
PERAN MODAL SOSIAL SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN UMKM DI DESA BATU MERAH KOTA AMBON

Jani Effendy

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura
Jl. Ir. M. Putuhena Kampus Poka-Ambon, 97233, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to look at the role of social capital as an effort to develop UMKM in Batu Merah Village, Ambon City. Home industry is an attractive business sector to note, not only is its development and distribution so rapid but also the dynamics that occur in the industry. This study uses a qualitative approach with descriptive analysis. The selection of informants in this study was carried out by purposive sampling technique, which is the retrieval of data from informants who have been criticized beforehand. The criteria are Micro, Small and Medium Enterprises UMKM in the area. Data collection techniques used are observation, interviews, documentation. The results of this study state that social norms have several functions, among others, as a tool to minimize the possibility of behavioral irregularities in trade, to regulate trade transactions, to help traders get trust from other parties, maintain togetherness and maintain good relations between individuals.

Keywords: Social Capital, social norms and Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM)

JEL Classification : A14, Z19, L29

PENDAHULUAN

Kota Ambon merupakan salah satu kabupaten/kota di Indonesia yang terletak di pusat Provinsi Maluku. Kota ini memiliki potensi dalam dunia industri, aktivitas ekonomi masyarakatnya tidak terlepas dari industri. Hal itu terbukti dengan banyaknya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di daerah tersebut, tidak hanya terkenal dengan industri kerajinan, usaha bengkel, usaha jualan pakaian, jajanan ringan, tempat cuci mobil, serta usaha lainnya, Desa Batu Merah Kecamatan Sirimau tak jauh dari pusat kota ada pula industri kerajinan yang tidak kalah bersaing, yakni Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) penjualan spare part otomotif khususnya kendaraan roda dua. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa ini berjejer sepanjang jalan utama dan menyerap banyak tenaga kerja.

Sepanjang jalan khususnya di Desa Batu Merah, setiap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memasarkan hasil produk kerajinan. Produk yang dihasilkan oleh pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tentunya ada kesamaan antara pengrajin satu dengan yang lainnya. Hal ini menimbulkan suatu persaingan serta kerjasama dalam hubungan sosial yang mereka jalani. Inilah yang memunculkan suatu modal yang disebut sebagai modal sosial. Memulai suatu usaha modal tidak selalu identik dengan modal yang memiliki wujud seperti uang atau barang, tetapi juga modal yang

tidak berwujud seperti modal intelektual, modal sosial, modal moral, dan modal mental (Suryana, 2007:5).

Menurut Putnam (Damsar, 2009:211), modal sosial adalah investasi sosial yang meliputi sumber daya sosial seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individual atau kelompok secara efisien dan efektif dengan modal lainnya. Modal sosial atau social capital ini memiliki peranan terhadap kelangsungan industri, khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Nilai dan norma menjadi dasar terbentuknya modal sosial karena menjadi dasar dalam terbentuknya suatu hubungan timbal balik antar individu atau kelompok. Unsur selanjutnya yang memperkuat modal sosial adalah kepercayaan yang dikelola dan dijaga bersama. Adanya kepercayaan ini menunjukkan bahwa terdapat suatu jaringan yang memperhatikan suatu link antar individu atau kelompok yang saling berinteraksi. Hal inilah yang tampak pada Usaha Mikro Kecil Menengah, dimana antar pedagang maupun pengrajin melakukan suatu kerjasama.

Kerjasama yang terus-menerus berlangsung antar individu atau kelompok tersebut mengakibatkan terbentuknya suatu kepercayaan serta jaringan. Berbicara mengenai persaingan dalam suatu usaha khususnya pada Usaha Mikro Kecil Menengah yang menjual jenis barang yang hampir sama, maka bagaimana peran modal sosial tersebut dalam menjalankan serta mempertahankan

usaha seperti pada proses produksi, penentuan harga, hingga pemasaran.

Hal inilah yang kemudian menjadi menarik, karena pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terdapat norma, jaringan, serta kepercayaan tersebut juga dapat ditemui bagaimana mereka para pengrajin mempertahankan usahanya agar tetap berjalan dengan baik. Unsur-unsur yang terdapat pada modal sosial itulah yang berpotensi menjadi strategi pengrajin dalam menjalankan serta mempertahankan usaha produksi kerajinan bandol dan dari situlah terlihat jelas bagaimana modal sosial tersebut berperan dalam Usaha Mikro Kecil Menengah yang ada di Desa Batu Merah Kecamatan Sirimau Kota Ambon.

LANDASAN TEORI

Peran

Menurut Linton (Soekanto, 2006:238), peran memiliki dua arti. Pertama, setiap orang memiliki berbagai peran yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya dan hal itu sekaligus berarti bahwa peran tersebut menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat dan berbagai kesempatan yang diberikan oleh masyarakat kepadanya. Fungsi peran adalah mengatur perilaku seseorang dan juga bahwa peran menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu dan dapat meramalkan perbuatan-perbuatan orang lain, sehingga dengan demikian, setiap orang yang menjalankan peranan tertentu akan saling menyesuaikan satu dengan yang lainnya. Kedua, hubungan sosial dalam masyarakat merupakan hubungan antara peran sesama individu dalam masyarakat.

Peran-peran tersebut diatur oleh norma-norma yang berlaku dalam masyarakat. Peran lebih banyak menunjuk pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Idealnya, seseorang menduduki status tertentu dalam masyarakat serta menjalankan peran tersebut secara optimal.

Modal Sosial

Tiga dimensi modal yang berhubungan dengan kelas sosial yaitu modal ekonomi, modal kultural, dan modal sosial (Field, 2011:21). Modal sosial mencakup dua hal yaitu modal sosial mencakup aspek tertentu dari struktur sosial dan modal sosial memfasilitasi pelaku (aktor) bertindak dalam struktur tersebut (Field, 2011:32). Menurut Putnam (Putnam, 1993:167), modal sosial merujuk pada bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma dan jaringan yang dapat

meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan yang terkoordinasi.

Modal yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kepercayaan, jaringan, norma dan hubungan timbal balik yang ada di masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah dalam memenuhi kebutuhan hidup dengan cara memanfaatkan bandol yang diproduksi menjadi berbagai macam kerajinan, serta bagaimana peran modal sosial pada masyarakat dalam menjalankan usaha di Desa Batu Merah Kecamatan Sirimau Kota Ambon.

Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha kecil mikro menengah merupakan rumah usaha produk barang yang jumlah pekerjanya mencapai 1-4 orang, memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya (Tambunan, 1993:83), sedangkan kerajinan bandol adalah singkatan dari ban bodol atau ban bekas. Istilah bandol berasal dari masyarakat daerah sekitar Desa Batu Merah Kecamatan Sirimau Kota Ambon. Bandol sendiri termasuk ke dalam barang bekas, jadi Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengolah barang yang bermanfaat dan memiliki nilai ekonomis tinggi.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Parsetyo (2005) menyatakan bahwa penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Hasil akhir dari penelitian ini biasanya berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas. Penelitian ini diidentikkan dengan penelitian yang menggunakan pertanyaan "bagaimana" dalam mengembangkan informasi yang ada. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan mekanisme sebuah proses dan menciptakan seperangkat kategori atau pola.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan peranan modal usaha sebagai upaya pengembangan UMKM di Desa Batu Merah dengan pendekatan kualitatif

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner (angket), wawancara dan dokumentasi.

a. Kuesioner (Angket)

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan pada angket tertutup adalah kuesioner berbentuk check list dimana pada setiap item soal disediakan alternatif pilihan lima jawaban.

b. Wawancara

Metode wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada para pengusaha UMKM. Wawancara ini digunakan untuk mengambil data kualitatif mengenai variabel strategi pengembangan usaha UMKM. Mekanisme pengambilan data yaitu dengan melakukan dialog tanya jawab untuk memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai strategi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif dengan memberikan beberapa pertanyaan terstruktur pada pedoman wawancara sesuai dengan sepengetahuan dan sepemahaman narasumber.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan gambar-gambar terkait penelitian, laporan kegiatan usaha, realisasi strategi pengembangan yang diteliti yang diperoleh dari jurnal, laporan, buku, internet atau sumber yang terkait dengan penelitian ini. Dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan laporan kegiatan berupa gambar maupun dokumen sebagai data pendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Modal Sosial Dalam Masyarakat

Behubungan dengan kebutuhan dan pertumbuhan ekonomi yang semakin kompleks serta meningkat, membuat penduduk desa berusaha untuk mencari penghasilan yang lebih baik dan dapat menjamin kehidupan kedepannya menjadi lebih layak lagi. Modal sosial tumbuh didalam suatu masyarakat yang didalamnya berisi nilai dan norma serta pola-pola interaksi sosial dalam mengatur kehidupan keseharian anggotanya.

Didalam proses perubahan dan upaya mencapai tujuan tersebut masyarakat senantiasa tenkat pada nilai-nilai dan norma-norma yang dipedominasi sebagai acuan bersikap, bertindak dan bertingkah laku serta berhubungan atau membangun jaringan dengan pihak lain. Beberapa acuan nilai dan unsur yang merupakan roh modal sosial antara lain: sikap yang partisipatif, sikap yang saling memberi dan menerima, saling percaya

mempercayai dan diperkuat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang mendukungnya.

Menurut Hasbullah (2006), dimensi inti modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat. Untuk bekerjasama membangun suatu jaringan guna mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola inter-relasi yang timbal balik dan Saling menguntungkan serta dibangun diatas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat. Kekuatan tersebut akan maksimal jika didukung oleh semangat proaktif membuat jalinan hubungan diatas prinsip-prinsip sikap yang partisipatif, sikap yang saling memperhatikan, saling memberi dan menerima, saling percaya mempercayai dan diperkuat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang mendukungnya.

Putnam (1999) menggambarkan fitur yang dimiliki oleh organisasi sosial seperti sikap percaya, norma dan jejaringan yang mampu memperbaiki efisiensi masyarakat melalui fasilitas berbagai tindakan terkoordinasi. Putnam dalam (Lubis, 2001) menyebutkan bahwa modal sosial tersebut mengacu pada aspek-aspek utama dari organisasi sosial, seperti kepercayaan (trust), norma-norma (norms) dan jaringan- jaringan (networks) yang dapat meningkatkan efisiensi dalam suatu masyarakat.

Modal sosial menjadi perekat bagi setiap individu dalam bentuk norma kepercayaan dan jaringan kerja, sehingga terjadi kerjasama yang saling menguntungkan untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial juga dipahami sebagai pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki bersama oleh komunitas serta pola hubungan yang memungkinkan sekelompok individu melakukan satu kegiatan yang produktif.

Menurut Robert M. Z. Lawang, modal sosial menunjukkan pada semua kekuatan-kekuatan sosial komunitas yang dikonstruksikan oleh individu atau kelompok dengan mengacu pada struktur sosial yang menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individual dan atau kelompok secara efisien dan efektif dengan modal-modal lainnya (Lawang, 2004: 24).

Secara geografis masyarakat pedagang adalah masyarakat yang hidup, tumbuh dan berkembang dikawasan daratan. Pedagang adalah suatu kelompok masyarakat yang kehidupannya tergantung langsung pada hasil dagangan, pelanggan, pemasuk barang dagangan (toko). Pedagang sebagai sumber pemenuhan kebutuhan ekonomi keluarga, memiliki status dan peran yang sangat penting bagi anggota keluarganya. Menurut Stephen covey mengenai istilah proaktif, terdapat pada masyarakat pedagang. Pedagang umumnya pekerja keras, ulet, cepat mengambil keputusan dan berani mengambil resiko.

Pekerja dengan ciri-ciri tersebut biasanya cukup baik kesejahterannya, karena mempunyai sikap mental dan etos kerja yang kondusif kearah pembaharuan dan kemajuan.

Status dan peran pedagang sebagai pemenuhan kebutuhan ekonomi mempunyai berbagai paradigma yang dapat dimiliki oleh manusia. Selain itu tindakan pedagang tersebut mengarah kepada suatu tujuan, dan tujuan itu ditentukan oleh nilai atau pilihan (profesi). Berbagai upaya yang dapat dilakukan oleh pedagang dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan rumah tangga pedagang tersebut.

Misalnya dengan melakukan usaha sampingan seperti bertani atau dengan melibatkan istri dan anak untuk menambah pendapatan keluarga yang dikenal dengan istilah pola nafkah ganda.walaupun berbagai upaya dilakukan, namun tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pendapatan keluarga sehingga kondisi sosial ekonomi dapat terpenuhi.

Rendahnya tingkat kesejahteraan pedagang juga bisa disebabkan oleh rendahnya produktivitas dan pendapatan akibat adanya pelanggan yang kurang dan selalu menetap, keterbatasan kemampuan dalam menyediakan kebutuhan barang yang di dagangkannya, jaringan pemasaran yang dianggap merugikan pedagang, sistem bagi hasil yang timpang serta organisasi koperasi yang kurang berfungsi dan kurangnya kesadaran akan pentingnya sosial capital.

Modal Sosial Usaha Kecil Menengah

Putnam dalam (Lubis) menyebutkan bahwa modal sosial tersebut mengacu pada aspek-aspek utama dari organisasi sosial, seperti kepercayaan (trust), norma- norma (norms) dan jaringan- jaringan (networks) yang dapat meningkatkan efisiensi dalam suatu masyarakat. Modal sosial menjadi perekat bagi setiap individu dalam bentuk norma kepercayaan dan jaringan kerja, sehingga terjadi kerjasama yang saling menguntungkan untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial juga dipahami sebagai pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki bersama oleh komunitas serta pola hubungan yang memungkinkan sekelompok individu melakukan satu kegiatan yang produktif.

Di antara macam-macam modal sosial yang ada, faktor kepercayaan, jaringan dan norma tentu saja memiliki peranan penting dalam mengembangkan usaha, terkait dengan adanya interaksi yang terjalin antara pedagang, antara pedagang dengan agent dan juga antara pedagang dengan pembeli.

a. Kepercayaan (trust)

Kepercayaan tidak dapat muncul dengan seketika, melainkan membutuhkan proses dari hubungan antara pelaku-pelaku yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Kepercayaan muncul karena adanya sikap jujur dan disiplin terhadap norma dari para pedagang. Kepercayaan memiliki beberapa fungsi yaitu mendorong pedagang dalam mengambil keputusan, dapat memunculkan kerjasama.

Terkadang dengan naik turunnya dinamika perdagangan, transaksi harus dilakukan melalui sistem hutang-piutang. Keuntungan sistem ini diperoleh oleh berbagai pihak baik penjual, agent maupun pembeli. Dengan demikian penjual mendapat keuntungan untuk tetap bisa menyalurkan bahan untuk menghindari tumpukan stok, disisi lain pembeli yang dihadapkan pada minimnya pemasukan untuk melakukan pembayaran tunai pada saat menerima bahan dapat memanfaatkan momen ini. Selain itu, sesama pedagang juga saling membina sikap percaya dengan saling bekerjasama seperti memberi pinjaman modal atau stok barang.

Peristiwa ini merupakan cerminan modal sosial yang disampaikan oleh Putnam (1995) yang mengartikan modal sosial sebagai gambaran organisasi sosial, seperti jaringan norma dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama yang saling menguntungkan (Putnam: 1995, dalam Yustika: 2010).

Kepercayaan memiliki beberapa fungsi yaitu mendorong pedagang dalam mengambil keputusan, dapat memunculkan kerjasama dalam menyederhanakan pekerjaan dengan mengurangi biaya-biaya transaksi, menjaga ketertiban, mempererat hubungan antar pedagang dan pembeli, dan merupakan aset penting menciptakan modal sosial.

b. Jaringan (networks)

Melalui jaringan pedagang akan saling memberi informasi, saling mengingatkan, dan saling membantu. Jaringan pedagang dengan agen biasanya dilakukan untuk mempermudah dalam mendapatkan sumber daya atau barang dagang dan pedagang mendapatkan keringanan dalam proses pembayaran. Jaringan dengan langganannya, pedagang akan mendapatkan keuntungan dari harga pembelian barang oleh langganannya.

Jaringan social berfungsi sebagai berikut mengakses informasi membantu mendapatkan tempat berjualan, membentuk organisasi, membantu mendapatkan dan bekerjasama dengan lembaga financial seperti bank, dan membantu mendapatkan sumber daya dan keringanan biaya. Aristoteles mengatakan bahwa manusia adalah

mahluk sosial, zoon politicon, yang berarti manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi satu sama lain.

Hidup bermasyarakat dalam lingkup sempit seperti dalam keluarga dan dalam lingkup yang lebih luas misalnya dengan tetangga, teman, bahkan orang lain yang tidak dikenal sekalipun. Didalamnya akan terjadi proses interaksi, yang menjadi alat pemenuhan kebutuhan manusia yang kompleks baik secara fisik maupun non-fisik. Interaksi yang dilakukan manusia dalam tujuan pemenuhan kebutuhannya akan menciptakan jaring-jaring sosial.

Dalam rangka pemenuhan kebutuhan, manusia akan melakukan usaha dengan memaksimalkan jaringan yang ia punya. Bukan hanya dalam kehidupan pribadinya, namun juga demi kepentingan usaha. Jaringan atau networking juga memiliki peran dalam perkembangan usaha pedagang. Jaringan sosial menciptakan peluang usaha baru melalui jalur kekerabatan, pertemanan dan kolega; menjamin ketersediaan barang dari menjaga relasi dengan penyedia barang; menambah variasi produk yang dikembangkan dari permintaan konsumen; membuka informasi harga dari pelanggan; penyebaran informasi diantara sesama pedagang; menjaring pelanggan baru.

Peran keluarga dalam penyebaran usaha ini tidak dapat dijauhkan dari kedekatan secara fisik maupun emosional dalam keluarga mampu meminimalkan pembatas dalam penyebaran informasi penting bahkan yang menyangkut usaha. Semangat untuk mendorong keluarga mendirikan usaha yang sama, turut memenuhi kebutuhan tenaga kerja dapat dipandang sebagai bentuk modal yang sejajar dengan modal fisik lainnya.

Selain melalui hubungan kekerabatan, hubungan pertemanan dan hubungan kerja atau antar pedagang juga mampu menjadi media penyaluran informasi tentang usaha. Dengan mengantongi informasi yang cukup dan memiliki intuisi untuk mendirikan usaha, naluri manusia mendorong untuk memanfaatkan apa yang ia punya untuk memperoleh keuntungan.

Menyadari akan pentingnya jaringan bagi usaha, segala upaya dilakukan untuk tetap menjaga hubungan baik dengan relasi lama, membangun jaringan baru serta memperkokoh hubungan yang masih ada. Salah satu keuntungan dari langkah diatas adalah adanya jaminan kelangsungan usaha baik dari segi perolehan barang, maupun pemasaran produk.

c. Norma

Norma-norma yang tercipta ada yang bersifat formal dan informal. Norma yang bersifat formal ini dibentuk oleh pihak-pihak dalam perjanjian perdagangan.

Sedangkan norma informal terjadi dalam kegiatan perdagangan yang dilakukan antar pedagang dan pembeli. Bentuk-bentuk norma informal dalam perdagangan yaitu kesepakatan harga antar pedagang dengan pembeli, kesepakatan pembayaran dapat berupa kontan dan kredit, dan disiplin pembayaran yang merupakan sikap yang menaati aturan dalam pembayaran.

Dalam dunia usaha tidak akan luput dengan motivasi untuk memperoleh keuntungan maksimal dengan pengorbanan minimal. Prinsip ini akan selalu berbenturan dengan pihak lain yang memiliki prinsip yang sama. Untuk itu diperlukan aturan main baik itu formal maupun informal yang dapat dipahami dan dijalankan oleh semua pihak untuk mengurangi gesekan-gesekan yang terjadi. Dalam setiap aturan yang ada, selalu mengatur apa yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan, disertai dengan imbalan yang diperoleh maupun sanksi yang dikenakan apabila melanggarnya.

Norma merupakan salah satu bentuk dari aturan yang tidak terlihat dan bersifat mengikat yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam menjalankan usahanya. Seperti yang diungkapkan oleh Fukuyama mendefinisikan bahwa modal sosial (social capital) sebagai norma informal yang dapat mendorong kerjasama antar anggota masyarakat (Fukuyama: 1995, dalam Siregar: 2011)

KESIMPULAN

Diantara modal sosial yang dijalankan oleh pedagang adalah membangun kepercayaan. Bentuk kepercayaan yang dikembangkan antara lain melalui sistem hutang-piutang, saling memberi pinjaman atau tambahan modal, stok barang. Selain itu, sesama pedagang juga saling membina sikap percaya dengan Jaringan pertemanan antar pedagang yakni hubungan yang saling tolong-menolong, saling jujur, dan saling memberi informasi, ada sebagian yang saling menguntungkan dan menjaga kepercayaan. Jaringan usaha pedagang bertujuan untuk saling menguntungkan dan saling menjaga kepercayaan antar pedagang.

Jaringan ini dimanfaatkan untuk saling memberi informasi, saling mengingatkan, dan saling membantu. Jaringan pedagang dengan agen terjalin untuk mempermudah dalam mendapatkan sumber daya atau barang dagang dan pedagang mendapatkan keringanan dalam proses pembayaran. Jaringan dengan langganannya, pedagang akan mendapatkan keuntungan dari harga pembelian barang oleh langganannya. Norma sosial diciptakan oleh responden untuk kepentingan bersama. Norma formal diciptakan untuk menjaga keamanan,

kenyamanan, dan menjaga kelanggengan usaha. Norma informal digunakan untuk mengatur perilaku pedagang, sehingga dapat memperlancar kegiatan perdagangan.

DAFTAR REFERENSI

- Ariani, Wahyu. (2010). "Hubungan Industrial." Yogyakarta: Clafonso.
- Anikunto, Suharsimi. (1993). "Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)." Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bourdieu, P. dan Wacquant, L. (1992). "An Invitation to Reflexive Sociology". Chicago: University of Chicago Press
- Brown, Parker, Dkk. (1985). "Sosiologi Industri." Jakarta: PT Bina Aksara.
- Bungin, Burhan. (2010). "Penelitian Kualitatif." Jakarta: Kencana.
- Coleman, J. S. (1994). "Foundations of Social Theory." Cambridge: Belknap Press
- Damsar. (1997). "Sosiologi Ekonomi." Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Damsar. (2009). "Pengantar Sosiologi" Ekonomi. Jakarta: Kencana.
- Denzin, K Norman & Lincoln S Yonna. (2009). "Hand Book Of Qualitative Research." Terjemahan Dariyatno. Yogyakarta: Pustaka.
- Field, John. (2011). "Social Capital." Terjemahan Nurhadi. Bantul: Kreasi Wacana Offset.
- Fukuyama, Francis. (2007). "The Great Disruption (Hakikat Manusia dan Rekonstruksi Tatanan Sosial)." Jakarta: Qalam.
- Ghoni, Mohammad. 2011. Kerajinan Ban Bekas Jadi Komoditas Ekspor. <http://slawiyucybemews.blogspot.com/2011/10/kerajinan-ban-bekas-jadi-komoditas.html> (1 Mei 2018).
- Hasbullah, Jousaini. 2006. Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia). Jakarta: MR-United Press.
- Kassa, Anelli. 2009. "Effects Of Different Dimension Of Social Capital On Inovative Activity: Evidance From Europe At Regional Level". Technovation 29, pp:218-233.
- Lawang, Robert MZ. (2004). "Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi: Suatu Pengantar." Depok: FISIP UI Press.
- Milles, B Matthew dan Huberman, A Michael. (1992). "Analisis Data Kualitatif." Jakarta: UI Press. Perkins, Douglas D, Joseph Hughey, and Paul W Speer. (2002). "Community Psychology Perspectives On Social Capital Theory And Community Development Practice". *Journal Of The Community Development Society* Nomor 1, Vol:33.
- Prayitno, Ujjanto Singgih. (2004). "Modal Sosisl dan Ketahanan Ekonomi Keluarga Miskin: Studi Sosiologi Pada Komunitan Bantaran Ciliwung". Disertasi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Pumomo, Daru. (2013). "Modal Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat Nelayan". Jurnal. Salatiga: FISKOM Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Putnam, R. D. (1993). "Making Democracy Work: civic traditions in modern Italy". Princeton: Princeton University Press
- Putnam, R. D. (1996). "Who Killed Civic America?". *Prospect Magazine*, 7, 24, 66-72
- Putra, Heddy Shri Ahimsa. (Ed.) (2003). "Moral, Rasional Dan Politik Dalam Industri Kecil Di Jawa: Esei-Esei Antropologi Ekonomi." Yogyakarta: Kepel Press.
- Sandi, I Made. (1985). "Republika Indonesia Geografi Nasional". Jakarta: Puri Margasari.
- Sarwono, Jonathan. (2006). "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif." Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shideler, David W dan David S Kraybill. (2009). "Social Capital: An Analysis Of Factor Influencing Investment". *The Journal Of Social Economics* 38, pp: 443-455.
- Siregar. (2011). "Modal Sosial Para Pedagang Kaki Lima Etnis Jawa Studi di Daerah Nagoya Kota Batam." *Jurnal Fisip UMRAH*. Vol 1 (1): 93-106.
- Simamata, Rajoki. (2009). "Peran Modal Sosial Dalam Mendorong Sektor Pendidikan dan Pengembangan Wilayah di Kabupaten Samosir (Studi Pada SMK HKBP Pangururan)". Tesis. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Soekanto, Soerjono. (2006). "Sosiologi Suatu Pengantar." Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2009). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D." Bandung: Alfabeta.
- Suyana. (2007). "Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses." Jakarta: Salemba Empat.
- Sutopo, HB. (2006). "Metode Penelitian Kualitatif" Surakarta: UNS Press.
- Tambunan, Tulus. (1999). "Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia." Jakarta: Salemba Empat.
- Yustika, Ahmad Erani. (2008). "Ekonomi Kelembagaan (Definisi, Teori dan Strategi)." Malang: Banyumedia Publishing.