

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara berpenduduk besar. Rudjito (2003) menyebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun dalam jumlah usaha yang ada. UMKM memberikan kontribusi signifikan dalam mendorong perekonomian dan mendistribusikan hasil pembangunan, salah satunya melalui bisnis laundry. Bisnis laundry, menurut Rumekso (2001) dalam Kaligis (2023), ialah suatu usaha yang memiliki tanggung jawab dalam menyelesaikan pakaian yang diterima untuk dicuci.

Laundry semakin menjadi pilihan favorit bagi pengrajin UMKM karena relatif mudah untuk dimulai, dengan modal yang tidak terlalu mahal dan permintaan pasar yang kondusif. Kesuksesan bisnis ini tidak hanya bergantung pada modal finansial, tetapi juga memerlukan strategi pemasaran yang efektif agar dapat berkembang. Usaha laundry adalah layanan jasa yang berhubungan dengan proses pencucian pakaian menggunakan mesin cuci, mesin pengering otomatis, serta cairan pembersih dan pewangi khusus.

Usaha laundry marak di kota-kota besar seperti Padang, di mana banyak terdapat rumah kost dan rumah kontrakan. Banyak penghuni rumah tersebut, baik mahasiswa maupun pekerja, tidak sempat atau tidak mampu mencuci dan menyetrika pakaian mereka sendiri akibat kesibukan. Mereka mencari

efisiensi waktu dan tenaga, sehingga posisi usaha laundry sangat relevan. Sektor ini tidak hanya meringankan beban ibu rumah tangga, tetapi juga memberikan peluang peningkatan penghasilan yang signifikan, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Dengan meningkatnya kesadaran akan kebersihan dan kenyamanan, industri laundry diharapkan terus berkembang.

Di Kelurahan Cupak Tengah, Pauh, Kota Padang salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Sumatera Barat terdapat potensi besar untuk mengembangkan UMKM, termasuk usaha laundry. Faktor-faktor seperti urbanisasi, pertumbuhan penduduk, dan perubahan gaya hidup turut berperan. Tingkat kesibukan masyarakat yang semakin meningkat menyebabkan mereka kurang memiliki waktu untuk mencuci pakaian, sehingga banyak yang beranggapan bahwa mencuci dan menyetrica memakan waktu. Hal ini menjadikan jasa laundry sebagai pilihan yang lebih praktis.

Bisnis laundry di Kelurahan Cupak Tengah tidak hanya menawarkan kenyamanan bagi konsumennya, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan penghasilan para pelaku ekonomi. Meskipun sektor laundry memiliki potensi besar, tantangan yang dihadapi para pelaku usaha juga cukup signifikan. Tantangan tersebut meliputi persaingan yang ketat, fluktuasi harga komoditas dan energi, serta keterbatasan modal untuk pengembangan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dan dukungan yang memadai agar para pengusaha laundry dapat meningkatkan kinerja dan kesejahteraan mereka.



Saat ini, bisnis laundry mengalami pertumbuhan yang pesat dan telah menyebar di berbagai sudut Kelurahan Cupak Tengah, Kecamatan Pauh, Padang, Sumatera Barat. Di kelurahan ini, terdapat enam usaha laundry yang beroperasi, yaitu Atiga Laundry, Kisha Laundry Express, E-Laundry, Ezhil Laundry, Lameza Laundry, dan Job Laundry. Pertumbuhan ini dipicu oleh banyaknya warga yang bekerja serta keberadaan mahasiswa.

Meskipun terdapat beberapa pengusaha di daerah tersebut, salah satu yang menonjol adalah Job Laundry. Untuk tetap bersaing, Job Laundry perlu menemukan celah pasar yang dapat dimanfaatkan guna mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. Dengan persaingan yang semakin ketat di sektor laundry, penting bagi setiap usaha untuk membangun modal sosial yang lebih unggul dibandingkan kompetitornya, untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan pendapatan.

Persaingan di bisnis laundry timbul dari tingginya permintaan terhadap layanan pencucian. Modal sosial, yang terdiri dari elemen-elemen seperti kepercayaan, jaringan, dan norma, memainkan peranan penting dalam meningkatkan efisiensi masyarakat. Ini juga membantu memfasilitasi kerja sama antar anggota masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Dengan kata lain, modal sosial adalah kemampuan masyarakat untuk berkolaborasi demi mencapai tujuan bersama dalam kelompok, dan merupakan elemen kunci dalam menciptakan komunitas yang solid, bukan hanya hasil dari keputusan rasional.



Job Laundry adalah usaha yang bergerak di bidang jasa pencucian pakaian yang terletak di Cupak Tengah, Kecamatan Pauh, Kota Padang. Didirikan pada bulan September 2022, usaha ini lahir dari pengamatan terhadap peluang yang ada, mengingat lokasi yang strategis berdekatan dengan kos mahasiswa, pasar, kampus, serta padatnya populasi. Minat mahasiswa dan masyarakat sekitar terhadap layanan laundry sangat tinggi, memberikan peluang besar untuk merintis bisnis ini. Berikut adalah data tentang pelanggan dan tahun berdirinya berbagai usaha laundry di Kelurahan Cupak Tengah:

**Tabel 1.1**  
**Data pelanggan dan tahun berdirinya laundry yang ada di Kelurahan Cupak Tengah**

No	Nama Laundry	Tahun Berdiri	Jumlah Pelanggan
1	Atiga Laundry	2021	3.123
2	Job Laundry	2022	5.667
3	Kisha Laundry	2021	3.210
4	E-Laundry	2021	3.567
5	Lameza Laundry	2021	1.112
6	Ezhil Laundry	2020	1.099

Sumber: Data Primer 2024

Pada data tabel 1.1 menunjukkan perbedaan yang cukup mencolok antara tahun berdirinya laundry tertua dan terbaru. Di antara berbagai laundry, Job Laundry mencatatkan jumlah pelanggan terbanyak, meskipun usia operasionalnya lebih muda dibandingkan dengan yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Job Laundry baru berdiri, ia berhasil menarik perhatian banyak pelanggan.

Dalam konteks bisnis, modal ekonomi menjadi salah satu komponen vital yang berpengaruh terhadap profitabilitas usaha. Modal ekonomi mencakup semua dana awal yang diperlukan untuk memulai suatu usaha, termasuk investasi untuk pengadaan peralatan, bahan baku, dan tenaga kerja. Selain itu, modal ini juga meliputi biaya yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan operasional, seperti biaya pendanaan, biaya operasional, dan biaya pemasaran.

Sementara itu, modal sumber daya manusia (SDM) merujuk pada pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang menjadikan individu sebagai aset penting bagi organisasi atau perusahaan. Modal manusia berperan krusial dalam meningkatkan kinerja perusahaan, terutama di sektor usaha kecil dan menengah (Skuras, 2005). Pengalaman, pendidikan, dan proses formal maupun informal yang dijalani individu berkontribusi dalam mengembangkan modal SDM.

Modal sosial, atau "social capital," mengacu pada sumber daya yang berasal dari jaringan hubungan kelembagaan. Modal sosial mencakup kepercayaan, norma-norma, dan jaringan yang mendukung kerjasama dan transaksi antara individu. Terdapat tiga elemen utama dalam modal sosial: kepercayaan, jaringan, dan norma.

Kepercayaan dibangun antara individu serta organisasi, yang memungkinkan mereka untuk saling bekerja sama. Jaringan sosial merupakan struktur yang menghubungkan individu agar dapat berinteraksi dan berbagi informasi, sementara norma adalah standar yang dikenali oleh masyarakat



dan turut memperkuat kepercayaan serta jaringan sosial.

Dalam konteks usaha laundry, modal ekonomi dan modal SDM memiliki kesamaan, di mana setiap laundry memerlukan uang, peralatan, dan infrastruktur untuk operasional. Modal SDM berfokus pada kualitas dan kuantitas tenaga kerja, meliputi kemampuan, keterampilan, dan motivasi staf untuk menjalankan usaha.

Kedua jenis modal ini saling terkait dan memengaruhi kesuksesan bisnis laundry. Misalnya, modal ekonomi yang memadai memungkinkan pembelian peralatan modern yang dapat meningkatkan kualitas layanan. Di sisi lain, modal SDM yang baik berkontribusi pada efisiensi operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, modal sosial dapat bervariasi di antara berbagai laundry, berfungsi sebagai variabel yang dinamis dan berpengaruh terhadap perkembangan usaha.

Sebagai kesimpulan, dalam suatu usaha terdapat tiga jenis modal: modal sosial, modal ekonomi, dan modal SDM. Meskipun modal ekonomi dan SDM pada laundry relatif serupa, modal sosial merupakan variabel yang dapat berubah dan berpengaruh besar dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

Pertanyaan yang perlu diajukan adalah bagaimana modal sosial dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan dalam konteks interaksi antara ketiga variabel ini.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tentang pemanfaatan modal sosial usaha laundry dalam meningkatkan pelanggan dengan studi kasus Job laundry keurahan Cupak Tengah yang mempunyai jumlah pelanggan 5.667 dari tahun berdirinya paling baru yaitu tahun 2022 dan dibandingkan dengan tahun berdirinya laundry paling lama yaitu Ezhil laundry dengan jumlah pelanggan 1.099 dari tahun berdirinya 2020. Karena terdapat perbedaan yang jumlah pelanggan ini menjadikan peneliti ini memilih rumusan masalah penelitian yaitu

**“ Bagaimana pemanfaatan modal sosial usaha Job laundry dalam meningkatkan pelanggan?”**

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan dan dijelaskan diatas, adapun tujuan penelitian dalam permasalahan yang akan diteliti pada skripsi ini ialah sebagai berikut:

### a. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pemanfaatan modal sosial usaha laundry untuk memperbanyak pelanggan.

### b. Tujuan Khusus

1. Untuk mendeskripsikan usaha Job *laundry* dalam membangun jaringan.
2. Untuk mendeskripsikan usaha Job *laundry* meraih kepercayaan pelanggan.

3. Mendeskripsikan usaha *Job laundry* dalam membangun nilai-nilai atau norma dengan pelanggan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat atau berguna baik secara akademik maupun praktis sebagai berikut:

1. Aspek Akademik

Secara akademik, dapat bermanfaat dengan memberikan kontribusi dalam kajian sosiologi bagi mahasiswa jurusan sosiologi tentang studi penelitian pemanfaatan modal sosial usaha *laundry* dalam meningkatkan pelanggan Aspek Akademik.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat memberikan khasanah tentang ilmu sosial yaitu tentang pemanfaatan modal sosial dalam suatu usaha bisnis khususnya usaha laundry.

#### 1.5 Tinjauan Pustaka

##### 1.5.1 Konsep Modal Sosial

Modal sosial dapat diartikan sebagai kemampuan masyarakat untuk berkolaborasi dan mencapai tujuan bersama dalam berbagai kelompok. Ini merujuk pada norma-norma sosial yang berfungsi untuk menciptakan sumber daya baru dalam lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, modal sosial dianggap sebagai elemen penting dalam memfasilitasi kesatuan, mobilitas ide, dan mengembangkan hubungan kerja sama demi mencapai kemajuan



bersama. Modal sosial mencakup kewajiban untuk menjalankan norma sosial demi kepentingan kolektif (Bourdieu & Wacquant, 1992).

Robert D. Putnam (1993) menyatakan bahwa modal sosial merujuk pada “jaringan serta norma kepercayaan dan kejujuran yang muncul dari hubungan- hubungan tersebut.” Dalam konteks ini, modal sosial bukan hanya sekedar hubungan antar individu, tetapi juga mencakup norma dan budaya yang mendorong kerjasama dan kolaborasi demi kepentingan bersama .

Putnam menekankan bahwa modal sosial dapat dilihat sebagai “potensi partisipasi, orientasi sosial, dan kepercayaan terhadap orang lain yang ada pada tingkat kota, negara bagian, atau negara” (Putnam, 2000). Menurut pandangannya, modal sosial tidak hanya merupakan karakter individu, tetapi juga merupakan sifat agregat yang berperan pada tingkat populasi yang lebih besar .

Putnam juga mencatat bahwa individu yang bersikap individualis dianggap memiliki modal sosial yang rendah dalam pandangan masyarakat.

Fukuyama memperluas pemahaman ini dengan menekankan bahwa modal sosial berhubungan dengan kepercayaan (trust) yaitu kemampuan masyarakat untuk membangun kepercayaan yang berorientasi pada kepentingan bersama dalam suatu organisasi atau komunitas. Mengacu pada Fukuyama (1999), terdapat tiga parameter utama modal sosial, yakni: a) kepercayaan (trust), b) jaringan sosial (social networks), dan c) norma sosial (social norms). Modal sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan dan kemajuan sektor ekonomi. Menurut penelitian Fukuyama (2002) di beberapa



negara, modal sosial yang tinggi dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, karena tingkat kepercayaan yang tinggi antar anggota dapat membangun relasi yang kuat di kalangan pelaku bisnis. Hasbullah (2006) mengemukakan enam aspek pokok tentang modal sosial berdasarkan beberapa pengertiannya:

### 1. Partisipasi Dalam Jaringan

Memahami partisipasi sebagai keterlibatan individu dalam relasi sosial, yang dilakukan melalui berbagai interaksi dan kerja sama berdasarkan prinsip sukarela, kesetaraan, dan kesopanan. Keahlian individu dalam memasuki hubungan yang efektif mencerminkan betapa kuatnya modal sosial suatu komunitas.

### 2. Resiprositas

Kebiasaan saling tukar yang baik antara individu dalam komunitas atau antara elemen komunitas itu sendiri, di mana kolaborasi terjalin tanpa mengharapkan imbalan. Tingginya nilai resiprositas dalam suatu masyarakat meningkatkan modal sosial yang ada.

### 3. Kepercayaan

Pola kesiapan individu untuk mengambil risiko pada jaringan sosial yang ada, berdasarkan keyakinan bahwa orang-orang di sekitarnya akan bertindak sesuai dengan harapan dan akan berperilaku mendukung. Rasa percaya ini mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan, khususnya dalam hal kemajuan bersama, yang selanjutnya meningkatkan modal sosial.



#### 4. Norma Sosial

Norma-norma yang membimbing perilaku individu dalam suatu komunitas, membantu menciptakan suasana interaksi yang kondusif untuk kolaborasi dan kerja sama demi kepentingan bersama.

Dengan demikian, modal sosial menjadi fondasi yang krusial untuk pengembangan masyarakat yang harmonis dan sejahtera. Dalam sebuah kelompok, terdapat beberapa aturan yang perlu dipatuhi oleh anggotanya. Aturan-aturan ini seringkali tidak tertulis dan terinstitusionalisasi, namun menjadi pedoman dalam berinteraksi secara sosial. Ketika pelanggaran terjadi, sanksi biasanya diberikan sebagai konsekuensi dari tindakan tersebut. Norma sosial berperan penting dalam menentukan kekuatan hubungan antarpersonal, serta memicu daya tarik sosial yang berdampak positif pada perkembangan dan kemajuan masyarakat. Oleh karena itu, norma sosial sering kali dianggap sebagai modal sosial yang krusial (Rukka, 2010).

Nilai-nilai, atau *value*, merupakan konsep yang diakui kebenarannya oleh masyarakat dan diturunkan dari generasi ke generasi. Nilai-nilai ini memiliki peranan yang signifikan dalam ilmu budaya dan sering kali berkembang untuk mendominasi aspek sosial budaya, memengaruhi perilaku dan bentuk interaksi kultural masyarakat. Sementara itu, tindakan proaktif merujuk pada dorongan anggota komunitas untuk tidak hanya berpartisipasi, tetapi juga mendorong keterlibatan anggota lain dalam kegiatan masyarakat. Anggota kelompok berusaha menjalin hubungan sosial yang bermanfaat untuk kemajuan bersama. Mereka aktif mencari informasi



dan berbagi pengalaman untuk memperkaya pengetahuan serta menciptakan inovasi, yang mencerminkan modal sosial yang memiliki potensi untuk membangun masyarakat yang lebih baik (Chaidir & Haerofiatna, 2023).

Dalam karyanya, Francis Fukuyama mengemukakan beberapa konsep penting tentang modal sosial yang dapat memengaruhi dinamika sosial dan politik. Berikut adalah penjelasan mengenai tiga konsep modal sosial yang dikembangkan oleh Fukuyama:

#### 1. *Trust*

Fukuyama dalam bukunya “*Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*” (1995) menjelaskan bahwa kepercayaan (*trust*) adalah modal sosial yang sangat penting dalam membangun keberhasilan ekonomi dan sosial. Kepercayaan ini terbentuk melalui interaksi sosial yang berkelanjutan dan memungkinkan orang-orang untuk bekerja sama dan mempercayai satu sama lain. Fukuyama berpendapat bahwa kepercayaan ini tidak hanya penting dalam masyarakat kapitalis, tetapi juga dalam masyarakat sosialis, karena memungkinkan orang-orang untuk bekerja sama dan membangun struktur sosial yang stabil.

#### 2. *Recognition*

Dalam bukunya “*Identity: Contemporary Identity Politics And The Struggle For Recognition*” (2018), Fukuyama menjelaskan bahwa pengakuan (*recognition*) adalah modal sosial yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku manusia. Pengakuan ini terbentuk melalui interaksi sosial yang



memungkinkan orang-orang untuk diakui sebagai individu dengan hak dan status yang setara. Fukuyama berpendapat bahwa pengakuan ini sangat penting dalam membangun keberhasilan sosial dan politik, karena memungkinkan orang-orang untuk memiliki rasa keamanan dan kepastian dalam masyarakat.

### 3. *Identity*

Dalam karyanya, Fukuyama juga menjelaskan bahwa identitas (identity) adalah modal sosial yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku manusia. Identitas ini terbentuk melalui proses sosial yang memungkinkan orang-orang untuk menemukan diri mereka sendiri dan memiliki rasa keberadaan dalam masyarakat. Fukuyama berpendapat bahwa identitas sangat penting dalam membangun keberhasilan sosial dan politik, karena memungkinkan orang-orang untuk memiliki rasa keamanan dan kepastian dalam masyarakat dan mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan orang lain.



Putnam dan Fukuyama, dalam karya Putnam (1993), menjelaskan modal sosial sebagai rasa saling percaya di antara warga terhadap pemimpin mereka. Modal sosial dipahami sebagai suatu jaringan yang dibentuk oleh norma-norma, hubungan sosial, dan kepercayaan, yang semuanya berperan dalam menciptakan kolaborasi baik koordinasi maupun kerjasama untuk mencapai kepentingan bersama. Hal ini menunjukkan pentingnya keberadaan jaringan sosial atau wadah keterlibatan sipil, di mana ikatan antar anggota masyarakat dan aturan yang mendukung produktivitas organisasi menjadi

sangat diperlukan (Syahra, 2003).

Emile Durkheim, sebagai pelopor ilmu sosiologi, mendefinisikan modal sosial sebagai kumpulan sumber daya yang dimiliki oleh individu atau kelompok, yang berasal dari hubungan timbal balik yang terjalin secara permanen dan cenderung terinstitusionalisasi. Durkheim melihat modal sosial sebagai elemen penting dalam sistem organisasi sosial, yang meliputi berbagai aspek seperti kepercayaan, norma, dan jaringan sosial, yang semuanya berfungsi untuk memfasilitasi kerjasama demi mencapai manfaat bersama.

Modal sosial berfungsi sebagai alternatif bagi berbagai bentuk modalitas lainnya, seperti modal ekonomi, budaya, dan manusia. Pierre Bourdieu, dalam karya-karyanya, memperkenalkan konsep modal sosial dalam konteks diskusi mengenai bentuk-bentuk modal tersebut, menekankan potensi konversi antar jenis modal. Ia berargumen bahwa selain modal ekonomi yang dapat dengan mudah diubah menjadi uang, modal budaya juga memiliki kemampuan untuk dikonversikan menjadi nilai ekonomi dalam kondisi tertentu.



Secara umum, perilaku dapat dipahami sebagai tindakan nyata individu yang dapat diamati. Di sisi lain, konsumen merupakan individu yang terlibat dalam pembelian atau penggunaan produk. Perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan serta aktivitas yang dilakukan individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengelola barang dan jasa (Adi Nugroho, 2002:2).

Saat ini, keberadaan pelaku usaha kecil memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian, dengan kontribusi positif bagi masyarakat

secara keseluruhan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, serta Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha skala kecil hingga menengah yang biasanya dimiliki oleh individu atau kelompok kecil. Usaha menengah dan besar didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif dengan aset bersih berkisar antara Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) hingga Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah), sedangkan usaha besar memiliki aset di atas Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah). Robert M. Z. Lawang menggambarkan modal sosial sebagai seperangkat nilai atau norma bersama yang dimiliki oleh anggota kelompok masyarakat, yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Modal sosial terdiri dari tiga unsur utama: norma, jaringan, dan kepercayaan. Norma berhubungan dengan nilai dan aturan yang diterima dalam masyarakat, yang memfasilitasi interaksi dan kerjasama yang efektif. Jaringan merujuk pada struktur dan hubungan antar individu yang memungkinkan mereka berbagi informasi, sumber daya, dan pengalaman. Kepercayaan, sebagai elemen ketiga, menjadi fondasi modal sosial; tanpa kepercayaan yang kuat, hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan di antara anggota masyarakat sulit untuk terwujud.

Modal sosial, sebagai kekuatan sosial, memainkan peran penting dalam masyarakat. Robert M. Z. Lawang menjelaskan bahwa modal sosial merupakan bentuk kekuasaan yang mendorong solidaritas, memobilisasi sumber daya komunitas, dan menciptakan hasil yang saling menguntungkan.



Hal ini bertujuan untuk membangun kesatuan sosial. Modal sosial ini tercermin dalam kekuatan komunitas yang dibangun oleh individu atau kelompok, berdasarkan pada struktur sosial yang dianggap dapat memenuhi tujuan mereka secara efisien dan efektif (Lawang, 2004:24).

Dalam penelitian ini, konsep modal sosial yang diusulkan oleh Robert M. Z. Lawang dibagi menjadi tiga elemen kunci: norma, jaringan sosial, dan kepercayaan.

a. Norma

Merupakan unsur fundamental yang terdiri dari norma-norma sosial yang bersifat kooperatif. Norma-norma ini menciptakan kepercayaan, yang sangat penting sebagai pengikat dalam hubungan antarindividu. Biasanya, norma terbentuk secara spontan dan bersifat informal, tidak tertulis maupun diumumkan. Meskipun tidak terbangun secara formal, norma-norma ini memiliki daya tahan yang tinggi dan tetap ada di masa depan, membentuk pola kebijakan sosial seperti kejujuran, ketergantungan, dan kesiapan untuk bekerja sama, serta menciptakan rasa tanggung jawab terhadap sesama.



b. Jaringan Sosial

sekumpulan individu yang terhubung melalui norma-norma atau nilai-nilai informal yang melampaui aturan formal. Jaringan ini sangat erat kaitannya dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, yang memungkinkan terjalannya kerjasama antarindividu secara lebih harmonis. Lawang juga menekankan bahwa melalui hubungan persahabatan, jaringan sosial dapat diperkuat, menyediakan saluran alternatif untuk penyebaran informasi dan

komunikasi di dalam suatu organisasi. Jaringan yang didasari oleh kepercayaan yang tinggi cenderung berfungsi lebih baik dan lebih efisien dibandingkan dengan jaringan yang memiliki tingkat kepercayaan rendah.

c. Kepercayaan

Merupakan elemen esensial dalam membangun dan mempertahankan modal sosial. Kepercayaan muncul sebagai dampak positif dari norma-norma sosial yang kooperatif, serta berfungsi sebagai penghubung yang mengarahkan individu dalam organisasi untuk saling percaya dan bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama. Di samping itu, kepercayaan juga berperan sebagai pendorong dalam aktivitas kolaboratif dalam kelompok, serta sebagai tindakan pencegahan terhadap tantangan yang dihadapi dalam proses mencapai tujuan.

### 1.5.2 Konsep Laundry

Dalam bahasa Indonesia, istilah "laundry" mengacu pada binatu atau cucian, yaitu pakaian kotor yang perlu dicuci. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, binatu adalah usaha atau individu yang bergerak di bidang pencucian serta penyetrikaan pakaian. Sementara itu, laundry dalam konteks usaha lebih spesifik mengacu pada layanan pencucian dan penyetrikaan pakaian. Salah satu sistem yang umum ditemui adalah jasa laundry kiloan, di mana biaya dikenakan berdasarkan berat pakaian yang dicuci. Berat tersebut diperoleh melalui penimbangan sebelum pakaian diserahkan kepada petugas laundry.



Laundry berfungsi sebagai divisi yang menangani cucian yang diterima, seperti yang diungkapkan oleh Rumekso (2001). Ini adalah bagian penting dari layanan cuci- mencuci, yang mencakup semua pakaian yang dititipkan untuk dibersihkan. Layanan laundry menjadi alternatif bagi individu yang memiliki rutinitas padat dan tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian mereka sendiri.

Sejarah mencuci pakaian mencerminkan perkembangan praktik ini yang dimulai di sungai, di mana aliran air alami membantu menghilangkan noda dan bau. Metode tradisional ini masih dapat kita jumpai di beberapa daerah pedesaan. Pada zaman dahulu, pencucian dilakukan dengan cara menggosok, memutar, atau memukul pakaian pada batu datar atau papan, teknik yang juga umum digunakan di Eropa, Amerika Utara, serta di Jepang dan Indonesia.

Ketika tidak ada saluran air atau sungai yang tersedia, pencucian dapat dilakukan dengan menggunakan ember atau kuili logam yang diisi air bersih dan dipanaskan di atas api. Air mendidih terbukti lebih efektif dalam menghilangkan kotoran dibandingkan air dingin. Setelah dicuci, pakaian biasanya digantung di luar untuk mengering, meskipun ada juga yang hanya diletakkan di atas rumput bersih.

Pada abad ke-19, praktik mencuci di rumah mulai berkembang di Eropa dan Amerika Utara, dengan memanfaatkan alat sederhana seperti bak air panas dan papan dalam bingkai kayu. Air panas dapat dipanaskan dalam panci besar berbahan logam atau tembaga. Pada sekitar tahun 1864, di tengah

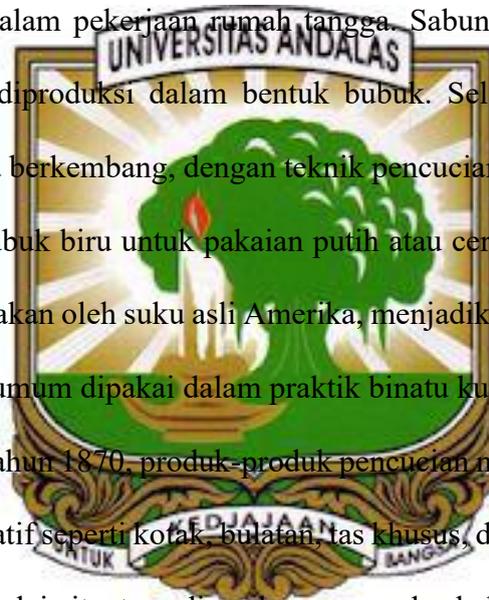


Perang Saudara Amerika, terdapat dua tentara yang sedang mencuci pakaian dengan peralatan yang mudah dibawa ke tepi sungai. Pada era ini, sabun mulai digunakan secara luas, terbuat dari senyawa alkali yang dihasilkan dari campuran abu kayu, lemak, dan garam, yang biasanya tersedia dalam bentuk blok besar dan dicampurkan ke dalam air panas untuk menghilangkan noda.

Memasuki dekade 1880-an, sabun menjadi semakin mudah diakses, dan kemajuan dalam ilmu pengetahuan serta industri membawa perubahan signifikan dalam pekerjaan rumah tangga. Sabun yang awalnya berbentuk blok mulai diproduksi dalam bentuk bubuk. Selama periode ini, layanan laundry juga berkembang, dengan teknik pencucian yang memanfaatkan pati kanji dan bubuk biru untuk pakaian putih atau cerah. Berbagai bahan kimia mulai digunakan oleh suku asli Amerika, menjadikan sabun sebagai senyawa alkali yang umum dipakai dalam praktik binatu kuno.

Pada tahun 1870, produk-produk pencucian mulai hadir dalam berbagai bentuk inovatif seperti kotak, bulatan, tas khusus, dan botol kaca untuk bahan bakar cair. Selain itu, tersedia pula pewarna dan bahan untuk mengembalikan pakaian hitam yang pudar setelah dicuci, masing-masing dengan berbagai nama. Borax dan soda cuci Borax bahkan dipasarkan sebagai merek untuk sabun dan tepung, diiklankan sebagai solusi pembersih yang efektif untuk berbagai kebutuhan.

Antara tahun 1870 hingga 1914, Church Roydan Christine Clark mulai mengembangkan produk merek yang mencakup peralatan rumah tangga, termasuk alat-alat mencuci seperti baskom logam. Menjelang awal abad ke-



20, proses mekanik dalam binatu mulai diperkenalkan dengan berbagai jenis mesin cuci. Mesin-mesin tersebut biasanya menggunakan pengaduk bertenaga listrik, yang menggantikan cara menggosok pakaian secara manual di atas papan cuci. Pada awalnya, mesin ini beroperasi dengan tenaga manual, kemudian berkembang menjadi model dengan bak berlubang yang berputar. Air berlebih akan terbuang melalui lubang, dan siklus ini dikenal sebagai siklus spin.

### 1.5.3 Konsep Meningkatkan Pelanggan

Meningkatkan pelanggan adalah proses mempertahankan dan memperluas kesetiaan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh sebuah bisnis. Ini dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti (Siagian et al., 2020)

#### 1. Tingkatan Kualitas Produk

Mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

#### 2. Tingkatan Kenyamanan Konsumen Saat Berbelanja

Memperbaiki pelayanan atau fasilitas yang meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja, seperti menyediakan fasilitas ekstra, pelayanan yang tidak bertele-tele, dan bangun keabraban dengan pelanggan.

#### 3. Prioritaskan Kemudahan Dan Kecepatan

Menjamin kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, seperti mempermudah transaksi online atau offline, dan menjamin waktu yang singkat untuk melakukan transaksi.



#### 4. Memberikan Diskon Atau Promosi

Memperuntukkan diskon atau promosi untuk pelanggan baru atau pelanggan yang sudah ada, seperti menawarkan diskon atau penawaran khusus untuk pelanggan yang berbelanja secara berkala.

#### 5. Berkolaborasi Dengan Bisnis Atau Figur Publik

Membangun kolaborasi dengan bisnis atau figur publik yang dapat membantu memperkuat kesetiaan pelanggan, seperti membangun program loyalitas yang menarik atau membuat produk atau layanan yang lebih spesial.

#### 6. Memahami Dan Mengenal Pelanggan

Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, seperti melakukan verifikasi data pengguna secara tepat dan otomatis, dan melakukan pengembangan prosedur yang jelas untuk menangani masalah.

Semua strategi ini bertujuan untuk mempertahankan dan memperluas kesetiaan pelanggan, yang akan menjadi dasar bagi kesuksesan bisnis.

### 1.5.4 Pendekatan Sosiologis

Sosiologi ekonomi adalah cabang ilmu sosial yang mempelajari interaksi antara fenomena ekonomi dan aspek sosial dalam masyarakat. Pendekatan ini mengintegrasikan analisis sosiologis untuk memahami bagaimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan mereka melalui produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa yang terbatas. Dalam konteks modal sosial, sosiologi ekonomi berperan penting dalam menjelaskan bagaimana jaringan sosial, kepercayaan, dan norma-norma berkontribusi terhadap efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan



ekonomi. Hubungan antara Sosiologi Ekonomi dan Modal Sosial.

### 1. Analisis Interaksi Sosiologi

Sosiologi ekonomi menggunakan pendekatan sosiologis untuk menganalisis bagaimana interaksi sosial membentuk pola produksi dan distribusi. Modal sosial menjadi elemen kunci dalam menciptakan jaringan yang mendukung kolaborasi antara individu dalam konteks ekonomi.

### 2. Pembangunan Ekonomi

Modal sosial berperan dalam pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kepercayaan antar individu dan kelompok. Hal ini memungkinkan terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan, terutama dalam konteks Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di mana jaringan sosial dapat memperkuat daya saing.

### 3. Kesejahteraan Masyarakat

Pendekatan sosiologi ekonomi menekankan pentingnya modal sosial dalam mencapai kesejahteraan masyarakat. Dengan memanfaatkan norma-norma sosial dan kepercayaan yang ada, komunitas dapat lebih efektif dalam mengatasi masalah kemiskinan dan ketidakadilan.

Pendekatan sosiologi ekonomi memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana modal sosial mempengaruhi dinamika ekonomi di masyarakat. Melalui pemahaman tentang interaksi sosial dan jaringan yang terbentuk, kita dapat melihat bagaimana modal sosial tidak hanya mendukung aktivitas ekonomi tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial yang berkelanjutan



Menurut Francis Fukuyama, modal sosial terdiri dari serangkaian nilai dan norma informal yang dimiliki bersama oleh anggota suatu kelompok masyarakat. Modal sosial ini memungkinkan terjalannya kerjasama yang erat di antara mereka. Salah satu unsur terpenting dalam modal sosial, menurut Fukuyama, adalah kepercayaan, yang berfungsi sebagai perekat bagi keberlangsungan kerjasama kelompok. Ia menegaskan bahwa modal sosial menekankan pentingnya kemandirian dalam mengatasi masalah sosial dan ekonomi, dengan bantuan dari luar dianggap sebagai pelengkap yang dapat mendorong inisiatif dan produktivitas yang muncul dari masyarakat itu sendiri.

Fukuyama juga membedakan tiga tipe modal sosial:

1. Sosial Bounding: Meliputi kultur nilai, persepsi, dan tradisi atau adat istiadat.
2. Sosial Bridging: Berupa jaringan sosial yang lebih luas yang menghubungkan berbagai kelompok masyarakat.
3. Sosial Linking: Merupakan hubungan antara individu atau kelompok dengan pihak-pihak yang memiliki kekuasaan atau status sosial yang lebih tinggi.

Dengan demikian, teori modal sosial Fukuyama menekankan pentingnya kepercayaan, nilai-nilai bersama, dan jaringan sosial dalam memfasilitasi kerjasama dan penyelesaian masalah secara kolektif dalam suatu masyarakat.



Sementara itu, Robert D. Putnam, seorang sosiolog terkenal, juga mengemukakan teori modal sosial. Ia mendefinisikan modal sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sosial, yang mencakup jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipasi aktif. Teori Putnam menyoroti tiga unsur penting: kepercayaan, jaringan sosial, dan norma, yang berfungsi untuk memfasilitasi kerjasama dan koordinasi antara individu demi mencapai keuntungan bersama. Modal sosial dipandang sebagai aset yang memungkinkan individu untuk bekerja sama, sehingga dapat meningkatkan manfaat bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan (Ritzer, 2005).

Putnam (dalam Syahra, 2003) berpendapat bahwa meskipun suatu masyarakat memiliki kebijakan sosial yang baik, jika hidup secara terisolasi, maka modal sosial mereka akan dianggap rendah. Dalam kerangka teori Putnam, kepercayaan berperan penting dalam menciptakan tatanan sosial yang teratur dan harmonis, yang membantu menyatukan berbagai komponen sosial dalam sebuah komunitas. Jaringan sosial dan norma juga berkontribusi signifikan dalam membangun kerjasama antar individu. Putnam menekankan bahwa modal sosial merupakan syarat mutlak bagi terciptanya demokrasi yang stabil, serta berpengaruh pada efisiensi fungsi ekonomi modern.

Robert M. Z. Lawang (2004) mendefinisikan modal sosial sebagai kekuatan- kekuatan sosial yang dibangun oleh individu atau kelompok dalam komunitas. Definisi ini mencakup elemen-elemen organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma, dan jaringan, yang berpotensi meningkatkan efisiensi masyarakat. Modal sosial menjadi perekat di antara individu melalui norma



kepercayaan dan jaringan kerja yang saling menguntungkan dalam mencapai tujuan bersama. Selain itu, modal sosial juga mencakup pengetahuan dan pemahaman kolektif yang dimiliki komunitas serta pola hubungan yang memungkinkan sekelompok individu untuk berkolaborasi dalam aktivitas produktif (Lawang, 2004).

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi teori modal sosial dari Robert M. Z. Lawang, yang menekankan tiga unsur utama: kepercayaan, jaringan sosial, dan norma. Teori ini melihat modal sosial sebagai investasi sosial yang mencakup sumber daya sosial seperti jaringan, kepercayaan, nilai, dan norma yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha.

Dalam dunia usaha laundry, modal sosial memainkan peranan penting dalam menarik lebih banyak pelanggan. Salah satu cara yang efektif adalah melalui jaringan sosial, yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan usaha laundry kepada rekan-rekan dan teman-teman. Dengan demikian, usaha laundry dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Selain itu, kepercayaan pelanggan juga menjadi faktor krusial dalam pemilihan layanan laundry yang mereka percayai untuk memenuhi kebutuhan mereka (Yunita & Amin, 2022).

Teori modal sosial pun mendemonstrasikan bahwa modal sosial dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas di dalam suatu komunitas. Dalam konteks usaha laundry, modal sosial berkontribusi terhadap pencapaian tujuan bersama dengan pelanggan, seperti peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan yang lebih tinggi bagi mereka.



Teori modal sosial juga mengataskan bahwa modal sosial dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam suatu masyarakat. Dalam usaha *laundry*, modal sosial dapat membantu mencapai tujuan bersama dengan pelanggan, seperti meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 1.5.5 Penelitian Relevan

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengungkapkan peran krusial yang dimainkan oleh modal sosial dan dapat dijadikan acuan penting. Salah satu di antaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggela Yunita Azarah, Marshanda Sephira Harpy, dan Rahmasari Dwi Agustina dari Universitas Jember. Pada tahun 2024, mereka menerbitkan jurnal berjudul “Peran Modal Sosial Terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha Laundry Rumahan di Kabupaten Jember.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesejahteraan pelaku usaha laundry di Jember serta mengeksplorasi tantangan-tantangan seperti persaingan yang ketat dan keterbatasan modal (Anggela dan Marshanda, 2024). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal sosial merupakan faktor yang sangat penting dalam menghadapi persaingan di industri laundry. Tantangan yang dihadapi pelaku usaha laundry ini juga sejalan dengan fokus penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti ini, yakni mengenai peran modal sosial dalam menarik lebih banyak pelanggan.

Dari penelitian Anggela, Marshanda, dan Rahmasari, terdapat beberapa poin kunci yang diungkapkan: 1. Pelaku usaha laundry rumahan dapat

memanfaatkan jaringan sosial di sekitarnya sebagai modal untuk meraih keuntungan, yang mencakup pembangunan jaringan pelanggan, kemitraan lokal, pemasaran terbalik, efisiensi biaya, umpan balik, dan pengembangan layanan. Semua faktor ini secara kolektif membantu meningkatkan hasil bisnis. 2. Bisnis laundry rumahan tidak hanya dilihat sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian integral dari komunitas lokal yang saling mendukung.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Devi Analia, Yusman Syaukat, Akhmad Fauzi, dan Ernan Rustiadi dari Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Pada tahun 2019, mereka menerbitkan jurnal berjudul “Modal Sosial (Network) Upaya Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Padang, Sumatera Barat. ” Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana modal sosial dalam bentuk jaringan dapat meningkatkan kinerja UMK. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial, yang mencakup variabel kemudahan informasi, akses pasar, organisasi, dan inovasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMK (Hartika et al., 2023).

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan UMK tidak hanya tergantung pada modal alam, modal fisik, dan modal manusia, tetapi juga pada modal sosial yang sering diabaikan, yaitu jaringan. Jaringan sosial memainkan peran penting dalam kinerja setiap individu pelaku usaha, di mana partisipasi aktif dalam jaringan tersebut berdampak langsung pada dimensi nyata dan interaksional dari modal sosial pada tingkat individu.

Dengan memiliki jaringan yang lebih luas, pelaku usaha dapat memanfaatkannya untuk meraih berbagai manfaat dari hubungan yang ada.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis mendalam fenomena sosial. Metode ini menekankan pada proses dan makna dari perspektif subjek, dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama, melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Menurut Sugiyono (2009), penelitian kualitatif sebagai metode yang digunakan untuk mempelajari objek dalam kondisi alamiah, dengan pendekatan *post-positivis*. Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif yaitu untuk menggali makna dan pengalaman subjektif dari individu atau kelompok dalam konteks tertentu. Ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang fenomena yang diteliti.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Parsetyo (2005), tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu gejala atau fenomena. Umumnya, hasil akhir penelitian ini berupa tipologi atau pola-pola yang berkaitan dengan fenomena yang dibahas. Penelitian deskriptif sering kali diidentifikasi dengan pertanyaan “bagaimana”, yang berfungsi untuk mengembangkan informasi yang ada. Tujuan utama dari



metode ini adalah untuk menggambarkan mekanisme suatu proses sekaligus menciptakan kategori atau pola yang terstruktur. Studi ini berfokus pada merumuskan penggunaan modal sosial di usaha laundry untuk meningkatkan jumlah pelanggan dengan pendekatan kualitatif. Alasan menggunakan tipe penelitian deskriptif yaitu untuk memberikan gambaran yang jelas dan rinci tentang suatu fenomena atau populasi tanpa melakukan manipulasi variabel. Ini memungkinkan peneliti untuk memahami karakteristik, perilaku, dan tren dari objek yang diteliti.

#### 1.6.2 Informan Penelitian

Informan adalah individu yang memberikan informasi mendalam mengenai diri mereka, orang lain, atau peristiwa tertentu kepada peneliti atau pewawancara. Berbeda dengan responden yang hanya menjawab pertanyaan, informan menyampaikan keterangan yang lebih luas dan komprehensif (Afrizal, 2014). Adapun informan penelitiannya adalah individu yang bekerja di job laundry.

Informan dapat dibedakan menjadi dua kategori: informan pengamat dan informan pelaku. Informan pengamat adalah mereka yang memberikan informasi tentang orang lain atau peristiwa yang mereka saksikan, dan sering disebut sebagai pengamat lokal atau saksi. Di sisi lain, informan pelaku adalah individu yang membagikan informasi mengenai diri mereka sendiri, termasuk tindakan, pemikiran, dan interpretasi atau makna dari pengalaman mereka yang menjadi fokus penelitian (Afrizal, 2014).



Adapun pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk memilih informan adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2010,2018), purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data dengan penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Metode ini melibatkan pengambilan sampel dari sumber tertentu berdasarkan kriteria khusus. Pertimbangan ini biasanya didasarkan pada siapa yang paling memahami konteks yang diharapkan oleh peneliti, sehingga memudahkan peneliti dalam menggali lebih dalam objek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan observasi sementara, peneliti membatasi kriteria-kriteria untuk menentukan informan pelaku dan pengamat adalah orang yang terlibat dalam usaha job laundry.

Adapun memvalidasi data digunakan triangulasi informan. Adapun informan berasal dari pelanggan di job laundry membandingkan laundry yang paling maju dan kurang maju serta laundry yang banyak pelanggan dan sedikit pelanggan untuk memberikan gambaran bahwa yang banyak pelanggan mempunyai jaringan sosial yang kuat daripada yang punya sedikit pelanggan. Dari data yang diperoleh laundry yang berdiri di cupak Tengah ada 6 laundry yang beroperasi tetapi ada salah satu laundry yang paling sedikit pelanggannya tetapi tahun berdiri nya lebih lama dari laundry yang lainnya yaitu Ezhil laundry, sedangkan laundry yang paling banyak pelanggannya tetapi tahun berdiri nya paling baru yaitu Job laundry.



Berikut daftar informan pada penelitian ini :

**Tabel 1.3**  
**Informan Pelaku**

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Ari Mulyadi	34	Laki-Laki	Pemilik Job Laundry
2	Nola	23	Perempuan	Karyawan Job Laundry
3	Chyinta	20	Perempuan	Karyawan Job Laundry
4	Rusfina Yanti	22	Perempuan	Pelanggan
5	Andriansyah	23	Laki-Laki	Pelanggan
6	Alvina	20	Perempuan	Pelanggan

Sumber: Data Primer 2024

### 1.6.3 Data Yang Diambil

Pada penelitian kualitatif, terdapat dua sumber data ( sugiyono,2016), yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diberikan langsung kepada pengumpul data yang diberikan langsung kepada pengumpul data. Data primer dapat diperoleh melalui teknik observasi dan wawancara mendalam. Tujuannya untuk mengetahui dan mendalami lebih dalam untuk memperoleh informasi mengenai penggunaan modal sosial yang di lakukan oleh job laundry.

#### 2. Data Skunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memperoleh data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Di dalam penelitian ini, data sekunder diambil melalui dokumen tertulis dan studi

pustaka. Dokumentertulis adalah sebuah data yang diberikan oleh sektor jasa, yaitu karyawan Job laundry dan pemilik Job *laundry* atau *owner*. Studi kepustakaan, yaitu buku, *website*,jurnal,skripsi, foto-foto maupun bahan tertulis yang relevan denganpermasalahan penelitian yaitu penggunaan modal sosial sosial usaha *laundry* dalam meningkatkan pelanggan.

#### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling strategi dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data, karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Dalam penelitian,teknik pengumpulan data sangat diperlukan untuk memperoleh data yang memenuhistanar data yang ditentukan. (Sugiyono,2016)

Menurut Nazir (2017), pengumpulan data adalah suatu prosedur yang sistematis dan baku untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data khususnya wawancara mendalam digunakan dalam penelitian ini. Menurut Afrizal (2014:136), wawancara mendalam adalah wawancara tanpa alternatif pilihan jawaban dan dilakukan untuk menggali informasi seorang informan.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasi dengan tujuan semakin mendalami mendapatkan informasi dan data tentang penggunaan modal sosial dalam meningkatkan pelanggan dari pemilik *laundry* yang menjadi informan peneliti. Alat penelitian yang digunakan adalah *Handphone* untuk merekam, buku catatan dan pena untuk mencatat, dan daftar pertanyaan untuk informan.

### 1.6.5 Unit Analisis

Menurut Bungin (2012:124) dalam penelitian digunakan unit analisis data. Untuk menganalisis data, data diperoleh dari unit analisis yang telah ditentukan. Unit analisis data dapat berupa kelompok, individu, masyarakat, lembaga (keluarga, organisasi, lembaga, komunitas). Maksud dari unit analisis data adalah memfokuskan kajian pada penelitian yang dilakukan atau objek yang diteliti sesuai dengan kriteria masalah dan tujuan penelitian. Unit analisis data dalam penelitian ini adalah pengusaha (pemilik).

### 1.6.6 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan suatu proses sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan keterkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan data yang telah dikumpulkan sehingga menghasilkan suatu klasifikasi atau tipologi. Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus selama penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga tahap penulisan laporan. (Afizal, 2014 : 175 - 176)

Setelah memiliki data lapangan, langkah selanjutnya adalah: analisis data. Dalam penelitian kualitatif ada beberapa langkah yang harus dilakukan dalam analisis data, salah satu model analisis data menurut Miles dan Huberman adalah beberapa langkah-langkah yang diambil untuk menganalisis data kualitatif yaitu:

#### 1. Reduksi Data.

Setelah data primer dan pengumpulan sekunder dilakukan dengan cara mengklasifikasi data, membuat tema, mengklasifikasikan, memfokuskan data



berdasarkan lapangan, membuang, memilah data menjadi satu metode dan membuat ringkasan dalam satuan analisis, kemudian periksa kembali datanya dan mengelompokkannya berdasarkan masalah yang diteliti. Setelah direduksi, data tersebut sesuai dengan tujuannya pencarian tersebut digambarkan dalam bentuk kalimat sehingga memperoleh gambaran utuh mengenai masalah penelitian.

## 2. Visualisasi Data ( Penyajian Data).

Modul analisis hal ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk naratif, dimana peneliti menguraikan hasil data yang dikumpulkan bentuk kotak deskripsi kalimat, hubungan antar kategori yang berurutan dan sistematis.

## 3. Untuk Menarik Kesimpulan.

Meski dengan pengurangan data final sudah dijelaskan, sifatnya belum jelas, permanen, masih ada kemungkinan perubahan lebih lanjut dan pengurangan. Jadi pada titik ini kesimpulannya sudah selesai. Ditemukan menurut bukti data yang diperoleh lapangan secara akurat dan obyektif. Memulai dengan melakukan pengumpulan data, pemilihan data, triangulasi data, kategorisasi data, deskripsi data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara dan pengamatan disajikan dalam bahasa yang kuat menghindari prasangka. Melakukan kategori tematik, kemudian disajikan dalam bagian deskriptif data yang dianggap perlu untuk mendukung klaim penelitian. Kesimpulan diperoleh melalui teknik induktif tanpa menggeneralisasi satu temuan terhadap temuan-temuan lainnya.



### 1.6.7 Definisi Oprasional Konsep

Agar penelitian ini lebih terarah diperlukan penjelasan konsep, adapun konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Norma

Norma adalah unsur penting yang terdiri dari norma-norma sosial yang kooperatif. Norma memunculkan kepercayaan yang sangat penting sebagai pengikat atau perekat, mempersatukan dalam menjalin hubungan. Norma yang terbentuk secara spontan cenderung bersifat informan, tidak dituliskan dan diumumkan. Norma-norma ini tidak akan lenyap dan akan tetap di kemudian hari, menciptakan kebijakan sosial seperti kejujuran, keterandalan, kesediaan untuk bekerja sama dengan orang lain, kekompakkan, dan *sense of duty* terhadap orang lain.

Norma dibuat dan berlaku untuk seluruh anggota masyarakat, baik individu maupun kelompok, agar semua orang dapat hidup berdampingan secara tertib dan damai. Norma berlaku sepanjang waktu selama seseorang menjadi bagian dari masyarakat. Norma bisa diperbaharui seiring perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Norma berlaku di lingkungan masyarakat, baik dalam lingkungan keluarga, sekolah, tempat kerja, maupun di masyarakat luas, tergantung pada jenis norma yang berlaku (misalnya norma keluarga, norma sekolah, norma hukum, dan lain-lain). Norma diperlukan untuk menjaga ketertiban, keamanan, dan keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat. Tanpa norma, akan sulit tercipta kehidupan yang teratur karena setiap orang bisa bertindak sesuka hati tanpa



memperhatikan kepentingan bersama.

## 2. Jaringan Sosial

Merupakan sekelompok agen-agen individual yang berbagai norma-norma atau nilai-nilai informal melampaui nilai yang formal. Jaringan sosial ini dihubungkan dengan kepercayaan yang tinggi, yang memungkinkan kerjasama antar individu atau lebih. Fukuyama juga menjelaskan bahwa melalui hubungan persahabatan atau pertemanan, jaringan sosial dapat diciptakan, memberikan saluran-saluran alternatif bagi aliran informasi dan ke dalam sebuah organisasi. Jaringan dengan kepercayaan tinggi akan berfungsi lebih baik dan lebih mudah daripada dalam jaringan dengan kepercayaan rendah.

Pengguna jaringan sosial bisa siapa saja, mulai dari individu biasa, komunitas, organisasi, hingga perusahaan yang memanfaatkan jaringan ini untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Jaringan sosial bisa digunakan kapan saja, terutama sejak era digital berkembang pesat. Pengguna jaringan sosial meningkat seiring dengan kemudahan akses internet dan perangkat digital biasanya terjadi di platform digital seperti facebook, instagram, twitter, linkedln, dan lainnya yang dapat diakses dari mana saja selama terhubung dengan internet. Jaringan sosial digunakan untuk berbagai tujuan, seperti membangun hubungan sosial, berbagi informasi, mencari dukungan, pemasaran, hingga memperluas jejaring profesional.



### 3. Kepercayaan

Merupakan unsur penting dalam membangun dan mempertahankan modal sosial. Kepercayaan adalah efek samping yang sangat penting dari norma-norma sosial yang kooperatif yang memunculkan modal sosial. Kepercayaan dapat dilihat sebagai suatu jalan menuju organisasi yang lebih efektif dari efisien, karena dengan adanya kepercayaan, anggota-anggota kelompok dapat mempercayai satu sama lain dan bekerja sama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama. Kepercayaan juga berperan sebagai pelumas aktivitas kerja sama dalam kelompok serta tindakan preventif dalam menghadapi kesulitan yang muncul dalam proses mencapainya.

Semua individu atau kelompok dalam masyarakat memiliki kepercayaan, baik secara pribadi maupun kolektif, misalnya dalam konteks agama, budaya atau hubungan sosial. Kepercayaan terbentuk kapan saja, biasanya sejak seseorang mulai mengenal dan memahami dunia di sekitarnya, dan terus berkembang sepanjang hidup, berdasarkan pengalaman dan pembelajaran.

#### 1.6.8 Lokasi Penelitian

Menurut Afrizal (2014:128) lokasi penelitian adalah tempat peneliti melakukan penelitian. Konteks penelitian disebut juga dengan konteks penelitian. Lokasi penelitian tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga organisasi dan sejenisnya. Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah di Job *laundry* Kelurahan Cupak Tengah. Alasan memilih lokasi di Job *laundry* karena berdasarkan observasi sementara di lapangan menunjukkan bahwa

usaha tersebut lebih banyak jumlah pelanggannya di bandingkan *laundry* lainnya selain itu laundry tersebut paling baru dari laundry lainnya.

### 1.6.9 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari awal bulan Agustus tahun 2024 hingga akhir bulan Desember tahun 2024, untuk lebih jelasnya jadwal penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.5**

Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	Tahun 2024- Tahun 2025						
		Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Seminar Proposal							
2	Bimbingan Pedoman Wawancara							
2.	Pengumpulan Data							
3.	Analisis Data							
4.	Bimbingan Skripsi							
5.	Ujian Skripsi							