

PERAN MODAL SOSIAL PADA INDUSTRI KECIL DI TABANAN (STUDI KASUS USAHA KERUPUK BABI DI PASAR TABANAN BALI)

Ida Bagus Radendra Suastama¹, Ida Ayu Komang Juniasih²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana peran modal sosial pada industri kecil, dengan studi kasus pada pengusaha kerupuk babi di Pasar kabupaten Tabanan Bali. Lokasi penelitian di Kabupaten Tabanan Bali. Informan penelitian ini adalah para pengusaha dan pedagang kerupuk babi di pasar Tabanan, Kabupaten Tabanan, Bali.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan untuk kepentingan penelitian ini meliputi orang, peristiwa, dokumen, dan benda yang dapat dijadikan sumber informasi dan dapat memberikan data yang relevan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat modal sosial resiprositas, kepercayaan (*trust*), jaringan (*networks*), dan modal sosial norma (*norms*) pada industri kecil pengusaha kerupuk babi di pasar Tabanan, kabupaten Tabanan Bali.

Kata Kunci: *Modal Sosial, Industri Kecil.*

ABSTRACT

The objective of this research is to know and determine how far is social capital role in small industries in Tabanan Bali. The informers of this study are the small entrepreneurs engaged in producing and selling the "pork crunch" at the city market of Tabanan Region, in the Province of Bali.

This research can be classified as descriptive qualitative data. The data used in this research consists of, but not limited to : people, events, documents, and all things that can be deemed as source of information and data which are relevant with this research. This research / study result shows that there is a set of social capital which consists of reciprocity, trust, networks, and norms, in the pork crunch entrepreneurship at Tabanan market, Tabanan, Bali.

Keywords: *Social Capital, Small Industry.*

-
1. STIMI "Handayani" Denpasar
 2. STIMI "Handayani" Denpasar

I. PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan salah satu aktivitas manusia yang sangat penting bahkan dapat dikatakan paling penting dan tak dapat dipisahkan dengan pemenuhan kebutuhan manusia, dan juga merupakan bagian dari interaksi sosial. Kegiatan perdagangan sesungguhnya dilakukan oleh manusia dalam masyarakatnya bukanlah hanya sekedar bertujuan mencari keuntungan saja, karena ada pula manfaat lain baik secara sosial ekonomi dan bahkan kebudayaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa perdagangan merupakan kegiatan yang harus dilakukan untuk pemenuhan ekonomi masyarakatnya, tidak terkecuali manfaat para pelaku perdagangan itu sendiri. Di sisi lain, harus diakui kenyataan bahwa terdapat cukup banyak juga pelaku usaha yang melakukan kegiatan perdagangan yang tentu karena dilandasi keinginan untuk memperoleh laba, namun seringkali tanpa disertai dengan suatu kemampuan yang memadai untuk dapat melaksanakan kegiatan dagangnya atau kegiatan usahanya dengan baik dalam rangka mencapai efektifitas usaha yang optimal.

Pemerintah daerah maupun pusat selama ini telah banyak berupaya untuk membantu para pengusaha industri kecil dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi. Di antaranya dengan berupaya memberikan program pendampingan, penyediaan fasilitas kredit, program kemitraan, penumbuhan jiwa kewirausahaan, dan lain sebagainya. Upaya-upaya tersebut tentu belum dapat sepenuhnya membantu menyelesaikan keseluruhan permasalahan yang dihadapi para pengusaha industri kecil. Permasalahan mendasar dan klasik yang dihadapi oleh pengusaha industri kecil adalah diantaranya yaitu permodalan, kualitas sumber daya manusia yang masih rendah, penguasaan terhadap teknologi masih rendah, dan kesulitan dalam pengembangan produk yang mampu bersaing di pasaran yang nantinya diharapkan mampu memenuhi selera pasar.

Modal sosial adalah salah satu jenis sumber daya atau sebagian dari sumber daya yang pantas dimiliki oleh pengusaha, tidak terkecuali juga pada sektor industri kecil. Modal sosial tersebut merupakan salah satu atau bagian elemen yang akan sangat dapat membantu pengembangan usaha apabila dikembangkan dan digali dengan baik. Keberadaan modal sosial yang tersedia luas dan melekat pada diri masing-masing pelaku usaha industri kecil tersebut tampaknya belum begitu disadari selama ini. Atas dasar kenyataan tersebut maka diperlukan serangkaian upaya-upaya yang sistematis dan terencana, sedemikian agar modal dasar berupa modal sosial yang meliputi jaringan, norma, dan kepercayaan yang dimiliki tersebut akan dapat dimanfaatkan secara lebih efektif oleh para pengusaha, khususnya dalam konteks penelitian ini, adalah para pengusaha kecil, atau yang bergerak dalam bidang industri namun tergolong industri kecil.

II. KERANGKA TEORI

Modal sosial merupakan konsep umum, dimana beberapa ahli seperti ahli ekonomi, sosial, dan politik mendefinisikan modal sosial secara berbeda-beda. Secara konseptual ada dua aliran tentang modal sosial yaitu aliran sosial anthropologi dan ekonomi kelembagaan. Konsep modal sosial yang bersifat multidisiplin, membuat definisi modal sosial mengalami banyak perdebatan yang berkaitan dengan pemahaman modal sosial itu sendiri.

Definisi tertentu yang diadopsi oleh sebuah penelitian akan tergantung pada disiplin dan tingkat penelitian tersebut. Adler et al (2002) dan Grootaert (2001) mendukung pandangan bahwa definisi modal sosial berbeda-beda tergantung pada bentuk, substansi, dan sumber atau konsekuensi dari modal sosial. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial bersifat multidimensi dan harus dikonseptualisasi dengan nilai penjas.

Modal sosial menurut Coleman (1990), adalah kemampuan orang untuk bekerja sama untuk tujuan umum, kelompok, dan organisasi. Disamping itu menurut pendapatnya, modal sosial sebagai beberapa aspek struktur sosial yang memungkinkan pencapaian tujuan tertentu yang tidak akan dapat dicapai dalam ketiadaan modal sosial itu sendiri. Sifat produktif modal sosial dapat mengimbangi kekurangan modal lainnya seperti modal manusia (*human capital*) dan modal budaya (*culture capital*). Coleman merupakan seorang sosiolog yang memiliki hubungan yang kuat dengan para ekonom.

A. Tipe dan Dimensi Modal Sosial

Ada tiga tipe modal sosial menurut Woolcock (2001) yaitu:

1. Sebagai perekat sosial atau lazim disebut (*social bounding*); nilai, kultur, persepsi, dan tradisi atau adat istiadat. Ikatan yang kuat menjadi ciri khas dari tipe *social bounding*. Contohnya dalam hubungan sosial dengan tetangga. Dari hubungan tersebut akan tumbuh rasa empati, rasa simpati, rasa percaya, dan lain-lain. Dalam hubungan sosial tersebut ada aturan main yang mengikat yang menjadi kesepakatan bersama dalam masyarakat. Apabila sanksi yang sudah disepakati dilanggar akan ada sanksinya, dimana sanksinya bisa berupa pengucilan dalam masyarakat.
2. Sebagai jembatan sosial atau lazim disebut (*social bridging*); berupa institusi atau bisa juga berupa mekanisme. Ciri dari tipe *social bridging* adalah adanya reaksi dari berbagai macam karakteristik dari kelompok-kelompok masyarakat. Dalam hubungan masyarakat tersebut ada kelemahan-kelemahan, sehingga dibangun sebuah kekuatan dari kelemahan tersebut. Mengembangkan potensi yang ada dalam masyarakat agar mampu memaksimalkan sumber daya yang dimiliki.

3. Sebagai jaringan sosial atau lazim disebut *social linking*. Karakteristik dari modal sosial tipe ini adalah adanya hubungan diantara beberapa level dari kekuatan sosial maupun status sosial dalam masyarakat. contohnya adalah hubungan masyarakat dengan para petinggi seperti anggota dewan yang dipandang sebagai tokoh.

Ketiga tipe dari modal sosial tersebut diatas dapat saling bekerja sama untuk membangun sebuah sinergi maupun saling melemahkan dalam hubungan soisal kemasyarakatan. Woolcock (1998) mendefinisikan modal sosial dalam empat dimensi yang terbagi dalam dua pasang konsep yang bertentangan (*oppsing concept*) yaitu pengakaran *embeddness* dan otonomi tingkat makro dan mikro.

Modal Sosial antara lain dapat berwujud jaringan hubungan dengan berbagai pihak, misalnya apa yang disebut sebagai jaringan manajerial (yang sering dipergunakan untuk menangkap berbagai peluang) (Peng & Luo, 2000, dalam Yuan Li, et al, 2012) di dalam mana jaringan manajerial pada umumnya dilihat, demikian pandangan Yuan Li et al (2012). Dalam konteks tersebut, jaringan atau ikatan-ikatan manajerial sebagai kunci modal sosial akan dapat membantu perusahaan untuk mengakses sumber-sumber daya yang langka, juga dalam mengelola berbagai ketidakpastian dalam lingkungan, dan tentunya, tidak ketinggalan, adalah dalam meningkatkan performa perusahaan.

B. Kerangka Berpikir

Penelitian-penelitian yang selama ini banyak kita temui, lebih banyak mengarah pada penelitian yang menghubungkan antara sumber daya yang fokus pada modal ekonomi yang meliputi modal finansial dan modal fisik, padahal modal sosial merupakan salah satu sumber daya yang perlu diteliti peranannya dalam peningkatan kinerja sebuah sumber daya. Modal sosial yang terdiri dari jaringan (*network*), kepercayaan (*trust*), dan norma (*norm*), merupakan bentuk-bentuk dari modal sosial yang perlu pengembangan dan diteliti lebih lanjut.

Kontribusi modal sosial pada usaha industri kecil dalam hal ini pengusaha kerupuk babi, dapat dilihat dalam kehidupannya yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Mereka menyadari bahwa terjalinnya hubungan yang erat antara pemasok daging mentah dengan pengusaha kerupuk, dan antara pengusaha kerupuk dengan konsumen sangatlah penting. Keeratan hubungan yang didasari oleh kepercayaan dan norma merupakan modal dasar bagi kuatnya hubungan diantara mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran modal sosial pada industri kecil studi kasus pada pengusaha kerupuk babi di pasar Tabanan kabupaten Tabanan Bali.

C. Metode

Lokasi penelitian di pasar Tabanan Kabupaten Tabanan Bali. Informan penelitian adalah para pengusaha dan pedagang kerupuk babi di Kabupaten Tabanan Bali. Sumber data adalah data primer dan sekunder. Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian non hipotesis, jadi tidak perlu adanya perumusan hipotesis (Arikunto, 1989).

III. PEMBAHASAN

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pengusaha kerupuk babi yang ada di pasar Tabanan Kabupaten Tabanan, selain menggunakan modal ekonomi (modal finansial) dan modal manusia, juga menggunakan modal sosial yang telah terpelihara dan tumbuh dengan baik. Hal ini dapat dilihat dalam bentuk kerjasama mulai dari kegiatan pelaku pemasok daging mentah ke pengusaha kerupuk sampai kerjasama dengan pedagang pengecer dan konsumen.

Bentuk modal sosial hasil temuan penelitian ini di lapangan, meliputi hal-hal sebagaimana akan dipaparkan berikut ini. Pertama adalah apa yang sering disebut dengan istilah “Resiprositas” (lazim disebut pula dengan istilah hubungan timbal balik). Jenis modal sosial yang bernama Resiprositas atau hubungan timbal ini berkaitan erat dengan aktivitas usaha pengusaha kerupuk babi yang tentu saja tidak dapat berdiri sendiri dan memerlukan pihak-pihak lain dalam menjalankan aktivitasnya. Mereka membutuhkan kerjasama dengan pihak lain yang bisa mendukung kegiatan usahanya.

Dari hasil wawancara maupun pengamatan di lapangan, terlihat bahwa pola hubungan yang muncul adalah beberapa jenis pola hubungan yang mencakup sebagai berikut : hubungan antara sesama pengusaha kerupuk babi, hubungan antara pengusaha kerupuk babi dengan pemasok daging mentah, hubungan antara pengusaha kerupuk babi dengan pedagang pengecer, dan hubungan antara pengusaha kerupuk babi dengan pelanggan / konsumen.

Penelitian ini juga menemukan bahwa bentuk lain modal sosial adalah “Kepercayaan” (*trust*). Kepercayaan ini merupakan modal sosial yang sangat penting dalam usaha kerupuk babi. Kepercayaan tumbuh dan berkembang dalam diri pelaku usaha yang secara turun temurun diturunkan ke pelaku usaha. Hasil temuan di lapangan, pelaku pengusaha kerupuk babi merupakan usaha keturunan atau usaha keluarga yang diturunkan dari orangtua mereka. Mereka meneruskan usaha keluarga dan tetap menjalin kerjasama yang sudah terjalin dengan baik yang didasarkan oleh kepercayaan dengan para pemasok, pedagang pengecer dan konsumen. Kepercayaan konsumen terjalin karena pengusaha kerupuk babi tetap mempertahankan kualitas dari kerupuk mereka. Mereka menyadari bahwa kesetiaan konsumen harus dijaga dengan baik dengan tetap mempertahankan mutu dan dengan memberikan diskon khusus kepada pelanggan yang setia.

Demikian pula halnya kepercayaan yang terjalin baik dengan para pemasok daging mentah. Mereka sudah saling mempercayai, sebagaimana antara lain dapat dibuktikan dengan sistem ambil barang dulu bayar belakangan, dalam arti bahwa para pemasok daging mentah di sini tampak jelas sudah sangat percaya dengan pengusaha kerupuk babi yang sering membayar daging mereka beberapa hari bahkan beberapa bulan setelah mereka memasok daging. Kepercayaan itupun senantiasa dijaga di antara mereka demi mempertahankan stabilitas usaha mereka.

Modal sosial selanjutnya adalah “Jaringan” (*networks*). Bentuk modal sosial yang sering disebut sebagai jaringan ini merupakan bentuk modal sosial sebagai suatu rangkaian hubungan seseorang dengan individu lainnya atas kehendak sendiri (Barners, 2008). Jaringan yang terbentuk dan dibangun antar individu dengan niat agar terjalin hubungan sosial yang dapat memberikan manfaat guna dapat menggerakkan kegiatan di antara mereka. Jaringan sosial yang terbentuk diantara mereka didasari oleh komunikasi yang baik di antara mereka.

Dalam konteks pengusaha kerupuk babi sebagai objek penelitian ini, tampak bahwa jaringan sosial yang terbentuk bermakna sebagai kerja sama dengan berbagai pihak yang bertujuan untuk mempertahankan usaha mereka. d) Norma (*norms*) merupakan nilai-nilai atau aturan yang mengatur perilaku individu dalam masyarakat atau kelompok. Norma dibangun berdasarkan kerjasama di masa lalu yang merupakan bagian dari sejarah, berkembang dan diterapkan untuk mendukung kerja sama (Putnam, 1993 dan Fukuyama, 1995).

Pada pengusaha kerupuk babi, norma-norma dan nilai-nilai kehidupan budaya masih tercermin dalam kehidupan mereka. Adat istiadat atau tradisi masih tertanam kuat dan terpelihara dengan baik dalam diri masing-masing pengusaha kerupuk babi. Keberadaan pura Melanting yang terletak di dalam pasar yang *disembah* dan *disungsung* oleh para pengusaha sekaligus pedagang kerupuk babi yang ada di pasar menjadi bukti kuat bahwa mereka masih menganut norma-norma atau nilai-nilai budaya yang kuat. Norma yang dianut merupakan tanggung jawab sosial dan merupakan nilai kebersamaan yang turun temurun menjadi modal pengikat dan pengatur perilaku pengusaha, pedagang, pemasok demikian juga dengan konsumen. Modal sosial ini akan mengontrol perilaku pelaku usaha dalam kegiatan dan aktivitasnya sehingga benturan-benturan yang dapat muncul bisa dihindari.

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi lapangan, mengenai modal sosial dalam kinerja pengusaha kerupuk babi di pasar Tabanan Kabupaten Tabanan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Modal sosial yang terbentuk pada pengusaha kerupuk babi terintegrasi dalam suatu tujuan kebersamaan, dalam mana modal sosial menjadi pengikat di antara mereka. Modal sosial yang terbentuk meliputi modal sosial resiprositas, jaringan, kepercayaan, dan norma, bertujuan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha mereka. Usaha kerupuk babi dapat bertahan dalam menjalankan usahanya tidak hanya ditunjang oleh modal ekonomi dan modal modal manusia, melainkan juga sangat didukung oleh peranan modal sosial dalam menunjang keberadaan usaha mereka.

B. Saran

Hendaknya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai bentuk modal sosial yang kemungkinan ada dalam industri kecil usaha kerupuk babi. Disamping itu peran pemerintah daerah dalam akses teknologi dan informasi perlu dilakukan, karena selama ini belum ada. Terakhir, pemerintah daerah hendaknya memfasilitasi pengusaha kerupuk babi dalam wadah organisasi/perkumpulan agar terjalin kerjasama dan jaringan yang lebih luas diantara pengusaha, pemerintah, dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P.S. dan Woo Kwon, S. 2002. *Social Capital: Prospects for A New Concept*. Academy of Management Review. Vol. 27, No. 1, 17-40. University of Southern California
- Arikunto, S. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Penerbit PT Rineke Cipta. Bandung
- Coleman, J., 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Woolcock, M. 1998. *Social Capital and Economic Development: Towards a Theoretical Synthesis and Policy Framework*. *Theory and Society* 27:151-208. Didownload dari : social.cs.uiuc.edu/class/cs598kgk/papers/SocialCapital.pdf
- Woolcock, M. 2001, The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes. *ISUMA Canadian Journal of Policy Research* 2 (1) 11-17
- Yuan Li, Haowen Chen, Yi Liu, Mike W.Peng. 2012. *Managerial Ties, Organizational Learning, and Opportunity Capture: A Social Capital Perspective*. Asia Pac Journal Management. Sprenger Science. Business Media New York.
- Putnam, R. 1993. *Social Capital Frame Work*. New York: Long Mann.