

**MODAL SOSIAL PADA USAHA RUBIK GANEPO
DI JORONG PADANG KANDI NAGARI VII KOTO TALAGO
KECAMATAN GUGUAK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

**Novera Fitri Yanti
(fitrilarisha@gmail.com)**

Dosen Pembimbing: Dra. Indrawati, M.Si
Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jalan HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Panam
Pekanbaru-Riau

ABSTRAK

Rubik ganepo merupakan sebuah makanan cemilan yang bahan dasarnya terbuat dari ubi kayu yang nantinya dipotong secara dadu kemudian diolah menjadi kerupuk yang berwarna kuning berasal dari kunyit. Makanan yang satu ini sudah lama sekali keberadaannya namun eksistensinya masih bertahan sampai sekarang. Salah satunya ada di daerah Jorong Padang Kandi Nagari VII Koto Talago yang merupakan pusat produksi usaha rubik ganepo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui unsur-unsur modal sosial dalam usaha rubik ganepo serta manfaat modal sosial dalam usaha rubik ganepo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling yakni pengambilan data dari informan berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah para pengusaha yang tergabung dalam kelompok senior ganepo yang mana proses produksi dan pemasarannya sudah luas. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa unsur-unsur modal sosial dalam usaha rubik ganepo terdiri dari jaringan, kepercayaan, dan norma. Adapun manfaat modal sosial berupa jaringan adalah mempermudah dalam pemasaran usaha rubik ganepo, mempermudah perolehan bahan baku, meningkatkan hubungan baik antar aktor. Manfaat modal kepercayaan seperti transaksi menjadi lancar, barang atau pasokan bahan baku sesuai keinginan, negoisasi harga berjalan dengan baik. Manfaat norma seperti petani menjadi hati-hati dalam perolehan bahan baku, kualitas rubik ganepo terjamin, persaingan antar pengusaha terjalin secara sehat.

Kata Kunci: Modal Sosial, Usaha *Rubik Ganepo*

**SOCIAL CAPITAL IN BUSINESS RUBIK GANEPO
IN JORONG PADANG KANDI NAGARI VII KOTO TALAGO
KECAMATAN GUGUAK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

**Novera Fitri Yanti
(fitrilarisha@gmail.com)**

Counsellor: Dra. Indrawati, M.Si
Department of sociology Faculty of Social and Polittical Sciences
Universitas Riau
Campus Bina Widya, Jl. H.R Soebrantas KM 12,5 Simpang Baru, Panam
Pekanbaru-Riau

ABSTRACT

Rubik ganepo is a snack food whose basic ingredients are made from cassava which will be cut in dice thrn processed into yellow crackers derived from turmeric. This one food has long since its existence but its existence still survive until now. One of which is in the area Jorong Padang Kandi Nagari VII Koto Talago which is the production center of rubik ganepo business. The purpose of this research is to know the elements of social capital in rubik ganepo business as well as social capital benefits in rubik ganepo business. This research uses qualitative approach with descriptive analysis. Selection of informants in this study was conducted by purposive sampling technique that is taking data informants based on certain criteria. These criteria are entrepreneurs who are members of the senior ganepo group in which the process of production and marketing is wide. Techniques used in this study are interviews, observation, documentation. The results of this study indicate that the elements of social capital in rubik ganepo business consist of networks, trust, and norms. The benefits of social capital in the from of a network is easier in marketing the rubik ganepo business, make it easier to get of raw materials, improving good relations between actors. The benefits of trust capital such as transactions become smooth, goods or supply of raw materials as desired, proce negotitation goes well. The benefits of norms such as farmers are being cautious in the acquisition of raw materials, the quality rubik ganepo guaranteed, competition between entrepreneur is healthy.

Keyword: Social Capital, Rubik ganepo busines

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai Negara agraris karena sebagian besar penduduk Indonesia mempunyai mata pencaharian di bidang pertanian atau bercocok tanam. Selain masyarakatnya yang agraris, Indonesia adalah Negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang berlimpah baik sumber daya alam hayati maupun non hayati. Kekayaan sumber daya alam yang ada, dikelola oleh masyarakat Indonesia sebagai mata pencaharian serta menjadi penunjang utama dari sumber ekonomi Indonesia.

Salah satu daerah yang memanfaatkan pengolahan sumber daya alam hasil pertanian adalah masyarakat Jorong Padang Kandi yang berada di Kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota. Pengolahan hasil pertanian yang dimanfaatkan di Jorong Padang Kandi adalah pengolahan ubi kayu. Sebelumnya pengolahan ubi kayu ini belum banyak dibudidayakan, setelah ada salah satu masyarakat memperkenalkan pemanfaatan ubi kayu tersebut, banyak masyarakat membudidayakannya. Saat ini terdapat beberapa industri kecil yang memanfaatkan ubi sebagai bahan pembuatan olahan rubik (kerupuk), seperti rubik ganepo di Jorong Padang Kandi.

Rubik ganepo ini adalah makanan yang bahan dasarnya terbuat dari ubi kayu yang nantinya dipotong secara dadu kemudian diolah menjadi kerupuk/rubik dan diberi warna kuning berasal dari bumbu rempah-rempah. Awalnya rubik ganepo ini sedikit masyarakat yang menekuninya, karena usaha ini laku dipasaran sehingga

masyarakat lain berbondong-bondong membuat usaha rubik ganepo. Alhasil di Jorong Padang Kandi sudah banyak pengusaha rubik ganepo yang sudah memiliki merek usaha masing-masing. Makanan yang satu ini sudah lama keberadaannya, namun pada era tahun 2000-an banyak warga Jorong Padang Kandi mulai mengembangkan usaha rubik ganepo ini. Sampai sekarang masih banyak peminatnya berbagai kalangan masyarakat dan dijadikan sebagai cemilan dan makanan oleh-oleh bagi pendatang. Selain itu rubik ganepo sangat mudah dijumpai di swalayan, di warung-warung atau di kedai dan sebagainya, siapapun pasti sudah mengenal makanan yang satu ini.

Usaha rubik ganepo yang ada di Jorong Padang Kandi juga mempunyai peran penting dalam kehidupan ekonomi sosial masyarakat. Pada perekonomian rakyat pedesaan, munculnya usaha industri kecil maupun industri rumah tangga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan di luar sektor perekonomian, mampu menyerap tenaga kerja, serta mendidik orang berwiraswasta dan dapat memicu inisiatif untuk maju. Potensi industri kecil di pedesaan mempunyai kesempatan yang luas untuk berkembang, yang kemudian diharapkan dapat menampung banyak tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya pada masyarakat lapisan bawah.

Saat ini pengusaha rubik ganepo yang ada di Jorong Padang Kandi telah melakukan usaha pengolahan dengan beraneka ragam merek dan produk olahan. Selain rubik ganepo, mereka juga memproduksi makanan lain seperti keripik balado, sarang balam,

rendang, dan sebagainya hal ini diproduksi jika ada yang memesan. Usaha ini telah mampu menembus pasar keberbagai daerah seperti Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Bengkulu dan sebagainya. Banyaknya pengusaha yang menekuni usaha rubik ganepo, maka pengusaha tersebut membentuk kelompok, salah satu kelompok tersebut diberi nama “Senior Ganepo” yang berdiri sejak tahun 2011 hal ini bertujuan juga untuk membina hubungan kerja sama diantara mereka.

Perkembangan usaha industri di bidang makanan, kerajinan dan sebagainya baik dalam bentuk industri kecil, menengah, maupun industri besar sudah banyak. Tercatat sentra industri kecil pada tingkat Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2014 yaitu unit usaha berjumlah 499 unit, tenaga kerja berjumlah 3.843 orang dan nilai investasinya Rp. 31.731.530.

Eksistensi industri rubik ganepo sampai sekarang masih tetap bertahan mulai dari segi rasanya yang enak dan pemasaran usaha ini sudah ada dimana-mana. Banyaknya masyarakat menekuni usaha tersebut persaingan dalam usaha tidak dapat dipungkiri lagi. Ditengah persaingan usaha yang telah terjadi usaha rubik ganepo ini masih bertahan dan masih produksi dalam usahanya serta mampu menembus pasar keberbagai daerah seperti yang telah disebutkan diatas tadi. Eksistensi usaha ini tidak akan tumbuh dan berkembang apabila tidak didukung oleh modal lainnya seperti modal sosial. Sebagaimana yang telah dikatakan modal sosial menunjuk pada kapasitas dari seorang atau individu untuk mendapatkan sesuatu yang bernilai (material) dari hubungan-

hubungan sosial yang dimilikinya atau keanggotaan kelompok (Haryanto, 2011 : 171). Modal sosial juga merupakan investasi sosial, yang meliputi sumber daya seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma serta kekuatan yang mengerakkan, dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individual atau kelompok secara efisien dan efektif dengan kapital lainnya (Damsar, 2011 : 211).

Modal sosial juga memiliki peranan terhadap kelangsungan usaha rubik ganepo. Modal sosial hanya dapat dibangun ketika tiap individu belajar dan mau belajar mempercayai individu lain. Adanya kepercayaan membuat mereka mau menghasilkan komitmen yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan. Modal sosial menunjuk pada jaringan sosial, norma sosial, dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Modal sosial berperan sebagai perekat yang mengikat semua orang dalam masyarakat atau sebagai sumber mendapatkan informasi, menjalin kerja sama dan sebagainya. Adanya jaringan sosial, kepercayaan, dan norma sosial pada usaha rubik ganepo memungkinkan terjalinnya kerjasama antar aktor pasar. Kerjasama dilakukan untuk mencapai tujuan bersama secara efisien. Hal inilah yang sekilas tampak dalam diri pengusaha rubik ganepo dimana terjalin kerjasama antar pengusaha rubik ganepo, pemasok maupun pihak pemasaran sehingga dapat dikatakan terdapat suatu kepercayaan, norma serta jaringan yang terbentuk.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti apa saja unsur-unsur modal sosial yang dimiliki oleh pengusaha rubik ganepo dalam usahanya dan manfaat modal sosial yang dirasakan oleh pengusaha rubik ganepo dalam usahanya dalam dengan judul **“Modal Sosial pada Usaha Rubik Ganepo di Jorong Padang Kandi Nagari VII Koto Talago Kecamatan Guguk Kabupaten Lima Puluh Kota”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang menjadi fokus pada penelitian ini, sebagai berikut:

- 1) Apa saja unsur-unsur modal sosial yang dimiliki oleh pengusaha dalam usaha rubik ganepo?
- 2) Bagaimana manfaat modal sosial yang dirasakan oleh pengusaha dalam usaha rubik ganepo?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang diatas dan sejalan dengan rumusan yang disebutkan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui unsur-unsur modal sosial yang dimiliki oleh pengusaha dalam usaha rubik ganepo.
- 2) Untuk mengetahui manfaat modal sosial yang dirasakan oleh pengusaha dalam usaha rubik ganepo.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Kegunaan secara teoritis
Sebagai sumbangan pemikiran bagi penelitian dalam studi ilmu-ilmu sosial, khususnya sosiologi.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan acuan data awal untuk mendapatkan data-data lainnya yang lebih komprehensif di dalam penelitian yang sama atau penelitian yang bersinggung dengan pokok-pokok bahasan yang terdapat dalam penelitian ini.

b. Bagi Pengusaha

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang solusif dan bermanfaat bagi pengusaha rubik ganepo yang ada di Jorong Padang Kandi dalam mempertahankan usahanya.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelompok Sosial

Menurut Muzafer Sherif dalam (Santosa, 2006 : 36) kelompok sosial adalah suatu kesatuan sosial terdiri dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga di antara individu itu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu. Setiap manusia yang tergabung di dalam sebuah kelompok sosial akan melakukan interaksi dengan anggota lain dari kelompok sosial tersebut baik itu yang bersifat positif atau negatif.

Selain itu, manusia pada dasarnya makhluk sosial, memiliki naluri untuk hidup dengan orang lain. Naluri manusia untuk selalu hidup dengan orang lain disebut *“gregariousness”*, sehingga manusia juga disebut *“social animal”* (Soekanto, 1982 : 101).

Dari uraian diatas, maka kelompok sosial dapat dilihat dari beberapa bentuk kelompok sosial, dalam (Soekanto dan Sulistyowati, 2013 :108-125) antara lain:

1. In-Group dan Out-Group
2. Kelompok Primer dan Kelompok Sekunder
3. Panguyuban (*Gemeinschaft*) dan Patembayan (*Gesellschaft*)
4. Formal Group dan In formal Group
5. Membership Group dan Reference Group

2.2 Industri Kecil

Kegiatan industri merupakan aktivitas manusia di bidang ekonomi produktif untuk mengolah bahan mentah menjadi barang yang lebih bernilai untuk dijual. Pada saat ini Indonesia paling tidak dikenal beberapa definisi dan kriteria berbagai kegiatan usaha kecil yang masing-masing mempunyai landasan sendiri dan dinggunakan untuk tujuan berbeda. Beberapa pengetahuan tersebut antara lain:

- a) Pengembangan industri rumah tangga, kecil, menengah dan besar yang dikelompokkan atas dasar jumlah tenaga kerja, pengelompokkan ini telah dinggunakan untuk menyusun perstatistikan di bidang industri oleh BPS.
- b) Usaha kecil yang ditetapkan berdasarkan UU No.9/1995 yang mendasarkan pada kepemilikan, kekayaan di luar tanah dan bangunan serta omset dibawah 1 milyar rupiah. Kemudian untuk usaha menengah hanya didasarkan pada nilai kekayaan di luar tanah dan bangunan antara dua ratus juta hingga 10 milyar rupiah serta kepemilikan tanpa menyebut omset sebagaimana diatur dalam Inpres No.10/1999 penegelopokkan ini lahir bersamaaan dengan masuknya

pembinaan pengusaha kecil dan menengah ke dalam Departemen Koperasi.

- c) Usaha mikro yang dikaitkan dengan program kredit usaha mikro, kredit usaha kecil dan kredit usaha menengah yang pada dasarnya dikaitkan dengan besaran kredit yang diberikan (Soetrisno, 2005 : 8).

Industri kecil diidentik dengan industri rumah tangga, untuk itu ada dua definisi mengenai industri kecil. Pertama, definisi usaha kecil menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang industri kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp1 Miliar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp200 juta. Kedua menurut kategori Badan Pusat Statistik (BPS) usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga, untuk itu BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya yaitu (1) industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang, (2) Industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, (3) Industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, (4) Industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih (Kuncoro, 2007 : 365).

2.3 Modal Sosial

Perhatian pada tema modal sosial muncul pada dekade 1980-an, ketika sejumlah ahli melakukan berbagai studi intensif tentang berbagai fenomena modal sosial di berbagai Negara. Bentuk modal sosial muncul dari hubungan-hubungan antara individu, keluarga, kelompok, komunitas yang merupakan akses

memperoleh keuntungan bernilai atau sumber daya.

Modal sosial menurut Field, orang membangun hubungan melalui serangkain jaringan dan mereka cenderung memiliki kesamaan nilai dengan anggota lain dalam jaringan tersebut, sejauh jaringan tersebut menjadi sumber daya, dia dapat dipandang sebagai modal .

Defenisi modal sosial menurut Bourdiu dan Wacquan adalah sumber daya aktual atau maya, yang berkumpul pada seseorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik pengenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan.

Defenisi lain dari modal sosial dikemukakan oleh Coleman, modal sosial adalah seperangkat sumber daya yang melekat pada hubungan keluarga dalam organisasi sosial komunitas dan yang berguna bagi perkembangan kognitif sosial anak atau orang masih muda. Sumber-sumber daya tersebut berbeda bagi orang-orang yang berlainan dan dapat memberikan manfaat bagi anak-anak dan remaja dalam perkembangan modal manusia mereka.

Selain itu Putnam bahwa yang dimaksud dengan modal sosial adalah adalah bagian dari kehidupan sosial, jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipasi bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama (Field, 2011 : 11-51)

Berbeda dengan tokoh diatas, Fukuyama memfokuskan pada aspek-aspek norma dan kepercayaan sosial dari modal sosial. Ia menekankan modal sosial sebagai seperangkat nilai-

nilai dan norma-norma bersama dikalangan anggota kelompok yang memungkinkan para anggota saling bekerja sama (Sindung Haryanto, 2011 : 175). Disini peneliti menggunakan modal sosial yang dikemukakan oleh Putnama yang mana modal sosial terdiri dari jaringan, kepercayaan, dan norma.

2.3.1 Jaringan Sosial

Jaringan adanya ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak. Dalam kerja jaring itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Malah kalau satu simpul saja putus, maka keseluruhan jaring itu tidak bisa berfungsi lagi, sampai simpul itu diperbaiki. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat. Jaringan dimengerti sebagai sesuatu yang dikaitkan atau dihubungkan dengan orang lain atau menunjuk pada makna subjektif yang mempertimbangkan perilaku atau tindakan orang lain yang berkaitan dengan pemaknaan tersebut.

Dari penjelasan jaringan tersebut, jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subyektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul atau ikatan. Simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar para aktor tersebut. Studi jaringan sosial biasanya dikaitkan dengan bagaimana pribadi-pribadi berhubungan antar satu sama lain dan bagaimana ikatan afiliasi melayani baik sebagai pelicin dalam

memperoleh sesuatu yang dikerjakan, sebagai jembatan untuk memudahkan hubungan antara satu pihak dengan pihak lainnya, maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial (Damsar, 2011 : 157-159).

2.3.2 Norma Sosial

Norma sosial yaitu memberikan pedoman bagi seseorang untuk bertingkah laku dalam masyarakat atau seperangkat pedoman yang mengatur perilaku dari para anggota dan ada sanksi nyata dari pelanggaran yang terjadi. Norma yang ada, mempunyai kekuatan mengikat yang berbeda-beda. Ada norma yang lemah, yang sedang sampai yang terkuat daya ikatnya. Pada yang terakhir, umunya anggota-anggota masyarakat pada tidak berani melanggarnya. Norma tersebut antara lain cara (Usage), kebiasaan (Folkways), tata kelakuan (Mores), dan adat istiadat (Custom) (Soekanto dan Sulistyowati, 2013 : 174). Norma sosial adalah suatu aturan yang menjadi acuan dalam masyarakat bertingkah laku, begitupun juga dengan hubungan kerjasama yang telah terjalin dengan pihak lain dalam usaha rubik ganepo. Jika norma yang sudah ditetapkan dilanggar oleh individu, maka si pelaku akan mendapatkan sanksi atas pelanggaran yang dilakukannya begitupun kerjasama pun juga ikut terputus.

2.3.3 Kepercayaan

Kepercayaan menurut Giddens (dalam Damsar, 2011 : 186) didefinisikan sebagai keyakinan akan reliabilitas seseorang atau sistem terkait dengan berbagai hasil atau peristiwa, dimana keyakinan itu mengekspresikan suatu iman (*faith*) terhadap integritas atau cinta kasih

orang lain, atau terhadap ketepatan prinsip abstrak (pengetahuan teknis). Kepercayaan diibaratkan sebagai sesuatu pelumas yang membuat jalannya kelompok atau organisasi dan perusahaan menjadi lebih efisien (Fukuyama, 2002: 22). Dalam artian bahwa dengan adanya kepercayaan dari orang lain maka seseorang akan lebih mudah dalam mengerjakan sesuatu.

2.4 Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan dalam bahasa Inggris disebut sebagai *empowerment*. Istilah pemberdayaan diartikan sebagai upaya mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki masyarakat agar menjadi sebuah sistem yang bisa mengorganisasi diri mereka sendiri secara mandiri. Individu bukan sebagai objek, melainkan sebagai pelaku yang mampu mengarahkan diri mereka sendiri kearah yang lebih baik. Kata “berdaya” diartikan sebagai kontribusi waktu, tenaga, usaha, melalui kegiatan-kegiatan yang memberikan seseorang kekuatan untuk melakukan sesuatu atau membuat orang layak (Alwi, dkk, 2001: 241).

Menurut Suharto, pemberdayaan dapat dijelaskan sebagai berikut: “Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah, sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam (a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan, (b) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka

dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan, (c) berpratisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka” (Suharto, 1997 : 210).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Jorong Padang Kandi Nagari VII Koto Talago Kecamatan Guguak Kabupaten Lima Puluh Kota dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan pengusaha yang tergabung dalam kelompok senior ganepo berdasarkan usahanya yang sudah besar atau luas baik dari segi produksi maupun pemasarannya. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 6 orang yaitu diantaranya 4 pengusaha, satu petani/pemasok dan satu penjual.

HASIL PENELITIAN

UNSUR-UNSUR MODAL SOSIAL PADA USAHA RUBIK GANEPO DI JORONG PADANG KANDI

5.1 Karakteristik Informan

Pengusaha rubik ganepo dalam penelitian ini peneliti mengambil pengusaha yang ada di Jorong Padang Kandi yang ikut tergabung dalam kelompok *senior ganepo*. Jumlah pengusaha yang tergabung dalam kelompok *senior ganepo* sebanyak 17 orang. Disini penulis mengambil 4 pengusaha sebagai informan dalam penelitian ini berdasarkan produksi dan pemasarannya sudah luas, hal ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam lagi modal sosial seperti apa yang mereka miliki sehingga usahanya bertahan sampai sekarang. Rata-rata mereka mulai terjun dunia usaha ini sejak tahun 2000-an. Pengusaha rubik

ganepo ini yang ada di jorong Padang Kandi mayoritas etnis Minang. Mereka tertarik berwirausaha dari orang-orang sekampung mereka yang telah banyak menjadi pengusaha rubik ganepo dan juga faktor ekonomi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 4 pengusaha `rubik ganepo` dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini, 1 petani dan 1 agen/penjual sebagai informan pendukung.

5.2 Jaringan Sosial

5.2.1 Proses Terbentuknya Jaringan dalam Usaha Rubik Ganepo

Jaringan dalam usaha rubik ganepo di Jorong Padang Kandi adalah jaringan yang terjadi antara sesama pengusaha, pegusaha dengan petani/pemasok, pengusaha dengan penjual. Proses terbentuk jaringan antar pengusaha dalam usaha rubik ganepo berawal saling keterbukaan, pembentukan kelompok. Kemudian jaringan yang terjadi anatara pengusaha dengan petani saling membutuhkan satu sama lain, membangun jaringan dengan kualitas ubi yang bagus. Sedangkan jaringan pengusaha dengan penjual berupa penyebaran informasi dari satu ke orang lain, sekedar membeli oleh-oleh, pulang kampung halaman, mengikuti suatu acara sambil promosi.

5.2.2 Bentuk Jaringan dalam Usaha Rubik Ganepo

Ada berbagai macam bentuk jaringan yang terjadi antara sesama pengusaha berupa saling tolong-menolong seperti meminjam bahan baku dan membantu masalah pemasaran. Bentuk jaringan antara pengusaha dengan petani berupa bersifat mengikat dimana petani terikat oleh pengusaha karena pengusaha yang selalu memberikan/meminjamkan

modal kepada petani untuk berkebun, sehingga mau tidak mau petani teikat dengan pengusaha tersebut, bentuk hubungan yang terjalin hubungan saudara atau sekampung. Begitupun bentuk jaringan yang terjadi antara pengusaha dengan penjual berupa hubungan saudara dan hubungan pertemanan, kemudian menjaga hubungan silaturahmi diantaranya.

5.3 Kepercayaan

5.3.1 Proses Terbentuknya Kepercayaan

Kepercayaan adalah modal sosial yang tidak kalah penting dalam usaha rubik ganepo. Kepercayaan yang timbul antar sesama pengusaha disebabkan karena mereka sekampung dan saling mengenal satu sama lain. Hubungan yang sudah saling mengenal dan akrab satu sama lain membuat para pengusaha yang ada di Jorong Padang Kandi saling mempercayai satu sama lain. Meskipun usaha mereka sama-sama usaha rubik ganepo mereka tidak pernah merasa tersaingi satu sama lain. Selanjutnya proses terbentuk kepercayaan pengusaha dengan petani karena ada hubungan saudara sekampung dan saling mnengenal, kemudian petani selalu memenuhi permintaan pengusaha, dan juga dilatarbelkangi karena sudah lama berlangganan. Begitupu proses terbentuk kepercayaan pengusaha dengan penjual seperti kesanggupan pengusaha memenuhi permintaan penjual dan tetap menjaga kualitas rubik ganepo.

5.3.2 Bentuk Kepercayaan dalam Usaha Rubik Ganepo

Bentuk-bentuk kepercayaan dalam usaha rubik ganepo terutama berupa saling meminjamkan uang, pinjam meminjam bahan baku, sistem

laku bayar, kesetiaan, pemberian barang terlebih dahulu kepada penjual baru uang dikirim, menetapkan harga sesuai kesepakatan, kejujuran.

5.4 Norma

Pada usaha rubik ganepo terdapat norma atau aturan dan tata cara mereka sendiri dalam menjalankan usahanya. Aturan yang berlaku dalam usaha rubik ganepo cenderung bersifat tidak tertulis dan hanya dibuat dan diputuskan berdasarkan kesepakatan bersama. Aturan tersebut tidak hanya ada pada pengusaha melainkan pihak-pihak yang berhubungan dalam usaha rubik ganepo seperti petani dan penjual.

Modal sosial bentuk norma pada usaha rubik ganepo seperti, mutu kualitas rubik ganepo tetap dijaga, tidak boleh masuk-memasuki, tidak boleh saling tindih menindih, aturan mengenai bahan baku, bayar separoh harga jika ubi yang dihasilkan kurang bagus, aturan dalam pengemasan. Adapun sanksi bagi yang melanggar berupa teguran dan konsekuensinya dirasakan sendiri oleh bagi pelanggar dan mendapatkan kerugian dalam usahanya masing-masing.

MANFAAT MODAL SOSIAL DALAM USAHA RUBIK GANEPO DI JORONG PADANG KANDI

6.1 Manfaat Jaringan Sosial

1.1.1 Mempermudah dalam pemasaran rubik ganepo

Jaringan pada suatu pasar dapat memberikan peran yang bermanfaat dan mendukung produktifitas barang. Dengan memiliki jaringan yang luas maka proses pemasaran rubik ganepo akan lebih mudah dan lebih cepat dibandingkan dengan pengusaha yang sedikit memiliki jaringan. Dalam usaha rubik ganepo ini, pengusaha

sebagian besar merajut jaringan dengan penjual melalui kualitas rubik ganepo yang bagus, karena apabila kualitas rubik ganepo tersebut tetap dijaga sehingga menarik individu lain merajut jaringan dengan pengusaha tersebut.

1.1.2 Mempermudah perolehan bahan baku

Jaringan juga berperan baik dalam proses mendapatkan bahan baku yang diinginkan. Artinya dengan dimiliki kenalan dari petani yang banyak, maka akan memudahkan suatu pengusaha dalam mendapatkan bahan baku yang bukan hanya mudah akan tetapi juga berkualitas yang baik. Selain mendapatkan bahan baku dari petani, antar sesama pengusaha mereka juga bisa meminjam ubi satu sama lain. Sehingga dengan adanya jaringan ini, pengusaha tidak pusing lagi harus kemana mereka mencari bahan baku untuk usahanya karena sudah memiliki petani tetap dan saling tolong-menolong diantara mereka.

1.1.3 Meningkatkan hubungan baik antar aktor

Peran jaringan sosial yang terdapat di suatu pasar bukan hanya berperan terhadap suatu produktivitas akan tetapi juga berperan dengan hubungan sosial yang terjalin antar pengusaha, petani, ataupun penjual. Dapat dipastikan akan terjalin suatu relasi hubungan yang didalamnya terdapat hubungan saling tolong menolong antar aktor yang berhubungan. Misalkan hubungan yang terjadi antara sesama pengusaha yang saling terbuka dan juga saling tolong menolong dalam mendapatkan bahan baku. Begitupun juga dengan petani, pengusaha selalu menjaga hubungannya dengan petani, seperti

selalu memberikan pelayanan yang baik dan memberikan bantuan jika petani membutuhkan pertolongan. Hal yang sama juga dilakukan dengan penjual, sebut saja Bapak Yefrizal dengan penjualnya, dia merajut jaringannya lewat kualitas rubik ganepo bagi penjual terkadang untuk menjaga hubungan yang telah terjalin para pengusaha tadi tetap menjaga hubungan silaturahmi seperti memberikan oleh-oleh dari kampungnya ataupun mengundang ketika dia ada acara.

1.2 Manfaat kepercayaan

1.2.1 Transaksi menjadi lancar

Kepercayaan dalam usaha rubik ganepo berperan terhadap hubungan antara pengusaha dengan petani dan penjual dalam hal pengambilan barang dan pembayarannya. Misalkan dalam pengambilan bahan baku dari petani, pengusaha boleh mengambil barang terlebih dahulu kemudian pembayarannya dibayar belakangan. Begitu hal pengusaha dengan penjual, pengusaha memberikan kemudahan bagi penjual dalam mengambil barang darinya. Pengusaha memberikan barang terlebih dahulu setelah barangnya sampai kemudian uangnya ditransfer oleh penjual.

1.2.2 Barang atau pasokan bahan baku sesuai keinginan

Kepercayaan bagi pengusaha, petani maupun penjual juga berperan pada adanya komitmen bersama diantara mereka. Komitmen dari pengusaha diwujudkan dengan barang yang berkualitas baik dan pembuatannya yang sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh penjual serta kesanggupan pengusaha dalam menyediakan pasokan rubik ganepo

kepada penjual. Kesanggupan pengusaha dalam permintaan oleh penjual menimbulkan kepercayaan antara mereka. Begitupun dengan penjual, dia selalu menjaga keuangan tepat waktu dalam pegirimannya kepada pengusaha ketika barang sudah sampai. Selain itu komitmen dari petani berusaha selalu menyediakan bahan baku untuk pengusaha ketika pengusaha membutuhkan jasa darinya dan tetap menjaga kualitas ubi tersebut. Karena pengusaha memberikan kepercayaan dengan petani berupa setia tetap membeli bahan baku darinya.

1.2.3 Negoisasi harga berjalan dengan baik

Kepercayaan antara pengusaha dengan penjual dalam hal pemasaran produk rubik ganepo berperan terhadap proses negoisasi harga antara pengusaha dengan penjual agar menjadi lancar sebagaimana yang telah dikatakan salah satu pengusaha tadi, Selama beliau bekerja sama dengan penjual rubik ganepo nya belum ada kecurangan yang dilakukan oleh penjual. Kepercayaan yang tumbuh antara pengusaha dan penjual dalam menentukan harga ketika rubik ganepo tersebut dipasarkan ke konsumen haruslah tetap dijaga. Karena semakin mahal harga yang ditetapkan maka konsumen tidak mampu untuk membeli, jangan sampai penjual melakukan curang melebihi harga yang telah disepakati kedua belah pihak atau mengikari kesepakatan.

1.3 Manfaat Norma

1.3.1 Petani menjadi hati-hati dalam perolehan bahan baku

Peran norma dalam usaha rubik ganepo berhubungan dengan proses dalam menentukan kriteria ubi

yang digunakan untuk menjadi olahan rubik ganepo. Ubi yang digunakan tidak sembarang ubi, ada aturan yang harus dipatuhi oleh petani sebagai pelaku dalam memasok bahan baku. Setiap petani wajib mematuhi aturan tersebut. Biasanya ubi yang digunakan adalah ubi Dumai yang berumur 11 bulan.

1.3.2 Kualitas rubik ganepo terjamin

Adanya norma antar sesama pengusaha maupun pengusaha dengan penjual menandakan adanya suatu aturan yang harus dipatuhi oleh pihak yang bersangkutan. Antar sesama pengusaha terutama pengusaha yang tergabung dalam kelompok *senior ganepo* ada aturan yang telah disepakati bersama, aturan tersebut tidak terlalu mengikat tetapi untuk demi kebaikan usaha masing-masing. Aturan tersebut berupa himbauan kepada setiap pengusaha agar tetap menjaga kualitas rubik ganepo masing-masing mereka. Kemudian dari pihak penjual juga memiliki aturan kepada pengusaha dalam masalah hal yang sama yaitu tentang kualitas rubik ganepo, seperti aturan tentang ketika rubik ganepo tersebut terlalu banyak minyaknya yang berlepotan dalam pengemasan ataupun terlalu banyak serbuk dari rubik ganepo tersebut terpaksa dipulangkan dan diganti dengan baru.

1.3.3 Persaingan antar pengusaha terjalin secara sehat

Norma memberikan peran yang baik pada hubungan antar sesama pengusaha rubik ganepo. Dengan adanya norma antar pengusaha, berupa tidak saling menjatuhkan satu sama lain dan aturan tentang dalam

pemasaran usaha masing-masing, hal ini dapat memberikan himbauan dan perhatian kepada antar pengusaha untuk saling mempererat hubungan sosialnya. Interaksi dapat berjalan dengan baik, saling tolong menolong juga akan terjalin dengan sendirinya ketika antar individu saling menyadari akan himbauan tersebut.

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Unsur-unsur yang ada dalam usaha rubik ganepo di Jorong Padang Kandi terdiri dari tiga unsur yaitu: Jaringan sosial, kepercayaan, dan norma. Ketiga unsur modal sosial ini berperan penting dalam usaha rubik ganepo.

Jaringan dalam usaha rubik ganepo di Jorong Padang Kandi adalah jaringan yang terjadi antara sesama pengusaha, pegusaha dengan petani/pemasok, pengusaha dengan penjual. Proses terbentuk jaringan antar pelaku dalam usaha rubik ganepo berawal saling keterbukaan, pembentukan kelompok, saling membutuhkan satu sama lain, penyebaran informasi dari satu ke orang lain, sekedar membeli oleh-oleh, pulang kampung halaman, mengikuti suatu acara sambil promosi. Sedangkan bentuk-bentuk jaringan yang ada dalam usaha rubik ganepo seperti saling tolong-menolong, bersifat mengikat, dari hubungan saudara atau sekampung, menjaga silaturahmi.

Proses terbentuknya kepercayaan dalam usaha rubik ganepo berupa hubungan sudah lama terjalin dan sudah saling mengenal satu sama lain, saling mempercayai dan saling menjaga satu sama lain, selalu memenuhi permintaan, penyediaan bahan baku maupun kualitas rubik

ganepo yang baik. Adapun bentuk-bentuk kepercayaan dalam usaha rubik ganepo berupa saling meminjamkan uang, pinjam meminjam bahan baku, sistem laku bayar, kesetiaan, pemberian barang terlebih dahulu kepada penjual baru uang dikirim, menetapkan harga sesuai kesepakatan, kejujuran.

Modal sosial bentuk norma pada usaha rubik ganepo seperti, mutu kualitas rubik ganepo tetap dijaga, tidak boleh masuk-memasuki, tidak boleh saling tindih menindih, aturan mengenai bahan baku, bayar separoh harga jika ubi yang dihasilkan kurang bagus, aturan dalam pengemasan. Adapun sanksi bagi yang melanggar berupa teguran dan konsekuensinya dirasakan sendiri oleh bagi pelanggar dan mendapatkan kerugian dalam usahanya masing-masing.

Manfaat modal sosial dalam usaha rubik ganepo sangat berguna bagi kelangsungan usaha rubik ganepo seperti manfaat jaringan berupa memperluasa dan mempermudah pemasaran, mempermudah dalam mendapatkan bahan baku, hubungan antar aktor terjalin dengan baik. Manfaat kepercayaan berupa transaksi menjadi lancar, barang atau bahan baku yang dihasilkan memuaskan, negoisasi harga berjalan dengan baik. Manfaat norma berupa petani menjadi hati dalam perolehan bahan baku, kualitas rubik ganepo terjamin, persaingan berjalan secara sehat.

7.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa rekomendasi kebijakan kepada orang yang terkait

dalam usaha rubik ganepo ini sebagai berikut:

1. Untuk industri rubik ganepo di Jorong ini, perlu ditingkatkan lagi dalam pelatihan dan penyuluhan tentang industri dari pemerintah untuk meningkatkan produktifitas dari pengusaha maupun tenaga kerja dari industri ini.
2. Bagi pengusaha, terutama pada usaha industri rubik ganepo ini hendaknya tetap mempertahankan kekhasan dan keunikan produk rubik ganepo, serta tetap menjaga modal sosial yang sudah terbentuk selama ini pada industri rubik ganepo.
3. Bagi pemerintah, diharapkan pemerintah memberikan penyuluhan akan teknologi informasi sehingga mempermudah para pengusaha dalam memasarkan usaha rubik ganepo serta mengadakan penyuluhan tentang manfaat limbah yang dihasilkan dari olahan rubik ganepo kepada masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alwi, Hasan. dkk. 2001. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3. Jakarta: Balai Pustaka.
- Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana
- Dwirianto, Sabarno. 2013. *Kompilasi sosiologi Tokoh dan Teori*. Pekanbaru : UR Press.
- Fukuyama, Francis. 2002. *Trust (Kebajikan sosial dan penciptaan Kemakmuran)*. Yogyakarta: Qalam

Field, John. 2011. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Pustaka.

Huraerah, Abu dan Purwanto. 2005. *Dinamika Kelompok*. Bandung: Refika Aditama.

Herimanto dan winarno. 2010. *Ilmu sosial dan budaya dasar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Haryanto, Sindung. 2011. *Sosiologi Ekonomi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

Hasbullah, Jousairi. 2006. *Social capital : Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR- United Pres.

Hedddy Shri Ahimsa-Putra, dkk, 2003. *Ekonomi Moral, Rasional dan politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Yogyakarta: Kepel Press.

Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030?*. Yogyakarta: Andi.

Muhammad, Farouk dan Djali.2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Restu Agung.

Soekanto, soerjono. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Soekanto, Soerjono, dan Budi Sulistyowati. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers

Santosa, Slamet. 2006. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara

Satori, Djama'an dan Aan Komariah. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharto, Edi. 2005. *Pembangunan Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Spektrum Pemikiran*. Bandung: Lembaga Studi

Pembangunan STKS (LSP-STKS).

Soetrisno, Noer. 2005. *Ekonomi Rakyat, Usaha Mikro dan UKM dalam Perekonomian Indonesia Sumbangan untuk Struktural*. Jakarta : STEKPI

Taneko, Soleman b. 1984. *Struktur dan Proses Sosial Suatu Pengantar Sosiologi Pembangunan*. Jakarta: CV.Rajawali.

Usman, Sunyoto. 2010. *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

SKRIPSI

Anjani Pratiwi. 2013. Arisan Modal Sosial (Studi di Desa Gudang Batu Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu). FISIP : Universitas Riau

Ferdinand Paska Pane. 2016. Modal sosial Antar Etnis pada Komunitas Kawasan Usaha Batu Bata Kelurahan di Sail Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. FISIP : Universitas Riau

Hendro Puspito. 2013. Studi Sosiologi tentang Modal Sosial pada Panguyuban Persaudaraan Jawa Kuantan Singingi (Perjasing). FISIP : Universitas Riau.

Muhammad Ichsan. 2015. Modal Sosial dalam mempertahankan Komunitas (Studi tentang Komunitas Vespa Uvorable di Kota Pekanbaru). FISIP : Universitas Riau.

Muhammad Ihsanullah. 2016. Modal Sosial pada Himpunan Pelajar Mahasiswa Pelalawan (HIPMAWAN) di Pekanbaru. FISIP : Universitas Riau.

JURNAL

Suyanto Prasetyo. 2010. Peran Modal Sosial untuk Strategi kelangsungan Hidup Ekonomi Rumah Tangga Kaum Difabel dalam Self Help Group Solo (SHG). Surakarta : Universitas Sebelas Maret. Dalam website <https://eprints.uns.ac.id> diakses pada tanggal 11-30-2016 pukul 08.18 wib.