

**PERAN MODAL SOSIAL (*SOCIAL CAPITAL*) DALAM AKTIVITAS
EKONOMI PEDAGANG DI DESA GUNTING KECAMATAN MEDANG
KAMPAL KOTA DUMAI**

Yoskar Kadarisman

Dosen Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Abstrak

Penelitian ini menganalisis peran modal sosial dalam aktivitas ekonomi pedagang di Desa Guntung Kecamatan Medang Kampal kota Dumai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pedagang serta mengetahui peran modal sosial dalam aktivitas ekonomi pedagang. Metode kuantitatif dan kualitatif akan digunakan sebagai alat analisis dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam (in-dept interview)

Modal sosial tumbuh didalam suatu masyarakat yang didalamnya berisi nilai dan norma serta pola-pola interaksi sosial dalam mengatur kehidupan keseharian anggotannya. Didalam proses perubahan dan upaya mencapai tujuan masyarakat senantiasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma yang dipedomani 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. 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.

Kata kunci: Modal Sosial, Aktivitas Ekonomi, Pedagang

PENDAHULUAN

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 anggotannya. Didalam proses perubahan dan upaya mencapai tujuan tersebut

masyarakat senantiasa terikat 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 (*toke*). 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

kesejahteraannya, 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengambil lokasi di desa Guntung Kecamatan Medang Kampai kota Dumai, yang merupakan salah satu daerah kawasan industri. Desa ini didominasi oleh penduduk asli yang menguntungkan hidupnya pada perindustrian dan perdagangan.

Adapun populasi dari penelitian ini adalah pedagang yang berjualan di desa Guntung. Untuk menentukan responden dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan informan dilakukan sesuai dengan kriteria: masyarakat yang berdomisili di desa Guntung Kecamatan Medang Kampai kota Dumai yang berprofesi sebagai pedagang. Analisis data menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yakni suatu penelitian yang berusaha mengungkapkan suatu hakekat dari fenomena sosial dengan cara menganalisis fenomena tersebut berdasarkan data-data yang ada untuk di deskripsikan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori tentang modal sosial ini pada awalnya dikembangkan oleh seorang sosiolog prancis bernama Pieere Bordieu dan seorang sosiolog amerika serikat bernama James Coleman.

Bourdieu mengatakan ada 3 macam modal, yaitu modal uang, modal sosial dan modal budaya, dan lebih efektif digunakan jika diantara ketiganya ada interaksi sosial atau hubungan sosial. Modal sosial dapat digunakan untuk segala kepentingan namun tanpa ada sumber daya fisik dan pengetahuan budaya yang dimiliki maka sulit dibagi individu-individu untuk membangun sebuah hubungan sosial. Hubungan sosial hanya akan kuat jika ketiga unsur diatas eksis (Hasbullah, 2004).

Modal sosial bisa dikatakan sebagai sumber daya sosial yang dimiliki oleh masyarakat sebagai sumber daya, modal sosial ini memberikan kekuatan atau daya dalam beberapa kondisi-kondisi sosial dalam 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.

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. Modal sosial ini sangat penting bagi komunitas karena:

1. Memberikan kemudahan dalam mengakses informasi bagi anggota komunitas.
2. Menjadi media pembagian kekuasaan dalam komunitas.
3. Mengembangkan solidaritas.
4. Memungkinkan mobilitas sumber daya komunitas.
5. Memungkinkan pencapaian bersama dan
6. Membentuk perilaku kebersamaan dan berorganisasi komunitas.

James Coleman mengartikan modal sosial (social capital) sebagai struktur hubungan antar a individu-individu yang memungkinkan mereka menciptakan nilai-nilai baru. Menurut coleman, modal sosial lemah oleh proses-proses yang merusak kekerabatan, seperti perceraian/ perpisahan dan migrasi. Ketika keluarga meninggalkan jaringan kekerabatan mereka yang sudah ada, teman-teman dan kontak yang lainnya maka nilai-nilai dari modal sosial mereka akan jatuh (Field, 2005: 140).

Modal sosial dapat digunakan untuk segala kepentingan dengan dukungan sumber daya fisik dengan pengetahuan budaya yang dimiliki, begitu pula sebaliknya. Dalam konteks hubungan sosial, eksistensi dari ketiga modal (modal social, modal ekonomi dan budaya) tersebut merupakan garansi dari kuatnya suatu ikatan hubungan sosial.

Dalam modal sosial selalu tidak lepas pada 3 elemen pokok yang ada pada modal sosial yang mencakup

- a. Kepercayaan/ trust (kejujuran, kewajaran, sikap egaliter, toleransi dan kemurahan hati).
- b. Jaringan sosial / *social networks* (partisipasi, resiprositas, solidaritas, kerjasama).
- c. Norma/*norms* (nilai-nilai bersama, norma dan sanksi, aturan-aturan).

Kepercayaan adalah unsur penting dalam modal sosial yang merupakan perekat bagi langgengnya hubungan dalam kelompok masyarakat. Dengan menjaga suatu kepercayaan, orang-orang bisa bekerja sama secara efektif. Social capital adalah kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum didalam sebuah masyarakat atau bagian-bagian tertentu darinya.

Kepercayaan memiliki dampak positif terhadap efisiensi biaya-biaya transaksi, artinya antara pedagang dan pelanggan telah memiliki kepercayaan (saling mempercayai) satu sama lain. Adanya rasa kepercayaan akan membuat transaksi jual beli terus berjalan sekalipun telah terjadi perjanjian hutang piutang dalam transaksi ekonomi tersebut.

Kepercayaan akan menimbulkan kewajiban sosial dengan mempercayai seseorang akan menimbulkan kepercayaan kembali dari orang tersebut (resiprositas). Dalam kaitannya dengan resiprositas dan pertukaran, Pretty dan Ward dalam (Badaruddin, 2005) mengemukakan bahwa adanya hubungan-hubungan yang dilandasi oleh prinsip resiprositas dan pertukaran akan menumbuhkan kepercayaan karena setiap pertukaran akan dibayar kembali (*repaid and balanced*). Hal ini merupakan pelicin dari suatu hubungan kerjasama yang telah dibangun agar tetap konsisten dan bersinambungan.

Kepercayaan sosial hanya efektif dikembangkan melalui jalinan pola hubungan sosial resiprosikal atau timbal balik antar pihak yang terlibat dan berkelanjutan. Adanya trust menyebabkan mudah dibinanya kerjasama yang saling menguntungkan (*mutual benefit*), sehingga mendorong timbulnya hubungan resiprosikal. Hubungan resiprosikal menyebabkan social capital dapat melekat kuat dan bertahan lama. Karena diantara orang-orang yang melakukan hubungan tersebut mendapat keuntungan timbal balik dan tidak ada salah satu pihak yang dirugikan. Disini hubungan telah memenuhi unsur keadilan (*fairness*) diantara sesama individu (Wafa, 2006).

Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun bentuk informal. Hubungan sosial adalah gambaran atau cerminan dari kerjasama dan

koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal (Damsar, 2002).

Dalam hal ini analisis jaringan sosial lebih ingin mempelajari keteraturan individu atau kelompok berperilaku ketimbang keteraturan keyakinan tentang bagaimana mereka seharusnya berperilaku (Wafa, 2006). Analisis jaringan sosial dimulai dengan gagasan sederhana namun sangat kuat, bahwa usaha utama dalam kajian sosiologis adalah mempelajari struktur sosial dalam menganalisis pola ikatan yang menghubungkan anggota-anggota kelompoknya.

Granovetter melukiskan hubungan ditingkat mikro itu seperti tindakan yang melekat dalam hubungan pribadi konkret dan dalam struktur (jaringan sosial) terhadap hubungan itu.

Berdasarkan teori modal sosial yang mana teori ini membahas tentang sumber daya sosial yang dapat dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru dalam masyarakat. Secara langsung modal sosial di yakini sebagai salah satu komponen utama dalam menggerakkan kebersamaan, mobilitas ide, saling percaya dan saling menguntungkan untuk mencapai kemajuan bersama.

Unsur-unsur modal sosial, menurut Blakeley dan Suggate (1977) dalam Suharto (2007) menyatakan bahwa unsur-unsur modal sosial adalah:

1. Kepercayaan: tumbuhnya sikap saling percaya antar individu dan antar institusi dalam masyarakat.
2. Kohesifikasi: adanya hubungan yang erat dan padu dalam membangun solidaritas masyarakat.
3. Altruisme: paham yang mendahulukan kepentingan orang lain.
4. Gotong-royong: sikap empati dan perilaku yang mau menolong orang lain dan bahu membahu dalam melakukan berbagai upaya untuk kepentingan bersama.
5. Jaringan dan kolaborasi sosial: membangun hubungan dan kerjasama antar individu dan antar institusi.

Di sisi lain Vahapiet dan Ghosal (1998) dalam Mega (2013) berfokus pada tingkat analisis individu dalam menyusun dimensi modal sosial menjadi tiga, yaitu:

- a. Dimensi structural
- b. Dimensi relasional
- c. Dimensi kognitif

Demensi lain yang juga sangat menarik perhatian adalah yang berkaitan dengan tipologi modal sosial, yaitu bagaimana perbedaan pola-pola interaksi berikut konsekuensi antara modal sosial yang berbentuk *bonding/exclusive* atau *bridging*. Keduanya memiliki implikasi yang berbeda pada hasil-hasil yang dapat dicapai dan pengaruh-pengaruh yang dapat muncul dalam proses kehidupan dan pembangunan masyarakat.

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

Didalam bahasa lain bonding social capital ini di kenal pula sebagai ciri sacred society. Menurut Putman (1993: 41) pada masyarakat sacred society tertentu mendominasi dan mempertahankan struktur masyarakat yang totalitarian, *hierarchical* dan tertutup. Didalam pola interaksi sosial sehari-hari selalu dituntut oleh nilai-nilai dan norma-norma yang menguntungkan level hierarki tertentu dan feodal.

Menurut Hasbullah (2006: 55) 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, struktur hierarki feodal, kohesifitas yang bersifat bonding.

b. Modal Sosial Yang Menjembatani (*Bridging Social Capital*)

Mengikuti Hasbullah (2006: 38) bentuk modal sosial yang menjembatani ini biasa juga di sebut bentuk modern dari suatu pengelompokan, group, asosiasi, atau masyarakat. 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.

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. Kuat untuk membantu orang lain, merasakan penderitaan orang lain, berempati terhadap situasi yang dihadapi orang lain, adalah merupakan dasar-dasar ide humanitarian.

Modal Sosial Terikat dan Modal Sosial Menjembatani

Bonding Social Capital	Bridging Social Capital
<ul style="list-style-type: none"> • Terikat/ketat, ringan yang eksklusif 	<ul style="list-style-type: none"> • Terbuka
<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan yang kuat antara "orang kami" dan "orang lain" 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki jaringan yang lebih fleksibel
<ul style="list-style-type: none"> • Hanya ada satu alternatif jawaban 	<ul style="list-style-type: none"> • Memungkinkan untuk memiliki banyak alternatif jawaban dan penyelesaian masalah

<ul style="list-style-type: none"> • Kurang akomodatif terhadap pihak luar 	<ul style="list-style-type: none"> • Toleran
<ul style="list-style-type: none"> • Sulit menerima arus perubahan 	<ul style="list-style-type: none"> • Akomodasi untuk menerima perubahan
<ul style="list-style-type: none"> • Mengutamakan kepentingan dan solidaritas kelompok 	<ul style="list-style-type: none"> • Cenderung memiliki sikap yang altruistik, humanitaristik, dan universal

Sumber: Hasbullah (2006)

Menurut Khaldun, bahwa masyarakat secara historis bergerak dari masyarakat nomaden menuju masyarakat (yang tinggal dan menetap). Faktor pendorong perubahan sosial juga dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu:

1. Faktor dorongan sosial berkaitan dengan aspek organisasi sosial, seperti keluarga, kelompok-kelompok sosial tertentu, organisasi kemasyarakatan dan sebagainya yang pada dasarnya berkaitan dengan beradaan individu-individu dalam menjalankan perannya dimasyarakat.
2. Faktor psikologis biasanya berkaitan dengan keberadaan individu di dalam menjalankan perannya di masyarakat.
3. Faktor budaya setempat juga mempengaruhi kelancaran proses perubahan sosial yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Umur Responden

Berikut ini karakteristik responden di daerah penelitian menurut tingkat umur:

Distribusi Responden Menurut Tingkat Umur

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase
1	20-25	8	17.4
2	26-30	14	30.4
3	31-35	6	13.0
4	36-40	8	17.4
5	41-50	8	17.4
6	51-55	2	4.3
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan tabel diatas jika diambil dari jumlah responden berdasarkan tingkatan umur yang paling banyak terdapat pada rentang 26-30 tahun dengan nilai frekuensi ada 14 or ang (30,4%), kemudian terdapat responden yang berusia 51-55

tahun dengan frekuensi 2 orang (4,3%) dari 46 jumlah sampel yang diambil menjadi responden.

Jenis Kelamin Responden

Sebagai perbedaan antara laki-laki dan perempuan adalah jenis kelamin yang memang sudah didapat dan ditentukan sejak lahir. Berikut ini yang merupakan jenis kelamin responden di lokasi penelitian yaitu:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	28	60,9
2	Perempuan	18	39,1
	Jumlah	46	100,0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan tabel jika diambil dari jumlah responden berdasarkan jenis kelamin bahwa dari seluruh sampel yang dijadikan responden yaitu 46 responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki dengan frekuensi 28 orang (60,9%) dan yang berjenis kelamin perempuan yaitu dengan frekuensi 18 orang (39,1%).

Agama

Berikut ini akan disajikan agama-agama yang dianut oleh responden di daerah penelitian yaitu:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Agama

No	Agama	Frekuensi	Persentase
1	Islam	40	86,9
2	Kristen	6	13,1
	Jumlah	46	100,0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari tabel dapat dilihat bahwa dari 46 responden ada 40 responden (86,9%) yang memeluk agama Islam dan 6 responden (13,1%) memeluk agama kristen/protestan.

Etnis

Banyak orang yang datang dari berbagai macam daerah yang berawal ingin mengubah hidup, sehingga para pendatang memiliki tujuan untuk mengadu nasib, bekerja untuk memperbaiki ekonomi, salah satu alternatif pilihan pekerjaan adalah dengan berdagang. Berikut karakteristik responden menurut etnis yaitu:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Etnis

No	Etnis	Frekuensi	Persentase
1	Jawa	10	21,8
2	Melayu	19	41,3

3	Minang	8	17.4
4	Bugis	2	4.3
5	Batak	6	13.0
6	Aceh	1	2.2
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa kebanyakan yang menempati wilayah tersebut merupakan suku asli daerah tersebut. Suku asli ini yaitu suku melayu lebih mendominasi dari suku-suku pendatang yaitu sebanyak 41,3% yang sebenarnya tidak berbeda jauh dari suku pendatang salah satunya yaitu suku jawa (21,8%), minang (17,4%) dan batak (13,0%). Dari keanekaragaman suku ini dapat kita lihat bahwa Indonesia memang negara yang kaya dengan budayanya, namun setiap suku bangsa dapat hidup berdampingan dengan rukun.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pada saat sekarang ini merupakan landasan dalam penempatan kerja maupun perolehan penghasilan yang akan diterima. Berikut ini merupakan tingkat pendidikan responden yaitu:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	11	23.9
2	SMP	15	32.6
3	SMA	14	30.4
4	SMK	5	10.9
5	D3	1	2.2
6	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari tabel terlihat jelas dari 46 responden yang paling banyak menempuh pendidikan adalah tingkat SMP yaitu 32,6% sedangkan yang menempuh pendidikan sampai perguruan tinggi atau tamat sampai jenjang D3 adalah 2,2%. Berarti pendidikan sudah mulai dipedulikan oleh masyarakat, walaupun hanya baru sedikit yang bisa lulus perguruan tinggi.

Daerah Asal

Daerah asal merupakan daerah di mana para pendatang berasal sehingga sampai ke desa Guntung dan menetap di desa Guntung tersebut. Berikut adalah gambaran daerah asal responden.

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Daerah Asal

No	Asal daerah	Frekuensi	Persentase
1	Jambi	1	2.2
2	Lampung	1	2.2
3	Sumatra utara	3	6.5
4	Sumatra barat	1	2.2
5	Dumai	13	28.3
6	Jawa Tengah	4	8.7
7	Tapanuli Selatan	2	4.3
8	Jawa Barat	1	2.2
9	Jawa Timur	1	2.2
10	Kerinci	2	4.3
11	Pulau Rupa	2	4.3
12	Desa Guntung	15	32.6
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari tabel dapat di lihat bahwa dari 46 responden, responden yang paling banyak adalah responden yang berasal dari desa Guntung itu sendiri yaitu sebanyak 32,6% kemudian 28,3% berasal dari dumai kota, dan sisanya yaitu dari Jambi, lampung, Jawa barat, jawa timmur dan sumatra barat yang masing-masing sebanyak 2,2%.

Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan adalah jumlah orang yang dibiayai oleh si responden dengan hasil kerjanya yaitu berdagang. Orang-orang tersebut adalah seperti anak, istri, maupun orang tuanya jika belum memiliki keluarga. Berikut adalah jumlah tanggungan responden:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jumlah Tanggungan

No	Jumlah Tanggungan	Frekuensi	Persentase
1	1 Orang	9	19.6
2	2 Orang	12	26.1
3	3 Orang	12	26.1
4	4 Orang	5	2.2
5	5 Orang	2	28.3
6	6 Orang	1	2.2
7	7 Orang	1	2.2
8	Tidak ada	4	8.7
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan tabel jika dilihat dari hasil penelitian maka responden yang memiliki jumlah tanggungan yang paling besar adalah sebesar 26,1%, sedangkan yang tidak memiliki tanggungan adalah 2,2%.

Lama Menetap

Untuk melihat berapa lama responden mulai menetap di desa Guntung maka dapat dilihat pada tabel berikut ini yang merupakan karakteristik responden menurut lama menetap:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Lama Menetap

No	Lama Menetap	Frekuensi	Persentase
1	5-10 Tahun	11	23.9
2	11-15 Tahun	9	19.6
3	16-20 Tahun	3	6.5
4	21-25 Tahun	5	10.9
5	26-30 Tahun	9	19.6
6	31-35 Tahun	4	8.7
7	36-40 Tahun	2	4.3
8	41-45 Tahun	2	4.3
9	>45 Tahun	1	2.2
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan tabel diatas jika dilihat dari hasil penelitian, maka jumlah responden yang paling lama menetap adalah 1 responden dengan persentase 2,2%. Sedangkan responden yang baru-baru menetap adalah sebanyak 11 responden dengan persentase 23,9%.

Aktivitas Ekonomi Pedagang

Hubungan sosial terjadi atas dasar sikap saling percaya dan toleransi antar anggota masyarakat. Individu yang memiliki posisi strategis di masyarakat cenderung memiliki modal sosial relatif lebih banyak dibanding individu lainnya, hal ini terjadi karena posisi individu yang lebih tinggi dalam masyarakat akan memberikan akses yang lebih banyak dan lebih mudah terhadap sumber daya sosial tersebut.

Dengan demikian modal sosial memiliki sifat yang sangat berbeda dengan modal fisik (bahan baku, peralatan, keuangan, dan sebagainya). Yang merupakan hak milik individu dan melekat secara personal.

Jenis Barang atau jasa Yang Dijual

Untuk mengetahui jenis barang atau jasa yang dijual oleh responden maka dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Barang/jasa Yang Dijual

No	Barang/Jasa Yang Di Jual	Frekuensi	Persentase
1	Makanan	10	21.7
2	Ponsel/pulsa	9	19.6
3	Fotocopy	3	6.5
4	Asesoris	5	10.9
5	Bahan Bakar Minyak	5	10.9
6	Sembako/ sayuran	9	19.6
7	Rokok/kopi	5	10.9
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari tabel diatas dapat dilihat dengan jelas bahwa dari 46 responden sebanyak 21,7% berjualan makanan dan minuman, seperti kedai nasi, warung jus, warung mieso dan bakso. Kemudian 19,6% membuka kedai sayur atau sembako yang menjual berbagai keperluan rumah tangga sehari-hari seperti beras, minyak goreng, gula, sabun mandi, odol gigi, sapu hingga barang-barang pecah belah seperti ember, panci, piring dan lain sebagainya.

Penghasilan

Penghasilan para setiap pedagang itu sudah pasti akan berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Untuk melihat lebih jelas penghasilan responden yang dihitung dalam 1 hari adalah sebagai berikut :

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Penghasilan/ hari

No	Penghasilan /hari	Frekuensi	Persentase
1	<Rp.200.000	7	15.2
2	Rp.200.000-Rp.500.000	30	65.2
3	>Rp.500.000	9	19.6
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari hasil tabel dapat dilihat dengan jelas bahwa penghasilan responden sangat bervariasi. Jumlah penghasilan tentu akan berbeda setiap harinya tergantung kepada ramai atau tidaknya pembeli yang berkunjung ke warung atau toko. Namun jika di rata-rata perharinya maka akan didapat Responden yang memiliki penghasilan <200.000 ribu perhari sebanyak 7 responden (15,2%), Sedangkan responden yang penghasilannya dalam 1 hari adalah > 500.000 sebanyak 9 orang (19,6%) kemudian sisanya 30 responden (65,2%), penghasilan mereka antara 200.000 – 500.000 dalam 1 hari.

Jumlah Modal

Modal akan menentukan keberlangsungan usaha yang dijalankan. Semakin besar modal maka semakin besar pula harapan berkembangnya suatu usaha, Untuk melihat lebih jelas mengenai jumlah modal awal berdagang responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jumlah Modal

No	Modal Awal	Frekuensi	Persentase
1	< Rp.1.000.000	4	8,7
2	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	26	56,5
3	>Rp.2.000.000	16	34,8
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari hasil tabel dapat dilihat dengan jelas bahwa jumlah modal responden sangat bervariasi. Jumlah modal ini digunakan untuk membeli barang-barang yang akan dijual serta beberapa perlengkapan kedai. Saat ini jumlahnya telah meningkat seiring dengan berjalannya waktu dan diperolehnya keuntungan dari hasil berdagang. Responden yang memiliki modal <Rp.1.000.000 sebanyak 4 responden (8,7%), Sedangkan responden yang memiliki modal > Rp.2.000.000 sebanyak 16 orang (34,8%) kemudian sisanya 25 responden (56,5%), memiliki modal Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000.

Asal Modal

Seorang pedagang modal yang diperlukan tidak hanya modal uang atau modal dari segi ekonomi saja, tapi juga harus ada modal sosialnya, jika tidak ada memiliki modal sosial, maka barang dagangannya bisa jadi tidak akan terjual. Tapi modal ekonomi juga harus diutamakan. Berikut adalah karakteristik responden di daerah penelitian menurut asal modal yang didapatkan:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Asal Modal

No	Asal Modal	Frekuensi	Persentase
1	Tabungan	28	60,8
2	Keluarga	6	13,1
3	Pinjaman bank/lainnya	12	26,1
	Jumlah	46	100.0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari tabel diatas dapat terlihat dengan jelas bahwa asal modal yang dimiliki responden yang paling banyak adalah responden yang mendapatkan modal dari tabungan mereka sendiri, yaitu ada sebanyak 28 responden (60,8%), sedangkan yang

mendapatkan modal dari keluarga adalah sebanyak 6 responden (13,1%). Kemudian sebanyak 12 orang (26,1%) memperoleh modal dari pinjaman bank dan koperasi.

Tenaga Kerja

Semakin besar jenis perniagaan maka kebutuhan akan tenaga kerja juga akan semakin banyak. Tenaga kerja ini dapat diperoleh dari lingkungan keluarga atau perekrutan karyawan. Berikut adalah data responden berdasarkan tenaga kerja yang membantu dalam berdagang :

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Tenaga Kerja

No	Tenaga Kerja	Frekuensi	Persentase
1	Istri/ Suami	8	17,5
2	Anak-anak	16	34,7
3	Saudara dekat	10	21,7
4	Karyawan	12	26,1
	Jumlah	46	100,0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari tabel diatas dapat dilihat dengan jelas bahwa sebahagian besar responden dibantu oleh anggota keluarganya sendiri (istri/ suami, anak-anak dan kerabat). Sebanyak 12 orang responden (26,1%), memiliki karyawan untuk membantu berdagang.

Jam kerja

Jam kerja yang dimaksud adalah lama waktu yang digunakan oleh responden untuk berdagang. Biasanya ada pedagang yang berdagang cuma sampai setengah hari atau sampai 1 ha ri, bahkan ada juga yang mulai dari pagi sampai malamnya. Berikut adalah lama waktu yang digunakan oleh responden dalam berdagang:

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jam Kerja

No	Lama Berdagangan	Frekuensi	Persentase
1	4 – 6 jam	10	21,7
2	7 – 9 jam	13	28,3
3	> 9 jam	23	50,0
	Jumlah	46	100,0

Sumber : Data Lapangan 2015

Dari tabel dapat dilihat dengan jelas bahwa kebanyakan responden menggunakan waktu untuk berdagang lebih dari 9 jam/hari yakni 23 orang responden atau 50,0%, kemudian bekerja antara 7 - 9 jam/hari dengan jumlah responden 13 responden (28,3%), selanjutnya yang bekerja 4 – 6 jam/hari sebanyak 10 or ang

(21,7%). Dari pengakuan responden yang hanya sedikit menggunakan waktu berdagang ini, mereka beralasan bahwa kebanyakan masyarakat di lingkungan tersebut pada pagi hari tidak ada di rumah, mereka beraktivitas ke ladang, berkebun atau bekerja di perusahaan sekitar.

MODAL SOSIAL PEDAGANG

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.

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. Dalam membangun kepercayaan dalam berdagang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Distribusi Responden dalam Membangun Kepercayaan

No	Membangun Kepercayaan	Frekuensi	Persentase
1	Iya	37	80,4
2	Kadang-kadang	9	19,6
3	Tidak	-	-
	Jumlah	46	100,0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas bahwa dari 46 responden yang memiliki membangun sikap kepercayaan adalah sebanyak 37 responden (80,4%), sedangkan yang kadang-kadang atau tidak selalu membangun sikap percaya sebanyak 9 responden (19,6%).

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.

Jaringan (networks)

Melalui jaringan pedagang akan saling memberi informasi, saling mengingatkan, dan saling membantu. Hubungan jaringan sesama pedagang memberikan keuntungan tentang informasi lokasi berdagang.

Distribusi Responden dalam Menciptakan Jaringan

No	Jaringan	Frekuensi	Persentase
1	Iya	30	65,2
2	Kadang-kadang	16	34,8
3	Tidak	-	-
	Jumlah	46	100,0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas bahwa dari 46 responden yang memiliki dan membangun jaringan usaha yakni sebanyak 30 responden (65,2%), sedangkan yang kadang-kadang atau tidak selalu sebanyak 16 responden (34,8%). Ada dua bentuk jaringan yang terbentuk dari interaksi sosial para pedagang yaitu jaringan ikatan kuat dan lemah. Jaringan yang memiliki ikatan kuat yaitu hubungan antara pedagang dengan sesama pedagang, pedagang dengan pelanggan, dan pedagang

dengan agen. Serta jaringan yang memiliki ikatan lemah yaitu pedagang dengan lembaga sosial atau perkumpulan pedagang.

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 lembagafinancial seperti bank, dan membantu mendapatkan sumber daya dan keringanan biaya. Aristoteles mengatakan bahwa manusia adalah makhluk 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 memperkuat hubungan yang masih ada. Salah satu keuntungan dari langkah diatas

adalah adanya jaminan kelangsungan usaha baik dari segi perolehan barang, maupun pemasaran produk.

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.

Distribusi Responden dalam Mentaati Norma

No	Mentaati norma	Frekuensi	Persentase
1	Iya	31	67,4
2	Kadang-kadang	15	32,6
3	Tidak	-	-
	Jumlah	46	100,0

Sumber : Data Lapangan 2015

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas bahwa dari 46 responden yang menjalankan norma-norma usaha dengan konsisten yakni sebanyak 31 responden (67,4%), sedangkan yang kadang-kadang atau tidak selalu sebanyak 15 responden (32,6%). Norma-norma sosial memiliki beberapa fungsi antara lain Sebagai alat untuk meminimalkan kemungkinan adanya penyimpangan perilaku dalam perdagangan, untuk mengatur transaksi perdagangan, membantu pelaku perdagangan mendapatkan kepercayaan dari pihak lain, menjaga kebersamaan dan menjaga hubungan baik antar individu.

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

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa hampir seluruh pedagang yang berdagang di desa Guntung tersebut memiliki tingkat pendidikan menengah dengan di rata-rata penghasilan antara Rp.200.000 – Rp.500.000. Dengan durasi berdagang atau jam kerja antara 7 - 9 jam/hari. Modal usaha yang didapatkan para pedagang tersebut sebahagian besar adalah berasal dari modal sendiri seperti tabungan. Kemudian berdagang dibantu oleh anggota keluarganya sendiri (istri/ suami, anak-anak dan kerabat).

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 PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin, dkk. 2011. Strategi Pembangunan Perdesaan Berbasis Lokal. Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta.
- Badaruddin. 2006. Pemanfaatan Modal Sosial dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga dan Komunitas (Studi pada Komunitas Petani Karet di Kecamatan Rao, Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat). Jurnal Wawasan. Vol 12(2).
- Basrowi, 2005. *Pengantar Sosiologi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Bungin, Burhan, 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Inayah. 2012. Peranan Modal Sosial dalam Pembangunan. Jurnal Pengembangan Humaniora. Vol 12(1).
- Iqbal, Hasan, 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Lawang, R.M.Z. 2004. *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologik Suatu Pengantar*. Depok: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, Dwi (ed), 2007. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana.
- Nazsir, Nasrullah, 2008. *Teori-Teori sosiologi*. Bandung: Widia Pajajaran.
- Pranadji, Tri. 2006. Penguatan Modal Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Dalam Pengelolaan Agroekosistem Lahan Kering. Jurnal Agro Ekonomi. Vol 24(2): 178-206.
- Putnam, R.D. 1999. *Is It time to Disinvest in social capital* dalam *journal of public Policy*, 19 (22) hal.144
- Soekanto, Soerjono, 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Syahrial, Syarbaini dan Rusdiyanta, 2009. *Dasar-Dasar Sosiologi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Santoso, Slamet. 2007. Peran Modal Sosial terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima di Ponorogo (Role of Social Capital to Growth of Merchant Cloister in Ponorogo). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Vol 17(1): 96-107.
- Siregar. 2011. Modal Sosial Para Pedagang Kaki Lima Etnis Jawa Studi di Daerah Nagoya Kota Batam. *Jurnal Fisip UMRAH*. Vol 1(1): 93-106.
- Soetomo. 2011. *Pemberdayaan Masyarakat: Mungkinkah Muncul Antitesisnya?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahyuti. 2008. Peran Modal Sosial (Social Capital) Dalam perdagangan Hasil Pertanian. (The Role Social Capital In Agricultural Trade). *Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol 26(1): 32- 43.
- Sztomka, Piotr, 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Predana.
- Witjaksono, Mit. Rahardjo. 2010. Modal Sosial dalam Dinamika Perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol 11(2): 266-291.
- Yustika, Ahmad Erani. 2010. *Ekonomi Kelembagaan, Definisi, Teori dan Strategi*. Malang: Banyumedia Publishing.