menjadi salah satu kebutuhan utama.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa, adalah keliru jika pada masyarakat tradisonal yang *socially inward looking* kelompok-kelompok masyarakat yang terbentuk dikatakan tidak memiliki modal sosial. Modal sosial itu ada, akan tetapi kekuatannya terbatas pada satu dimensi saja, yaitu dimensi kohesifitas kelompok. Kohesifitas

kelompok yang terbentuk karena faktor keeratan hubungan emosional kedalam yang sangat kuat. Keeratan tersebut juga disebabkan oleh pola nilai yang melekat dalam setiap proses interaksi yang juga berpola tradisional. Mereka juga miskin dengan prinsip-prinsip kehidupan masyarakat modern yang mengutamakan efisiensi produktivitas dan kompetisi yang dibangun atas prinsip pergaulan yang egaliter dan bebas. Konsekuensi lain dari sifat dan tipologi ketertutupan sosial ini adalah sulitnya mengembangkan ide baru, orientasi baru, dan nilai-nilai serta norma baru yang memperkaya nilai-nilai dan norma yang telah ada.

Kelompok *bonding social capital* yang terbentuk pada akhirnya memiliki resistensi kuat terhadap perubahan. Pada situasi tertentu, kelompok masyarakat yang demikian bahkan akan menghambat hubungan yang kreatif dengan negara, dengan kelompok masyarakat lain, serta menghambat pembangunan masyarakat itu sendiri secara keseluruhan. Konsekuensi akan kuat pula tingkat akomodasi masyarakat terhadap berbagai perilaku penyimpangan yang dilakukan oleh anggota kelompok terhadap kelompok lain atau negara, yang berada di luar kelompok mereka. Demikian pula sudah merupakan fakta umum, bahwa sering sekali sekelompok ilmuwan ekonomi, para perencana dan para praktisi pembangunan dibuat kaget dan gelisah mengamati hasil-hasil pembangunan yang dicapai. Stimulus pembangunan antar daerah di suatu negara yang dicapai cenderung sama, akan tetapi hasilnya jauh berbeda.

Selama ini kajian-kajian penyebab terjadinya disparitas tersebut diarahkan pada varian human capital yang ada di suatu wilayah atau daerah dan beberapa faktor

lainnya, akan tetapi mengabaikan adanya varian kultural yang direfleksikan oleh adanya variasi-variasi konfigurasi dan tipologi modal sosial.

2. Modal Sosial yang Menjembatani (*Bridging Social Capital*)

Menurut Hasbullah (2006:8), bentuk modal sosial yang menjembatani ini biasa juga disebut bentuk modern dari suatu pengelompokan, group, asosiasi, atau masyarakat. Prinsip-prinsip pengorganisasian yang dianut didasarkan pada prinsip-prinsip universal tentang: (a) persamaan, (b) kebebasan, serta (c) nilai-nilai kemajemukan dan humanitarian (kemanusiaan, terbuka, dan mandiri). Prinsip persamaan, bahwasanya setiap anggota dalam suatu kelompok masyarakat memiliki hak-hak dan kewajiban yang sama. Setiap keputusan kelompok berdasarkan kesepakatan yang egaliter dari setiap anggota kelompok. Pimpinan kelompok masyarakat hanya menjalankan kesepakatan-kesepakatan yang telah ditentukan oleh para anggota kelompok. Prinsip kebebasan, bahwasanya setiap anggota kelompok bebas berbicara, mengemukakan pendapat dan ide yang dapat mengembangkan kelompok tersebut. Iklim kebebasan yang tercipta memungkinkan ide-ide kreatif muncul dari dalam (kelompok), yaitu dari beragam pikiran anggotanya yang kelak akan memperkaya ide-ide kolektif yang tumbuh dalam kelompok tersebut.

Prinsip kemajemukan dan humanitarian, bahwasanya nilai-nilai kemanusiaan, penghormatan terhadap hak asasi setiap anggota dan orang lain yang merupakan prinsip dasar dalam pengembangan asosiasi, group, kelompok, atau suatu masyarakat. Kehendak kuat untuk membantu orang lain, merasakan penderitaan orang lain,

berimpati terhadap situasi yang dihadapi orang lain, adalah merupakan dasar-dasar ide humanitarian.

Sebagai konsekuensinya, masyarakat yang menyandarkan pada *bridging social capital* biasanya heterogen dari berbagai ragam unsur latar belakang budaya dan suku. Setiap anggota kelompok memiliki akses yang sama untuk membuat jaringan atau koneksi keluar kelompoknya dengan prinsip persamaan, kemanusiaan, dan kebebasan yang dimiliki. *Bridging social capital* akan membuka jalan untuk lebih cepat berkembang dengan kemampuan menciptakan *networking* yang kuat, menggerakkan identitas yang lebih luas dan *reciprocity* yang lebih variatif, serta akumulasi ide yang lebih memungkinkan untuk berkembang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan yang lebih diterima secara universal.

Tipologi masyarakat mengarah kepada pencarian jawaban bersama untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh kelompok (pada situasi tertentu, termasuk problem di dalam kelompok atau problem yang terjadi di luar kelompok tersebut). Pada keadaan tertentu jiwa gerakan lebih diwarnai oleh semangat *fight againts* yang bersifat memberi perlawanan terhadap ancaman berupa kemungkinan runtuhnya simbol-simbol dan kepercayaan-kepercayaan tradisional yang dianut oleh kelompok masyarakat. Pada kelompok masyarakat yang demikian ini, perilaku kelompok yang dominan adalah sekedar *sense of solidarity (solidarity making)*.

Bentuk modal sosial yang menjembatani (*bridging capital social*) umumnya mampu memberikan kontribusi besar bagi perkembangan kemajuan dan kekuatan masyarakat. Hasil-hasil kajian di banyak negara menunjukkan bahwa dengan

tumbuhnya bentuk modal sosial yang menjembatani ini memungkinkan perkembangan di banyak dimensi kehidupan, terkontrolnya korupsi, semakin efisiennya pekerjaan-pekerjaan pemerintah, mempercepat keberhasilan upaya penanggulangan kemiskinan, kualitas hidup manusia akan meningkatkan dan bangsa menjadi jauh lebih kuat.

Tabel 2.2 Modal Sosial Terikat dan Modal Sosial Menjembatani

NO	Bonding Social Capital	Bridging Social Capital
1	Terikat/ketat, raingan yang eksklusif.	Terbuka.
2	Perbedaan yang kuat antara 'orang kami' dan 'orang luar'.	Memiliki jaringan yang lebih fleksibel.
3	Hanya ada satu alternatif jawaban.	Toleran.
4	Sulit menerima arus perubahan.	Memungkinkan untuk memiliki banyak alternatif jawaban dan penyelesaian masalah.
5	Kurang akomodatif terhadap pihak luar.	Akomodatif untuk menerima perubahan.
6	Mengutamakan kepentingan kelompok.	Cenderung memiliki sikap yang altruistik, humanitaristik, dan universal.
7	Mengutamakan solidaritas kelompok.	

Sumber: Hasbullah (2006)

c. Peran Modal Sosial Bagi UKM (Usaha Kecil Menengah)

Modal sosial merupakan energi pembangunan. Hal ini dikarenakan modal sosial akan mempengaruhi kekuatan masyarakat dan dasar kemasyarakatan dalam memecahkan permasalahan yang timbul. Modal sosial akan memberikan dorongan keberhasilan bagi berbagai pihak karena dapat mendorong masyarakat secara swadaya untuk mencapai tujuan yang maksimal. Modal sosial dapat diterapkan untuk berbagai kebutuhan, namun yang paling banyak adalah untuk upaya pemberdayaan masyarakat. Perhatian mengenai peran modal sosial semakin mengarah pada persoalan pembangunan ekonomi yang bersifat lokal, termasuk mengenai pengurangan tingkat kemiskinan.

Hal ini akan mudah dicapai dan berbiaya rendah apabila terdapat modal sosial yang besar. Putnam dalam Field (2005:51) mengungkapkan bahwa modal sosial merupakan corak kehidupan sosial yang terdiri dari jaringan, norma, dan kepercayaan yang membuat para partisipan sanggup untuk bertindak efektif secara bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial merupakan konsep yang muncul sebagai hasil dari interaksi masyarakat dalam jangka waktu yang lama dan terus-menerus. Interaksi, komunikasi, dan kerja sama yang ada dipengaruhi keinginan untuk mencapai tujuan bersama yang terkadang berbeda dengan tujuan diri sendiri. Hal ini akan menciptakan ikatan emosional untuk menyatukan masyarakat sehingga menghasilkan kepercayaan dari relasi yang lama.

Dengan demikian, modal sosial dapat mempengaruhi ikatan antar relasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Adanya ikatan ini dapat membantu penyebaran

informasi antar relasi sehingga memudahkan kerjasama agar berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Turner (2007) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa hubungan etnis yang kuat di dalam masyarakat lokal dapat menopang mayoritas pengusaha kecil untuk bisa diandalkan. Pengelola usaha kecil bisa mendapatkan akses pinjaman kredit dengan bunga sedikit, meminjam satu sama lain ketika mereka memiliki perintah produksi yang besar, berbagi alat dan informasi produk. Selain itu, jaringan antar mereka dapat membantu dalam menentukan operasi dari banyak perusahaan, dan bahkan dapat menguntungkan.

Dan dengan adanya ikatan modal sosial yang melibatkan kerjasama yang erat dari jaringan keluarga membantu membentuk iklim kepercayaan di antara kelompok-kelompok tertentu dari pengusaha lokal dan mengangkat tingkat kerjasama perusahaan. Mesquite (2007) ber teori tentang proses dinamis di mana pihak ketiga membantu membangun kembali kepercayaan agregat dalam hubungan bisnis yang sangat kompetitif dan percaya kepada beberapa kelompok perusahaan. Kelompok perusahaan saat ini sering ditantang untuk pertempuran kompetitif mereka dengan usaha koperasi untuk menyalip pesaing asing umumnya, mengingat pasar yang semakin mengglobal. Kerjasama dan kompetisi adalah suatu prestasi yang kognitif sulit dicapai, terutama mengingat bahwa ketidakpercayaan kadang ada di dalam perusahaan.

Untuk saling bergantung tantangan ini, model yang ditawarkan di sini mengusulkan bahwa kelompok perusahaan dapat mengandalkan bantuan dari fasilitator kepercayaan untuk memperbaiki hubungan agregat kepercayaan. Dalam sebuah proses perbaikan, fasilitator kepercayaan memanfaatkan reputasi mereka dan

kemampuan fasilitasi kepercayaan (yaitu, kepemimpinan kewirausahaan dan kemampuan mediasi / arbitrase) untuk membantu para pemimpin UKM membatasi domain dari hubungan bisnis multipleks mereka di mana perusahaan mereka dapat membentuk kepercayaan satu sama lain dan berbagi risiko dan investasi dari kegiatan bersama. Untuk bisa membangun kembali kepercayaan dan menjalin hubungan dibutuhkan pihak ketiga untuk membentuk kepercayaan diantara perusahaan-perusahaan. Pihak ketiga ini disebut fasilitator kepercayaan yaitu individu, lembaga pemerintah atau organisasi independen yang memanfaatkan reputasi dan kemampuan mereka dalam hubungan antar perusahaan. Menurut Utari (2011:14) pentingnya peranan kerjasama dalam modal sosial dapat memaksimalkan kesejahteraan sosial. Pengelompokan sumber modal sosial disesuaikan dengan pendekatan yang digunakan dalam pengukuran modal sosial tersebut dan secara garis besar dibedakan atas tiga kelompok utama yaitu :

1) *Trust* (rasa percaya)

Rasa percaya adalah dasar dari perilaku moral dimana modal sosial dibangun. Moralitas menyediakan arahan bagi kerjasama dan koordinasi sosial dari semua aktivitas sehingga manusia dapat hidup bersama dan berinteraksi satu dengan yang lainnya. Membangun rasa percaya adalah bagian dari proses kasih sayang yang dibangun sejak awal dalam suatu keluarga. Rasa percaya akan memudahkan terjalinnya kerjasama. Semakin tebal rasa percaya pada orang lain semakin kuat kerjasama yang terjadi diantara mereka.

2) *Share value* (Norma)

Norma adalah nilai bersama yang mengatur perilaku individu dalam suatu masyarakat atau kelompok. Fukuyama dalam Utari (2011:14) menyatakan modal sosial sebagai norma informal yang bersifat instan yang dapat mengembangkan kerjasama antar dua atau lebih individu. Sedangkan menurut Plateu dalam Utari (2011:14) norma sosial didefinisikan sebagai aturan yang menentukan perilaku bersama dalam suatu kelompok yang dipahami sebagai prinsip keadilan yang mengarahkan pelaku untuk berperilaku yang tidak mementingkan diri sendiri.

3) *Network* (Jaringan Kerja)

Menurut Dasgupta dalam Utari (2011:15) mengasumsikan bahwa setiap orang mampu berinteraksi dengan orang lain tanpa harus memilih. Tetapi sesungguhnya, setiap orang memiliki pola tertentu dalam berinteraksi, melakukan pilihan dengan siapa berinteraksi dan dengan alasan tertentu, jaringan kerja pada awalnya merupakan system saluran komunikasi untuk melindungi dan mengembangkan hubungan interpersonal. Jaringan kerja berperan dalam membangun koalisi dan koordinasi. Jaringan kerja membuat individu memiliki akses kepada informasi yang berpotensi untuk membantu mereka.

2. Jaringan dalam Pemasaran Internasional

Faidal (2007) jaringan (*network*) diartikan sebagai pola hubungan individu dengan individu lainnya dengan jumlah yang individu yang bervariasi dapat bersifat antar kelompok, atau antar organisasi yang dapat berupa jaringan keluarga, jaringan

komunitas, jaringan organisasi atau jaringan pemasok dengan pembeli. Perusahaan akan mendapat pengalaman bisnis secara langsung dengan adanya jaringan. Sedangkan menurut Dubini dan Aldrich dalam Faidal (2007) jaringan dapat berbentuk tunggal antara dua pihak atau lebih dari dua pihak. Dapat berbentuk formal maupun informal pada area lokal atau interlokal maupun ikatan bisnis atau antara sector yang berbeda.

Pada saat ini dunia bisnis semakin berkembang, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kesulitan karena persaingan yang kompetitif, lingkungan ekonomi yang merugikan atau karena beberapa hal lainnya. Perusahaan yang memutuskan untuk memasuki pasar internasional harus memikirkan cara memasuki negara tersebut agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi jaringan yang dapat mendorong berkembangnya bisnis dan mampu bersaing dengan pengusaha lainnya.

Cravens dalam Faidal (2007) menyatakan bahwa persaingan perusahaan harus dapat membangun jaringan (*network*) dengan organisasi-organisasi lain yang tentunya menunjang operasional perusahaan. Menurut Porter dalam Faidal (2007) pentingnya membangun jaringan adalah karena peningkatan produktivitas dan sinergi kerja dapat meningkat dengan adanya jaringan tersebut sehingga perusahaan lebih mudah mendapatkan informasi tentang pasar produk perusahaan, perkembangan teknologi dan sumber-sumber lain akan mudah diakses. Menurut Afandi (2008).Salah satu peluang ekonomi sekaligus modal yang tidak kecil artinya bagi pengembangan ekonomi adalah kekuatan jaringan yaitu jaringan yang solid, yang memiliki pemahaman dan persepsi

yang sama dalam hal tertentu sehingga usaha menggunakan jaringan untuk tujuan tertentu dimaknai sama dan secara konsisten masing-masing anggota jaringan dapat menyikapi secara sama dan dalam level kedisiplinan yang sama pula. Dalam konteks tersebut, patut diperhitungkan kekuatan jaringan yang telah lama terbentuk, terutama jaringan yang memiliki keterikatan kultur dan karakter yang sama, sekaligus perasaan kebersamaan yang tinggi.

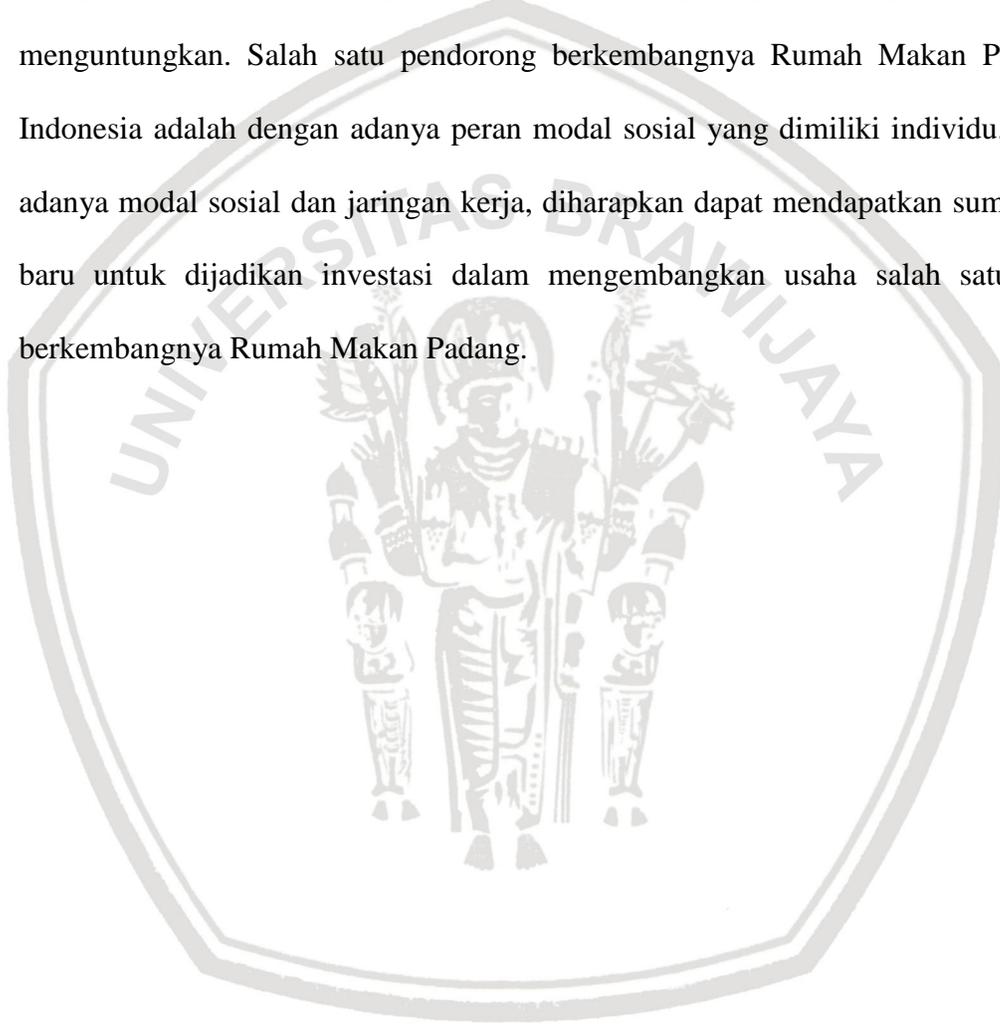
Pemasaran Internasional didefinisikan sebagai pelaksanaan kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mengarahkan aliran barang dan jasa perusahaan untuk konsumen atau pengguna di lebih dari satu negara untuk mendapat keuntungan. Perbedaannya adalah lingkungan, kompetisi, batasan hukum, kontrol pemerintah, cuaca, konsumen yang berubah-ubah, kondisi ekonomi, kendala teknologi, permasalahan infrastruktur, kondisi budaya yang berbeda-beda, dan situasi politik. Hal ini berbeda-beda pada masing-masing negara. Oleh karena itu dipelajari pemasaran internasional untuk mengetahui dan mengantisipasi usaha yang akan dilakukan suatu perusahaan agar dapat diterima di negara yang dituju. Tujuan lain dari perusahaan ketika melakukan pemasaran internasional adalah untuk memperluas pasar dan memenuhi kebutuhan pelanggan global dengan lebih baik.

Sehingga perusahaan juga dapat lebih mampu bersaing dan lebih maju dibandingkan competitor lain. Menurut Cateora dan Graham dalam Kristanto (2011:4) pemasaran internasional adalah kinerja kegiatan-kegiatan bisnis yang didesain untuk

merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mengarahkan arus barang dan jasa sebuah perusahaan kepada konsumen atau para pemakai lebih dari satu bangsa untuk mendapatkan keuntungan. Semakin banyaknya persaingan bisnis baik di pasar domestik maupun nasional mengakibatkan beberapa pengusaha mengembangkan usaha mereka untuk bisa bertahan dalam persaingan yaitu melaksanakan pemasaran yang lebih baik dari para pesaingnya. Perkembangan yang begitu pesat dalam dunia usaha membuat mereka saling berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas bisnis yang mereka jalani. Salah satu bisnis yang telah memasuki ruang lingkup pemasaran internasional adalah usaha Rumah Makan Padang.

Bisnis kuliner ini telah ada di beberapa negara di dunia. Usaha RM Padang sudah bersifat terbuka, walaupun umumnya didirikan, dimiliki, dan dikelola oleh orang-orang Minang, baik yang telah lama merantau maupun yang baru datang ke suatu wilayah perantauan, namun ada juga beberapa rumah makan/restoran Padang yang dikelola atau dimiliki oleh orang dari etnis atau bangsa lain. Beberapa rumah makan/restoran Padang yang sudah punya nama besar dan punya jaringan luas juga memberlakukan sistem waralaba (*franchise*). Seseorang yang punya dana cukup besar bisa menanamkan modalnya untuk membuka usaha rumah makan/restoran Padang dengan merek tertentu. Sistem waralaba ini memberlakukan seluruh aturan manajemen sesuai standar dari perusahaan induk, dan investor punya kewajiban membayar royalti kepada pemilik merek dagang. Dengan sistem ini berarti usaha rumah makan/restoran Padang terbuka bagi siapa saja.

Seiring dengan tradisi merantau orang Minang, RM Padang ini juga tumbuh dan menyebar luas di seluruh Indonesia bahkan sampai mancanegara. Berkembangnya Rumah Makan Padang di Indonesia maupun dunia tidak terlepas dari peran atau perilaku pengusaha dalam mengembangkan usahanya, pengusaha berusaha mempertahankan proses pengembangan usaha menuju tingkatan yang lebih efisien dan menguntungkan. Salah satu pendorong berkembangnya Rumah Makan Padang di Indonesia adalah dengan adanya peran modal sosial yang dimiliki individu. Dengan adanya modal sosial dan jaringan kerja, diharapkan dapat mendapatkan sumber daya baru untuk dijadikan investasi dalam mengembangkan usaha salah satu bentuk berkembangnya Rumah Makan Padang.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada saat melakukan suatu penelitian, maka langkah pertama yang dilakukan adalah menetapkan dan memahami metode yang digunakan. Metode penelitian ini nantinya akan menjadi pedoman atau landasan dalam setiap langkah kerja sehingga akan memberikan arah kerja yang sistematis. Berdasarkan jenis masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan pada bab terahulu, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan fenomenologi. Menurut Taylor dan Bogdan dalam Bagong (2005:166) berpendapat bahwa: penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti.

Penelitian kualitatif menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dalam rangka menegaskan wawasan yang sedang dikembangkan dan menjamin kepercayaan data yang dikumpulkan. Penggunaan metode kualitatif adalah untuk mendeskripsikan, menegaskan, dan menganalisis fenomena yang terdapat dalam penelitian. Peneliti menggunakan penelitian dengan metode kualitatif dan fenomenologi. Menurut Deutscher (1973) yang dikutip Bagong (2005:178) menyatakan bahwa fenomenologi adalah upaya menjawab pertanyaan. bagaimanakah struktur dan hakikat pengalaman

terhadap suatu gejala suatu kelompok manusia, menggunakan pengkajian dengan menggunakan fenomenologi untuk membenarkan secara filosofis metode-metode penelitian kualitatif sebagai sesuatu yang sah dalam penelitian ilmu sosial.

Berdasarkan pemikiran ini maka untuk mengerti sepenuhnya bagaimana kehidupan sosial itu berlangsung maka harus memahaminya dari sudut pandang pelaku itu sendiri.

B. Fokus Penelitian

Agar penelitian tidak memberikan suatu pengertian dan pembahasan yang rancu, maka dalam penyusunan skripsi ini dibatasi dengan adanya fokus penelitian. Moleong (2009:94) menyatakan bahwa penetapan fokus sebagai pokok masalah penelitian merupakan hal yang penting artinya dalam usaha menemukan batas penelitian. Batasan penelitian tersebut disebabkan oleh beberapa hal, yaitu menentukan kenyataan jamak yang kemudian mempertajam fokus dan penetapan fokus. Hal ini dapat memudahkan peneliti untuk menentukan data dengan mudah. Selain itu juga terhindar dari pemikiran yang tidak fokus karena sudah terdapat batas penelitian. Fokus penelitian yang ditetapkan adalah :

1. Peran modal sosial dalam strategi pengembangan pada Usaha Kecil Menengah (Rumah Makan Padang Ampera Malang, Rumah Makan Padang Harapan Indah Malang dan Rumah Makan Padang Sari Minang Malaysia).

2. Analisis peran modal sosial dalam pengembangan jaringan pada Usaha Kecil Menengah (Rumah Makan Padang Ampera Malang, Rumah Makan Padang Harapan Indah Malang dan Rumah Makan Padang Sari Minang Malaysia).
3. Analisis efektifitas modal sosial dalam pengembangan Usaha Kecil Menengah (Rumah Makan Padang Ampera Malang, Rumah Makan Padang Harapan Indah Malang dan Rumah Makan Padang Sari Minang Malaysia).

4. C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data secara deskriptif pada Rumah Makan Padang di Kota Malang yaitu Rumah Makan Padang Ampera Jalan Kerto Asri, Rumah Makan Padang Harapan Indah Jalan Soekarno Hatta dan salah satu Rumah Makan Padang Sari Minang di Jalan Utama No.11, Kampung Melayu, Johor, Malaysia. Pengumpulan data untuk dianalisis guna mengetahui peran modal sosial yang digunakan oleh Rumah Makan Padang di Kota Malang dalam pengembangan strategi jaringan. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian yang berlokasi di Kota Malang yang merupakan tempat tinggal peneliti sebagai mahasiswa Universitas Brawijaya Malang, dan di Malaysia adalah untuk membandingkan efektifitas modal sosial dan jaringan yang dimiliki oleh masing-masing Rumah Makan tersebut sehingga berpengaruh terhadap perkembangan usaha.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan dari informan dan beberapa data dari dokumen

lainnya. Secara umum sumber data dalam penelitian menurut Arikunto (2010:38) adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan teknik dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber data, sedangkan isi catatan subjek penelitian atau variabel penelitian.

1. Informan

Penentuan informan dilakukan dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu, hal ini dilakukan untuk lebih mengenali lokasi dan situs penelitian sehingga dapat memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Kemudian peneliti juga memilih informan yang menguasai permasalahan yang diteliti. Informan yang peneliti pilih yaitu beberapa pengelola Rumah Makan Padang di Kota Malang yaitu Pak Yasman dan Ni Tina yang merupakan bagian dari anggota kelompok HIMATOS yang memanfaatkan jaringan sebagai bentuk usaha untuk mengembangkan usaha mereka serta Pak John sebagai pengelola Rumah Makan Sari Minang yang ada di Malaysia merupakan salah satu anggota dari kelompok yang ada di Malaysia. Adapun dasar dalam pertimbangan dalam penetapan ini adalah untuk menyelaraskan antara hasil wawancara yang didapat dari dokumen-dokumen maupun wawancara dengan sumber yang berkaitan dengan penelitian.

2. Dokumen

Dokumen yang digunakan merupakan data yang diperoleh dari literatur, dokumen-dokumen dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti,

baik itu bukti dalam bentuk catatan, maupun laporan. Teknik ini merupakan teknik pengumpulan data melalui bahan-bahan yang tertulis.

Berdasarkan hal tersebut peneliti akan mengumpulkan data yang diperlukan untuk dianalisis. Data melakukan pengumpulan data ada dua data yang diperlukan peneliti, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumbernya. Sumber tersebut diperoleh melalui informan yang berhubungan dengan obyek penelitian melalui wawancara mendalam kepada Ketua para pengelola Rumah Makan Padang di Kota Malang, beberapa pengelola Rumah Makan Padang di Malang dan salah satu pengelola Rumah Makan Padang di Malaysia.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung dapat memberikan informasi kepada peneliti dimana data tersebut hasil kegiatan orang lain, hal ini berarti peneliti tidak mengusahakan sendiri pengumpulan data secara langsung. Data ini mendukung dan melengkapi data primer yang diperoleh dari dokumen-dokumen, literature dan pihak-pihak yang berhubungan dengan masalah penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data. Teknik ini digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dalam penelitian yaitu:

1. Teknik Wawancara

Menurut Restu (2010:241) metode wawancara sering digunakan untuk mendapatkan informasi dari orang atau masyarakat. Dalam perjalanan hidupnya seseorang dapat memperoleh informasi melalui berbagai bentuk interaksi dengan orang lainnya. Teknik wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi dan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dari beberapa orang informan yang memang memiliki informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

2. Teknik dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan data yang dilakukan berdasarkan kategori dan klasifikasi bahan-bahan tertulis baik bersumber dari dokumen maupun dari catatan lain yang berhubungan dengan topik permasalahan, di mana pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mencari, mencatat serta mempelajari data untuk menguatkan data yang diperoleh. Dokumen pada penelitian ini dilakukan untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan.

3. Triangulasi data

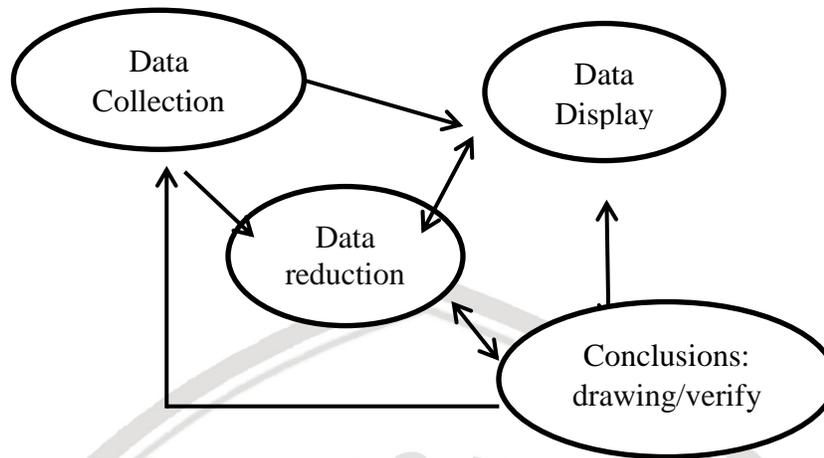
Memeriksa keabsahan data atau informasi dari satu pihak dengan data dari sumber lain, misalnya mempertemukan data antara temuan data hasil dari dokumentasi dan wawancara.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai instrument penelitian. Menurut Sugiyono (2010) penelitian kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Instrumen lain berupa alat bantu daftar pertanyaan, pedoman wawancara, kamera untuk merekam gambar dan alat lainnya.

G. Metode Analisis

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk menyusun secara sistematis data yang diperoleh ketika melakukan wawancara maupun pengumpulan data dari berbagai dokumen yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data model Miles dan Huberman di mana data yang dianalisis menggunakan tiga komponen yaitu, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta penyajian kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*). Komponen analisis interaktif akan dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data Model Interaktif (Miles dan Huberman, 1992:16)

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Miles dan Huberman (1992:16) menyatakan bahwa mereduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan, keesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti : merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data bisa dibantu dengan alat elektronik seperti : komputer , dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi , maka peneliti

merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka. Data yang tidak penting dibuang.

2. Model Data (Data Display)

Miles dan Huberman (1992:16) menyatakan bahwa alur penting kedua dari kegiatan analisis adalah penyajian data. Suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan – lebih jauh menganalisis atukah mengambil tindakan – berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut. Fenomena sosial bersifat kompleks, dan dinamis sehingga apa yang ditemukan saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung agak lama di lapangan akan mengalami perkembangan data. Peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat hipotetik itu berkembang atau tidak.

Bila setelah lama memasuki lapangan ternyata data yang didapat didukung dengan data pada saat dikumpulkan di lapangan, maka data tersebut terbukti dan akan berkembang menjadi teori yang *grounded*. Teori *grounded* adalah teori yang ditemukan secara induktif, berdasarkan data-data yang ditemukan di lapangan, dan selanjutnya diuji melalui pengumpulan data yang terus menerus. Bila pola-pola yang ditemukan telah didukung oleh data selama penelitian, maka pola tersebut menjadi pola

yang baku yang tidak lagi berubah. Pola tersebut selanjutnya digunakan pada laporan akhir penelitian.

3. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Gambaran Umum Rumah Makan Padang

Rumah Makan (RM) Padang atau Warung Padang atau Restoran Padang adalah suatu bisnis warung makan/rumah makan/restoran yang menjual atau menghadirkan berbagai ragam kuliner atau masakan Minangkabau yang berasal dari Sumatera Barat. Rumah makan ini sangat terkenal di Indonesia bahkan dunia, dan disukai oleh berbagai kalangan serta bermacam etnis dan bangsa karena masakan atau makanannya yang lezat serta daya adaptasinya yang bisa menyesuaikan diri dengan lidah atau selera masyarakat di mana rumah makan ini berada. RM Padang di luar Sumatera Barat menghadirkan masakan yang tidak terlalu pedas, berbeda dengan rumah makan yang ada di tanah kelahirannya sendiri. Usaha rumah makan ini hadir dalam berbagai tingkatan sosial, mulai dari warung Padang kaki lima yang harganya terjangkau oleh kalangan bawah, rumah makan yang menargetkan kalangan menengah sebagai sasaran pasarnya, hingga restoran mewah yang menargetkan kalangan atas dengan harga yang cukup tinggi sesuai fasilitas yang disediakan. Penamaan 'Rumah Makan (RM) atau Restoran Padang' sebenarnya tidaklah begitu tepat, karena asal masakan dan pelaku bisnis ini tidak hanya dari kota Padang, tetapi justru lebih banyak berasal dari wilayah

lainnya di Sumatera Barat, seperti Agam, Lima Puluh Kota, Padang Pariaman, Tanah Datar, dan berbagai wilayah lainnya.

Setiap wilayah itu menghasilkan rasa dan ragam masakan yang agak berbeda antara satu dengan lainnya. Asal-usul penamaan 'Restoran Padang' yang dianggap paling awal berhasil dilacak melalui suatu penelitian yang dilakukan oleh Surya Suryadi, seorang filolog di Universitas Leiden, Belanda. Ia menemukan bukti historis-empiris, yaitu sebuah iklan restoran Padang yang bernama PADANGSCH-RESTAURANT "Gontjang-Lidah" di Cirebon yang dikelola seorang perantau Minang, B. Ismael Naim, dimuat selama beberapa bulan pada tahun 1937 di harian Pemandangan yang terbit di Batavia.

2. Kepemilikan dan Jaringan

Usaha RM Padang sudah bersifat terbuka, walaupun umumnya didirikan, dimiliki, dan dikelola oleh orang-orang Minang, baik yang telah lama merantau maupun yang baru datang ke suatu wilayah perantauan, namun ada juga beberapa rumah makan/restoran Padang yang dikelola atau dimiliki oleh orang dari etnis atau bangsa lain. Beberapa rumah makan/restoran Padang yang sudah punya nama besar dan punya jaringan luas juga memberlakukan sistem waralaba (*franchise*). Seseorang yang punya dana cukup besar bisa menanamkan modalnya untuk membuka usaha rumah makan/restoran Padang dengan merek tertentu, misalnya Restoran Sederhana, Sederhana Bintaro, Simpang Raya, dan lainnya. Sistem waralaba ini memberlakukan seluruh aturan manajemen sesuai standar dari perusahaan induk, dan investor punya

kewajiban membayar royalti kepada pemilik merek dagang. Dengan sistem ini berarti usaha rumah makan/restoran Padang terbuka bagi siapa saja.

Seiring dengan tradisi merantau orang Minang, RM Padang ini juga tumbuh dan menyebar luas di seluruh Indonesia bahkan sampai mancanegara, seperti Malaysia, Singapura, Australia, Eropa, Amerika Serikat, Timur Tengah, dan lainnya. Usaha RM Padang ini telah berkembang jauh keluar dari tanah kelahirannya, Ranah Minang. Setelah berevolusi sekian lama, kini RM Padang sudah banyak yang tampil secara moderen dan berdampingan dengan resto-resto global seperti KFC dan McDonald's di mall-mall mewah dan juga sudah bisa ditemui di banyak tempat di dunia. RM Padang merupakan usaha rumah makan yang jumlahnya sangat banyak di samping Warung Tegal (Warteg) asal Jawa Tengah. Di Jakarta dan sekitarnya diperkirakan ada sekitar 20.000 RM Padang besar dan kecil.

Belum ada data tentang jumlah total rumah makan ini di seluruh dunia. Di antara puluhan ribu RM Padang itu ada beberapa yang tumbuh besar dan menjadi terkenal. Restoran Sederhana yang memberlakukan sistem waralaba merupakan jaringan rumah makan/restoran Padang terbesar dengan tak kurang dari 100 outlet yang tersebar di banyak kota besar di Indonesia, serta beberapa cabang di Singapura dan Malaysia. Rumah makan/restoran Padang lain yang juga terhitung besar jaringannya adalah Restoran Sari Ratu yang punya sekitar 30 outlet juga tersebar di Indonesia, Malaysia, dan Singapura, RM Simpang Raya dengan 30 gerai di berbagai lokasi di Indonesia, serta RM Sederhana Bintaro dengan 28 gerai, dan Restoran Garuda yang punya sekitar 20 gerai, 3 di antaranya di Singapura.

B. Penyajian Data

1. Strategi pengembangan pada UKM (Rumah Makan Padang)

Pada awal terbentuknya HIMATOS didukung oleh para tokoh yang berasal dari warga Toboh Ladang dan beberapa daerah di sekitarnya yang merantau ke Malang. Dikarenakan meningkatnya jumlah orang Minang yang tergabung di dalamnya tidak membuat kelompok tersebut mengganti nama, walaupun yang tergabung di dalamnya merupakan warga Sumatera Barat yang merantau ke Malang. Orang Minang yang merantau di Malang sebenarnya sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu, namun saat itu belum ada deklarasi ikatan yang menyatakan diri sebagai ikatan. Dasar pemikiran pendirian HIMATOS ini pada awalnya berasal dari keinginan untuk saling berbagi, bekerjasama, dan mempererat tali silaturahmi antar warga Minang yang merantau ke Malang khususnya warga Toboh Ladang dan sekitarnya. Dalam perkembangannya anggota kelompok HIMATOS ini semakin banyak diketahui oleh para perantau Minang, umumnya merupakan para pedagang Rumah Makan Padang di Kota Malang.

Dari sini muncul ide untuk membentuk kelompok yang tidak hanya mempererat silaturahmi saja, tetapi juga membentuk kegiatan-kegiatan yang membantu para anggota kelompok dalam mengembangkan usaha mereka secara *financial*. Hal yang mendorong mereka tergabung dalam kelompok ini adalah suatu kesamaan sebagai sesama perantau di Kota Malang. Kesamaan inilah yang membuat mereka saling berbagi informasi, berbagi ilmu bahkan berbagi rezeki. Kesamaan yang dimiliki ini membentuk kepercayaan antar anggota seperti keluarga kedua di kota yang berbeda. Modal sosial adalah relasi yang terbangun antar individu dalam masyarakat. Modal

sosial ini tidak memiliki wujud, karena diwujudkan dalam relasi diantara orang-orang dalam rangka memudahkan tindakan mereka.

Salah satu faktor dari terbentuknya modal sosial adalah kepercayaan antar individu dalam suatu kelompok masyarakat. Membentuk modal sosial itu memang tidak sulit tapi menjaganya supaya tidak rusak itu yang sangat sulit karena karakter setiap individu itu berbeda satu sama lain. Salah satu perkumpulan yang menerapkan sistem modal sosial adalah HIMATOS (Himpunan Masyarakat Toboh Ladang dan Sekitarnya). HIMATOS merupakan perkumpulan dari pedagang-pedagang Rumah Makan Padang yang berada di Malang. Perkumpulan ini dibentuk dengan tujuan sebagai tempat berkumpulnya para perantau, khususnya para pedagang RM Padang yang ada di Malang. Anggota dari perkumpulan ini sendiri kurang lebih 150 orang. Salah satu diantaranya adalah Pak Yusman, Pak Yusman merupakan salah satu pedagang Rumah Makan Padang sekaligus pedagang sate Padang yang memulai usahanya di tahun 2009 dengan menggunakan uang Rp 250.000 sebagai modal awal usaha dagangnya, setelah bergabung dengan kelompok HIMATOS, usaha dagang yang beliau jalani semakin berkembang. Berikut penjelasan dari Pak Yusman :

“Di Malang ko ado namonyo HIMATOS perkumpulan urang awak yang dikhususkan untuk parantau nan manggaleh nasi padang di Malang ko, di perkumpulan ko biasonyo diadoan pertemuan tiok bulannyo untuk palapeh carito, palamak ota, sakik sanang balalui sasamo anggota, saindaknyo walaupun wak di rantau lai jo taraso di kampuang dek ado banyak dunsanak disiko”

(Di Malang ini ada namanya perkumpulan HIMATOS, perkumpulan orang Minang yang dikhususkan untuk perantau yang berdagang Nasi Padang di Kota Malang. Dalam perkumpulan ini biasanya diadakan pertemuan untuk saling berbincang-bincang, berbagi suka duka, setidaknya dengan adanya perkumpulan ini para perantau tetap merasakan kampung halamannya karena sering bertemu dengan sesama perantau sehingga seperti terbentuk sebuah ikatan keluarga).

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan oleh perkumpulan tersebut, dapat diketahui awal mulanya terbentuk modal sosial tersebut adalah karena sebuah kebiasaan mereka yang saling berinteraksi yang bahkan terbentuk sebuah kepercayaan di dalamnya. Modal sosial yang terbentuk dalam kelompok tersebut membentuk karakteristik individu yang dapat digunakan untuk membentuk sebuah kelompok. Masing-masing anggota memberikan informasi kepada para pedagang yang belum menjadi anggota kelompok. Perluasan informasi dari mulut ke mulut inilah yang membuat mereka semakin meluas dan berkembang di tengah-tengah masyarakat.

2. Peran modal sosial dalam pengembangan jaringan UKM (Rumah Makan Padang)

Proses interaksi yang saling berbincang-bincang dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat sehingga terbentuk kepercayaan satu sama lain. Adanya kepercayaan tersebut mendorong terbentuknya anggota kelompok. Dari kelompok ini terbentuk kerjasama yang diwujudkan dalam bentuk arisan yang diikuti oleh semua anggota, kegiatan ini dimaksudkan sebagai kegiatan yang dapat merangsang dan membina anggota menjadi anggota dalam system ekonomi modern. Karena arisan pada

umumnya menyimpan uang dan mempererat hubungan kekerabatan anggota kelompok. Maka keikutsertaan masing-masing anggota menjadi salah satu bentuk kegiatan yang baik untuk anggota, khususnya dalam hal *financial* ataupun penambahan modal usaha.

Kerjasama dalam bentuk arisan ini memberikan dampak yang positif terhadap kesejahteraan usaha dagang para anggota. Kegiatan ini memberikan manfaat nyata terhadap para pedagang, khususnya pedagang yang masih mempunyai modal kecil. Seperti yang dijelaskan oleh pak Yusman berikut ini:

“Di HIMATOS tu diadoan arisan, arisannyo tabagi duo, arisan laki-laki ciek, arisan induak-induak ciek, mambayia nyo sakali saminggu, macam-macam lo bagiannyo, ado yang tujuh puluh limo ribu perminggu, ado yang labiah, beko maundi nyo sakali sabulan. Yang ikuik t ado yang ikuik saparampek, satangah. Ado lo yang ikuik panuah. Ado yang ikuik ciek lot, ado lo yang ikuik banyak lot. Dari arisan tu kurang labiah bisa macik 200 juta kalua wak ikuik panuah. Beko yang manang arisan tu maadoan badoa, makan-makan, atau kegiatan a lah gitu dirumahnyo”

(Di HIMATOS itu diadakan arisan, arisan tersebut terbagi dua, yaitu dari pihak laki-laki dan pihak perempuan, untuk pembayaran dilakukan sekali dalam seminggu, arisan itu sendiri pembagiannya terdiri dari berbagai jenis, ada yang membayar 75 ribu rupiah per minggu bahkan ada yang lebih. Ada yang ikut satu lot, bahkan juga ada yang ikut lebih dari satu lot. Untuk satu kali pencabutan lot, arisan itu bisa memperoleh kurang lebih 200 juta bila ikut penuh. Untuk yang menang arisan biasanya akan mengadakan syukuran, kegiatan makan-makan atau kegiatan lain di rumahnya).

Peminjaman modal kepada orang sesama perantauan yang dilakukan oleh anggota HIMATOS merupakan dampak dari adanya kepercayaan dan modal sosial antara masing-masing anggota. Kepercayaan ini diperoleh karena adanya perkumpulan dan kegiatan arisan ditambah dengan modal sosial yang terbangun dari relasi dalam bentuk “sesama anggota rantau, keluarga, dan lain-lain”.

Adanya informasi mengenai HIMATOS membuat semakin meluasnya jaringan antara pedagang Rumah Makan Padang di Kota Malang. Dengan adanya modal sosial yang dimiliki masing-masing individu memudahkan terbentuknya perkumpulan ini. Pada saat musibah kematian menimpa salah satu anggota, anggota yang lain ikut membantu dalam mengadakan pengajian sehingga menumbuhkan rasa percaya dan solidaritas sosial. Semua anggota saling membantu tanpa melihat status sosialnya dan tidak mengharapkan imbalan. Jadi tidak hanya sebatas anggota saja akan tetapi terdapat pola interaksi yang berulang sehingga membentuk suatu kepercayaan di dalamnya. Salah satu anggota yang ikut merasakan manfaat adanya modal sosial tersebut adalah Ni Tina yang merupakan salah satu anggota HIMATOS, beliau memulai usaha dagangnya pada tahun 2015, modal awal beliau dapatkan dari teman sesama anggota HIMATOS yang dapat diganti kembali setiap bulannya. Seperti yang dijelaskan Ni Tina berikut ini:

“Dulu uni karajo jo urang, urang yang di Bendungan Sutami tu a, yang dimukonyo ado urang manggaleh sate padang mah, siap tu uni cubo

buek usaho surang, modalnyo ditolongan dek induak samang uni ko, tu beko uni ansua-ansua mambayia nyo. Mambayia nyo bara ka talok se tiok bulannyo dak lo babungo do. Jadi yo tolong baitu se nyo. Ado lo adiak uni ditolongannyo lo bukak usaho, bko bayia nyo ditetap an di awal sanggupnyo bara tiok bulan.”.

(Dulunya saya kerja sama orang lain di Bendungan Sutami sana, yang di depan tokonya ada yang jualan sate padang. Setelah sekian lama, saya mencoba untuk membuka usaha sendiri, modalnya ditolong oleh yang punya Rumah Makan Padang di Bendungan Sutami tersebut. Nanti gantinya saya harus membayar perbulan tanpa bunga. Jadi dia menolong saya tanpa mengharapkan imbalan. Adik saya juga ditolong memodali untuk buka usaha, untuk pembayarannya terhadap orang yang memberikan modal tergantung kesepakatan di awal berdasarkan kesanggupannya berapa tiap bulan).

Penjelasan dari Ni Tina di atas memperlihatkan adanya hubungan saling percaya antara pihak pemodal dan pihak yang menerima modal. Kepercayaan menjadi salah satu faktor modal sosial yang digunakan dalam perkumpulan tersebut. Kepercayaan terlihat dalam proses pemodalannya, dimana pihak pemodal memberikan toleransi berupa kesepakatan pada pihak yang diberi modal dalam menentukan angsuran hutang piutang tiap bulannya. Hal ini terjadi karena pihak pemodal dan yang menerima modal telah kenal baik dan saling percaya. Kepercayaan inilah yang melekat pada masing-masing individu menciptakan modal sosial kelompok yang kuat agar solidaritas kelompok tinggi

Lain halnya dengan Rumah Makan Padang yang ada di Malaysia, tidak ada perkumpulan yang khusus seperti di Kota Malang hanya perkumpulan biasa saja, mereka berdiri sendiri sebagai perantau. Tidak ada solidaritas kelompok bahkan modal sosial yang terjadi. Salah satu anggota kelompok yang berasal dari Malaysia ini adalah Pak Jon yang memulai usaha dagangnya sejak tahun 1996, beliau mencari modal sendiri dan mengembangkan usaha sendiri. Seperti penjelasan Pak Jon berikut ini:

“Awal mulo karajo disiko yo bausaho na surang nyo, dak do yang nolongan do, yang mencari modal wak surang, marantau ka Malaysia ko, dak do dunsanak, dak do kawan do, tagak surang, bangun tampek makan surang, kontrak rumah. Urus lo kartu identitas, kok dak, dak dapek izin untuk mambukak usaho disiko. Untuk perkumpulannyo disiko ado, tapi yo perkumpulan gitu se nyo sekedar bakumpua-kumpua, ado lo ketuanyo, tapi yo dak do ngaruhnyo jo usaho wak do, sekedar tampek bakumpua se”

(Awal mula saya mendirikan usaha disini yaitu dengan usaha saya sendiri tanpa bantuan orang lain, modal dari saya sendiri dan membuka usaha dengan uang saya sendiri. Saya merantau ke Malaysia tanpa keluarga maupun kenalan, bangun usaha sendiri dan mengontrak rumah. Kartu identitas harus diurus, jika tidak, saya tidak dapat izin membuka usaha dagang. Untuk kelompok perkumpulannya disini ada, tetapi hanya sekedar untuk tempat bersenda gurau saja dan tidak berpengaruh terhadap usaha yang saya jalankan).

Penjelasan dari Pak Jon tersebut menjelaskan bahwa Rumah Makan Padang di Malaysia (Rumah Makan Sari Minang) tidak ada kelompok khusus seperti

perkumpulan pedagang Rumah Makan Padang di Kota Malang. Mereka cenderung individual dan tidak memiliki kerjasama dalam menunjang kebutuhan usaha mereka sendiri. Mereka hanya memiliki perkumpulan untuk sesama perantau saja tanpa adanya bentuk kerjasama maupun kegiatan khusus. Dengan demikian, Rumah Makan Padang yang ada di Malaysia tidak memiliki modal sosial yang kuat antar sesama pedagang Rumah Makan Padang. Tidak kuatnya modal sosial yang ada pada kelompok tersebut menghambat perkembangan usaha dagang karena para anggota kurang menyadari dan memanfaatkan modal sosial itu sendiri.

3. Efektifitas modal sosial dalam pengembangan UKM (Rumah Makan Padang)

Modal sosial yang telah dimiliki kelompok memberikan dorongan untuk para anggota menjadi lebih berkembang. Peminjaman modal dan tingginya solidaritas antar sesama anggota sangat membantu anggota dalam hal financial, baik itu untuk keperluan pribadi maupun penambahan modal usaha. Pak Datuak merupakan Ketua dari perkumpulan HIMATOS, beliau bertugas sebagai orang yang menaungi masing-masing anggota dari perkumpulan pedagang Rumah Makan Padang di Malang. Pak Datuak yang nantinya membantu anggota dalam menghadapi masalah, berikut pernyataan Ni Tina:

“Pak Datuak ko lah tampek mangadu kami nan manggaleh ko, beko dari pitih arisan tu, pitih yang partamo digunoan untuk mambangun surau jo pitih kas kalua misalkan ado nan kamalangan, contohnya kalua ado urang maningga, tu apak tu yang mangkoordinir anggota untuk

maadoan do'a mandoa kalua urang maningga, pitihnyo dari kas yang dikumpuaan basamo tadi tu, jadi dek itu lah arisan ko dak cuma untuak arisan se, tapi yo mambantu lo dalam musibah kamalangan ko"

(Pak Datuak ini merupakan orang yang diibaratkan sebagai tempat mengadu bagi para pedagang, nanti uang yang berasal dari uang arisan yang nantinya akan digunakan sebagian untuk membangun mushalla dan untuk uang cash bila ada musibah, contohnya bila ada yang meninggal, beliaulah yang membantu untuk mengkoordinir seluruh anggota untuk melakukan pengajian, uangnya dari kas yang telah dikumpulkan tadi, jadi arisan ini tidak cuma untuk arisan saja, tapi disisihkan sebagian untuk membantu anggota yang terkena musibah)

Dari arisan ini terbentuklah hubungan yang kuat antara pak Yusman, Ni Tina dan Pak Datuak karena adanya sifat sosial yang ditimbulkan sesama perantau maka terbangun juga modal sosial diantara Pak Yusman, Ni Tina dan Pak Datuak, berikut pernyataan pak Yusman:

"Wak baru gabuang jadi anggota ko kiro-kiro 2011, ketua nyo yo Pak Datuak tu. Baliau nan mambantu kami pas ado kamalangan, pitihnyoyo pitih dari arisan tu, arisan tu biasonyo malam-malam tu siap isya sampai tengah malam, yang laki-laki biasonyo bakumpua sakali sapuluah hari, nan induak-induak biasonyo bakumpua sakali saminggu. Beko dari pitih arisan ko ado disisiahan saketek untuk nan hal-hal mmandasak, nan maatur nyo Pak Datuak. Contohnyo mode ambo patang ko kamalangan, amak ambo maningga, apak tu nan mambantu ambo untuk maadoan pengajian".

(Saya bergabung kira-kira tahun 2011, ketuanya masih Pak Datuak. Beliau yang membantu anggota bila ada yang meninggal, uangnya dari uang arisan itu sendiri, arisan biasanya diadakan setelah isya sampai tengah malam. Yang laki-laki biasanya berkumpul setiap satu kali dalam sepuluh hari sedangkan yang perempuan berkumpul satu kali dalam seminggu. Uang dari arisan disisihkan sedikit untuk keperluan mendesak, yang mengaturnya adalah Pak Datuak itu sendiri. contohnya saat ibu saya meninggal, Pak Datuak dan anggotalah yang membantu saya untuk mengadakan pengajian).

Nama Pak Datuak sudah terkenal di kalangan para pedagang Rumah Makan Padang di Malang membuat orang-orang tak berpikir dua kali untuk mau bergabung dalam perkumpulan tersebut karena relasi beliau sangat banyak. Hal ini juga yang membangun hubungan kepercayaan dan modal sosial Pak Datuak dengan para pedagang. Informasi yang telah tersebar membuat anggota kelompok semakin banyak, jaringan yang ada juga semakin meluas. Modal sosial inilah yang paling penting dimiliki oleh antar para anggota tapi untuk mencapainya dibutuhkan kepercayaan dari individu-individu yang berada di sekitar lingkungan.

Modal sosial merupakan tolak ukur untuk melihat kapasitas, solidaritas maupun kapabilitas seseorang atau masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam HIMATOS, modal sosial melibatkan seluruh anggota Rumah Makan Padang di Kota Malang. Kegiatannya sangat berkaitan dengan modal sosial yang telah tertanam. Pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi itu sendiri.

Melainkan hasil dari interaksi tersebut seperti terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Secara individual, interaksi terjadi jika relasi intim antar individu terbentuk satu sama lain yang kemudian melahirkan ikatan emosional. Individu-individu yang ada pada perkumpulan HIMATOS mempunyai modal sosial masing-masing yang dapat digunakan untuk mencapai kepentingan pribadinya melalui perkumpulan tersebut. Seperti kegiatan rutin yang dilakukan oleh para anggota yaitu mengadakan arisan dan saling tolong menolong bila ada anggota yang terkena musibah. Dalam perkumpulan HIMATOS ini, kepercayaan muncul karena hubungan keluarga, seperantauan, sesama pedagang dan lain sebagainya. Ini sudah membentuk kepercayaan tersendiri bagi para pedagang. Struktur sosial yang telah terjalin antar sesama anggota dijadikan sebagai modal sosial bagi individu. Dengan terbentuknya sebuah kelompok juga membentuk rasa kekeluargaan yang kuat diantara para pedagang. Seperti yang dijelaskan oleh Pak Yusman berikut ini:

“Tahun 2009 wak baru mulai bukak usaho jo garobak, pas tu wak jua sate, modal duo ratuuh limo puluah ribu nyo. Saratuuh untuk modal buek sate, saratuuh limo uluah lai untuak pitih kosan. Lamo-lamo galeh wak ko laku, sampai tahun 2011 wak bukak kadai. Mulonyo yo manggaleh sate se nyo, peralatan alun sabara lah do, dari untuang manggaleh sate wak ansua-ansua dari nan ketek-ketek lu mode piriang, galeh, sendok. Untuak bangku jo meja dak ado lah do. Tu ado kenalan wak, lah lamo kenal jo wak di rantau ko, diagiahnyo wak mejajo kursi, diagiahnyo perai se, lah taisy kadai wak, baru lancar bana wak manggaleh dek nyo, lah tabukak lo dek wak kadai nasi ciek, jadi wak

manggaleh duo kini ko, manggaleh sate ciek, manggaleh nasi padang ciek. Dan Alhamdulillah lai taraso ansurannyo dibanding dulu-dulu.. Untuang-untuang bisuak ko wak bisa punyo kadai surang lai, dak ngontrak lai do”.

(Tahun 2009 saya memulai usaha sate padang menggunakan gerobak dengan modal dua ratus lima puluh ribu rupiah. Seratus ribu modal untuk membuat sate, dan serratus lima puluh ribu untuk biaya kos. Usaha saya mulai laku hingga pada tahun 2011 saya mencoba untuk membuka rumah makan padang. Di awal usaha saya hanya menjual sate padang, peralatan yang saya punya belum seberapa, dari laba hasil penjualan sate digunakan untuk membeli peralatan kecil seperti piring, gelas, sendok. Untuk bangku dan meja masih belum bisa diusahakan. Saya punya kenalan di Malang sesama perantau, dia memberi saya peralatan lain seperti meja dan kursi secara cuma-cuma. Dikarenakan warung saya sudah memiliki peralatan dan perlengkapan yang lengkap usaha saya semakin lancar sehingga saya memutuskan untuk membuka warung nasi juga. Tidak hanya menjual sate Padang tetapi juga nasi Padang. Dan Alhamdulillah dibandingkan dengan yang dulu, usaha saya sekarang lebih baik. Mudah-mudahan nanti saya punya Rumah Makan sendiri tanpa harus mengontrak).

Dari penjelasan Pak Yusman tersebut dapat diketahui bahwa hubungan sesama perantau yang telah terjalin membentuk suatu kepercayaan dan tumbuhnya sifat kekeluargaan. Seperti bantuan dari kenalan Pak Yusman yang mendorong Pak Yusman dalam mengembangkan usahanya. Kepercayaan yang tumbuh dari adanya interaksi di dalam suatu kelompok membentuk sebuah jaringan antar sesama pedagang Rumah

Makan Padang. Dengan adanya arisan yang biasa dilakukan oleh perkumpulan tersebut memperluas jaringan kelompok. Dengan berbekal iuran uang dengan nominal yang telah ditetapkan.

Para anggota memanfaatkan struktur sosial yang terbentuk dalam dirinya untuk mencapai kepentingannya. Lingkungan sesama pedagang dan sesama perantau yang semakin kuat menumbuhkan rasa percaya yang semakin tinggi terhadap satu sama lain. Kepercayaan yang muncul pada perkumpulan HIMATOS ini dikarenakan pertemuan yang sering dilakukan oleh para anggota dalam sebuah bentuk arisan. Selain itu, interaksi yang dilakukan menumbuhkan rasa kekeluargaan yang kuat. Dari perkumpulan tersebut terbentuklah jaringan yang akhirnya membentuk sebuah kelompok dimana kelompok tersebut dilandasi rasa kekeluargaan dan kepercayaan satu sama lain.

Anggota menyerahkan segala sesuatu kepada Pak Datuak, hal tersebut karena Pak Datuak merupakan orang yang dituakan dan disegani serta memiliki jiwa kepemimpinan yang cukup baik. Terbentuknya perkumpulan ini mendorong beberapa pedagang yang tergabung di dalam arisan dalam mengembangkan usahanya. Seperti penjelasan Pak Yusman berikut ini:

"Kan banyak yang ikuik arisan tu, ado yang ikuik panuah, ado yang satangah, ado yang saparampek, beko macam-macam lo banyak yang nyo dapek. Kok ikuik panuah, banyak dapek tu mah, kurang labiah duo ratuih juta. Anggotanyo dek banyak ko lo eh, sampai lah kiro-kiro

saratuih limo puluah urang. Yang sato tu ado nan ikuik ciek, duo, ado lo nan labiah. Beko sia yang dapek tu ado nan digunoannyo untuk kebutuhannyo mambali iko itu, ado lo nan mambukak usaho, dak jarang nan manggunoannyo untuk mamajuan kadai. Dek arisan ko lah tabantu bana wak rasonyo”

(Yang ikut arisan itu banyak, ada yang ikut dengan iuran penuh, setengah, ada pula yang iuran seperempat, nanti uang yang akan didapat pun juga bermacam-macam. Kalau ikut iuran penuh, uang yang akan didapat pun juga banyak, kurang lebih dua ratus juta rupiah. Mungkin juga karena anggotanya yang banyak, kurang lebih serratus lima puluh orang. Yang ikut arisan tidak Cuma iuran untuk satu lot, tapi ada yang ikut dua bahkan lebih. Uang yang didapat dari arisan tersebut ada yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan, dan tidak jarang bagi mereka digunakan untuk mengembangkan usahanya. Saya merasa dengan adanya arisan ini saya sangat terbantu dalam mengembangkan usaha saya).

Berbanding terbalik dengan Rumah Makan Sari Minang di Malaysia, para pedagang cenderung fokus terhadap kelancaran usaha mereka tanpa harus membentuk sebuah kelompok maupun kegiatan rutin, seperti penjelasan Pak Jon berikut ini:

“Kami disiko yo tagak surang se nyo, dak do ditolong sia-sia do. Kok ditanyo labo, yo labo mode tu jo nyo. Kok ditanyo kambang atau indaknyo, yo standarlah, tetap dak lo maju-maju bana do, sia lo nan ka nolongan, nasi ka raso nasi siko jo nyo, tu baliak ka salero masing-masing urang nan ka mambali, lamak dek nyo atau dak. Kok lamak tu capek laku nyo, atau ndak yo standar mode kini ko, tetap se penghasilannyo, dak bakurang dak lo batambah do”.

(Kita disini memang memulai usaha dengan usaha sendiri tanpa ditolong oleh siapapun. Kalau ditanya laba, ya masih seperti itu saja kan tidak ada yang membantu. Nasi tetap akan seperti nasi, begitupun dengan selera, setiap orang punya selera masing-masing, ada yang sesuai dan ada yang tidak. Jika sesuai selera maka akan cepat habis, jika tidak ya standar seperti sekarang ini, penghasilan tetap, tidak berkurang maupun bertambah).

Berdasarkan penjelasan Pak Jon tersebut dapat menjelaskan bahwa pedagang Rumah Makan Padang di Malaysia cenderung memiliki sifat individual dan tidak memiliki solidaritas yang tinggi. Terlihat dari beberapa hal seperti kesamaan sesama perantau, adanya hubungan keluarga dan lain sebagainya tidak mempengaruhi perkembangan usaha mereka.

Peran modal sosial pada Rumah Makan Sari Minang ternyata sangat kurang dan bahkan hampir tidak ada, modal sosial yang tidak mereka terapkan terhadap kelompok melemahkan solidaritas dan kekuatan kelompok tersebut. Sehingga terlihat kurang kompak yang tidak memberikan manfaat khusus. Kesamaan sebagai sesama perantau seharusnya mempermudah jalannya kegiatan kelompok dalam mendorong usaha yang dijalani. Modal sosial yang tidak digunakan secara maksimal menyebabkan kurangnya manfaat kelompok tersebut di dalam usaha mereka. Kesepakatan dan pembentukan kelompok bukan untuk memperlancar usaha tetapi tidak mempengaruhi usaha sama sekali.

C. Pembahasan

1. Proses pengembangan usaha oleh para pengelola Rumah Makan Padang

Coleman (1988:370) memperkenalkan modal sosial sebagai sarana konseptual untuk memahami orientasi teoritis tindakan sosial dengan mengaitkan komponen-komponen dari perspektif sosiologi dan ekonomi. Coleman berpendapat bahwa pengertian modal sosial ditentukan oleh fungsinya. Sekalipun sebenarnya terdapat banyak fungsi modal sosial tetapi ia mengatakan bahwa pada dasarnya semuanya memiliki dua unsur yang sama, yakni: pertama, (1) modal sosial mencakup sejumlah aspek dari struktur sosial, dan (2) modal sosial memberi kemudahan bagi orang untuk melakukan sesuatu dalam kerangka struktur sosial tersebut. Ia memberi penekanan terhadap dua aspek dari struktur sosial yang sangat penting dalam memudahkan tercipta dan berkembangnya modal sosial dalam berbagai bentuk. Pertama, aspek dari struktur sosial yang menciptakan dorongan dalam sebuah jaringan sosial yang membuat setiap orang saling berhubungan sedemikian rupa sehingga kewajiban-kewajiban maupun sanksi-sanksi dapat dikenakan kepada setiap orang yang menjadi anggota jaringan itu.

Kedua, adanya organisasi sosial yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan bersama. Selanjutnya Coleman mengidentifikasi beberapa unsur utama yang merupakan pilar modal sosial. Pertama, kewajiban dan harapan yang timbul dari rasa kepercayaan dalam lingkungan sosial. Ia mengambil contoh sistem arisan yang populer dalam masyarakat di banyak negara Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Sistem arisan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang memiliki hubungan pertemanan, tetangga

atau kekerabatan merupakan sebuah contoh yang jelas tentang bagaimana pentingnya arti kepercayaan. Pilar kedua modal sosial menurut Coleman adalah pentingnya arus informasi yang lancar di dalam struktur sosial untuk mendorong berkembangnya kegiatan dalam masyarakat. Arus informasi yang tidak lancar cenderung menyebabkan orang menjadi tidak tahu atau ragu-ragu sehingga tidak berani melakukan sesuatu.

Berdasarkan penjelasan dari Coleman tersebut terdapat kesamaan dengan penelitian yang saya teliti bahwa modal sosial yang dimiliki individu maupun kelompok memberikan manfaat terhadap anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok maupun tujuan individu. Terbentuknya kelompok HIMATOS di Kota Malang menciptakan dorongan dalam meluasnya sebuah jaringan sosial yang membuat setiap orang saling berhubungan sedemikian rupa sehingga membentuk kepercayaan satu sama lain. Menurut Field (2010:1), seseorang akan berhubungan melalui serangkaian jaringan dan mereka cenderung memiliki kesamaan nilai dengan anggota lainnya dalam jaringan tersebut, sejauh jaringan tersebut menjadi sumber daya maka hal tersebut dapat dipandang sebagai modal sosial. Kewajiban dan harapan yang timbul dari rasa kepercayaan dalam lingkungan sosial yang terdapat pada kelompok HIMATOS mendorong mereka untuk membentuk arisan. Arisan ini terbentuk karena beberapa kesamaan seperti sesama perantau, sesama pedagang Rumah Makan Padang, hubungan keluarga dan rasa kepercayaan yang telah dimiliki satu sama lain. Hal ini mendorong informasi menyebarluas sehingga membentuk jaringan sosial.

2. Peran modal sosial terhadap jaringan

Modal sosial kelompok UKM Rumah Makan Padang di Kota Malang memang sudah terlihat bagaimana modal sosial yang mereka miliki didayagunakan untuk mencapai tujuan bersama dalam kelompok. Pendayagunaan ini membuat modal sosial semakin kuat dan solidaritas semakin tinggi hingga terbentuk komponen modal sosial yaitu kepercayaan. Modal sosial dipandang sebagai suatu komponen yang dapat mempengaruhi produktivitas dari individu dan kelompok sehingga dapat menciptakan suatu kelompok yang berkualitas. Dengan begitu tujuan bersama mudah untuk didapatkan, selain itu dalam individu juga akan mendapatkan apa yang menjadi kepentingan pribadinya yaitu mendapatkan uang dari pergiliran. Dalam modal sosial tersebut kepentingan-kepentingan anggota menjadi faktor utama dalam terbentuknya suatu kelompok.

Baik itu kepentingan dalam mengembangkan usaha, kesamaan, maupun kepentingan pribadi, anggotalah yang menjadi suatu pencapaian dalam mendapatkan kepentingan individu melalui kebersamaan kelompok. Dengan interaksi yang terjalin dan kepercayaan yang semakin tumbuh, informasi yang semakin banyak dan terbentuknya jaringan yang semakin kuat menjadi harapan dari terbentuknya kepercayaan dalam kelompok. Modal sosial yang kuat akan membuat kelompok tersebut juga semakin kompak. Jadi bisa dikatakan bahwa peran dan pendayagunaan modal sosial pada kelompok HIMATOS sangat bagus sehingga dapat menumbuhkan kekompakan kelompoknya bahkan menumbuhkan rasa solidaritas yang tinggi. Dari

kedua perbandingan tersebut sudah dapat dilihat bahwa kelompok yang memanfaatkan modal sosial akan mendapatkan hasil yang efektif dalam mengembangkan usahanya. Kekompakan kelompok yang dijaga akan menguatkan solidaritas kelompok, jaringan di dalam kelompok juga terjaga dengan baik sehingga akan semakin mudah dalam mencapai tujuan bersama.

Modal sosial selalu memiliki hubungan baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap suatu keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha ini tidak hanya dapat dilihat dari peningkatan perekonomian saja namun juga dapat dilihat dari pengembangan usaha, keberlanjutan usaha, pemberdayaan anggota dan kesejahteraan anggota. Modal sosial yang efektif memberikan dampak yang efektif, begitupun sebaliknya, modal sosial yang tidak efektif memberikan dampak yang tidak efektif. Secara tidak langsung modal sosial menjadi tolak ukur dalam pengembangan usaha dagang bagi para anggota. Tungka dan Rogahang (2013) yang menyebutkan hubungan modal sosial terhadap perilaku kewirausahaan pada keberhasilan UMKM melalui pengembangan usaha dikarenakan modal sosial dapat melahirkan ikatan-ikatan emosional yang dapat menyatukan orang untuk mencapai tujuan bersama melalui pembangunan infrastruktur sehingga pengusaha UMKM akan semakin berhasil dalam memasarkan barang mereka kepada konsumen dan dapat mencapai tujuan untuk pemerataan pertumbuhan perekonomian.

Penelitian tersebut juga berlaku terhadap UKM (Rumah Makan Padang di Kota Malang) yang tergabung dalam kelompok HIMATOS. Mereka dinilai berhasil

mengembangkan usaha mereka karena memiliki ikatan emosional sebagai sesame perantai, ikatan keluarga dan ikatan lainnya yang sangat kuat dan dimanfaatkan sebagai sesuatu yang mendorong perubahan. Perubahan inilah yang nantinya membantu anggota dalam pengembangan usaha, baik itu dari segi *financial* maupun sifat sosial seperti solidaritas yang tinggi pada anggota kelompok.

Modal sosial yang ada dalam HIMATOS sudah cukup baik. Kepercayaan anggota satu sama lain, anggota terhadap ketua dan ketua terhadap kinerja kelompoknya sudah cukup baik. Peran modal sosial dalam menunjang dinamika kelompok ditunjukkan dengan meningkatkan interaksi atau kerjasama dalam kelompok dan meningkatkan pelaksanaan fungsi tugas kelompok. Peran modal sosial dalam menunjang dinamika kelompok dengan meningkatkan interaksi atau kerjasama dalam kelompok ditandai dengan meningkatnya rasa tolong menolong sesama anggota yang ditunjukkan dengan mereka akan langsung menolong sesama anggota bahkan dengan sukarela memberi bantuan tanpa dibayar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* atau rasa kepercayaan dapat mempengaruhi tingkat adopsi inovasi. Kuatnya rasa saling percaya yang tergolong tinggi dapat bentuk kepercayaan yang ada di HIMATOS dapat dilihat dari tingkat kepercayaan ketua dengan kelompok dan dengan pihak lain. Tindakan kolektif yang dilakukan dengan didasari rasa saling percaya akan meningkatkan partisipasi anggota dalam berbagai bentuk kegiatan. Setiap anggota dalam kelompok memiliki rasa percaya penuh terhadap anggota lain. Hal ini dapat dilihat pada kepercayaan anggota

lain untuk hadir tepat waktu dalam pertemuan-pertemuan kelompok yang diadakan, serta saling percaya dalam hal pengembalian pinjaman modal.

Rasa saling percaya merupakan elemen modal sosial yang paling berpengaruh dalam terciptanya jaringan kerjasama dan informasi serta kepatuhan pada aturan atau norma yang disepakati bersama. Rasa saling percaya melalui kerjasama yang ada di HIMATOS tinggi. Hal ini disebabkan anggota kelompok merasa saling terbantu, aman, saling memberi informasi, merasa percaya dan merasa memiliki dalam kelompok serta merasa terlibat dalam perumusan tujuan dan pengambilan keputusan. Rasa saling percaya dalam suatu komunitas merupakan harapan yang tumbuh dalam masyarakat yang ditunjukkan dengan adanya perilaku jujur, kerjasama, saling percaya, sepaham, dan adanya norma-norma yang diyakini. Rasa percaya akan memudahkan terjalinnya kerjasama.

Dalam penelitian Sarah Turner (2007) yang berjudul *“Small-Scale Enterprise Livelihoods and Social Capital in Eastern Indonesia: Ethnic Embeddedness and Exclusion”*, dimana peneliti menyoroti tentang hubungan etnis dalam pembentukan modal sosial. Dalam penelitiannya disebutkan bahwa hubungan etnis yang kuat dan modal sosial memberikan peran penting dalam mengembangkan usaha. Para pengelola usaha bisa mendapatkan akses pinjaman kredit dengan bunga sedikit, meminjam satu sama lain, saling memberi informasi dan lain-lain sehingga jaringan yang mereka miliki semakin meluas. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang saya teliti dimana individu yang memiliki kesamaan etnis memiliki tingkat kepercayaan

yang tinggi terhadap sesamanya. Kepercayaan yang tinggi yang bahkan dapat menguntungkan sehingga ikatan modal sosial dan kerjasama yang erat serta menyebar luasnya jaringan mengangkat tingkat proses pengembangan usaha dalam kelompok.

Mereka yang memiliki perhatian terhadap modal sosial pada umumnya tertarik untuk mengkaji kerekatan hubungan sosial dimana masyarakat terlibat di dalamnya, terutama kaitannya dengan pola-pola interaksi sosial atau hubungan sosial antar anggota masyarakat atau kelompok dalam suatu kegiatan. Kelompok HIMATOS ini dapat dikategorikan dalam tipologi modal sosial *bridging social capital*. Dalam tipologi ini, setiap anggota kelompok mempunyai hak dan kewajiban yang sama. Setiap anggota berfikir bahwa dengan lancarnya proses pergiliran maka tujuan utama dari individu akan tercapai. Pimpinan kelompok hanya menjelaskan dan membantu mengkoordinasi kesepakatan-kesepakatan yang telah disepakati anggota kelompok.

Tipologi ini juga mempunyai nilai solidaritas yang tinggi, mereka lebih peka dalam merasakan suka duka anggota kelompok maupun orang lain dan juga berempati terhadap situasi yang dihadapi. Jadi kelompok ini mengutamakan kekompakan dan solidaritas kelompoknya dan tidak menutup diri, mereka saling berinteraksi dan bertukar informasi sehingga membentuk jaringan serta memaksimalkan modal sosial yang dimiliki untuk mencapai tujuannya. Menurut Hasbullah (2006:8) dalam *bridging social capital* memiliki beberapa prinsip, salah satunya adalah prinsip persamaan bahwa setiap anggota dalam suatu kelompok masyarakat memiliki hak-hak dan kewajiban yang sama. Setiap keputusan kelompok berdasarkan kesepakatan dari

anggota kelompok. Pimpinan kelompok masyarakat hanya menjalankan kesepakatan-kesepakatan yang telah ditentukan oleh para anggota kelompok.

Prinsip ini juga ditemukan pada kelompok HIMATOS, kelompok ini membuka jalan untuk lebih cepat berkembang dengan menciptakan jaringan yang kuat dan luas. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dengan terbentuknya kepercayaan dan modal sosial memungkinkan untuk berkembangnya usaha yang dilakukan oleh para anggota kelompok sehingga kualitas dagang mereka semakin meningkat. Didorong juga oleh sifat solidaritas yang tinggi dalam membantu anggota, merasakan penderitaan orang lain, dan berempati terhadap situasi yang dihadapi orang lain sehingga memperkuat jaringan yang telah terbentuk. Kelompok ini mampu memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan dan kemajuan dalam kelompok.

Dalam klasifikasi tipologi modal sosial, kelompok Rumah Makan Padang di Malaysia (Rumah Makan Sari Minang) termasuk kelompok *bonding social capital*. Individu dalam kelompok ini lebih tertutup terhadap perubahan. Terlihat dari kegiatan mereka yang tidak memanfaatkan modal sosial dalam mengembangkan usaha, mereka hanya sekedar berkumpul untuk berbincang-bincang maupun melepas rindu kampung halaman. Jaringan yang terbentuk juga tidak banyak, solidaritas kelompok juga tidak kuat karena setiap anggota cenderung individual. Mereka tidak berkembang karena tidak ada keinginan untuk melakukan suatu perubahan.

Meskipun hubungan sosial dengan beberapa kesamaan yang tercipta memiliki tingkat kohefitas yang kuat, akan tetapi hubungan ini kurang merefleksikan kemampuannya untuk membentuk modal sosial yang kuat. Kelompok ini tumbuh hanya berdasarkan hubungan kesamaan sebagai sesama perantau saja, namun tidak memanfaatkan hubungan tersebut untuk menciptakan modal sosial yang kuat sehingga mengakibatkan kelompok ini tidak memiliki tujuan dan manfaat yang jelas. Kelompok ini dianggap kurang berhasil karena nilai kepercayaan yang ada tidak berjalan semestinya, sehingga tidak mendorong terbentuknya modal sosial yang tanpa mereka sadari dapat membantu setiap anggota dalam mengembangkan usahanya. Kurangnya kesadaran anggota akan modal sosial ini mengakibatkan kelompok ini kurang efektif dalam memanfaatkan keanggotaannya dalam kelompok.

Beberapa kesamaan yang dimiliki oleh para pedagang seharusnya dapat memberikan manfaat dalam membentuk kekompakan. Namun, kurangnya kesadaran akan hal itu, mengakibatkan para anggota menyalahgunakan kesempatan yang mungkin saja dapat membantu kelancaran usaha mereka. Pendayagunaan kesamaan latar belakang dan sedikit kepercayaan yang mereka miliki tidak sepenuhnya mereka manfaatkan sehingga modal sosial yang tidak terbentuk, serta solidaritas yang sangat kurang membuat perluasan jaringan menjadi terhambat.

3. Efektifitas modal sosial dalam pengembangan usaha

Modal sosial yang dimiliki kelompok HIMATOS merupakan suatu nilai tersendiri yang ada pada diri mereka yang dapat didayagunakan dalam pembentukan suatu kelompok yang lebih formal. Dalam kelompok ini memang sudah terlihat bagaimana modal sosial yang mereka miliki didayagunakan untuk mencapai tujuan bersama dalam kelompok. Sedangkan kelompok yang ada di Malaysia, pendayagunaan modal sosial terhambat sehingga mengakibatkan kurangnya solidaritas dan kepercayaan yang tidak kuat. Putnam melihat modal sosial tersebut lebih pada modal sosial kelompoknya sehingga melemah atau tidaknya modal sosial dalam suatu kelompok salah satunya adalah dengan adanya kepercayaan. Modal sosial dipandang sebagai suatu kesatuan yang penting untuk menciptakan suatu kelompok yang berkualitas.

Apabila kepercayaan melemah maka akan sangat berpengaruh terhadap produktivitas kelompok. Hal ini terlihat jelas pada kelompok yang ada di Malaysia yaitu tanpa adanya pendayagunaan modal sosial yang dimiliki kelompok mengakibatkan semakin mudarnya kebersamaan dalam kelompok tersebut. Kelompok HIMATOS sangat efektif dalam pendayagunaan modal sosial yang dimiliki, mereka menggunakan modal sosial yang terbentuk dari kehidupan sehari-hari kemudian dimanfaatkan di dalam kelompok dan akhirnya menjadi suatu kelompok yang kompak dan mempunyai solidaritas yang kuat. Dengan begitu tujuan bersama

akan mudah didapatkan, selain itu didalam individu juga akan mendapatkan apa yang menjadi kepentingan pribadinya selama ini yaitu mendapat uang dari pergiliran.

Dari dua kelompok tersebut sudah dapat dilihat perbedaan kelompok yang disebabkan kurangnya keefektifan dalam pendayagunaan modal sosial yang dimiliki setiap individu di dalam kelompoknya. Ini akan terlihat dalam proses pemberdayaan ketua dan anggotanya yang aktif maupun tidak. Kekompakan kelompok juga disebabkan oleh modal sosial yang terjaga dengan baik di dalamnya seperti yang diungkapkan oleh Putnam, bahwa dalam kelompok terdapat modal sosial terdapat kepercayaan (*trust*), jaringan dan norma yang saling berhubungan. Apabila salah satu komponen tersebut melemah, maka akan mempengaruhi solidaritas anggota kelompok, namun apabila modal sosial tersebut didayagunakan dengan efektif maka akan tercapai solidaritas kelompok yang kuat di dalamnya sehingga mempermudah kelompok dalam mencapai tujuan bersama. Dengan individu-individu yang tidak mendayagunakan modal sosial dengan efektif maka akan sangat berpengaruh terhadap fungsi dari kelompok itu sendiri.

Jadi berdasarkan kedua kelompok tersebut dapat dilihat bahwa kelompok yang memiliki modal sosial yang tinggi akan memberikan dorongan yang efektif dalam pengembangan usaha. Berbanding terbalik dengan kelompok yang memiliki modal sosial yang rendah, akan menghambat perkembangan usaha karena suatu kepercayaan yang telah ada tidak berjalan secara efektif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Munculnya konsep modal sosial di dalam masyarakat diakibatkan semakin renggangnya hubungan antar manusia serta semakin tidak pedulinya terhadap sesama. Peran modal sosial penting dan mampu berkontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat baik di bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Dapat dikatakan modal sosial merupakan salah satu alat yang digunakan bersama-sama untuk mencapai tujuan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap modal sosial dalam pengembangan UKM (Rumah Makan Padang) khususnya di Kota Malang dan salah satunya di Malaysia dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal sosial yang dimiliki oleh kelompok HIMATOS (Himpunan Masyarakat Toboh Ladang dan sekitarnya) sangat dirasakan keberadaannya, baik itu karena hubungan keluarga, solidaritas maupun hubungan di dalam kelompok. Dengan adanya modal sosial di dalam kelompok, memberikan bantuan dan dorongan terhadap para pedagang Rumah Makan Padang dalam mengembangkan usahanya. Dengan demikian modal sosial yang telah dimiliki individu di dalam suatu kelompok dapat memberikan hasil yang efektif dalam memajukan usaha yang mereka kelola.

2. Peran modal sosial di dalam masing-masing individu mempengaruhi kapasitas kelompok. Terlihat di dalam kelompok HIMATOS yang anggotanya memanfaatkan peran modal sosial itu sendiri ke dalam kelompok dengan maksimal sehingga membentuk kelompok yang memiliki solidaritas yang tinggi. Berbeda dengan salah satu Rumah Makan Padang yang ada di Malaysia yang tidak memiliki kelompok, modal sosial di dalam individu tidak terlihat sehingga usaha yang mereka miliki benar-benar dari usaha mereka sendiri dan dalam perkembangannya cenderung tetap.
3. Tipologi modal sosial pada kelompok HIMATOS mengarah kepada modal sosial *bridging social capital*. Mereka cenderung terbuka dan menggunakan modal sosial mereka dalam mencapai tujuan bersama. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa di dalam kelompok modal sosial *bridging social capital* yang juga memiliki solidaritas yang tinggi terhadap anggota kelompok, baik itu secara materil maupun secara sosial. Sedangkan kelompok dagang yang ada di Malaysia termasuk kedalam *bonding social capital*, dimana mereka cenderung tertutup dengan perubahan, sehingganya tidak memberikan dorongan atau pengaruh dalam mengembangkan usaha mereka.
4. Modal sosial yang didayagunakan secara efektif dapat memberikan dorongan untuk pengembangan usaha, sedangkan modal sosial yang tidak dimanfaatkan secara efektif bisa menghambat peluang dalam pengembangan usaha.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini mengkaji peran modal sosial yang dimiliki suatu kelompok karena suatu kesamaan sehingga modal sosial dapat dijadikan alat dalam mengembangkan usaha mereka. Karena dengan adanya modal sosial maka suatu kelompok akan semakin kuat dan efektif dalam mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas fenomena yang sama dengan perspektif yang lain.

2. Bagi HIMATOS dan salah satu Rumah Makan Padang di Malaysia

Bagi HIMATOS akan lebih baik bila kelompok ini bisa membentuk ide-ide baru dalam kegiatannya seperti peninjauan ataupun saling memberikan saran dalam mengembangkan Rumah Makan Padang di Kota Malang agar lebih dilirik oleh konsumen sehingga memiliki daya saing yang tinggi. Bagi Rumah Makan Padang yang ada di Malaysia, modal sosial yang dimiliki individu akan sangat berpengaruh terhadap jaringan maupun ekonomi. Modal sosial yang dimiliki suatu kelompok jika digunakan dengan maksimal sangat membantu dalam proses pengembangan usaha. Selain itu kelemahan dan kelebihan yang telah diketahui dapat menjadi bahan pertimbangan untuk sebuah kemajuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Coleman, J., 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- . 1999. *Social Capital In The Creation of Human Capital*. Cambridge Mass. University Press.
- Field, John. 2005. *Modal Sosial*. Medan. Bina Media Perintis.
- Fukuyama, F. 1992. *The End of History and The Last Man*. New York: Free Press
- . 1995. *Social Capital and The Global Economy. Foundation of Social Capital*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.
- Hasbullah, J. 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta. MR-United Press.
- Kristanto, Jajat. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional Sebuah Pendekatan Strategi*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Leksono, S. 2009. *Runtuhnya Modal Sosial, Pasar Tradisional: Perspektif Emic Kualitatif*. Malang. CV Citra.
- Moleong, L.J. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putnam, RD. 1993. *The prosperous Community Social Capital and Public Life*. The American Prospect.
- . 1995. *Bowling Alone America's Declining Social Capital*. Journal of democracy.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suharto, Edi. 2008. *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2011. *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Utari, Nyoman. 2011. *Modal Sosial dan Pembangunan Wilayah*. Bali. UB Press.
- Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal

- Apriyanti.2013. *Strategi Aliansi dalam Menghadapi Aliansi (Studi pada perusahaan furniture di Kabupaten Jepara*. Vol.10.No.2,128-146.
- Faidal.2007. *Kontribusi Jaringan Bisnis (Network) terhadap Kinerja Industri Kecil Batik di Kabupaten Bangkalan Madura*. Vol. 1. No.2.
- Fauziah, Nurul. 2014. *Peran Modal Sosial dalam Kesejahteraan Ekonomi Rumah Tangga Petani*. Institute Pertanian Bogor. Bogor.
- Mesquite,Luiz F. 2007. *Starting Over When the Bickering Never Ends: Rebuilding Aggregate Trust Among Clustered Firms Through Trust Facilitators*. Arizona State University. Vol. 32, No. 1, 72–91.
- Mustofa .2013. *Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Usaha (studi kasus: komunitas PKL SMAN 8 Jalan Veteran Malang*. Malang.
- Pontoh, Otniel. 2010. *Identifikasi dan Analisis Modal Sosial dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Desa Gangga Dua Kabupaten Minahasa Utara*. UNSRAT, Manado. Vol.6. No.3,125-133.
- Turner, Sarah. 2007. *Small-Scale Enterprise Livelihoods and Social Capital in Eastern Indonesia: Ethnic Embeddedness and Exclusion*. Vol.59. No.4, 408-445.

Internet

- Afandi, Thohir , 2008. Menggagas Peluang Ekonomi dari Jaringan Alumni, Media Info Alumni PGAN Kediri, [http://www.google.co id](http://www.google.co.id), diakses 17 Maret 2017