

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

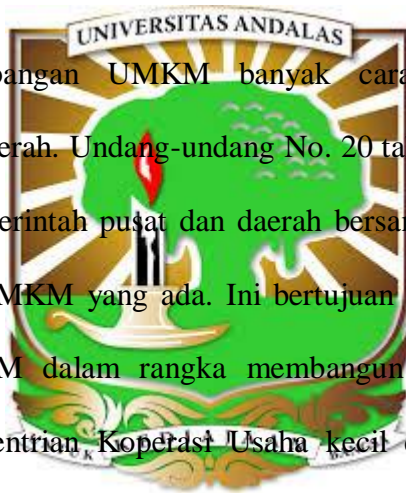
Pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan langkah untuk mencapai semangat stabilitas ekonomi dan sosial di kawasan Asia Tenggara. Jika ditinjau kembali sebelum pelaksanaan MEA, UMKM menghadapi banyak tantangan seperti tantangan eksternal yang bergantung pada kebijakan pemerintah. Kemudian, tantangan lainnya seperti tantangan internal terlihat dari rendahnya kualitas sumber daya manusia, perizinan dan modal usaha, permodalan, pengembangan teknologi, dan pemasaran produk. Tantangan ini tentu memerlukan solusi dari semua pihak termasuk pemerintah dan asosiasi UMKM.



Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM dianggap sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar penduduk Indonesia berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik itu secara tradisional maupun modern. Ada beberapa fungsi UMKM dalam perekonomian, yaitu sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal, mengembangkan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, penyedia pasar baru dan sumber inovasi. Yang terpenting UMKM dapat menumbuhkan jiwa wirausahaan baru dan tangguh. Pengembangan UMKM ini dijadikan salah satu langkah dari pemerintah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Pengembangan UMKM pada dasarnya merupakan tanggung jawab antara

pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, peranan pemerintah dan masyarakat sangatlah penting dalam peningkatan pengembangan UMKM.

Di sisi lain kebutuhan masyarakat harus terpenuhi sehingga masyarakat berpikir mencari solusi untuk menghindari permasalahan tersebut dengan mendirikan UMKM. Sebagian orang menganggap bahwa UMKM sebagai sektor usaha yang tahan banting sehingga mampu bertahan dalam kondisi apapun. Dengan kemampuan dan keterbatasan UMKM mampu menciptakan atau membuka lapangan pekerjaan walaupun hanya sedikit menampung tenaga kerja (Kadarisman, 2012: 57).



Untuk pengembangan UMKM banyak cara telah dilakukan oleh pemerintah pusat dan daerah. Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memberdayakan dan mengembangkan UMKM yang ada. Ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan UMKM dalam rangka membangun perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi Usaha kecil dan menengah Indonesia jumlah UMKM tahun 2012 sebanyak 56.534.592 unit dan tahun 2013 sebanyak 57.895.721 unit. Ini membuktikan bahwa UMKM terus berkembang, dapat dilihat perbandingan dari tahun 2012 sampai 2013 yang mana UMKM bertambah sebanyak 1.361.129 unit (Data BPS, 2012 tentang Pertumbuhan UMKM di Indonesia).

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang turut mendorong pertumbuhan UMKM. Berikut ini disajikan tabel mengenai jumlah pertumbuhan UMKM di Sumatera Barat tahun 2015.

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah Provinsi Sumatera Barat Tahun 2015

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah			
		Usaha Mikro (Unit)	Usaha Kecil (Unit)	Usaha Menengah (Unit)	Total (Unit)
1	Kab. Lima Puluh Kota	271	4.973	43.679	48.923
2	Kab. Solok Selatan	40	913	8.952	9.905
3	Kab. Pasaman	69	3.121	25.351	28.541
4	Kab. Tanah Datar	285	5.772	37.556	43.613
5	Kab. Pasaman Barat	258	5.712	26.391	32.361
6	Kab. Pesisir Selatan	101	5.489	38.497	44.087
7	Kab. Solok	247	4.426	35.437	40.110
8	Kab. Padang Pariaman	292	4.574	37.474	42.340
9	Kab. Agam	301	4.635	42.561	47.497
10.	Kab. Sijunjung	99	3.595	19.785	23.479
11	Kab. Dharmasraya	84	2.906	12.797	15.787
12	Kab. Kep. Mentawai	25	246	2.924	3.195
13	Kota Padang	950	39.403	35.883	76.236
14	Kota Sawah Lunto	110	2.106	8.923	11.139
15	Kota Padang Panjang	105	2.549	6.769	9.423
16	Kota Bukittinggi	681	8.714	18.953	28.348
17	Kota Payakumbuh	396	4.954	13.895	19.245
18	Kota Solok	257	2.951	8.712	11.920
19	Kota Pariaman	305	2.623	9.401	12.329
	Jumlah	4.876	109.662	433.940	548.478

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat, tahun 2015

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 terdapat pertumbuhan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Sumatra Barat. Jumlah UMKM terbanyak terdapat di Kota Padang dengan jumlah 76.236 unit usaha UMKM. Sedangkan UMKM paling sedikit terdapat di Kab. Kep. Mentawai dengan jumlah 3.195.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan jenis usaha yang cukup menggeliat akhir-akhir ini. Ditambah lagi dukungan pemerintah pada usaha ini juga cukup besar. Meskipun UMKM merupakan kelompok usaha kecil, namun jangan remehkan keuntungan dari usaha ini. Banyak jenis UMKM yang sangat potensial seperti usaha kuliner, usaha bidang fashion, usaha dibidang pendidikan, usaha dibidang agrobisnis, teknologi, dan usaha kerajinan tangan. Salah satu UMKM yang diminati masyarakat UMKM dibidang kuliner atau makanan adalah usaha tahu tempe. Tahu tempe merupakan salah satu makanan tradisional di Indonesia, yang mana tahu tempe adalah makanan yang sehat dan harganya yang relatif murah dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Kondisi ini membuat keberadaan usaha tahu tempe masih bertahan sampai saat ini. Perubahan teknologi mempengaruhi perubahan dalam proses produksi seperti penggunaan peralatan dan cara pembuatan yang lebih steril dan sehat. Dalam proses produksi usaha tahu tempe melibatkan pekerja sekitar lima sampai sepuluh orang dengan pembagian kerja tertentu seperti, bagian adonan tahu tempe, penyalinan tahu tempe ke wadah, bagian transportasi, pemisah dan penghancur kedelai, tukang masak kedelai, bagian pencetakan tahu tempe, dan penjual di pasar.



Batusangkar merupakan salah satu daerah di Sumatra Barat yang memiliki usaha tahu tempe. Berdasarkan observasi awal untuk wilayah pasar Batusangkar tercatat lima dari enam pedagang tahu tempe memiliki tempat produksi masing-masing. Seperti ditampilkan di tabel dibawah ini

Tabel 1.2
Asal Pedagang Tahu Tempe di Pasar Serikat C Batusangkar

No	Jorong	Jumlah usaha tahu tempe
1	Baringin	3
2	Minang	2

Sumber : Data Primer 2017

Aktifitas di Pasar Batusangkar dimulai pada pukul enam pagi sampai enam sore. Begitu juga dengan keenam pedagang tahu tempe dimana mereka berdagang setiap hari di Pasar Serikat C Batusangkar. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, dalam aktifitas keseharian di pasar hubungan antar pedagang satu sama lain mempunyai komunikasi yang baik dimana mereka mempunyai tempat/kios berdekatan satu sama lain, dengan situasi yang seperti itu hubungan antar pedagang semakin intens. Selain itu, pemilik usaha untuk menjual tahu tempe di pasar mereka juga membawa satu atau dua orang pekerja untuk membantu di pasar, biasanya pemilik usaha memperkerjakan karyawan di pasar itu bisa dari keluarga pedagang sendiri maupun di luar anggota keluarga. Masing-masing pedagang memiliki pelanggan tetap setiap harinya, baik itu yang berasal dari kota Batusangkar maupun di luar kota sendiri.

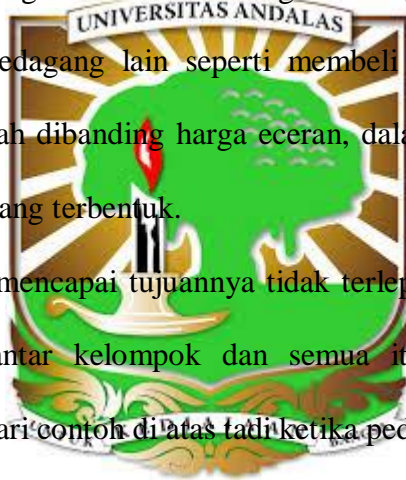
Dalam menjalankan usaha tahu tempe tidak selalu berjalan dengan baik. Berdasarkan survei awal permasalahan yang sering muncul adalah gagalnya produksi tahu tempe dan dagangan mereka cepat habis atau laku. Pedagang

mencoba mencari solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut karena pedagang memiliki pelanggan tetap setiap harinya. Salah satu bentuk usaha untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan memanfaatkan modal sosial. Modal sosial yang dimaksudkan disini adalah berupa kepercayaan, jaringan, dan norma yang dimiliki oleh pedagang.

Kepercayaan ini menunjuk pada hubungan antara dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial. Misalnya seperti yang dijelaskan di atas tadi ketika pedagang tahu tempe mengalami masalah dengan barang dagangannya maka bisa bekerja sama dengan pedagang lain seperti membeli dagangan pedagang lain dengan harga lebih murah dibanding harga eceran, dalam kegiatan seperti inilah kepercayaan antar pedagang terbentuk.

Jaringan dalam mencapai tujuannya tidak terlepas dari kepercayaan baik itu antar orang atau antar kelompok dan semua itu diikat dengan sebuah kepercayaan. Lanjutan dari contoh di atas tadi ketika pedagang kekurangan barang dagangannya maka dia akan membeli barang dagangannya dengan harga yang lebih murah dibanding harga eceran kepada pedagang yang sudah dari awal bekerja sama dengan dia, karena dalam sebuah pasar itu tidak hanya satu pedagang dengan dagangan yang sama maka dengan kepercayaan itu tadilah yang mendasari pedagang bekerja sama.

Norma merupakan suatu aturan yang harus dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu dan norma ini tidak dapat dipisahkan dari jaringan dan kepercayaan. Seperti contoh antara pedagang tahu



tempe dan pembeli, jikalau seorang pembeli sudah merasakan kenyamanan dan keuntungan maka dia akan menjadi pelanggan dari pedagang tersebut dalam hal ini terjadi sebuah pertukaran yang saling menguntungkan antara pedagang dan pembeli. Dalam hal ini seorang pembeli mempunyai suatu kewajiban sosial untuk selalu membeli terhadap pedagang yang sama, dan itulah yang disebut dengan norma dan tingkah laku dalam konteks hubungan sosial. Dengan modal sosial ini pedagang tahu tempe mampu memenuhi permintaan pelanggan setiap harinya. Hal inilah yang mendorong peneliti mengambil tema ini menjadi bahasan penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Di Pasar Serikat C Batusangkar, terdapat pedagang-pedagang yang menjual barang dagangan yang sama dan berada pada tempat yang berdekatan, seperti pedagang tahu tempe, pedagang ikan, pedagang ayam, pedagang buah, dan sebagainya. Pada pedagang-pedagang ini terjadi hal-hal lazim seperti persaingan maupun kerjasama.



Masing-masing pedagang memiliki hubungan yang dekat dan sering melakukan komunikasi. Terjadi beberapa bentuk kerjasama yang terjalin antara sesama pedagang tempe tersebut. Salah satu bentuk kerja sama yang dilakukan adalah ketika salah satu pabrik gagal memproduksi tempe dan tahu dikarenakan alasan tertentu. Maka, pemilik pabrik akan membeli tempe dan tahu pada pedagang lain dengan harga yang murah dari biaya eceran. Merupakan hal yang wajar jika pedagang mengambil keuntungan dari produksi pedagang lainnya. Namun, berbeda halnya dengan pedagang di pasar Serikat C yang mengutamakan

kerja sama dengan pendistribusian produknya pada pemilik pabrik lainnya untuk menjaga stabilitas jalannya proses jual beli. Dikarenakan 5 dari 6 pedagang yang berjualan di pasar Serikat C Batusangkar memiliki pabrik masing-masing dan langsung didistribusikan oleh pemiliknya, namun tetap terjalin kerjasama antara sesama pedagang di pasar Serikat C Batusangkar. Karena itu, peneliti tertarik untuk melihat bentuk-bentuk modal sosial yang terjadi pada pasar tersebut. Maka, pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana bekerjanya modal sosial antara pedagang tahu tempe demi keberlangsungan usaha tahu tempe di Pasar Serikat C Batusangkar?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Menganalisis bagaimana bekerjanya modal sosial antara pedagang tahu tempe di Pasar Serikat C Batusangkar

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi bagaimana bekerjanya kepercayaan antara pedagang tahu tempe di Pasar Serikat C Batusangkar.
2. Mengidentifikasi bagaimana bekerjanya jaringan antara pedagang tahu tempe di Pasar Serikat C Batusangkar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Bagi Aspek Akademis



Penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmu terhadap perkembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan teori sosiologi dan kontribusi untuk perkembangan ilmu sosiologi pasar.

2. Bagi Aspek Praktis

- a) Bahan masukan bagi peneliti lain khususnya bagi pihak-pihak yang berminat untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.
- b) Bahan masukan juga bagi Pedagang tahu tempe untuk pengembangan dan kemajuan usaha.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Tinjauan Sosiologis

Menurut Portos (1995:12-13), seorang sosiolog, membatasi modal sosial sebagai kemampuan individu-individu untuk mengatur sumber-sumber langka berdasarkan keanggotaan mereka dalam jaringan atau struktur sosial yang lebih luas. Sedangkan menurut Coleman (1990: 300), seorang sosiolog memberi batasan modal sosial sebagai seperangkat sumber daya yang inheren dalam hubungan keluarga dan dalam organisasi sosial komunitas serta sangat berguna bagi pengembangan kognitif dan sosial seorang anak. Coleman menambahkan bahwa modal sosial merupakan aspek dari struktur sosial serta memfasilitasi tindakan individu dalam struktur sosial (Damsar, 2005: 49).

Menurut Putnam kapital sosial merujuk pada bagian bagian dari organisasi sosial seperti kepercayaan, norma dan jaringan yang dapat mendefinisikan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan yang terkoordinasi. Sedangkan menurut Bank Dunia kapital sosial merujuk pada norma institusi dan



hubungan sosial yang memungkinkan orang dapat bekerja sama (Lawang, 2004: 212).

Jonathan H. Turner mengatakan bahwa kapital sosial menunjuk pada kekuatan-kekuatan yang meningkatkan potensi untuk perkembangan ekonomi dalam suatu masyarakat dengan menciptakan dan mempertahankan hubungan sosial dan pola organisasi sosial (Lawang, 2004:214). Dari sekian banyak ahli mengemukakan pendapat mengenai modal sosial, penelitian ini menggunakan konsep modal sosial yang dikemukakan oleh Lawang, kapital sosial merujuk pada semua kekuatan sosial yang 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 kapital-kapital lainnya.

Adapun konsep-konsep inti dari modal sosial menurut Robert M.Z Lawang terdiri dari kepercayaan, norma dan jaringan. Yang akan dijelaskan sebagai berikut:



1. Kepercayaan

Inti kepercayaan antar manusia ada 3 hal yang saling terkait : (i) Hubungan sosial antara dua orang atau lebih. Termasuk dalam hubungan ini adalah institusi, yang dalam pengertian ini diwakili orang. Seseorang percaya pada institusi tertentu untuk kepentingannya, karena orang-orang dalam institusi itu bertindak. (ii) Harapan yang akan terkandung dalam hubungan itu, yang kalau direalisasikan tidak akan merugikan salah satu atau kedua belah pihak (harapan menguntungkan

kedua belah pihak. (iii) Interaksi sosial yang memungkinkan hubungan itu terwujud(Lawang, 2004:216).

Kepercayaan yang dimaksud disini menunjuk pada hubungan antara dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial. Hubungan sosial yang dimaksud yaitu menyangkut struktur sosial. Harapan yang ada pada seseorang bisa terbentang mulai dari yang paling kurang mengharapkan dan sangat mengharapkan.

2. Jaringan

Jaringan dan fungsinya terhadap pencapaian suatu tujuan tidak terlepas dari kepercayaan. Menurut Lawang, konsep jaringan yang digunakan dalam teori modal sosial sebagai berikut :

- 1) Ada ikatan antar orang atau kelompok yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan.
- 2) Ada kerja antar orang atau kelompok yang melalui hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.
- 3) Dalam kerja jaringan itu ada ikatan antar orang atau kelompok yang tidak dapat berdiri sendiri. Ketika satu ikatan putus, maka keseluruhan jaringan itu tidak bisa berfungsi lagi hingga ikatan itu diperbaiki.

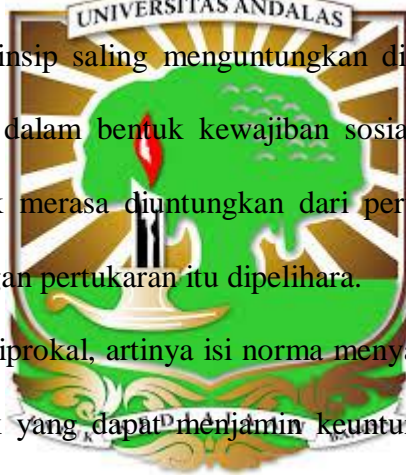
Seseorang tidak membuka jaringan dengan siapa saja, melainkan hanya dengan orang-orang yang menurut penilaiannya mempunyai arti bagi dirinya. Pola hubungan seperti ini berlangsung dalam prinsip pertukaran sosial. Jika hubungan itu saling menguntungkan akan diteruskan, tetapi jika salah satunya merasa dirugikan sekali, hubungan itu akan terputus.



3. Norma

Norma tidak dapat dipisahkan dengan jaringan atau kepercayaan. Kalau struktur jaringan itu terbentuk karena pertukaran sosial yang terjadi antara dua orang, sifat norma kurang lebih seperti berikut:

- a) Norma itu muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan. Apabila pertukaran itu keuntungan hanya dinikmati oleh salah satu pihak saja, pertukaran sosial selanjutnya pasti tidak akan terjadi. Jika dalam pertukaran pertama keduanya saling menguntungkan, akan muncul pertukaran yang kedua, dengan harapan akan memperoleh keuntungan pula. Jika beberapa kali pertukaran prinsip saling menguntungkan dipegang utuh, dari situlah muncullah norma dalam bentuk kewajiban sosial, yang intinya membuat kedua belah pihak merasa diuntungkan dari pertukaran itu. Dengan cara tersebutlah hubungan pertukaran itu dipelihara.
- b) Norma bersifat resiprokal, artinya isi norma menyangkal hak dan kewajiban kedua belah pihak yang dapat menjamin keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu.
- c) Jaringan yang terbina lama dan menjamin keuntungan kedua belah pihak secara merata, akan memunculkan norma keadilan. Yang melanggar prinsip keadilan akan dikenakan sanksi yang keras pula.



Norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang harus dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini biasanya tidak tertulis tapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam

konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial yang diberikan jika melanggar. Oleh karena itu norma sosial disebut sebagai salah satu modal sosial (Inayah, 2012:45).

1.5.2 Konsep UMKM

Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh undang-undang No. 20 tahun 2008 :

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000, (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan usaha, dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000, (tiga ratus juta rupiah). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan yang memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan bersih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perseorangan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 500.0000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan



bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan bersih tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan defenisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Kementrian koperasi usaha kecil dan menengah memberikan defenisi usaha kecil termasuk usaha mikro adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. sementara itu, usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 sampai dengan Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan



1.5.3 Penelitian relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Yulfa Fransiska (2008) dengan judul “Kapital Sosial Dalam Masyarakat Nelayan di Kenagarian Painan Kecamatan IV Jurai”. Adapun tujuan penelitian tentang kapital sosial yang terbangun dalam masyarakat nelayan berdasarkan hubungan sosial, kerja sama, dan berlangsung terus menerus. Kapital sosial yang terbangun berbentuk kepercayaan, jaringan sosial, dan norma. Hasil penelitian menjelaskan bahwa proses terbentuknya kepercayaan dan jaringan dalam masyarakat nelayan disebabkan karena adanya

hubungan sosial dan kerja sama diantara hubungan tersebut. Sedangkan bentuk jaringan dalam masyarakat nelayan adalah bentuk jaringan sosial horizontal dan jaringan sosial vertikal. Jaringan ini dibentuk berdasar hubungan sosial, kerjasama, kepercayaan, dan tolong menolong. Jaringan ini berfungsi untuk mengatasi kesulitan hidup pada saat musim paceklik. Sedangkan bentuk norma yang ada adalah norma agama dan norma adat. Norma ini berfungsi untuk mengontrol perilaku nelayan. Perbedaan dengan penelitian tersebut, jika penelitian yang dilakukan oleh Yulfa Fransiska menyoroti mengenai berfungsinya kapital sosial di sektor perikanan, sedangkan penelitian ini lebih ke sektor perdagangan.



Penelitian yang dilakukan oleh Ridho Fra Adhia (2015) dengan judul, “Strategi Bertahan Industri Minuman Limun Di Tengah Dominasi Produk Kapitalisme Global”. Adapun tujuan penelitian tentang bagaimana strategi bertahan industri minuman limun di tengah dominasi produk kapitalisme global seperti coca-cola, fanta, sprite, dan pepsi. Hasil penelitian ini menceritakan bahwa strategi yang dilakukan oleh industri minuman limun dalam tetap mempertahankan usahanya yaitu dalam tiga bentuk garis besar yaitu konsumsi, strategi produksi dan strategi pemasaran. Strategi produksi yaitu : memakai teknologi sederhana dan bahan baku murah, cara produksi (proses produksi, waktu kerja dan suasana kerja). Strategi dalam pemasaran yaitu : pemasaran kedaerah pedesaan, membagi daerah pemasaran, mengatur pemasaran berdasarkan cuaca, membangun kerja sama dengan industri minuman lain, memasarkan dengan produk lainnya, membangun kepercayaan antara pengusaha dan pedagang

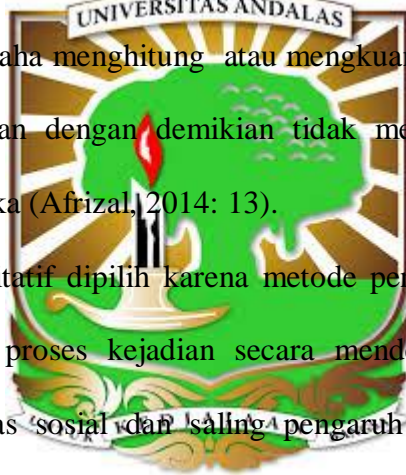
minuman lainnya, membangun jaringan dengan terbentuknya agen dan membangun resiprositas antara pedagang. Penelitian ini diambil sebagai salah satu penelitian relevan karena mengangkat tema yang sama yaitu mengenai strategi bertahan pada UMKM.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Pendekatan penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka, bukan menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014: 13).

Pendekatan kualitatif dipilih karena metode penelitian kualitatif berguna untuk mengungkapkan proses kejadian secara mendetail, sehingga diketahui dinamika sebuah realitas sosial dan saling pengaruh terhadap realitas sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk lebih memahami dan menganalisis fenomena dan realitas sosial yang ada pada masyarakat terutama pada masyarakat yang diteliti secara langsung mengenai kehidupan para pedagang tahu tempe dalam berbagai aktivitas pedagang yang terjadi sehari-hari mulai dari interaksi antar pedagang tahu tempe, antara pedagang dan pelanggan di pasar serikat C Batusangkar, serta interaksi yang terjadi antara Pedagang dengan pekerja dan Pedagang dengan distributor bahan mentah di pabrik. Menurut Bogdan dan Taylor pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data



deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2004:3). Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif. Moleong menjelaskan penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penggunaan pendekatan ini akan memberikan peluang untuk mengumpulkan data-data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi guna menggambarkan subjek penelitian (Moleong, 2004:6). Alasan penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif karena ingin mengetahui bagaimana bekerjanya modal sosial antara pedagang tahu tempe dalam mempertahankan usaha mereka.



Tipe penelitian deskriptif berusaha untuk menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang diteliti yaitu masalah modal sosial antar pedagang tahu tempe dalam mempertahankan usaha mereka. Dalam melakukan penelitian dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif ini, peneliti akan melihat dan mendengar langsung apa saja modal sosial antar pedagang tahu tempe. Kemudian peneliti akan mencatat selengkap dan se-obyektif mungkin mengenai fakta dan pengalaman yang dialami dan dilihat oleh peneliti.

1.6.2 Informan Penelitian

Informan penelitian diartikan sebagai orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada

peneliti atau pewawancara mendalam (Afrizal, 2014: 139). Ada dua kategori informan: informan pengamat dan informan pelaku. Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan kategori ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti. Sedangkan informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasi (makna) atau tentang pengetahuannya (Afrizal, 2014: 139).

Informan pelaku dalam penelitian ini adalah Pedagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar. Pemilihan informan dilakukan dengan metode tertentu yang tujuannya untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber dan menggali informasi yang menjadi dasar penulisan laporan.

Oleh karena itu peneliti akan menggunakan teknik pemilihan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (pemilihan informan secara sengaja) yaitu mewawancarai informan dengan sengaja oleh peneliti berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian dan keadaan mereka diketahui oleh peneliti. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar. Pada umumnya informan dalam penelitian ini adalah Pedagang yang berjualan di pasar Serikat C Batusangkar dengan kriteria informan sebagai berikut:

1. Pedagang tahu tempe yang berjualan di Pasar Serikat C Batusangkar.
2. Pedagang tahu tempe yang berjualan setiap hari di Pasar Serikat C Batusangkar.



3. Pedagang yang bekerja sama dengan Pedagang, pekerja, pelanggan, dan distributor bahan mentah.
4. Pedagang yang mempunyai pekerja atau karyawan dan distributor bahan mentah yang tetap.
5. Pedagang yang sudah mempunyai tempat berjualan yang tetap di pasar Serikat C Batusangkar.

Berdasarkan kriteria informan diatas maka peneliti sudah menentukan identitas-identitas informan yang diwawancarai sebagaimana tercantum pada table berikut ini.



Tabel 1.3
Daftar Nama Informan Penelitian

No	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Asal	Tahun Mulai Dagang
1	Neni Syafril	36	Perempuan	Malana	2001
2	Watty Azhar	42	Perempuan	Pincuran Tujuh	2006
3	Lidia Wati	45	Perempuan	Lantai Batu	1995
4	Desi Linda	46	Perempuan	Kiambang	1992
5	Erizal	52	Laki-Laki	Pagaruyung	1993
6	Elmawati	48	Perempuan	Baringin	2007

Sumber : Data Primer 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat enam Pedagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar terdiri dari lima orang berjenis kelamin perempuan

dan seorang laki-laki. Dapat dilihat juga awal para Pedagang memulai usaha mereka itu juga beraneka ragam. Pedagang yang paling awal memulai dagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar adalah Ibu Desi linda sejak tahun 1992.

Jumlah informan dalam penelitian ini mengacu kepada sistem pengambilan informan dalam prinsip penelitian kualitatif yang dilakukan berdasarkan asas titik kejenuhan informasi . Wawancara dihentikan ketika variasi informan telah diperoleh di lapangan serta data-data atau informasi yang diperoleh melalui analisis yang cermat sudah menggambarkan dari permasalahan yang diteliti.



Dalam validasi data, dari cara melakukan penelitian di lapangan yaitu cara membuat catatan lapangan dengan baik, melakukan wawancara yang berkualitas dan mencari informan yang kredibel. Catatan lapangan yang baik dibuat dua tahap. Tahap pertama adalah laporan ringkas, merupakan catatan yang dilakukan selama wawancara aktual dan menunjukkan versi ringkas yang sesungguhnya terjadi. Tahap kedua adalah laporan yang diperluas, menunjukkan suatu perluasan dari catatan lapangan yang diringkas, peneliti mengingat kembali hal yang tidak tercatat secara cepat (Spradley, 1997: 9).

1.6.3 Data yang Diambil

Data-data yang diambil pada penelitian ini adalah data-data yang berhubungan dengan topik penelitian mengenai modal sosial pedagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar untuk mempertahankan usaha mereka. Data di

dalam penelitian ini dibagi ke dalam dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian di lapangan. Data primer didapatkan dengan menggunakan metode wawancara secara mendalam dan observasi (memastikan dan menyesuaikan kebenaran dari apa yang telah diwawancara). Adapun data primer yang diambil adalah data yang berdasarkan tujuan penelitian yang telah dibuat. Pertama mengenai pemanfaatan modal sosial pedagang tahu tempe dalam mempertahankan usaha mereka. Seperti kepercayaan antar sesama pedagang tahu tempe, bentuk jaringan dalam penjualan produksi tahu tempe, dan bentuk norma-norma yang ada antara sesama pedagang tahu tempe misalnya dalam penentuan kesepakatan harga.



Data sekunder adalah data yang diperoleh dari institusi, lembaga dan media yang dapat mendukung dan relevan dengan penulis ini serta dapat diperoleh dari studi kepustakaan, dokumentasi, data statistik, foto-foto, literatur-literatur hasil penelitian dan artikel. Data-data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain, seperti : gambaran tentang macam-macam pedagang di Pasar Serikat C Batusangkar. Selain itu penelitian ini juga dilengkapi oleh data-data yang diperoleh dari sumber-sumber terpercaya di internet tentang pedagang tahu tempe yang ada di Internet, serta hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang mempunyai kaitan dengan permasalahan penelitian.

Untuk mendapatkan data yang demikian, peneliti melakukan teknik pengambilan data dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Untuk lebih jelasnya, bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.4
Daftar Data yang Diambil

No	Tujuan Penelitian	Data yang Dikumpulkan	Teknik Pengumpulan Data
1	Mengidentifikasi Bagaimana Bekerjanya Kepercayaan Antara Pedagang Tahu Tempe di Pasar Serikat C Batusangkar	<ul style="list-style-type: none"> -Kerjasama antara pedagang -pedagang tempat meminjam tahu tempe -Mekanisme pembayaran ketika meminjam barang 	-Wawancara mendalam
2	Mengidentifikasi Bagaimana Bekerjanya jaringan Antara Pedagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar	<ul style="list-style-type: none"> -Alasan meminjam barang pada Pedagang tertentu -pemasaran tahu dan tempe -Cara mendapatkan bahan mentah 	-Wawancara mendalam

Sumber: Data Primer 2018

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

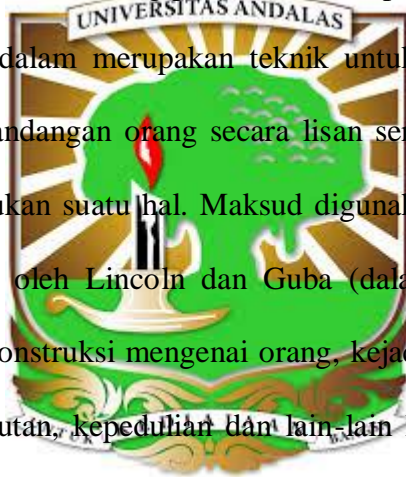
Menurut Moleong (2004: 112) teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai merupakan data utama yang nantinya dicatat melalui

catatan tertulis atau melalui rekaman video atau audio dan pengambilan foto atau film.

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam (indepth interview). Wawancara mendalam merupakan sebuah interaksi sosial antara seorang peneliti dengan informannya (Afrizal, 2014: 137). Wawancara mendalam ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang bagaimana bekerjanya modal sosial pada pedagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar. Wawancara mendalam ditujukan pada beberapa orang informan yang benar-benar mengetahui tentang permasalahan seperti pedagang tahu tempe.

Wawancara mendalam merupakan teknik untuk mendapatkan informasi berupa pendirian dan pandangan orang secara lisan serta kita dapat mengetahui alasan seseorang melakukan suatu hal. Maksud digunakan teknik wawancara ini seperti yang ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (dalam Moleong, 2004: 135) antara lain untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu memproyeksi kebulatan-kebulatan sebagai yang telah diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi) dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh penulis.

Dari wawancara yang dilakukan, data yang didapatkan adalah data-data primer terkait masalah penelitian yaitu mendeskripsikan pemanfaatan modal



sosial pedagang tahu tempe dalam mempertahankan usaha mereka. Dalam wawancara menggunakan instrumen penelitian yaitu 5W+1H (*what, who, when, where, why* dan *how*). Dengan menggunakan instrumen pertanyaan penelitian tersebut menggali data yang berhubungan dengan modal sosial pedagang tahu tempe dalam mempertahankan usaha mereka.

Wawancara dengan informan diawali dengan pertanyaan-pertanyaan dasar dan umum, seperti identitas informan, selanjutnya berbincang-bincang tentang pemanfaatan modal sosial untuk mempertahankan usaha tahu tempe, setelah suasana mencair, maka selanjutnya mengajukan beberapa pertanyaan mengenai tujuan penelitian didapat dengan jelas dan rinci. Ketika wawancara berlangsung, hasil wawancara dicatat dalam bentuk catatan ringkas. Setelah selesai wawancara, sesampai di rumah hasil wawancara tersebut dilihat kembali dan diperluas dalam bentuk catatan lapangan. Untuk memvalidkan data maka dilakukan triangulasi dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya.



Alasan peneliti menggunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi dari informan mengenai modal sosial pedagang tahu tempe dalam mempertahankan usaha mereka. Wawancara mendalam ini dilakukan pada siang hari setelah selesainya proses transaksi pedagang tahu tempe.

Alat-alat pendukung pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; seperti daftar pedoman wawancara, buku catatan, pena, handphone, dan kamera.

1. Daftar pedoman wawancara digunakan sebagai pedoman dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada informan.

2. Buku catatan dan pena digunakan untuk mencatat seluruh keterangan yang di berikan oleh informan.
3. Handphone digunakan untuk merekam sesi wawancara yang sedang berlangsung.
4. Kamera digunakan untuk mendokumentasikan seluruh peristiwa yang terjadi selama proses penelitian.

1.6.5. Unit Analisis

Unit analisis berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain obyek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Pada penelitian ini unit analisisnya adalah individu. Adapun yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini adalah pedagang tahu tempe di pasar Serikat C Batusangkar.



1.6.6. Analisis Data

Analisis data, menurut Patton (dalam Moleong, 1995:103), adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian.

Analisis adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif yang lebih ditekankan pada interpretatif kualitatif. Data yang didapat di lapangan, baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder dicatat dengan catatan lapangan *field note*.

Pencatatan dilakukan setelah kembali dari lapangan, dengan mengacu pada persoalan yang berhubungan dengan penelitian. Setelah semua data terkumpul, kemudian dianalisis dengan menelaah seluruh data yang diperoleh baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder yang dimulai dari awal penelitian sampai akhir penelitian.

Analisis data dilakukan secara terus menerus sejak awal penelitian dan selama penelitian berlangsung, mulai dari pengumpulan data sampai pada tahap penulisan data. Data dalam penelitian ini dianalisis sesuai dengan model Miles dan Huberman, yaitu:

1. Kodifikasi Data, yaitu peneliti menulis ulang catatan lapangan yang dibuat ketika melakukan wawancara kepada informan. Kemudian catatan lapangan tersebut diberikan kode atau tanda untuk informasi yang penting. Sehingga peneliti menemukan mana informasi yang penting dan tidak penting. Informasi yang penting yaitu informasi yang berkaitan dengan topik penelitian, sedangkan data yang tidak penting berupa pernyataan informan yang tidak berkaitan. Hasil dari kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi itu telah mengalami penanaman oleh peneliti (Afrizal, 2014: 178). Pada tahap ini peneliti menandai catatan lapangan dengan warna merah apabila informasi tersebut penting. Setelah itu peneliti menyusun tema yang didapat menjadi 3 tema yaitu kepercayaan antar pedagang tahu tempe di pasar Inpres Batusangkar, jaringan yang ada pada



pedagan tahu tempe di pasar inpres Batusangkar, serta norma yang ada antara pedagang tahu tempe yang ada di pasar Inpres Batusangkar.

2. Tahap penyajian data adalah sebuah tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Pada penyajian data dapat menggunakan matrik atau diagram untuk menyajikan hasil penelitian yang merupakan hasil temuan penelitian.
3. Menarik kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahapan lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi penulis atas temuan dari suatu wawancara atau dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan (Afrizal, 2014: 180).



1.6.7 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014 : 128).

Penelitian ini dilakukan di Pasar Batusangkar, jorong Lantai Batu, Nagari Baringin, Kecamatan Lima Kaum, Kabupaten Tanah datar. Pemilihan lokasi penelitian ini karena untuk kemudahan akses menimbang peneliti berdomisili di dekat lokasi penelitian. Selain itu pengusaha tahu tempe banyak mendistribusikan hasil produksi mereka di lokasi penelitian tersebut. Kegiatan jual beli dipasar

Batusangkar aktif setiap hari juga menjadi salah satu alasan peneliti memilih pasar ini sebagai lokasi penelitian.

1.6.8 Defenisi Konsep

- 1) Modal Sosial adalah unsur yang menentukan terbangunnya kerjasama antar individu atau kelompok.
- 2) Kepercayaan adalah hubungan antara dua pihak atau lebih yang didalamnya mengandung harapan yang menguntungkan kedua belah pihak.
- 3) Jaringan adalah ikatan antar orang atau kelompok yang dihubungkan melalui media yaitu hubungan sosial yang diikat oleh kepercayaan dan dipertahankan oleh norma.
- 4) Norma adalah aturan yang mengikat individu atau kelompok dalam berinteraksi.
- 5) Pedagang : Orang dengan pekerjaan yang berhubungan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.



1.6.9 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan, yang terdiri dari beberapa kegiatan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table berikut :

No	Nama Kegiatan	Jadwal Penelitian				
		2017/2018				
		Juli	Agu	Sep	Okt	Nov
1	Pengumpulan dan analisis data	■				
2	Bimbingan dan konsultasi skripsi		■	■		
3	Penulisan Laporan				■	
4	Ujian Skripsi					■

