

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia di dalam hidupnya selalu di hadapkan kepada cara pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini berkaitan dengan beberapa kebutuhan dasar yang merupakan prioritas utama manusia yang harus dipenuhi, juga merupakan bagian terpenting berjalannya aktivitas kehidupan. Dimana kebutuhan ini menyangkut kepada dorongan-dorongan alamiah yang berasal dari dalam dirinya. Salah satu alternatif usaha manusia dalam mencukupi hidupnya adalah dengan adanya usaha memperoleh mata pencaharian.

Salah satu jenis mata pencaharian yang terdapat pada kehidupan manusia yaitu, bidang perdagangan dan jasa. Bentuk dagang yang dilakukan tidak hanya dilingkungan tempat tinggalnya saja, tetapi hingga sampai pergi ke kota. Terjadinya migrasi, di mana merupakan suatu perpindahan penduduk dari suatu daerah ke daerah lain, termasuk juga daerah perkotaan. Penyebab terjadinya migrasi karena adanya suatu faktor pendorong dan penarik masyarakat desa bermigrasi ke kota, salah satu faktor pendorong adalah adanya kemiskinan di daerah pedesaan yang disebabkan oleh cepatnya pertumbuhan penduduk di desa. Kemiskinan di pedesaan menjadi salah satu penyebab desa bermigrasi ke kota. Hal tersebut diawali dengan motivasi, yang berkaitan dengan status sosial, pendidikan serta bakat dan keterampilan dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang ada diperkotaan, misalnya dengan cara berwirausaha. Dengan berwirausaha

di kota bisa mempercepat pertumbuhan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Meno dan Alwi, 1992:70).

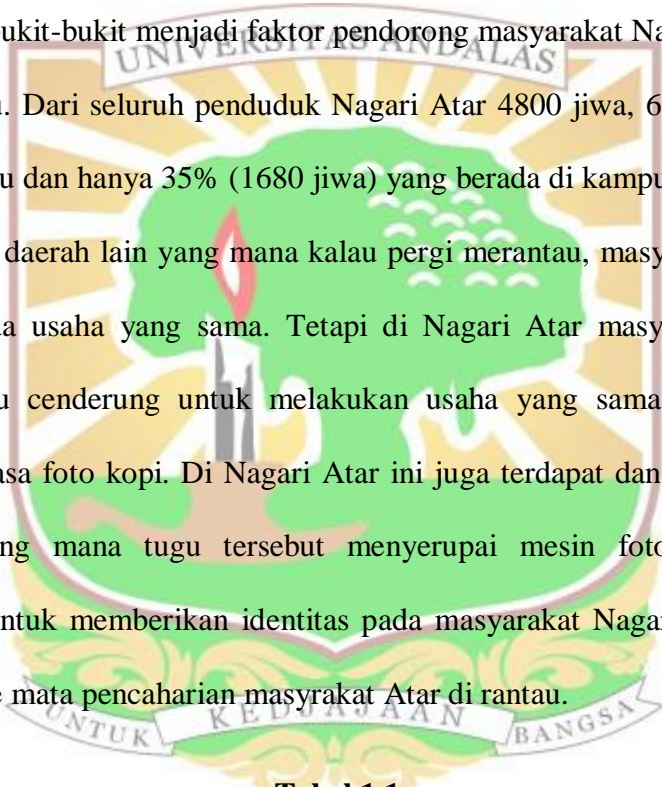
Selain hal yang diuraikan di atas menurut Mulyadi (2003: 167) migrasi memang suatu upaya perorangan untuk meningkatkan *out put* nya. Disuatu wilayah dapat saja penawaran akan sesuai keahlian relatif begitu tinggi terhadap permintaan yang ada. Karenanya balas jasa untuk memiliki keahlian itu menjadi rendah. Dengan mutu yang sama, orang tersebut dapat memperoleh balas jasa yang lebih tinggi bila ia pindah ke daerah lain yang permintaan akan jasanya relatif lebih tinggi dibandingkan dengan penawaran yang ada di daerah itu. Meski demikian, migrasi tidak dijamin selalu berada pada arah yang benar.

Dalam hal lain pemilihan pekerjaan dan pendirian usaha oleh para migran yang datang dari berbagai daerah yang menimbulkan bannyaknya usaha sehingga memunculkan tingkat kompetisi pasar yang tinggi diantara jenis usaha yang sama, ini berhubungan dengan konsep pasar dalam sosiologi. Menurut Damsar (2005: 5) sosiologi memandang pasar sebagai fenomena yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Pasar dapat dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan.

Dari uraian yang diatas dengan banyaknya migrasi dari desa ke kota untuk mencari pekerjaan dan menjalankan usaha yang juga tidak terkecuali untuk menujui kehidupan yang lebih baik. Hal yang demikian juga terjadi pada usaha foto kopi yang mana pada saat sekarang ini sudah semakin banyak dan terdapat inovasi usaha ini. Misalnya dengan didampingi dengan usaha lain yang

mendukung usaha tersebut di antaranya penyediaan alat tulis, penyediaan alat perkantoran, jasa penjilitan dokumen, dan jasa pencetakan dokumen (print) sehingga memunculkan kompetisi dalam usaha tersebut.

Usaha jasa foto kopi merupakan usaha yang cenderung dijalankan oleh masyarakat Nagari Atar di perantauan. Ini disebabkan oleh Nagari Atar tidak memiliki lahan sawah yang cukup untuk bertani, dan juga faktor geografis Nagari Atar yang berbukit-bukit menjadi faktor pendorong masyarakat Nagari Atar untuk pergi merantau. Dari seluruh penduduk Nagari Atar 4800 jiwa, 65% (3120 jiwa) berada di rantau dan hanya 35% (1680 jiwa) yang berada di kampung. Tidak sama halnya dengan daerah lain yang mana kalau pergi merantau, masyarakatnya tidak cenderung pada usaha yang sama. Tetapi di Nagari Atar masyarakatnya yang pergi merantau cenderung untuk melakukan usaha yang sama dalam hal ini menjalankan jasa foto kopi. Di Nagari Atar ini juga terdapat dan dibuatkan tugu foto kopi, yang mana tugu tersebut menyerupai mesin foto kopi hal ini dimaksudkan untuk memberikan identitas pada masyarakat Nagari Atar. Berikut ini adalah table mata pencaharian masyarakat Atar di rantau.



Tabel 1.1
Mata Pencaharian Masyarakat Atar di Rantau

No	Jenis Usaha	Jumla Penduduk (Jiwa)	Persentase
1	Usaha Jasa Foto Kopi	2964	95%
2	Berdagang Pakaian	93	3%
3	Usaha Rumah Makan	62	2%
Jumlah		3120	100%

Sumber: Data Primer 2013

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Nagari Atar lebih cenderung untuk berkecimpung dalam jasa foto kopi baik itu yang mendirikan usaha sendiri maupun yang bekerja pada saudara maupun kerabatnya, begitu juga masyarakat atar yang ada di kota padang kebanyakan dari mereka melakukan usaha jasa foto kopi dan selebihnya pada bidang perdagangan yang lain.

Dalam penelitian ini akan dilakukan di dua tempat di Kota Padang yaitu dilokasi kampus UNAND (Universitas Andalas) dan UNP (Universitas Negeri Padang), karena pada dua lokasi kampus inilah yang mempunyai jumlah mahasiswa terbanyak di Kota Padang yang mendorong banyaknya terdapat usaha foto kopi. Berikut ini adalah tabel usaha foto kopi dari Nagari Atar di Kota Padang yang ada di dua lokasi kampus, UNAND (Universitas Andalas) lokasi pasar baru dan UNP (Universitas Negeri Padang) lokasi Air Tawar.

Tabel 1.2
Usaha Jasa Foto Kopi Dari Nagari Atar di lokasi Pasar Baru, Pauh

No	Nama Foto Kopi	Nama Pemilik	Tahun Berdiri
1	Fadhila Foto Kopi	Achan	2004
2	Wesba 1	Rina (Nama Samaran)	2004
3	Wesba 2	Rina (Nama Samaran)	2006
4	Zaky 1	Pak Cau	2000
5	Zaky 2	Pak Cau	2000
6	Santosa	Randi (Nama Samaran)	2013
7	Foto Kopi (tanpa nama)	Jefri	2010

Sumber: Data Primer 2015

Tabel 1.3
Usaha Jasa Foto Kopi Dari Nagari Atar Yang Berada di lokasi Air Tawar

No	Nama Foto Kopi	Nama Pemilik	Tahun Berdiri
1	Xasuku Ungu	Riko	2004
2	Foto Kopi (tanpa nama)	Doni (Nama Samaran)	2004
3	Xasuku	Ulil	2001
4	Cimpago	Taher	2000
5	Xasuku Gajah	Ulil	2009
6	Xasuku	Ulil	2010
7	Xasuku	Ulil	2006
8	Foto Kopi (tanpa nama)	Andra (Nama Samaran)	2009
9	Xasuku	Ulil	2006
10	Umega Jaya	Deswendi	2005
11	Xasuku	Ulil	2008
12	Xasuku	Ulil	2008
13	Viona Foto Kopi	Viona	2011
14	Foto Kopi (tanpa nama)	Toni (Nama Samaran)	2010

Sumber: Data Primer 2015

Dalam penelitian ini membahas tentang jaringan usaha jasa foto kopi yang berasal dari Nagari Atar dalam mengelola usaha jasa foto kopi. Para usahawan foto kopi asal Nagari Atar ini membentuk jaringan usaha foto kopi. Jaringan ini berguna untuk mempertahankan usaha jasa foto kopi antara sesama usahawan asal Nagari Atar di Kota Padang.

Dalam rangka mengembangkan usaha dan mencari pelanggan di perlukan jaringan yang kuat antar pemilik usaha dan pelanggan. Penjelasan tentang jaringan sebagaimana, Robert M. Z. Lawang yang dikutip Damsar (2009: 157) Jaringan merupakan terjemahan dari network, yang berasal dari dua suku kata yaitu net dan work. Net diterjemahkan dalam bahasa sebagai jaring, yaitu tenunan seperti jala, terdiri dari banyak ikatan antar simpul yang saling terhubung

antara satu sama lain. Sedangkan kata work bermakna sebagai kerja. Gabungan kata net dan work, sehingga menjadi network, yang penekanannya terletak kerja bukan pada jaring, dimengerti sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antara simpul-simpul seperti halnya jarring (net).

Jaringan sosial sangat berpengaruh terhadap kesuksesan seseorang atau kelompok dalam melakukan suatu kegiatan. Robert M. Z. Lawang menyatakan ada tiga fungsi jaringan yaitu fungsi koordinatif, fungsi katalisator dan fungsi akses atau informatif. Fungsi akses disebut juga dengan fungsi peluang atau fungsi informatif yang dikatakan sebagai fungsi pelumas (*lubricant*) oleh Anderson. Sedangkan fungsi katalisator adalah fungsi jaringan yang membantu melakukan percepatan dalam suatu kegiatan ekonomi (Lawang, 2004:69).

Sebuah masalah awal dalam perdebatan tentang hubungan jaringan adalah kebutuhan untuk memperkuat keberadaan hubungan jaringan sebagai cara khusus dalam mengorganisasi bisnis. Sebagaimana mustahil menjadi bisnis kecil tanpa hubungan, paling tidak terhadap pelanggannya jika bukannya pada pemasok dan juga pada tingkat pelayanan bisnis, tampaknya perlu bagi kita untuk membedakan “yang biasa” dengan hubungan jaringan. Sebagaimana perhatian dalam hubungan telah tumbuh, pandangan yang berbeda muncul sampai pada titik di mana hubungan jaringan merupakan seperangkat hubungan bisnis yang berbeda dan terpisah dari interaksi yang lain (Perry, 2002: 5).

Untuk dapat mengembangkan usaha pemilik usaha jasa foto kopi juga harus berhubungan dengan orang lain yang di dalam memenuhi kebutuhan usaha,

dan untuk melengkapi alat serta perlengkapannya seperti kertas tinta, komponen mesin foto kopi. Dalam penelitian ini juga dijelaskan jaringan cara mendapatkan karyawan serta jaringan sesama usaha foto kopi dari Nagari Atar. Selain itu dalam suatu perdagangan jaringan merupakan suatu hal yang sangat penting. Karena suatu perdagangan ataupun jasa tidak akan dapat bisa bertahan tanpa ada jaringan di dalamnya. Dan selain itu melihat kondisi yang terjadi saat ini pada usaha jasa foto kopi di mana semakin meningkatnya jumlah usaha ini dan semakin berkembangnya teknologi peralatan usaha sehingga akan menimbulkan problema tersendiri terhadap pelaku usaha tersebut, misalnya semakin tingginya kompetisi usaha, serta dengan tetap mempertahankan usahanya di Kota Padang.

1.2. Rumusan Masalah

Usaha foto kopi adalah jenis usaha yang relatif lebih banyak dijalankan oleh migran dari Nagari Atar Kec. Padang Ganting Kab. Tanah Datar yang tinggal di Kota Padang. Pada saat sekarang ini jasa usaha foto kopi sudah semakin banyak dan dengan bertambahnya jumlah usaha foto kopi tersebut maka akan menimbulkan persaingan yang tinggi diantara mereka. Dengan demikian orang dari Nagari Atar yang baru menjalani usaha foto kopi ini perlu bimbingan dan belajar kepada saudara-saudara maupun kerabat se Nagari. Dalam hal ini misalnya mereka membutuhkan pengetahuan tentang cara mendapatkan perlengkapan usaha seperti kertas, komponen mesin foto kopi serta perlengkapan lain yang dibutuhkan oleh usaha tersebut.

Dengan semakin berkembangnya teknologi mesin foto kopi dan dengan adanya mesin printer karena usaha jasa foto kopi pada saat ini juga dibarengi

dengan jasa percetakan dokumen. Pada hal yang demikian dituntut keahlian untuk operasional usaha serta untuk memperbaiki perlengkapan yang rusak. Dalam menjalankan usaha foto kopi orang dari Nagari Atar Kec. Padang Ganting Kab. Tanah Datar juga dituntut untuk mempunyai kemampuan serta inovasi untuk mengembangkan usaha tersebut. Kondisi tersebut akan menimbulkan problema tersendiri bagi usaha foto kopi yang mana akan menimbulkan kompetisi yang tinggi diantara usaha tersebut. Hal ini berkaitan dengan pendekatan sosiologi terhadap pasar yang memandang pasar sebagai keadaan yang penuh konflik dan persaingan, maupun dilihat dari masalah sosial perkotaan yang mana semakin meningkatnya jumlah penduduk di kota akibat dari migrasi yang dapat menimbulkan problema sosial lainnya. Meskipun dengan keadaan yang demikian usaha foto kopi dari Nagari Atar Kec. Padang Ganting Kab. Tanah Datar masih mempertahankan usaha foto kopi dan menunjukkan adanya jumlah usaha yang terbilang cukup banyak. Maka dari uraian itu pertanyaan penelitiannya adalah bagaimana jaringan usaha foto kopi dari Nagari Atar Kec. Padang Ganting Kab. Tanah Datar di Kota Padang, siapa aktor yang terlibat dalam jaringan jasa foto kopi dan bagaimana hubungan sosial dan kerjasamanya.

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penulisan ini adalah :

A. Tujuan Umum

Secara umum bertujuan untuk mendeskripsikan jaringan usaha jasa foto kopi dari Nagari Atar di Kota Padang.

B. Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan aktor yang terlibat dalam jaringan usaha jasa foto kopi dari Nagari Atar di Kota Padang.
2. Mendeskripsikan jaringan usaha jasa foto kopi dari Nagari Atar di Kota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta menambah pengetahuan pada ilmu sosiologi, khususnya yang membahas dan memahami tentang usaha jasa foto kopi.

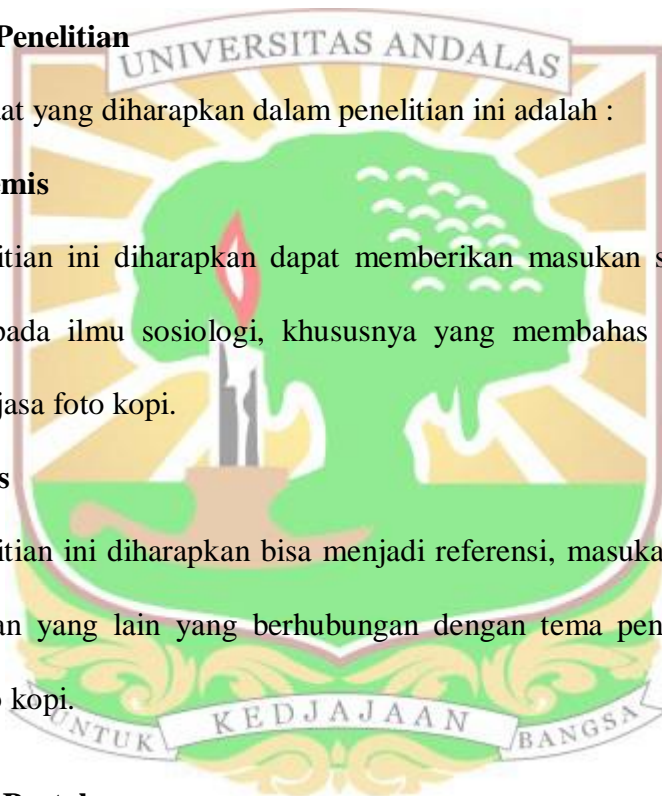
Secara praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi, masukan dan informasi bagi penelitian yang lain yang berhubungan dengan tema penelitian ini yaitu usaha jasa foto kopi.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Konsep Jaringan

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia jaringan adalah barang siratan yang serupa jaring jala, jaringan juga diartikan sebagai susunan sel-sel khusus yang sama pada tubuh dan bersatu dalam menjalankan fungsi biologis tertentu (KBBI, 2005:460). Sedangkan jaringan secara sosial adalah sekelompok orang dihubungkan oleh perasaan simpati dan kewajiban serta oleh norma pertukaran.



Melalui jaringan kerjasama yang sinergi, akan memberikan manfaat bagi kehidupan bersama.

Pengertian jaringan secara etimologi yaitu jaringan berasal dari kata dasar jaring yang berarti jaringan tali yang dijalin sedemikian rupa sehingga membentuk suatu jalinan dengan beberapa simpul (ikatan). Kemudian kata dasar ini (*net*) ditambah atau digabung dengan kata kerja (*work*). Maka jaringan dapat diartikan sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti jaring (Lawang dalam Damsar, 2009: 157).

Penjelasan Lawang lebih lanjut tentang jaringan yang dikutip Damsar (2009:157-158).

1. Ada ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan, boleh dalam bentuk strategis, boleh pula dalam bentuk moralistis. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak.
2. Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama
3. Seperti halnya sebuah jaring (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul itu pasti kuat menahan beban bersama.
4. Dalam kerja jaring itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Kalau satu simpul saja putus, maka keseluruhan jaring itu tidak dapat berfungsi lagi, sampai simpul itu diperbaiki lagi. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat.

5. Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
6. Ikatan atau pengikat (simpul) dalam capital sosial adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan mediana itu dipelihara dan dipertahankan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jaringan merupakan ikatan antar orang atau kelompok dalam hubungan sosial yang diikat oleh kepercayaan pada pada suatu aktifitas kerjasama. Dari batasan tersebut terlihat komponen-komponen dari suatu jaringan yaitu hubungan sosial, kepercayaan, dan kerjasama.

1. Hubungan sosial

Dalam suatu jaringan hubungan sosial merupakan suatu modal yang sangat penting. Akan tetapi dalam suatu jaringan hubungan saja tidak cukup untuk dijadikan modal, yang lebih penting adalah hubungan yang terjadi haruslah bisa dimobilisasi. Agar seorang pelaku bisa mencapai tujuan dengan cara meminta bantuan kepada salah satu atau beberapa anggota dalam jaringan maka harus dipastikan bahwa orang yang diminta bantuan menguasai sumber-sumber yang dibutuhkan, dan yang lebih penting lagi adalah bahwa mereka juga siap untuk mengulurkan bantuannya (Giddens, 2005:331-332).

Hubungan sosial merupakan awal terbentuknya jaringan, hubungan yang dimaksud adalah hubungan yang berulang antar individu-individu yang mempunyai fungsi penting bagi individu tersebut. Orang terlibat dalam suatu jaringan karena adanya keterkaitan secara prinsip atau pemikiran. Seorang tidak akan membuka jaringan dengan siapa saja, melainkan dengan orang yang menurut

penilaiannya mempunyai arti penting baginya baik secara sosial maupun ekonomi. Dalam jaringan usaha foto kopi, pemilik usaha akan berhubungan dengan sesama pemilik dan aktor-aktor lain yang terlibat. Sehingga dengan adanya hubungan sosial ini, maka para pelaku usaha foto kopi akan dapat bekerja sama di dalam melaksanakan usahanya (Lawang, 2004: 52).

2. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan akan reabilitas seseorang atau sistem, terkait dengan berbagai hasil atau peristiwa, dimana keyakinan itu mengekspresikan suatu iman (*faith*) terhadap integritas atau cinta kasih orang lain, atau terhadap ketepatan prinsip abstrak (pengetahuan teknis) (Giddens dalam Damsar, 2009:186).

Menurut Lawang (2004:36) kepercayaan adalah hubungan antara dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial. Dalam pendekatan sosiologi ekonomi baru atau sering disebut pendekatan keterletakan menggunakan pandangan yang lebih dinamis yaitu kepercayaan tidak muncul dengan seketika tetapi terbit dari proses hubungan antar pribadi dari aktor-aktor yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Kepercayaan bukanlah merupakan barang baku (tidak berubah) tetapi sebaliknya ia terus menerus ditafsirkan dan dinilai oleh para aktor yang terlibat di dalam hubungan perilaku sosial.

Kepercayaan merupakan suatu mekanisme yang mereduksi kompleksitas sosial, yang memelihara keberlangsungan suatu masyarakat, dan memperbesar kemampuan manusia untuk bekerja sama tanpa didasari atas kalkulasi rasional

kognitif tetapi melalui perkembangan dari suatu ukuran penyangga antara harapan dan keinginan. Dalam pelaksanaan dan mengembangkan usaha foto kopi kepercayaan terjadi di antara aktor-aktor yang terlibat (Luhman dalam Damsar, 2005:53).

3. Kerjasama

Kerjasama adalah jaringan interaksi untuk mencapai tujuan bersama. Bahwa kerjasama (*cooperation*) timbul karena jika orang menyadari, bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang sama mempunyai pengalaman dan pengendalian diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut melalui kerjasama. Kesadaran dan adanya kepentingan yang sama merupakan fakta yang penting dan sangat berguna (Colley dalam Soekanto, 1982:66).

Dalam berbagai macam usaha kerjasama terdiri dari empat macam bentuk usaha yaitu :

1. Tawar-menawar (*bargaining*)

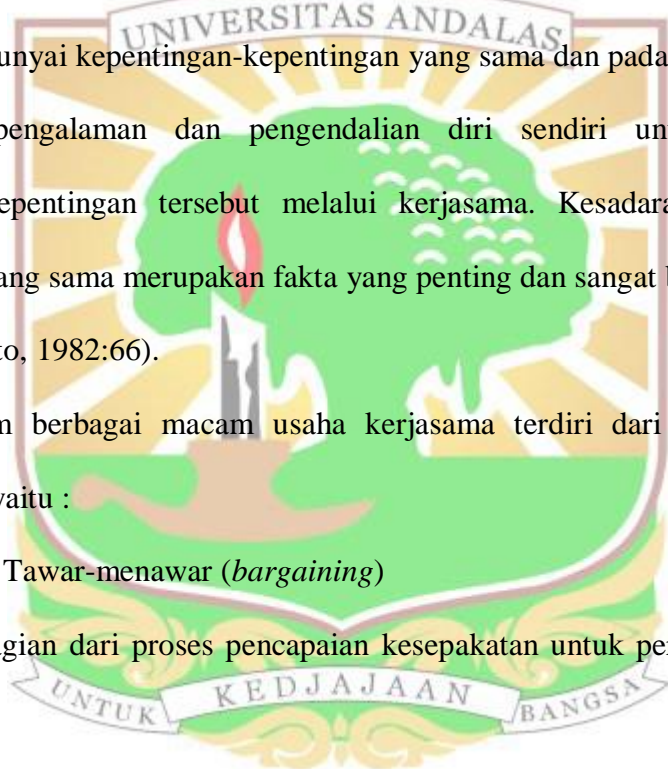
Merupakan bagian dari proses pencapaian kesepakatan untuk pertukaran barang atau jasa.

2. Kooptasi (*cooptation*)

Usaha kearah kerjasama yang dilakukan dengan jalan menyepakati pimpinan yang akan ditunjuk untuk mengendalikan jalannya organisasi atau kelompok.

3. Koalisi (*coalition*)

Adalah usaha dua organisasi atau lebih yang sekalipun mempunyai struktur berbeda-beda hendak mengejar tujuan yang sama dengan cara yang kooperatif.



4. Patungan (*joint-venture*)

Usaha bersama untuk mengusahakan suatu kegiatan, demi keuntungan bersama yang akan dibagi nanti, secara proporsional dengan cara saling mengisi kekurangan masing-masing (Narwoko, 2004:39).

Bentuk-bentuk kerjasama dapat dijumpai dalam kelompok dan masyarakat manusia manapun, baik pada kelompok-kelompok yang kecil maupun pada satuan-satuan kehidupan yang besar. Didalam kelompok-kelompok kecil seperti keluarga dan komunitas tradisional proses sosial yang terjadi dalam kerjasama cenderung bersifat spontan. Kelompok ini biasa juga disebut sebagai kelompok primer. Sedangkan dalam kelompok sekunder lebih bersifat direncanakan secara rasional dan sengaja daripada bersifat spontan atau berlandaskan emosi solidaritas (Narwoko dalam Wanaldri, 2014:15).

1.5.2. Jaringan Sosial

Jaringan sosial merupakan salah satu bentuk dari modal sosial. Menurut Robert Lawang, modal sosial menunjuk pada semua kekuatan sosial komunitas yang dikonstruksi oleh individu atau kelompok dengan mengacu pada struktur sosial yang menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individu dan/atau kelompok secara efisien dan efektif dengan modal-modal lainnya (Lawang, 2004:24). Konsep modal sosial ini menggambarkan betapa pentingnya menjalin suatu hubungan satu sama lain, dan memeliharanya agar terjalin terus. Ide sentral dari modal sosial adalah bahwa jaringan-jaringan sosial merupakan suatu asset yang bernilai. Jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus dimana ikatan yang menghubungkan suatu titik dengan titik lain di dalam jaringan adalah

hubungan sosial (Agusyanto, 2007:13). Berdasarkan hal tersebut hubungan sosial bisa dipandang sebagai sesuatu yang seolah-olah merupakan sebuah jalur atau saluran yang menghubungkan satu orang dengan orang lain. Melalui jalur tersebut bisa dialirkan sesuatu, misalnya barang, jasa atau informasi.

1.5.3. Usaha

Usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud (KBBI, 2005). Sedangkan pengertian lain dari usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus agar mendapatkan keuntungan, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, didirikan dan berkedudukan di suatu tempat. Usaha sebagai pedagang di buka di daerah asal tempat tinggalnya dan ada juga yang melakukannya di perantauan maupun di kota (<http://dilihatya.com/1741/pengertian-usaha-menurut-para-ahli>).

Istilah berdagang bisa juga dikatakan sebagai pengusaha atau berwirausaha. Keberadaan wirausaha timbul adanya proses migrasi pemunculan usaha kelas menengah dan kecil melakukan usaha di kota. Biasanya usaha dimulai dari tingkat kecil sampai ke tingkat menengah. Namun ada yang tidak diperoleh kepastian tentang jaminan besaran usaha yang diperoleh. Hal ini terjadi karena pelaku tidak memiliki pilihan pekerjaan yang telah dipersiapkan sebelumnya dari daerah asal. Setelah di kota faktor modal menjadi masalah kongkrit, saat mana harus memutuskan suatu jenis usaha. Pilihan terhadap jenis usaha tertentu disebabkan oleh kondisi sosial dan hubungan dengan masyarakat setempat (Effendi, 2005:23).

1.5.4. Tinjauan Sosiologis

Teori Jaringan

Teori jaringan atau analisis jaringan adalah teori yang mempelajari keteraturan individu atau kolektivitas berperilaku. Sasaran utama dari teori jaringan adalah pola objektif ikatan yang menghubungkan anggota masyarakat (individual dan kolektivitas). Ciri khas dari teori jaringan adalah pemusatan perhatian pada struktur mikro hingga makro. Artinya adalah aktor dari teori jaringan yaitu individu, kelompok, perusahaan, dan masyarakat. Sehingga hubungan yang terjadi disini berada ditingkat struktur sosial skala luas maupun di tingkat yang lebih makro. Granovetter menyatakan bahwa hubungan di tingkat mikro seperti tindakan yang “melekat” dalam hubungan pribadi konkret dan dalam struktur (jaringan) hubungan itu. Hubungan ini berlandaskan gagasan bahwa setiap aktor (individu atau kolektivitas) mempunyai akses berbeda terhadap sumber daya yang bernilai (Kekuasaan, kekayaan, informasi) (Wellman dalam Ritzer, 2005:383).

Granoveter sebagaimana yang dikutip oleh Ritzer analisis jaringan mempelajari ikatan antar aktor yang mana terdapat ikatan yang kuat dan lemah. Ikatan yang kuat terjadi pada hubungan antara seseorang dan teman karib, dan ikatan yang lemah terjadi pada hubungan antara seseorang dan kenalan. Ikatan kuat dan lemah merupakan suatu ikatan yang sangat penting dan mempunyai nilai di dalam suatu hubungan. Dimana orang yang mempunyai ikatan yang kuat akan mempunyai motivasi yang lebih besar untuk saling membantu dan lebih cepat untuk saling memberikan bantuan. Sedangkan ikatan yang lemah juga mempunyai fungsi yang penting dimana hubungan diantara dua aktor yang terjadi dapat

membantu sebagai jembatan dalam memberikan suatu informasi sehingga seorang individu dapat mengintegrasikan dirinya dengan lebih baik kedalam masyarakat lebih luas (Ritzer, 2010: 383-384).

Penjelasan Granovetter tentang ikatan yang kuat dan lemah dalam sebuah jaringan dipengaruhi oleh berbagai hal. Sebuah jaringan dalam usaha foto kopi tidak mungkin dapat terbentuk dengan sendirinya. Ikatan yang terjalin antara sesama pemilik usaha jasa foto kopi, antara pemilik usaha dengan karyawan dan antara pemilik usaha dengan pelanggan memerlukan berbagai faktor agar hubungan yang terjadi bisa dipertahankan dan hubungan yang terjadi dapat bersifat ikatan yang kuat atau lemah. Dalam penelitian ini menggunakan teori jaringan karena seseorang tidak akan membuka jaringan dengan siapa saja, melainkan dengan orang yang menurut penilaiannya mempunyai arti penting baginya baik secara sosial maupun ekonomi (Lawang, 2004:52). Disini orang yang menjalankan usaha foto kopi dalam menjalankan dan mengembangkan usaha biasanya akan membentuk hubungan dengan orang yang bisa dipercayainya ini misalnya teman karib sanak sudaranya, dan dengan siapa saja sejauh hubungan yang terjadi mempunyai nilai diantara masing - masing individu, serta dapat mempertahankan keberadaannya usahanya dalam aktivitas jaringan tersebut.

1.5.5. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Oksa (2007) yang berjudul jaringan pengumpul pakaian bekas studi kasus: Pasar Raya Padang. Hasil dari penelitiannya adalah jaringan pengumpul pakaian bekas terbentuk karena adanya

saling kepercayaan antara sesama aktor yang terlibat di dalamnya. Sehingga keberadaannya tetap bertahan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Novia (2008) dengan judul jaringan perdagangan industri sulaman pakaian pengantin, studi: Usaha sulaman indah di naras Kota Pariaman. Pembahasan dalam penelitiannya adalah jaringan yang terjadi dalam proses pemasaran industry sulaman. Berdasarkan dua penelitian yang relevan di atas, penelitian yang dilakukan lebih kepada jaringan sosial serta jaringan kekerabatan yang ada antara jasa foto kopi dari Nagari Atar di Kota Padang di dalam menjalankan usahanya.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini menjelaskan bentuk jaringan usaha jasa foto kopi. Menurut Moleong (2010:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Tipe penelitian deskriptif berusaha untuk menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang diteliti yaitu jaringan yang di bangun oleh usaha jasa

foto kopi dari Nagari Atar untuk memudahkan kegiatan mereka di Kota Padang, dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif ini, peneliti melihat dan mendengar langsung semua peristiwa fenomena jaringan usaha jasa foto kopi yang terjadi. Kemudian mencatat selengkap dan subyektif mungkin mengenai fakta dan pengalaman yang dialami dan dilihat.

1.6.2. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Kata informan harus dibedakan dari kata responden. Informan adalah orang-orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian, sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan pewawancara tentang dirinya dengan hanya merespon pertanyaan-pertanyaan pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan. Karena dalam penelitian kualitatif peneliti harus menempatkan orang atau kelompok orang yang diwawancarai sebagai sumber informasi, maka selayaknya mereka disebut informan bukan responden (Afrizal, 2014:139).

Afrizal (2014:139) membagi dua kategori informan yaitu informan pengamat dan informan pelaku. Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu hal kepada peneliti. Informan ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau pelaku kejadian yang diteliti. Mereka dapat disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Informat pengamat dalam

penelitian ini adalah karyawan jasa foto kopi, distributor perlengkapan usaha jasa foto kopi.

Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya , tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek penelitian itu sendiri. Dalam penelitian ini yang termasuk informan pelaku adalah Pemilik foto kopi yang berasal dari Nagari Atar Kec. Padang Ganting Kab. Tanah Datar yang berusaha di Kota Padang.

Teknik pemilihan informan yang digunakan adalah teknik purposif sampling atau disebut juga mekanisme disengaja. Arti mekanisme disengaja adalah sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber informasi. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang akan dijadikan informan penelitiannya sebelum penelitian dilakukan (Afrizal, 2014:140). Tujuan penggunaan teknik ini adalah untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber dan bangunannya (konteks sosial) serta menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan teori yang dibangun. Kriteria informan penelitian adalah pemilik usaha foto kopi yang telah menjalankan jasa usaha foto kopi yang telah lebih dari lima tahun, serta distributor perlengkapan usaha, karyawan yang sudah bekerja satu tahun.

Tabel 1.4
Informan Penelitian

No	Nama	Umur	Pendidikan	Alamat	Status
1	Taher	45 Tahun	SMA	Air Tawar Barat	Pemilik
2	Ulil	30 Tahun	SMA	Air Tawar Barat	Pemilik
3	Riko	30 Tahun	SMA	Air Tawar Barat	Pemilik
4	Achan	32 Tahun	SMA	Kampung Baru, Pauh	Pemilik
5	Doni (Nama Samaran)	30 Tahun	SMA	Air Tawar Barat	Pemilik
6	Deswandi	28 Tahun	SMA	Air Tawar Barat	Pemilik
7	Jefry	22 Tahun	SMA	Pasar Baru, Pauh	Pemilik
8	Rina (Nama Samaran)	34 Tahun	SMA	Pasar Baru, Pauh	Pemilik
9	Randi (Nama Samaran)	30 Tahun	SMA	Pasar Baru, Pauh	Pemilik
10	Pak Cau	54 Tahun	SMP	Atar	Pemilik
11	Yunizar	50 Tahun	SMP	Kubu Marapalam	Distributor
12	Wawan (Nama Samara)	22 Tahun	SMA	Pasar Baru, Pauh	Karyawan
13	Robert (Nama Samaran)	23 Tahun	SMA	Air Tawar Barat	Karyawan
14	Andi (Nama Samaran)	25 Tahun	SMA	Air Tawar Barat	Karyawan
15	Dino (Nama Samaran)	25 Tahun	Mahasiswa	Air Tawar Barat	Pelanggan
16	Deni (Nama Samaran)	23 Tahun	Mahasiswa	Air Tawar Barat	Pelanggan
17	Rani (Nama Samaran)	28 Tahun	SMA	Jl. Moh. Yamin	Distributor
18	Fifi (Nama Samaran)	32 Tahun	SMA	Jl. Diponegoro	Distributor

1.6.3. Data Yang Diambil

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/ audio tapes*, pengambilan foto/film (Moelong, 2010:157).

Cara memperoleh data dalam penelitian adalah dengan mendapatkan data primer. Yaitu data yang didapat langsung dari informan penelitian, melalui wawancara dan observasi.

1.6.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam.

Pengamatan (*Observasi*)

Pengamatan atau *observasi* merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara cermat dan teliti (Ali, 2014: 132). *Observasi* juga diartikan bahwa untuk mengetahui sesuatu yang sedang terjadi atau yang sedang dilakukan peneliti merasa perlu untuk melihat sendiri, mendengarkan sendiri atau merasakan sendiri. Jadi, *observasi* merupakan pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan mengandalkan panca indra, melalui *observasi* kita bisa mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. *Observasi* yang digunakan didalam penelitian ini adalah *observasi non-partisipan*. *Observasi non-partisipan* merupakan observasi yang menjadikan peneliti sebagai penonton terhadap gejala atau kejadian yang menjadi topik penelitian, peneliti melihat atau mendengarkan pada situasi sosial tertentu tanpa partisipasi aktif didalamnya (Emzir, 2011: 40). Ada tiga aspek mendasar yang harus diperhatikan dalam observasi (Bungin, 2012: 95) Pertama, melihat dan mengamati apa yang mereka lakukan. Kedua, mengamati apa yang mereka ketahui. Ketiga, benda-benda apa saja yang mereka gunakan dalam kehidupan mereka atau objek.

Observasi yang dilakukan pertama kali adalah diawali pada tanggal 11 Mei 2015 sampai dengan 22 Mei 2015. Dalam kegiatan observasi ini, peneliti menghitung jumlah usaha jasa foto kopi yang ada di lokasi penelitian. Dari hasil observasi tersebut, peneliti telah menemukan bahwa jumlah usaha jasa foto kopi yang berasal dari Nagari Atar di dua lokasi penelitian tersebut sebanyak 21 jasa foto kopi yang mana di lokasi Pasar Baru sebanyak 7 jasa usaha foto kopi, sedangkan di lokasi Air Tawar sebanyak 14 jasa foto kopi.

Di lokasi Pasar Baru jasa foto kopi Dari Nagari Atar terdapat dari gerbang Universitas Andalas, yaitu Fadhila foto kopi dan terdapat lagi di sekitaran halte bus Unversitas Andalas di Pasar Baru yaitu Zaky 1 dan 2, serta Wesba di sebelah kanan arah dari kampus sedangkan sebelah kiri arah dari kampus Santosa foto kopi. Dan di lokasi Air Tawar usaha jasa foto kopi dari Nagari Atar terdapat di sepanjang jalan cendrawasih dan jalan gajah.

Dalam penelitian ini teknik *observasi* dilakukan untuk melihat mengamati dan memahami aktivitas usaha foto kopi. Observasi dilakukan langsung ketempat usaha jasa foto kopi dilakukan. Peneliti melihat obyek (lokasi dimana pelaku menjalankan usaha jasa foto kopi), peneliti mengamati kegiatan-kegiatan usaha jasa foto kopi menjalankan usahanya. Diantaranya dalam melayani pelanggan usaha jasa foto kopi akan bersikap seramah mungkin kepada pelanggannya, serta dalam melaksanakan pekerjaan mereka akan berusaha untuk menjadikan hasilnya serapi mungkin. Untuk menghilangkan kejenuhan di dalam melaksanakan pekrjaan mereka juga tidak jarang untuk saling bercanda. Jika pekerjaan sedang banyak mereka akan saling berbagi tugas untuk

mengerjakannya, jika banyak pekerjaan yang belum terselesaikan misalnya menjilid, mereka akan menyelesaikannya sampai tengah malam. Selain itu jika kekurangan kertas sementara keperluannya mendesak mereka akan meminjam kertas kepada temannya yang terdekat untuk menutupi kekurangan tersebut. Serta hal lain yang diamati adalah cara-cara mereka untuk mendapatkan kertas yaitu dengan diantarkan langsung oleh sales dari distributor kertas disini pergaulan antara pemilik usaha foto kopi dengan sales tersebut sudah akrab karena sudah seringnya mereka berhubungan sosial melalui jual beli kertas untuk perlengkapan usaha. Aktivitas lain yang diamati yaitu di saat akhir pekan usaha jasa foto kopi dari Nagari Atar mereka akan mengadakan permainan futsal ini juga akan dapat memperkuat ikatan hubungan sosial diantara sesama mereka karena disitu mereka dapat lebih saling mengenal.

Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam yaitu seorang peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail dengan alternatif jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan yang umum yang kemudian didetailkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya. Mungkin ada sejumlah pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelum melakukan wawancara (sering disebut pedoman wawancara), tetapi pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak terperinci dan berbentuk pertanyaan terbuka (tidak ada alternative jawaban). Hal

ini berarti wawancara dalam penelitian kualitatif dilakukan seperti dua orang yang sedang bercakap-cakap tentang sesuatu (Afrizal, 2014:21).

Pedoman wawancara disusun terlebih dahulu sebelum peneliti ke lokasi penelitian, berupa pedoman wawancara (interview guide) yang berisi mengenai pokok-pokok pertanyaan yang ditanyakan kepada informan penelitian, antara lain mengenai pembentukan jaringan usaha foto kopi. Dalam proses wawancara peneliti menggunakan alat bantu yaitu *handphone*, alat tulis dan *block note* untuk mencatat hal-hal penting dan mendokumentasikan lokasi penelitian. Dalam wawancara ini informan yang diwawancarai adalah pemilik usaha foto kopi di dalam melengkapi keperluan usaha yaitu misalnya dengan membangun langganan dengan distributor perlengkapan usaha, cara dan jaringan pemilik usaha foto kopi di dalam menjalankan usahanya yaitu dengan menjalin hubungan yang baik dengan karyawan serta dengan usaha jasa foto kopi dari tempat lain dan juga membangun hubungan sosial yang baik dengan masyarakat setempat dan hubungan pemilik usaha dengan sesama pemilik yaitu mereka akan saling bersilaturahmi serta mengadakan acara yang dapat mempertemukan serta menyatukan mereka misalnya main futsal serta acara pulang basamo yang mana mereka dapat saling berdiskusi tentang usaha jasa foto kopi tersebut. Disini peneliti juga mewawancarai tentang terbentuknya kepercayaan serta mempertahankannya dalam melakukan usaha yang mana kepercayaan terbentuk antara pemilik usaha jasa foto kopi dengan distributor perlengkapan usaha adalah karena jual beli yang berkelanjutan, bentuk kerjasama antara sesama pemilik usaha jasa foto kopi yaitu disini kerjasama mereka akan saling membantu jika ada

teman serta saudara yang sedang membutuhkan bahan perlengkapan usaha dengan cepat maka mereka akan meminjamkan kertas tersebut. Selain pemilik informan yang diwawancarai adalah distributor perlengkapan usaha, karyawan, serta pelanggan.

Wawancara mendalam penulis lakukan pada tanggal 9 sampai dengan 13 Agustus 2015. Wawancara di lakukan pada jasa foto kopi di lokasi Air Tawar dilakukan yaitu berkisar dari jam 10.00 WIB sampai dengan jam 16.00 WIB. Pada hari pertama melakukan wawancara mendalam dilakukan pada hari minggu kepada jasa foto kopi yang tetap melakukan usahanya pada hari itu. Pada hari minggu aktivitas jasa foto kopi tidak sesibuk hari lainnya, karena pelanggan dan orang yang memfoto dokumen tidak banyak pada hari tersebut, sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan wawancara mendalam.

Sedangkan wawancara dengan distributor perlengkapan usaha (distributor mesin) dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2015 di rumah informan. Sedangkan wawancara dengan distributor kertas dan alat tulis dilakukan pada tanggal 3 September 2015 di tempat usaha informan. Dalam mewawancarai distributor menggunakan teknik wawancara mendalam dengan berpedoman pada beberapa buah pertanyaan. Dengan menggunakan teknik tersebut informan akan dapat menjelaskan lebih dalam mengenai topik wawancara.

Tetapi ada juga wawancara yang dilakukan pada waktu malam hari yaitu berkisar dari jam 19.30 WIB sampai dengan jam 22.00. Pemilihan waktu ini dilakukan karena pada malam hari aktivitas jasa foto kopi sudah mulai berkurang. Namun pada saat melakukan wawancara, tidak selalu berjalan dengan lancar,

terkadang ada orang yang memfoto kopi buku sehingga informan akan melayani pelanggan tersebut dan sehingga wawancara akan terputus. Selain itu kesulitan lain yang ditemui adalah wawancara yang dilakukan terkadang tidak terlaksana pada waktu yang telah dibuat.

1.6.5. Unit Analisis

Dalam suatu penelitian unit analisis berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan, yang menjadi unit analisis dari penelitian ini adalah kelompok yaitu usaha jasa foto kopi yang berasal dari Nagari Atar Kec. Padang Ganting Kab Tanah Datar yang berusaha di Kota Padang tepatnya di Pasar Baru dan AIR Tawar.

1.6.6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi. Aktivitas-aktivitas seorang peneliti dalam menganalisis data dalam penelitian kualitatif, dengan demikian adalah menentukan data penting, menginterpretasikan, mengelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu dan mencari hubungan antara kelompok-kelompok.

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari pengumpulan data sampai pada tahap penulisan laporan. Oleh sebab itu, dalam penelitian

kualitatif, pengumpulan data dan analisis data dilakukan bersamaan. Selama proses penelitian, seorang peneliti secara terus menerus menganalisis datanya (Afrizal, 2014:176).

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian adalah sejak awal berada dilapangan. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan pedoman wawancara dianalisa dan diinterpretasikan secara kualitatif. Analisa ini dipakai karena dianggap mampu menemukan defenisi situasi serta gejala sosial dari subjek, baik perilaku, aksi, motivasi dan perasaan subyek. Oleh karena penelitian ini bersifat deskriptif maka data yang didapat dilapangan dikategorikan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

Data yang diperoleh baik dari hasil pengamatan di lapangan maupun wawancara dicatat dalam field note, kemudian dipelajari sebagai satu kesatuan utuh dan dianalisa secara kualitatif. Data yang diperoleh akan disusun secara sistematis sehingga dapat memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan. Serta pada akhirnya dapat memberikan kesimpulan penelitian yang deskriptif.

1.6.7. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Padang, tepatnya di daerah Pasar Baru dan Air Tawar. Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat beradanya dua kampus yang besar di Sumatera Barat, yaitu UNAND (Universitas Andalas) dan UNP (Universitas Negeri Padang) yang mendukung banyaknya terdapat keberadaan usaha foto kopi di daerah tersebut.

1.6.8 Definisi Operasional Konsep

Jaringan

Adalah ikatan antar aktor (orang atau kelompok) dalam hubungan sosial yang diikat oleh kepercayaan pada suatu aktivitas kerjasama.

Jasa

Adalah sebagai salah satu bentuk produksi, jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang berhubungan dengan produk fisik maupun tidak, ada produksi jasa murni seperti konsultan manajemen, ada pula yang membutuhkan produk fisik sebagai persyaratan utama seperti pesawat dalam jasa penerbangan, makanan di restoran serta jasa foto kopi.

Usaha

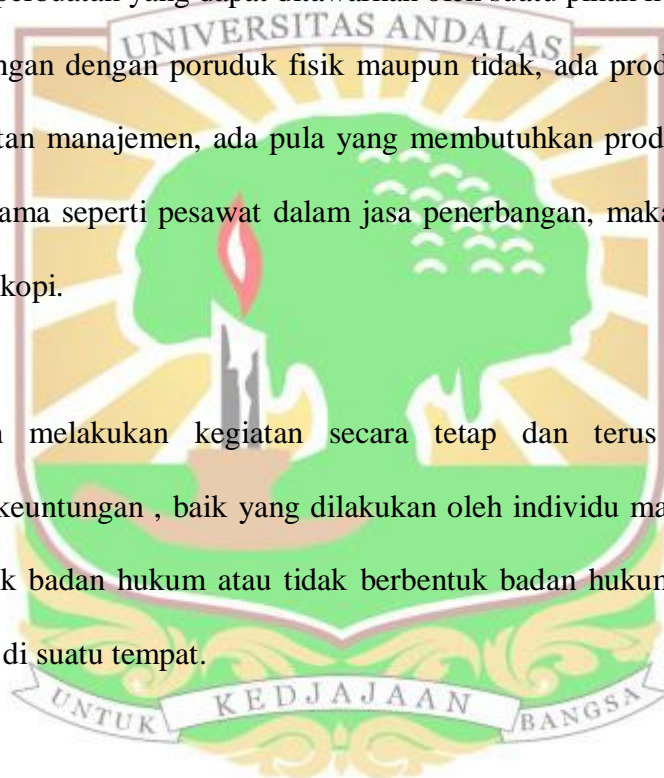
Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus agar mendapatkan keuntungan, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, didirikan dan berkedudukan di suatu tempat.

Aktor

Adalah orang serta kelompok yang berperan dan terlibat dalam suatu aktivitas kerjasama

Kepercayaan

Adalah hubungan antara dua belah pihak atau lebih yang terlibat dalam jaringan usaha jasa foto kopi dari Nagari Atar yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu pihak atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial.



Kerjasama

Adalah jaringan interaksi untuk mencapai tujuan bersama dalam usaha jasa foto kopi.

Usaha Jasa Foto Kopi dari Nagari Atar

Adalah usaha yang menyediakan jasa foto kopi dokumen, buku dan lainnya yang berasal dari Nagari Atar, Kab. Tanah Datar.



1.6.9. Jadwal Penelitian

Berikut ini adalah tabel jadwal dari pelaksanaan penelitian mulai dari penelitian sampai ujian skripsi. Untuk lebih ditailnya berikut adalah tabel tentang jadwal dari kegiatan dalam penelitian ini yang dimulai semenjak Agustus 2015.

Tabel 1.5
Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2015/2016											
		Mar	Apr	Mei	Juni	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	
1	Tor penelitian	■											
2	Bimbingan proposal		■	■	■	■							
3	Seminar proposal				■	■	■						
4	Perbaikan proposal			■	■	■	■						
5	Penelitian						■	■	■				
6	Analisis data									■	■	■	
7	Ujian Skripsi												■

