

RELASI SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL MENENGAH

Rahmatiah



IP.09.03.2017

**Relasi Sosial dalam Pengembangan
Industri Kecil Menengah**

Rahmatiah

Pertama kali diterbitkan dalam bahasa Indonesia
oleh **Ideas Publishing**, Maret 2017

Alamat: Jalan Gelatik No. 24 Kota Gorontalo
Telp/Faks. 0435 830476
e-mail: infoideaspublishing@gmail.com
Anggota Ikapi, Februari 2014 No. 001/Grtlo/14

ISBN : 978-602-6635-02-0

Penata Letak: Dede Yusuf
Ilustrasi dan Sampul: Andri Pahudin

978-602-6635-02-0

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

Pasal 2

1. Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan peundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana

Pasal 72

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan pembuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat satu bulan dan atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7(tujuh) tahun dan atau denda paling banak Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memarkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Tekait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah memberikan semua rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyusun buku ini.

Buku ini menjelaskan tentang kerajinan sulam *karawo* tidak mengalami perkembangan (*mati suri*), tetapi kerajinan tersebut tetap bertahan karena masih memiliki fungsi-fungsi sosial dalam masyarakat seperti menggunakan pakaian *karawo* pada acara-acara tertentu. Potensi UKM industri kerajinan sulam *karawo* memungkinkan dikembangkan untuk menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan mendukung pertumbuhan ekonomi negara.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu hingga selesainya buku ini. Semoga amal baik yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda. Amin.

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	<i>i</i>
Daftar Isi.....	
Bab I Pendahuluan	1
Bab II Realitas Sosial dan Paradigma Sosiologi	7
Bab III Modal Manusia	17
A. Modal Manusia dalam Perubahan Sosial Ekonomi	17
B. Modal Manusia dan Pengembangan Industri Kecil Menengah.....	22
Bab IV Modal Sosial	25
A. Konsep Modal sosial	25
B. Elemen-elemen Pembentuk Modal Sosial	33
C. Dimensi Modal Sosial	36
D. Perwujudan Modal Sosial	36
E. Tingkatan Modal Sosial	39
F. Pemanfaatan Modal Sosial dalam Usaha Kecil Menengah (UKM)	40
Bab V Industri Kecil dan Menengah	63
Bab VII Pertumbuhan Industri dalam model Industri Kecil dan Menengah	73
Bab VII Industri Kerajinan Sulam <i>Karawo</i>	82
A. Tehnik Pembuatan Sulam <i>Karawo</i>	87
B. Jenis Sulam <i>Karawo</i>	87
Bab VIII Peranan Modal Sosial dalam Pengembangan Relasi Sosial Industri Sulam <i>Karawo</i>	97
A. Aspek Kepercayaan	98
B. Aspek Norma	101
C. Aspek Jaringan-Jaringan	105
Daftar Pustaka	119

BAB I PENDAHULUAN

Euforia globalisasi seperti bola menggelinding merambah ke semua dimensi kehidupan manusia. Dunia seakan terasa sempit, karena tidak ada lagi sekat yang membatasi ruang dan waktu antarnegara dan antar bangsa, sebagaimana yang digambarkan Cochrane dan Pain bahwa munculnya sistem ekonomi dan budaya global menciptakan masyarakat tunggal (Setiadi dan Kollip, 2011). Globalisasi merupakan era modern di mana negara-negara di dunia menggantungkan harapan untuk memberikan cahaya “*cold light*” bagi kemaslahatan dan kesejahteraan manusia. Namun kenyataannya, globalisasi ternyata banyak memberikan malapetaka yang telah dirasakan dampaknya oleh negara-negara berkembang karena dominasi negara maju sehingga menciptakan kondisi ekonomi yang berujung pada ketergantungan dan ketidakberdayaan. Oleh karena itu, perlunya menciptakan tatanan ekonomi kerakyatan yang kebermanfaatannya dapat dirasakan oleh seluruh umat manusia.

Ekonomi kreatif merupakan formula untuk mengembangkan ekonomi kerakyatan. Di Indonesia, ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi baru yang dianggap setiap pelakunya, bukan hanya sebagai pencari pekerjaan, tetapi mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Ekonomi kreatif diimplementasikan menjadi model pengembangan ekonomi atas legitimasi terbitnya IMPRES Nomor 6/2009 menjadi landasan dan batu pijakan bagi Kementerian Perdagangan Indonesia untuk menyusun strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dijabarkan pada Cetak Biru Pengembangan

Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2025 demi mewujudkan tercapainya visi dan misi pembangunan ekonomi Indonesia untuk bangkit, maju dan unggul dalam persaingan ekonomi global.

Visi dan misi tersebut dapat dicapai apabila memiliki sumber daya manusia mampu mengolah lingkungannya termasuk keunikan kebudayaannya yang diwujudkan dalam bentuk kearifan lokalnya. Poin penting dalam kearifan lokal, yakni pengetahuan dan praktek yang tidak lain adalah pola interaksi dan pola tindakan (Ahimsa, 2008). Kearifan lokal merupakan perwujudan dari daya tahan dan daya tumbuh yang dimanifestasikan melalui pandangan hidup, pengetahuan, dan berbagai strategi kehidupan yang berupa aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal untuk menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya, sekaligus memelihara kebudayaannya (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, 2011). Pentingnya mengangkat kembali nilai-nilai budaya lokal diperkuat oleh sejumlah hasil penelitian seperti Imron (2011) tentang Riset berbasis kearifan lokal menuju kemandirian bangsa. Ratnasari dan kawan-kawan (2012) tentang penyuluhan budaya sebagai upaya pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal di Kabupaten Pringsewu. Sunarya dan kawan-kawan (2011) tentang pemetaan desain batik Priangan (Jawa Barat) modern dalam konteks industri kreatif di Bandung.

Kebudayaan yang masih dilestarikan bahkan menjadi mata pencaharian masyarakat khususnya di daerah Gorontalo adalah sulam *karawo*. Bertahun-tahun lamanya kerajinan sulam *karawo* tidak mengalami perkembangan (*mati suri*), tetapi kerajinan tersebut tetap bertahan karena masih memiliki fungsi-fungsi sosial dalam

masyarakat seperti menggunakan pakaian karawo pada acara-acara tertentu. Seiring perkembangan zaman, di mana masyarakat mulai berpikir modern dengan keterdesakan pemenuhan kebutuhan hidup dan keinginannya (*Activity of Daily Living*), kerajinan sulam *karawo* merupakan kegiatan yang mulanya berbasis budaya dan hanya pekerjaan sampingan oleh kaum perempuan sambil menunggu suami pulang bekerja dari sawah dan di laut, kemudian secara perlahan-lahan menjadi kegiatan komersial sehingga tuntutan masyarakat memilih pekerjaan tersebut sebagai pilihan hidup (*way of life*) atau pekerjaan tetap sebagai strategi bertahan hidup (*survival strategy*). Secara Sosiologis, *survival strategy* dikembangkan dalam jaringan sosial baik secara formal maupun informal (Rochana, 2011).

Berdasarkan hasil penelitian KBI Gorontalo (2009) mengidentifikasi kerajinan sulam *karawo* merupakan salah satu *local genius* yang potensial untuk dikembangkan menjadi klaster industri dibawah koordinasi Diskoperindag Provinsi Gorontalo. Gencarnya promosi (pameran) ke berbagai tempat (lokal, nasional, dan internasional) dan festival *karawo* mulai dilaksanakan pada tahun 2011 sampai sekarang (rencana setiap tahunnya), serta adanya kebijakan pemerintah antara lain: Mengenakan pakaian *karawo* di hari-hari tertentu pada institusi pemerintah dan swasta, pakaian seragam jamaah haji, dan pakaian seragam sekolah. Kebijakan pemerintah tersebut merupakan peluang semakin besarnya jumlah produksi yang harus disediakan. Kabar tersebut menjadi angin segar bagi terciptanya eksistensi industri kreatif sulam *karawo* di masa depan. Walaupun Peta Panduan Pengembangan Industri kreatif Unggulan Provinsi Gorontalo tahun 2010-2014 menetapkan Industri Pengolahan Jagung

dan Industri Pengolahan Hasil Laut (Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 98/M-IND/PER/8/2010). Pelaku industri kreatif (desainer, pengrajin, pengusaha, dan pemerintah) yang terlibat tidak harus berkecil hati, optimisme untuk terus melestarikan, mengembangkan, membumikan, dan mencintai kerajinan sulam *karawo* sampai masanya menjadi komoditas unggulan (Hadi, 2015).

Industri kreatif kerajinan sulam *karawo* lebih di dominasi pada usaha kecil dan Menengah (UKM).Cabang Industri Kecil Menengah (IKM) kerajinan sulaman *karawo* di Provinsi Gorontalo dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Cabang IKM Industri Kerajinan Sulaman Karawo

No	Kabupaten/Kota	Unit Usaha	Tenaga Kerja (orang)	Nilai investasi (Rp.000)	Kapasitas Produksi (lembar)	Nilai Produksi (Rp.000)	Nilai Tambah (Rp.000)
1	2	3	4	5	6	7	9
1	Kota Gorontalo	228	348	525.454	65.010	1.910.648	855.349
2	Kab. Gorontalo	283	2.848	3.208.600	179.638	14.867.702	6.223.821
3	Boalemo	-	-	-	-	-	-
4	Pohuwato	29	50	138.000	10.329	542.170	400.308
5	Bone Bolango	211	224	157.957	7.705	346.188	82.298
6	Gorontalo Utara	54	528	332.750	49.056	1.762.454	1.001.250
	Jumlah	805	3.998	4.362.761	311.738	19.429.162	8.563.025

Sumber : DISKOPERINDAG Provinsi Gorontalo, 2014

Menyikapi data di atas, potensi UKM industri kerajinan sulam *karawo* memungkinkan dikembangkan untuk menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Pengalaman Taiwan sebagai perbandingan,

ekonominya dapat tumbuh pesat karena ditopang oleh sejumlah usaha kecil dan menengah (*community based industry*), perkembangan industri modern di Taiwan sukses menembus pasar global, ternyata ditopang oleh kontribusi usaha kecil menengah yang dinamik (Kuncoro, 2000).

Pemerintah Indonesia terus berupaya menjaga komitmennya untuk mengembangkan industri kreatif dengan belajar dari pengalaman pengelolaan industri kreatif dari beberapa negara seperti Thailand, Taiwan, Malaysia, Singapura, New Zealand, Republik Rakyat Tiongkok (RRT), dan United Kingdom yang memiliki keunggulan dan karakter yang berbeda-beda. Meskipun demikian, Industri kreatif Indonesia masih menghadapi permasalahan. Permasalahan yang mendera adalah kemampuan memasarkan hasil produksinya. Karena itu, relasi sosial sangat penting untuk dikembangkan demi terwujudnya keberlanjutan industri tersebut. Berbicara tentang relasisosial, sangat terkait dengan kemampuan yang harus dimiliki oleh pengrajin diantaranya adalah modal manusia dan modal sosial.

BAB II

REALITAS SOSIAL DAN PARADIGMA SOSIOLOGI

Ilmu sosiologi dipengaruhi oleh beberapa aliran pemikiran filsafat sosial yaitu: Filosofi ilmu sosial positivistik, filosofi ilmu sosial fenomenologidan filosofi ilmu sosial emansipatori. Ketiganya sangat berperan terhadap pembentukan paradigma Sosiologi. Cara filosofi yang berbeda meneropong realitas sosial akan melahirkan cara pandang berbeda pula dalam melihat tingkat kenyataan sosial yang menjadi pusat perhatiannya. Johnson (1986) mengklasifikasikan tingkat kenyataan sosial dalam tipologi sebagai berikut:

1. Tingkat individual

Tingkatan ini dapat dibagi kedalam sub-tingkatan: tingkat perilaku (*behavioral*) versus tingkat subyektif. Pada tingkatan ini menempatkan individu sabagai pusat perhatian untuk analisa yang paling utama. Sering perhatian itu tidak pada individu sebagai individu, melainkan pada satuan-satuan perilaku atau tindakan sosial individu itu. Banyak ahli psikologi sosial menekankan tingkatan ini, sama halnya dengan ahli sosiologi reduksionisme seperti Homans.

2. Tingkat Antarpribadi (Interpersonal)

Kenyataan sosial pada tingkat ini meliputi interaksi antarindividu dengan semua arti yang berhubungan dengan komunikasi simbolis, penyesuan timbal balik, negosiasi mengenai bentuk-bentuk tindakan yang saling tergantung, kerjasama atau konflik antarpribadi, pola-pola adaptasi bersama atau yang berhubungan satu sama lain terrhadap lingkungan yang lebih luas. Selain itu,

tingkatan ini merupakan bidang ahli psikologi sosial. Dua perspektif teoritis utama yang menekankan tingkatan ini adalah teori interaksionisme simbolik dan teori pertukaran.

3. Tingkatan Struktur Sosial

Kenyataan dalam tingkat struktur ini lebih abstrak dari kedua tingkatan diatas. Perhatiannya bukan pada individu atau tindakan atau interaksi antarindividu melainkan pada pola-pola tindakan dan jaringan-jaringan interaksi yang disimpulkan dari pengamatan terhadap keteraturan dan keseragaman yang terdapat dalam waktu dan ruang. Satuan-satuan yang paling penting dalam kenyataan sosial di tingkat ini dapat dilihat sebagai posisi-posisi sosial dan peranan-peranan sosial. Memusatkan perhatian pada kenyataan sosial masyarakat seluruhnya, menuntut generalisasi-generalisasi yang luas yang tidak dapat dihindarkan yang mengabaikan seluk beluk dan keruwetan dinamika interaksi antara individu-individu yang bersifat unik. Dua aliran utama yang berhubungan dengan tingkatan ini adalah teori fungsional dan teori konflik.

4. Tingkat Budaya

Tingkatan ini meliputi arti, nilai, simbol, norma dan pandangan hidup umumnya yang dimiliki bersama oleh anggota masyarakat. Dalam pengertiannya yang luas, istilah kebudayaan terdiri dari produk-produk tindakan dan interaksi manusia, termasuk benda-benda ciptaan manusia berupa materi dan dunia kebudayaan non materi. Klasifikasi tingkatan kenyataan sosial tersebut membedakan kajian sosiologi dalam perspektif mikro dan makro.

Kelahiran Sosiologi sebagai cabang ilmu sosial merupakan hasil perdebatan pemikiran dari para tokohnya yang ingin memisahkan ilmu sosial lainnya seperti filsafat dan psikologi. Durkheim adalah tokoh yang dianggap paling berjasa melepaskan dominasi dari kedua cabang ilmu sosial tersebut dengan merumuskan obyek sosiologi pada kajian fakta sosial sebagai obyek kajian formal (*fokus of interest*) dari fenomena sosiologi, karyanya yang berjudul *Suside* dan *The Role of Sociology Method*.

Sosiologi sebagai ilmu, dimana obyek kajiannya adalah masyarakat yang multidimensi. Masyarakat dipandang dari perspektif makro yang berkaitan dengan relasi antarmanusia dan proses sosial yang tampak seperti keluarga, etnis, komunitas, suku bangsa, negara, dari berbagai aspek seperti agama, sosial, politik, budaya, ekonomi dan lain-lain. Selain itu, sosiologi melihat perilaku dan interaksi individu sebagai anggota masyarakat (mikro).

Pengkajian dari berbagai aspek tersebut tidak terlepas dari kaitan antara sosiologi dengan ilmu-ilmu sosial lainnya seperti ilmu ekonomi, ilmu hukum, ilmu pendidikan dan lain-lain menjadi cikal bakal lahirnya pemetaan atau cabang-cabang ilmu sosiologi seperti, sosiologi industri, sosiologi ekonomi, sosiologi hukum, sosiologi politik, dan masih banyak lagi klasifikasinya berdasarkan fokus dan lokus dari fenomena yang dikaji.

Pada perkembangannya, Pergulatan pemikiran tak pernah henti dalam mendewasakan sosiologi sebagai sebuah disiplin ilmu yang empiris, sistematis dan rasional tercermin pada terciptanya *multiple paradigm* seperti yang ditunjukkan Ritzer dalam mewarnai pertumbuhan dan perkembangan sosiologi sejak awal hingga dewasa

ini. Istilah paradigma pertama kalinya diperkenalkan oleh Thomas Khun dalam karyanya *The Structure of Scientific revolution* menekankan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan tidak terjadi secara kumulatif tetapi secara revolusi. Paradigma merupakan terminologi inti dalam perkembangan ilmu pengetahuan oleh Khun, namun tak mampu mendefinisikannya secara jelas. Kemudian Ritzer (1992) menjelaskan paradigma adalah pandangan yang mendasari ilmuwan tentang apa yang menjadi pokok persoalan (*subject matter*) yang semestinya dipelajari oleh suatu cabang ilmu pengetahuan.

Sebelum masuk pembahasan kategori paradigma yang digunakan pada penelitian ini, ada baiknya menjelaskan secara singkat paradigma apa saja yang termasuk dalam sosiologi yaitu: Pertama, paradigma fakta sosial dinyatakan sebagai realitas sosial yang berada diluar individu bersifat mendeterminasi, mengarahkan, mendikte, memaksa individu untuk berperilaku (menjalankan tindakan tertentu menjelma menjadi struktur sosial dan pranata sosial (teori struktural fungsional, teori konflik, teori sistem dunia, dan teori makro sosiologi); kedua, paradigma definisi sosial memusatkan perhatian pada realitas sosial yang berada didalam interaksi di antara individu yakni proses pendefinisian makna dari tindakan seseorang kepada orang lain yang menjelma menjadi tindakan sosial atau tindakan penuh makna antara individu dan individu lain (teori tindakan sosial, teori interaksionis simbolik, dan teori fenomenologi). Teori tersebut memiliki ide dasar yaitu manusia merupakan aktor yang kreatif; ketiga, realitas sosial yang berada didalam diri individu yang merupakan bentuk perilaku-perilaku perulangan hubungannya dengan orang lain.

Kontradiksi diantara ketiga paradigma tersebut, menyadarkan Ritzer untuk menciptakan exemplar paradigma integratif. Secara tegas, paradigma sosiologi harus membahas keempat tingkatan realitas sosial secara integratif yakni: Pertama, kesatuan makro-obyektif meliputi masyarakat, hukum, birokrasi, arsitektur, teknologi dan bahasa; kedua, makro-subyektif meliputi kultur, norma, dan nilai-nilai; ketiga, mikro-obyektif meliputi tingkah laku, tindakan dan interaksi sosial; keempat, mikro-subyektif meliputi berbagai konstruksi sosial tentang realitas (Upe, 2010).

Penelitian dengan analisis sosiologi ke dalam tataran mikro dan makro telah banyak dilakukan, diantaranya: Broom dan Zelnik (dalam Sunarto, 2000) yang membedakan antara tatanan makro (*macro order*) dan tatanan mikro (*micro order*); Dounglas (1981) membedakan antara sosiologi kehidupan sehari-hari menggunakan interaksionis atau mikrososial dan sosiologi struktur sosial menggambarkan masyarakat secara keseluruhan (makrososial) serta hubungan antara bagian masyarakat; Berger dan Luckmann membangun sebuah teori konstruksi sosial dengan memahami dunia kehidupan selalu dalam proses dialektis, antara *the self* (individu) dan dunia sosiokulturalnya. Proses dialektis itu menurut Berger dan Luckman (1990) mencakup tiga moment simultan, yaitu eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi (interaksi dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi), dan internalisasi (individu mengidentifikasi dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya).

Mencermati penjelasan dari berbagai paradigma diatas, grand teori yang di pandang cocok untuk mengungkap tabir realitas sosial pada industri kreatif kerajinan sulam *karawo* di Gorontalo yakni teori Konstruksi Sosial.

Teori konstruksi sosial (*social construction*) Berger dan Lukmann merupakan teori sosiologi kontemporer yang berpijak pada sosiologi pengetahuan. Teori tersebut terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk mengetahuinya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaannya sendiri sehingga tidak tergantung kepada kehendak manusia. Sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik (Berger,1990:1). Dasar pengetahuan adalah fakta Bertens (1993). Aristoteles pulalah yang telah memperkenalkan ucapannya “saya berfikir karena itu saya ada”(Sorel dalam Bunging, 2011).

Kaum konstruktifisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksi suatrealitas ontologis obyektif, namun sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang; sementara pandangan realisme hipotesis, pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan; sedangkan konstruktivisme biasa mengambil semua konsekuensi konstruktivisme dan memahami pengetahuan sebagai gambaran realitas itu, kemudian pengetahuan dipandang sebagai suatu gambaran yang dibentuk dari realitas obyek dalam dirinya sendiri (Suparno,1997). Dari ketiga macam

konstruktivisme dilihat sebagai kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang yang ada di sekitarnya. Individu kemudian membangun struktur pengetahuan yang telah ada sebelumnya (Suparno, 1997). Konstruktivisme tersebut yang oleh Berger dan Luckmann disebut konstruksi sosial.

Penjelasan Berger dan Luckmann(1990) memperlihatkan bahwa realitas dalam pandangan konstruksi sosial sangat mementingkan proses dialogis berkesinambungan yang terjadi antara satu individu dengan individu lainnya, terutama pada pemaknaan yang dibentuk masing-masing individu tersebut tentang dunia. Kualitas lain yang disebutkan oleh Berger dan Luckman adalah pemaknaan "*here and now*" pada manusia tentang keberadaan dan tujuan mereka di dunia. Berger dan Luckmann menjelaskan tugas pokok sosiologi pengetahuan adalah menjelaskan dealektika antara diri dengan dunia sosiokultural. Dealektika ini berlangsung dalam proses tiga "momen" simultan yakni eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi.

Realitas itu bukanlah sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan, tidak juga sesuatu yang dibentuk secara ilmiah. Tapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Oleh karena itu, realitas berwajah ganda/plural sebagaimana Berger dan Luckmann (1992) mengungkapkan pluralisasi tingkat tinggi baru akan terjadi pada sosialisasi sekunder yang diwujudkan sejak lembaga anak menempuh pendidikan formal dari taman kanak-kanak sampai bekerja. Sementara Manuaba (1990) menganggap Sosialisasi primer merupakan yang paling penting bagi individu, sebab struktur dasar dari semua sosialisasi

sekunder harus mempunyai kemiripan dengan struktur dasar sosialisasi primer.

Setiap orang yang memiliki konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, profesi, pendidikan tertentu, lingkungan tertentu, dan lingkungan sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Dengan demikian, *social constructionism* adalah sebuah teori sosiologis pengetahuan yang mempertimbangkan bagaimana fenomena sosial berkembang dalam konteks sosial. Fenomena sosial dipahami sebagai suatu realitas yang telah dikonstruksikan. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksi sosial adalah menemukan bagaimana suatu atau peristiwa tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk.

Penelitian ini berupaya merumuskan proses konstruksi sosial atas sula *karawopada* masyarakat di Gorontalo. Dalam konteks tersebut manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang muncul di antara mereka, makna tersebut dicerna dan disempurnakan saat proses interaksi sosial berlangsung. Berbagai makna senantiasa mengiringi tindakan sosial, sedangkan arti sebuah makna terkait pada konstruksi sosial. Sesuatu yang dikonstruksikan secara sosial adalah sesuatu yang dibangun berdasarkan komunikasi dan interaksi antarindividu.

Konstruksi dapat disepakati secara sadar maupun tidak sadar oleh masing-masing individu, yang kemudian diturunkan dari generasi ke generasi. Bagi masyarakat untuk memahami atau mengetahui suatu hal tanpa terlebih dahulu harus menggunakan metodologi ilmiah seperti yang dilakukan oleh para akademisi terlebih dahulu, mereka

cukup menempatkan makna dan nilai pada pengalaman yang sama berdasarkan kepantasan dan kecocokan yang telah mereka sepakati bersama. Konstruksionis sosial berupaya memahami makna dan nilai yang menjadi sebuah pengetahuan bersama dalam masyarakat secara spesifik.

Berdasarkan kenyataan sosial yang ada, Berger dan Luckman menganggap bahwa unsur terpenting dalam konstruksi sosial adalah masyarakat, yang di dalamnya terdapat aturan-aturan atau norma, baik itu norma adat, agama, moral dan lain-lain. Semua itu nantinya akan terbentuk dalam sebuah struktur sosial yang besar, seperti institusi. Struktur sosial atau institusi merupakan bentuk atau pola yang sudah mapan yang diikuti oleh kalangan luas di dalam masyarakat. Akibatnya institusi atau struktur sosial itu mungkin saja terlihat mengkonfrontasi individu sebagai suatu kenyataan obyektif dimana individu suatu kenyataan obyektif.

BAB III

MODAL MANUSIA

A. Modal Manusia dalam Perubahan Sosial Ekonomi

Modal manusia merupakan roda penggerak lajunya pertumbuhan ekonomi pada setiap negara. Kemampuan modal manusia dapat diperoleh melalui jalur pendidikan seperti Atmanti (2005) menemukan bahwa investasi modal manusia melalui pendidikan di negara berkembang sangat diperlukan walaupun investasi di bidang ini merupakan investasi jangka panjang secara makro, manfaat dari investasi pendidikan baru dapat dirasakan setelah puluhan tahun. Keterbatasan dana mengharuskan adanya penetapan prioritas dari berbagai pilihan kegiatan investasi di bidang pendidikan yang sesuai, dalam jangka panjang akan mendorong laju pertumbuhan ekonomi. Investasi menguntungkan adalah investasi modal manusia untuk mempersiapkan individu kreatifitas, produktifitas, dan jiwa kompetitif dalam masyarakat. Modal manusia merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan seseorang untuk menjalankan tugasnya sehingga dapat menciptakan suatu nilai untuk mencapai tujuan. Pembentukan nilai tambah yang dikontribusikan oleh modal manusia dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya akan memberikan *sustainable revenue* di masa akan datang bagi suatu organisasi.

Konsep modal seringkali hanya dihubungkan dengan ilmu ekonomi dalam bentuknya yang *tangible* seperti modal finansial antara lain: uang, tanah, mesin, dan bangunan. Pada buku ini, konsep modal dikategorikan sebagai modal manusia meliputi aspek

pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang dapat menumbuhkan daya kreatifitas dan inovasi. Dalam perspektif sosiologi ekonomi, modal manusia sama pentingnya dengan modal-modal lainnya seperti modal budaya, modal simbolik, modal sosial dan seperangkat modal-modal lainnya. Sosiologi ekonomi adalah Mata kuliah wajib yang diajarkan pada Jurusan Sosiologi di Universitas Negeri Gorontalo sebagai pengembangan dari ilmu ekonomi dan ilmu sosiologi.

Modal manusia sebagaimana modal-modal lainnya sangat diperlukan untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih mapan, baik dari aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum, agama dan sebagainya. Modal manusia mengacu pada kumpulan pengetahuan dan keterampilan yang melekat pada kemampuan individu untuk melaksanakan pekerjaan yang kemudian menghasilkan ekonomi. Dalam konteks ekonomi kreatif, pengembangan industri kreatif diarahkan berbasis pengetahuan (*intellectual capital*) dan keterampilan (*life skill*) yang merupakan komponen dasar modal manusia dan memiliki peran sentral untuk memacu pembangunan industri kreatif yang kompetitif dan bersaing. Dari pengetahuan dan keterampilan pula, insan kreatif tumbuh dan berkembang.

Manusia adalah makhluk Allah paling sempurna, unik, dan luar biasa sehingga manusia diangkat sebagai khalifah di bumi ini. Setiap manusia memiliki potensi yang ada dalam dirinya. Kualitas manusia tergantung bagaimana manusia itu mengembangkan potensinya secara maksimal dan positif untuk meraih predikat manusia seutuhnya. Karena itu, selalu saja ada ruang atau *space* bagi manusia menciptakan sesuatu yang baru.

Rogers, seorang psikolog dalam bukunya *On Becoming A Person*, bahwa setiap manusia pada dasarnya selain kebutuhan fisiologis juga memiliki kebutuhan emosional antara lain kebutuhan mengaktualisasikan diri agar menjadi yang terbaik dan terunggul melalui proses belajar (Prijosaksosono dan Mardianto, 2005). Sosiologi memandang hakekat manusia memiliki dimensi biologis dan psikologi yang mengalami evolusi perkembangan. Secara biologis, ketika manusia dilahirkan dalam ketidakberdayaan dan memerlukan bantuan orang lain untuk menyempurnakan biologisnya, begitu pula potensi kejiwaannya yang secara inheren bisa ditampakkan kepermukaan melalui proses belajar.

Belajar merupakan kebutuhan primer dan berlangsung seumur hidup (*life long education*). Tidak ada alasan untuk tidak belajar sebagai wujud pengembangan potensi diri manusia sebagai *social animal* sebagaimana Aristoteles memandang manusia sebagai *zoon politicon* artinya makhluk sosial yang hanya menyukai hidup berkelompok. Elwood mengungkapkan manusia adalah makhluk biologis dimana dalam dirinya terdapat unsur-unsur keharusan, antara lain: Dorongan untuk makan, dorongan untuk mempertahankan diri, dorongan untuk melangsungkan jenis, kecenderungan untuk patuh, kecenderungan untuk meniru, kecenderungan bergaul, dan hasrat tolong menolong, hasrat berjuang, hasrat memberitahukan, dan hasrat untuk mendapatkan kebebasan (Latif, 2007). Belajar merupakan perilaku individu yang dapat diwujudkan melalui proses sosialisasi, baik di dalam keluarga, kelompok, lingkungan pendidikan, keagamaan, lingkungan sosial, media massa sebagai media sosialisasi yang memiliki peran menanamkan nilai-nilai dan norma-norma sosial.

Secara sederhana, proses sosialisasi diartikan sebagai proses belajar bagi seseorang atau sekelompok orang selama hidupnya untuk mengenali pola-pola hidup, nilai-nilai dan norma sosial agar individu dapat berkembang menjadi pribadi yang bisa diterima dikelompoknya (Setiadi dan Kollip, 2011). Proses sosialisasi sebagai wahana individu mengimplementasikan modal yang dimilikinya dalam membentuk keperibadiannya. Ketika individu menyadari pentingnya sosialisasi dalam membentuk, merubah, dan mengembangkan keperibadiannya sebagai manusia bebas dan juga bertanggung-jawab, maka individu tersebut menyadari pula memilih lingkungan pergaulan yang memberikan manfaat bagi dirinya. Sebaliknya, jika individu tidak pernah menyadari pentingnya sosialisasi, maka individu kemungkinannya akan terjebak dalam pergaulan yang merusak dirinya. Hal mendasar yang perlu dilakukan untuk membangun “modal manusia” adalah terjadinya hubungan-hubungan sosial yang dinamis antara orang-orang, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorang dan kelompok manusia (istilah sosiologi interaksi sosial).

Berger dan Luckmann (1990) menjelaskan bahwa pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik. Kenyataan sosial adalah hasil (eksternalisasi) dari internalisasi dan obyektivasi manusia terhadap pengetahuan dalam kehidupan sehari-sehari. Atau, eksternalisasi dipengaruhi oleh *stock of knowledge* (cadangan pengetahuan) yang dimilikinya. Cadangan sosial pengetahuan adalah akumulasi dari *common sense knowledge* (pengetahuan akal-sehat). *Common sense* adalah pengetahuan yang dimiliki individu

bersama individu-individu lainnya dalam kegiatan rutin yang normal, dan sudah jelas dengan sendirinya, dalam kehidupan sehari-hari.

Jalur pendidikan baik pendidikan formal, non-formal, dan informal adalah tempat pemberdayaan potensi pengetahuan meliputi pengetahuan lokal maupun pengetahuan umum. Keduanya memiliki fungsi sebagai pengembangan kebudayaan, ilmu pengetahuan, dan pengembangan sumber daya manusia. Modal pengetahuan adalah investasi sumber daya manusia jangka panjang untuk melakukan suatu pekerjaan. Hal ini senada dengan asumsi dasar teori modal manusia bahwa seseorang dapat meningkatkan penghasilannya melalui peningkatan pendidikan.

Modal manusia secara formal dapat diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan sedangkan proses informal pula tersedia secara komprehensif yang diperoleh melalui pengalaman bekerja atau dengan melakukan sebuah bisnis. Proses pembelajaran aktif bagi pengusaha dapat diperoleh melalui pengetahuan kognitif. Sedangkan proses non-kognitif merupakan pemupukan modal manusia yang diperoleh dan dikumpulkan secara spontan. Proses non-kognitif dapat dilihat melalui masa lampau pengusaha dan mungkin juga dapat dilihat pada lingkungannya. Misalnya dapat dilihat dari latar belakang ibu atau bapaknya apakah merupakan pengusaha atau tidak, atau mungkin dapat dilihat pada sesuatu daerah atau tempat di mana ia dilahirkan dan dibesarkan. Proses formal dapat dianggap sebagai satu hal yang mendahului (*antecedent*) kepada kemampuan kewirausahaan. Sedangkan proses informal berupa tugas dan perilaku yang menghasilkan kemampuan-kemampuan kewirausahaan tersebut. Dengan demikian, proses pengumpulan modal manusia formal

maupun informal sangat membantu pengusaha mencapai kemampuan dalam berbagai bidang seperti bidang keuangan, manajemen dan pemasaran(Hadi,2015).

Menghadapi persaingan industri kreatif, Investasi modal manusia berbasis pengetahuan sangat dibutuhkan utamanya pada desainer motif *karawo*, saat ini desainer yang eksis jumlahnya sangat kecil dan tidak muda lagi usianya sehingga perlu upaya regenerasi baik melalui lembaga sekolah maupun pelatihan untuk mendidik desainer yang kreatif, inovatif, unggul, bersaing, dan peka terhadap perkembangan zaman, mendorong terciptanya produk kerajinan sulam *karawo* yang *fashionable*. Motif tidak lagi menjadi kendala bagi pengembangan industri kerajinan sulam*karawo*.

Investasi modal manusia dalam bidang pendidikan (infomal, non-formal, dan formal) yang dilakukan secara konsisten agardapat mengeksplorasi kemampuan yang dimiliki untuk menumbuhkankreatifitas, inovatif, unggul, berdayasaing dalam menghadapi persaingan dan permasalahan industri kreatif khususnya pada industri kerajinan sulam*karawo* di Gorontalo. Eksistensi Industri sulam*karawo* menjadi harapan bagi pengrajin untuk tetap memilih menyulam sebagai mata pencaharian tetap dan membawa perubahan sosial ekonomi masyarakat Gorontalo secara umum. Tentunya, perubahan sosial ekonmi yang diharapkan terciptanya harmonisasi dan kesejahteraan masyarakatnya.

B. Modal Manusia dan Pengembangan Industri Kecil Menengah

Modal manusia merupakan konsep yang menjelaskan manusia dalam organisasi dan bisnis merupakan asset penting yang memiliki

sumbangan terhadap pengembangan dan pertumbuhan sama seperti halnya asset fisik seperti mesin dan modal kerja. Sikap dan *skill* dan kemampuan manusia memiliki kontribusi terhadap kinerja dan produktivitas organisasi. Pengeluaran untuk kepelatihan, pengembangan, kesehatan, dan dukungan merupakan investasi dan bukan hanya biaya tapi merupakan investasi.

Perkembangannya, konsep modal manusia dapat dijelaskan sebagai kemampuan atau kapasitas baik sejak lahir atau keturunan maupun pengumpulan yang dibentuk selama usia bekerja secara produktif disertai dengan bentuk-bentuk modal atau input lain yang bertujuan untuk mencapai kemapanan ekonomi. Definisi lain menyebutkan secara lebih spesifik konsep modal manusia pada dasarnya adalah pendidikan atau intelektual, keterampilan dan pengalaman kerja (Yan dkk. 2003). Istilah modal manusia selanjutnya pada umumnya didefinisikan sebagai akumulasi pendidikan, termasuk pengetahuan dan keterampilan pada usia kerja yang terkumpul melalui pendidikan formal, pelatihan dan pengalaman.

Penelitian terdahulu tentang modal manusia kebanyakan hanya mencakup satu atau dua aspek saja secara terpisah. Begitu juga ketika menganalisis hubungannya dengan aspek kinerja, kebanyakan penelitian hanya mengkaji satu atau dua aspek kinerja saja dan seringkali menghasilkan signifikansi penelitian yang tidak pasti (Susanne, 2009; Clark, 2003; Hudson et al. 2001). Dimungkinkan hal itu disebabkan oleh tidak tepatnya penentuan keterkaitan antara aspek modal manusia yang dipilih, dan pengukuran setiap aspeknya.

Wijewardena dan Tibbits (1999) melalui penelitian mereka telah menjelaskan tentang tipe sumber daya manusia dan

hubungannya dengan kinerja yang diukur dari kesuksesan atau pertumbuhan perusahaan. Aspek-aspek tersebut jika dirumuskan dalam terminologi konsep modal manusia dapat lebih ringkas, yaitu pengalaman, keterampilan, pendidikan, jaringan, pelatihan, dan kewirausahaan. Aspek pengalaman mencakup tipe pengalaman kewirausahaan ibu-bapak pengusaha, pengalaman yang luas, pengalaman memulai bisnis, pengalaman berusaha, pengalaman dalam manajemen dan kewirausahaan, pengalaman melakukan bisnis yang sama, dan pengalaman sebagai pemilik. Aspek keterampilan mencakup tipe kemampuan untuk memuaskan pelanggan, bisa mendapatkan target pasar (*market niche*), memberi layanan yang bagus, tim manajemen yang bagus, berpengetahuan praktis (*know how*), kemampuan mengelola, kemampuan melakukan tugas, kemampuan dapat berhubungan secara baik dengan klien. Aspek pendidikan mencakup aspek pendidikan pemilik dan pengetahuan pemilik. Aspek jaringan mencakup aspek-aspek seperti memiliki jaringan kerja yang bagus dan menjadi anggota kelompok industri. Aspek pelatihan pula meliputi pelatihan yang pernah diterimanya. Sedangkan aspek kewirausahaan mencakup kreatifitas, dan pengalaman kewirausahaan.

BAB IV

MODAL SOSIAL

A. Konsep Modal sosial

Modal sosial awalnya dipahami sebagai suatu bentuk di mana masyarakat menaruh kepercayaan terhadap komunitas dan individu sebagai bagian didalamnya. Mereka membuat aturan kesepakatan bersama sebagai suatu nilai dalam komunitasnya. Di sini aspirasi masyarakat mulai terakomodasi, komunitas dan jaringan lokal teradaptasi sebagai suatu modal pengembangan komunitas dan pemberdayaan masyarakat.

Bourdieu (1986) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh seseorang berasal dari jaringan sosial yang terlembagakan serta berlangsung terus menerus dalam bentuk pengakuan dan perkenalan timbal balik (atau dengan kata lain: keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk dukungan kolektif. Coleman (1988) mendefinisikan modal sosial sebagai sesuatu yang memiliki dua ciri, yaitu merupakan aspek dari struktur sosial serta memfasilitasi tindakan individu dalam struktur sosial tersebut. Pengertian ini, bentuk-bentuk modal sosial berupa kewajiban dan harapan, potensi informasi, norma dan sanksi yang efektif, hubungan otoritas, serta organisasi sosial yang bisa digunakan secara tepat melahirkan kontrak sosial. Putnam (1993) mendefinisikan modal sosial sebagai suatu nilai *mutual trust* (kepercayaan) antara anggota masyarakat dan masyarakat terhadap pemimpinnya. Modal sosial didefinisikan sebagai institusi sosial yang melibatkan jaringan (*networks*), norma-

norma (*norms*), dan kepercayaan sosial (*social trust*) yang mendorong pada sebuah kolaborasi sosial (koordinasi dan kooperasi) untuk kepentingan bersama. Hal ini juga mengandung pengertian bahwa diperlukan adanya suatu *social network* atau ikatan/jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, dan norma yang mendorong produktivitas komunitas. Bahkan lebih jauh, Putnam melonggarkan pemaknaan asosiasi horisontal, tidak hanya yang memberi *desireable outcome* (hasil pendapatan yang diharapkan) melainkan juga *undesirable outcome* (hasil tambahan).

Modal sosial menekankan pentingnya transformasi dari hubungan sosial yang sesaat dan rapuh, seperti pertetangga, pertemanan, atau kekeluargaan, menjadi hubungan yang bersifat jangka panjang yang diwarnai oleh perasaan kewajiban terhadap orang lain. Bourdieu menegaskan modal sosial sebagai sesuatu yang berhubungan satu dengan yang lain, baik ekonomi, budaya, maupun bentuk-bentuk modal sosial berupa institusi lokal maupun kekayaan sumberdaya alamnya.

Bourdieu juga menegaskan bahwa modal sosial mengacu pada keuntungan dan kesempatan yang didapat seseorang di dalam masyarakat melalui keanggotaannya melalui entitas sosial tertentu (paguyuban, kelompok arisan, asosiasi tertentu) (Bourdieu (1986:243). Menurut Fukuyama, modal sosial mengandung beberapa aspek nilai (*values*), yang sangat erat kaitannya yakni: *Universalism* yaitu nilai tentang pemahaman terhadap orang lain, apresiasi, toleransi serta proteksi terhadap manusia dan makhluk ciptaan Tuhan; *Benevolence* yaitu nilai tentang ;pemeliharaan dan peningkatan kesejahteraan orang lain; *Tradition* yaitu nilai yang mengandung

penghargaan, komitmen dan penerimaan terhadap tradisi dan gagasan budaya tradisional; *Conformity* yaitu nilai yang terkait dengan pengekan diri terhadap dorongan dan tindakan yang merugikan orang lain, serta *security* nilai yang mengandung keselamatan, keharmonisan, kestabilan dalam berhubungan dengan orang lain dan memperlakukan diri sendiri.

Berbagai pandangan tentang modal sosial tersebut di atas bukan sesuatu yang bertentangan. Ada keterkaitan dan saling mengisi sebagai sebuah alat analisa penampakan modal sosial di masyarakat. Dengan menyimak tentang berbagai pengertian modal sosial yang sudah dikemukakan di atas, kita bisa mendapatkan pengertian modal sosial yang lebih luas yaitu berupa jaringan sosial yang terbentuk karena berasal dari daerah yang sama, Kesamaan tujuan, kesamaan ideologi, dan lain-lain.

Jaringan sosial tersebut diorganisasikan menjadi sebuah institusi yang memberikan perlakuan khusus terhadap mereka yang dibentuk oleh jaringan untuk mendapatkan modal sosial dari jaringan tersebut. Dalam keadaan tersebut, dalam level mekanismenya modal sosial dapat mengambil bentuk kerjasama. Perlu ditegaskan bahwa ciri penting modal sosial sebagai sebuah modal, dibandingkan dengan bentuk modal lainnya adalah asal usulnya yang bersifat sosial, yaitu relasi sosial itu dianggap sinergi atau kompetisi dimana kemenangan seseorang hanya dapat dicapai di atas kekalahan orang lain.

Selanjutnya Woolcock (2001) membedakan tiga tipe modal sosial, yaitu (1) *bonding social capital*, (2) *bridging social capital*, dan (3) *linking social capital*. Ketiga tipe modal sosial ini dapat bekerja tergantung keadaannya. Ia dapat bekerja dalam kelemahan maupun

kelebihan dalam suatu masyarakat. Ia juga dapat digunakan dan dijadikan pendukung sekaligus penghambat dalam ikatan sosial sehingga tergantung bagaimana individu dan masyarakat memaknainya. Suatu program yang operasional efektif dan efisien harus memiliki instrumen yang mengarah pencapaian tujuan dengan pendekatan sinergi, dengan asumsi bahwa hasil akhir dari suatu program ditentukan oleh banyak faktor: modal finansial, modal alam, modal fisik, modal personal, modal budaya, modal simbolik, dan modal sosial. Karena itu, modal sosial bukan satu-satunya (Lawang, 2004:62). Maka, tujuan ekonomi akan tercapai, jika semua modal yang tersedia dalam masyarakat dikerahkan dalam suatu sinergi. Prinsip sinergi mengatakan bahwa modal manusia, atau modal fisik, dan modal sosial saja tidak cukup dari dirinya sendiri. Energi yang terkandung di dalam masing-masing modal perlu disatukan untuk *bonding social capital* bisa berupa nilai, kultur, persepsi dan tradisi atau adat-istiadat.

Implementasi dari uraian di atas adalah bahwa semua institusi yang ada dalam masyarakat (misalnya: pendidikan, keluarga, perkawinan, agama, ekonomi, pasar, politik, pemerintahan, hukum, dan sebagainya) berhubungan satu sama lain dalam satu kesatuan struktural yang saling mendukung sehingga kebutuhan masyarakat (*societal needs*) dapat terpenuhi. Pengorganisasian kebutuhan dan kegiatan masyarakat hendaknya bersifat lintas batas (*borderless*) dengan membentuk sinergi antar kegiatan. Dengan demikian sumberdaya (*resources*) yang dimiliki oleh tiap institusi akan dapat digunakan secara bersama-sama agar diperoleh efisiensi dan nilai tambah yang tinggi. Masyarakat yang memiliki banyak institusi

sebaiknya ada cara untuk mempertemukan kepentingan masyarakat yang berbeda-beda dalam suatu wadah, sehingga sebuah sinergi yang positif bisa diperoleh.

Modal sosial adalah bentukan dari hubungan yang lebih menekankan pada nilai-nilai kebersamaan dan kepercayaan baik dalam suatu komunitas maupun antar komunitas. Nilai-nilai tersebut merupakan suatu modal dalam membentuk masyarakat yang kuat dan berkepribadian, dimana saat ini sangat penting karena ketika suatu komunitas atau masyarakat dihadapi dengan suatu masalah maka akan cepat diatasi tanpa harus ada yang dirugikan seperti dikatakan Portes (1998) bahwa modal sosial merupakan “sesuatu yang manjur” bagi pemecahan masalah pada komunitas atau masyarakat masa kini. Ini menandakan bahwa interaksi yang terbentuk sangat mempengaruhi perkembangan suatu komunitas tertentu termasuk di dalamnya hal pemecahan masalah termasuk pada industri sulam *karawo* pada aspek pemasaran produksi. Namun dalam konsep modal sosial, interaksi tersebut harus didasari pada nilai kepercayaan untuk pencapaian tujuan bersama.

Modal sosialpun akan membentuk jaringan horizontal yang akan memunculkan kondisi saling menguntungkan, karena akan terjadi kerjasama dan koordinasi yang lebih baik. Beberapa ahli telah memberikan definisi tentang modal sosial, namun ada tiga penulis yang sangat berpengaruh dalam mendefinisikan konsep modal sosial, yaitu Bourdieu, Coleman dan Putnam.

Bourdieu (1986) dengan marxisme lebih menitikberatkan pada soal ketimpangan akses terhadap sumber daya dan dipertahankannya kekuasaan, sedangkan Coleman (1988) lebih menekankan gagasannya

pada individu yang bertindak secara rasional dalam rangka mengejar kepentingannya sendiri. Putnam (1993) mewarisi dan mengembangkan gagasannya tentang asosiasi aktivitas warga sebagai dasar bagi integrasi sosial dan kemakmuran. Walaupun ada sejumlah perbedaan diantara ketiganya meraka sepakat bahwa modal sosial terdiri dari hubungan-hubungan pribadi dan interaksi antarpribadi dengan nilai bersama yang diasosiasikan dengan kontak-kontak tertentu. Bourdieu, dalam tulisannya tentang modal sosial, selanjutnya menjadi bagian dari analisa yang lebih luas tentang beragam landasan tatanan sosial. Bourdieu melihat bahwa posisi agen dalam arena sosial ditentukan oleh jumlah dan bobot modal relatif mereka.

Bourdieu mendefinisikan modal sosial yang dilandaskan pada cara anggota kelompok profesional mengamankan posisi mereka (dan anak-anak mereka), hal ini seperti apa yang disampaikan bahwa modal hubungan sosial yang jika diperlukan akan memberikan dukungan bermanfaat. Modal harga diri dan kehormatan yang seringkali diperlukan jika orang menarik para kliennya ke dalam posisi yang penting secara sosial, dan bisa menjadi alat tukar, misalnya dalam karier politik. Namun selanjutnya pandangannya tentang modal sosial diperbaiki dengan menyampaikan kesimpulan bahwa modal sosial adalah jumlah sumberdaya, aktual atau maya yang terkumpul pada seseorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan.

Bourdieu melihat secara jelas tentang modal sosial sebagai hak milik eksklusif elit yang didesain untuk mengamankan posisi relatif mereka. Selanjutnya dikatakan bahwa agar nilai modal sosial dapat

bertahan lama, maka individu harus mengupayakannya. Bourdieu menegaskan bahwa suatu kelompok akan mampu untuk menggunakan simbol-simbol budaya sebagai tanda pembeda yang menandai dan membangun posisi mereka dalam struktur sosial. Modal budaya dibangun oleh kondisi keluarga dan pendidikan di sekolah, dan pada batas-batas tertentu dapat beroperasi secara independen dari tekanan uang dan bahkan memberikan kompensasi bagi kekurangan uang sebagai bagian dari strategi individu atau kelompok dalam meraih kekuasaan dan status. Modal sosial mempresentasikan agregat sumberdaya aktual atau potensial yang dikaitkan dengan kepemilikan jaringan yang tahan lama, dan oleh Bourdieu diilustrasikan sebagai kaitan antara koneksi dan modal budaya dengan contoh anggota profesi seperti pengacara atau dokter yang memanfaatkan modal sosial, antara lain modal koneksi sosial, kehormatan dan harga diri untuk memperoleh kepercayaan diri sebagai anggota kelompok masyarakat kelas atas atau bahkan berkarier pada bidang politik.

Coleman lebih jauh menyatakan bahwa modal sosial tidak terbatas mereka yang kuat, seperti apa yang diungkapkan oleh Bourdieu, namun juga mencakup manfaat riil bagi orang miskin dan komunitas yang terpinggirkan. Lebih umum lagi bahwa Coleman berusaha mengedepankan ilmu sosial interdisipliner, yang dapat berasal dari ilmu ekonomi dan sosiologi, dan dalam konteks modal sosial, Coleman telah melahirkan teori pilihan rasional dalam sosiologi kontemporer (Ritzer dan Goodman, 2007). Teori pilihan rasional (tindakan rasional) memiliki keyakinan yang sama dengan ekonomi klasik bahwa semua perilaku berasal dari individu yang berusaha mengejar kepentingan mereka sendiri sehingga interaksi

sosial dipandang sebagai bentuk pertukaran. Sosiologi pilihan rasional memiliki model perilaku individu yang sangat individualistik, dalam arti bahwa setiap orang berkepentingan untuk melakukan hal-hal yang melayani kepentingan mereka sendiri tanpa memperhitungkan nasib orang lain. Bagi Coleman konsep modal sosial adalah sarana untuk menjelaskan bagaimana orang berusaha bekerjasama yang oleh Barbara Misztal dikemukakan bahwa teori pilihan rasional secara terus-menerus menjalankan tugas kerjasama sejalan dengan dalil individualisme dan kepentingan diri (Misztal, 2000). Modal sosial memberikan pemecahan atas mengapa manusia memilih bekerjasama, bahkan ketika kepentingan paling utama terkesan dapat dipenuhi melebihi kompetisi.

Coleman menambahkan, sosiologi pilihan rasional berasumsi bahwa aktor individu biasanya mengejar kepentingan diri mereka sendiri. Bila mereka memilih bekerjasama, itu semua dilakukan karena hal itu menjadi kepentingannya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa aktor tidak membangun modal sosial, namun hal ini lahir sebagai konsekuensi yang tidak dikehendaki dari upaya mengejar kepentingan mereka sendiri.

Modal sosial dalam pengertian ini tentunya dapat dikatakan sebagai barang umum daripada barang pribadi. Putman (1993) dalam studinya untuk mengidentifikasi dan menjelaskan perbedaan antara pemerintah daerah di Italia Utara dan Selatan dengan mengadakan pendekatan institusional, khususnya berkonsentrasi pada kinerja para aktor kebijakan publik. Dalam studi tersebut ia telah menemukan beberapa hal diantaranya bahwa kemajuan di Italia Utara disebabkan karena adanya hubungan timbal balik yang baik, organisasi lebih

bersifat otonom, budaya saling percaya. Putnam mendefinisikan bahwa modal sosial merujuk pada bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan terkoordinasi. Definisi-definisi yang dikemukakan di atas, dapat dilihat bahwa pandangan para ahli modal sosial sejalan dengan kenyataan yang ada pada masyarakat, dimana masyarakat yang memiliki modal sosial adalah masyarakat yang harmonis dan dinamis. Hal ini terjadi karena modal sosial juga dapat berupa kepekaan dan rasa tanggung jawab antar individu dalam kelompok yang mengarahkan ke hubungan horisontal walaupun perbedaan status ekonomi masih tetap dirasakan. modal sosial, masyarakat yang memiliki modal sosial tinggi antara lain dapat dilihat dari rendahnya angka kriminal dan sedikitnya jumlah kebijakan formal, namun jika modal sosial rendah, dan sosial norms-nya sedikit, maka kerjasama antar orang hanya dapat berlangsung di bawah sistem hukum dan regulasi yang bersifat formal. Modal sosial yang tinggi hanya akan tercipta bila ada sikap resiprositas yang tinggi, artinya interaksi bukan semata-mata hanya sebagai suatu pertukaran yang penuh perhitungan tapi kombinasi antara sifat altruis jangka pendek dengan harapan keuntungan dalam jangka panjang (Syahyuti, 2008). Modal sosial barulah bernilai ekonomi kalau dapat membantu individu dalam kelompok, misalnya, untuk mengakses sumber-sumber keuangan, mendapatkan informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha dan meminimalkan biaya transaksi (Tonkiss, 2000).

B. Elemen-elemen Pembentuk Modal Sosial

Modal sosial dibentuk oleh beberapa elemen, diantaranya oleh Pantoja dalam Hasbullah (2006) mengidentifikasi modal sosial

menjadi enam elemen, yaitu keluarga dan kerabat, kehidupan asosiasi yang bersifat horizontal (kelompok), jaringan sosial, masyarakat politik, institusi, dan norma atau nilai-nilai sosial.

Elemen-elemen modal sosial tersebut akan menjadi sumber munculnya interaksi antara orang-orang dalam satu komunitas. Hasil dari interaksi tersebut menjadi parameter pengukuran modal sosial, seperti tercipta atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Selain itu, interaksi tersebut dapat terjadi dalam skala individual maupun institusional. Secara individual, interaksi yang terjadi melalui hubungan antar individu kemudian akan melahirkan ikatan emosional antara dua individu maupun dalam kelompok. Secara institusional, interaksi dapat lahir pada saat tujuan suatu organisasi memiliki kesamaan dengan organisasi lainnya. Untuk mengukur interaksi tersebut, ada tiga parameter modal sosial yang dapat digunakan, yaitu; kepercayaan (*trust*), norma (*norms*) dan jaringan-jaringan (*networks*).

Kepercayaan merupakan nilai yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur dan kerja sama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Pada dasarnya kepercayaan harus dimiliki dan menjadi bagian yang kuat untuk membentuk modal sosial yang baik, yang dapat ditandai dengan kuatnya lembaga-lembaga sosial yang menciptakan kehidupan yang harmonis dan dinamis. Hasbullah (2006) berpendapat bahwa berbagai tindakan kolektif yang didasari atas rasa saling mempercayai yang tinggi akan meningkatkan partisipasi dalam berbagai ragam bentuk dan dimensi terutama dalam konteks membangun kemajuan bersama. Masyarakat yang kurang memiliki perasaan saling mempercayai akan sulit menghindari berbagai situasi

kerawanan sosial dan ekonomi yang mengancam. Semangat kolektifitas tenggelam dan partisipasi masyarakat untuk membangun bagi kepentingan kehidupan yang lebih baik akan hilang. Lambat laun akan mendatangkan biaya tinggi bagi pembangunan karena masyarakat cenderung bersikap apatis dan hanya menunggu apa yang akan diberikan pemerintah. Apabila rasa saling mempercayai telah luntur maka yang akan terjadi adalah sikap yang menyimpang dari norma dan nilai yang berlaku.

Norma merupakan susunan dari pemahaman terhadap nilai-nilai kehidupan serta harapan yang diyakini dan dijalankan oleh sekelompok orang. Norma yang terbentuk dapat didasari oleh nilai-nilai agama, nilai-nilai budaya, maupun nilai-nilai dari kehidupan sehari-hari yang dibuat menjadi aturan-aturan untuk ketertiban kehidupan berbangsa dan bernegara. Norma juga merupakan modal sosial karena muncul dari kerjasama di masa lalu yang kemudian diterapkan untuk kehidupan bersama. Norma-norma sosial akan sangat berperan dalam mengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat.

Menurut Hasbullah (2006), masyarakat selalu berhubungan sosial dengan masyarakat lain melalui berbagai variasi hubungan yang saling berdampingan dan dilakukan atas prinsip sukarela (*voluntary*), kesamaan (*equality*), kebebasan (*freedom*) dan keadaban (*civility*). Kemampuan anggota-anggota kelompok/ masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergi, akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya modal sosial suatu kelompok. Dalam hal ini jaringan sosial tentunya memiliki peran yang penting. Jaringan hubungan sosial biasanya akan diwarnai

oleh suatu tipologi tertentu yang sejalan dengan karakteristik dan orientasi kelompok. Pada kelompok sosial, yang biasanya terbentuk secara tradisional atas dasar kesamaan garis keturunan, pengalaman-pengalaman sosial turun temurun, dan kesamaan kepercayaan pada dimensi ketuhanan cenderung memiliki kohesifitas tinggi, tetapi jaringan maupun kepercayaan yang terbentuk sangat sempit.

C. Dimensi Modal Sosial

Tipe atau bentuk jaringan sosial pada modal sosial oleh Putnam diperkenalkan perbedaan dua bentuk dasar modal sosial, yaitu mengikat (*bonding*) dan menjembatani (*bridging*). Sedangkan Woolcock dalam Mefi dan Hesti (2003) membedakan modal sosial menjadi tiga bentuk yaitu *social bonding*, *social bridging* dan *social linking*. *Social Bonding* merupakan tipe modal sosial dengan karakteristik adanya ikatan yang kuat (adanya perekat sosial) dalam suatu sistem kemasyarakatan. Misalnya, kebanyakan dalam keluarga mempunyai hubungan kekerabatan dengan keluarga yang lain, yang mungkin masih berada dalam satu etnis. Hubungan kekerabatan ini bisa menumbuhkan a) rasa kebersamaan yang diwujudkan melalui rasa empati, b) rasa simpati, c) rasa berkewajiban, d) rasa percaya, e) resiprositas, f) pengakuan timbal balik, g) nilai kebudayaan yang mereka percaya.

D. Perwujudan Modal Sosial

Modal sosial merupakan nilai-nilai kepercayaan yang dimiliki suatu individu atau kelompok. Bagaimana sebenarnya modal sosial mempengaruhi kehidupan dan menarik orang untuk saling berinteraksi akan menunjukkan betapa pentingnya modal sosial tersebut. Pada sisi lain, modal sosial bahkan menjadi tolak ukur mendukung keberhasilan

pembangunan, seperti proyek pemerintah. Merujuk pada hal tersebut, Mefi dan Hesti (2003) memberikan gambaran pentingnya keberadaan dan perwujudan modal sosial dalam rangka pemberdayaan masyarakat, pelaksanaan birokrasi, sampai dengan pelaksanaan proyek-proyek pemerintah. Perwujudan modal sosial tersebut diantaranya Interaksi sosial, adat dan budaya lokal, toleransi, kesediaan untuk mendengar, kejujuran, kearifan dan pengetahuan lokal, jaringan dan kepemimpinan sosial, kepercayaan, kesetiaan, tanggung jawab sosial, partisipasi masyarakat, dan kemandirian.

Interaksi sosial merupakan wujud kebersamaan masyarakat dalam bentuk jalinan komunikasi bersama antara individu atau kelompok. Wujud seperti ini sangat penting karena dapat membuka nilai toleransi dan kepedulian antara individu atau kelompok. Selanjutnya adalah untuk menciptakan masyarakat yang berkeadilan sosial pada lingkungan sekitar. Adat dan budaya lokal pada masyarakat saat ini tidak sepenuhnya hilang terkikis oleh modernisasi. Kesamaan adat dan budaya yang tersisa tersebut merupakan sumber dari munculnya modal sosial, walaupun tidak semuanya memberikan kenyamanan yang sama bagi setiap individu.

Adat atau budaya tersebut terkadang tidak bersifat demokratis dan lebih terkesan pada keberpihakan pada kasta tertentu. Namun dalam perkembangannya, adat dan budaya tersebut masih menjadi junjungan bersama untuk menghasilkan kehidupan yang tentram dengan kebersamaan dan kerja sama dan hubungan sosial lain yang baik. Toleransi dalam hidup berdampingan dengan tidak mementingkan kepentingan pribadi semata dan menghargai pendapat orang lain merupakan wujud nyata toleransi. Sikap untuk bertoleransi

antar sesama merupakan modal utama untuk berinteraksi dengan orang lain.

Kejujuran merupakan prinsip hidup untuk menanamkan kepercayaan orang lain terhadap kita. Hal ini sangat mendukung perkembangan kehidupan bersama suatu masyarakat yang mengandalkan keterbukaan dan transparansi dalam berinteraksi. Kearifan dan pengetahuan lokal merupakan pengetahuan yang berkembang berdasarkan pengalaman suatu masyarakat. Kearifan dan pengetahuan lokal tersebut dapat menumbuhkan nilai-nilai kebersamaan dalam kehidupan bermasyarakat yang akan diwariskan pada generasi selanjutnya. Jaringan dan kepemimpinan sosial terbentuk karena adanya kesamaan kepentingan dan dapat berupa kesamaan visi, hubungan kerja atau keagamaan. Seluruh proses kepemimpinan dan jaringan sosial muncul melewati demokrasi berupa penyamaan konsep rasional dan gagasan untuk kemajuan bersama.

Kepercayaan merupakan nilai saling percaya dalam melakukan interaksi sosial. Kepercayaan tersebut dibangun berdasarkan keterbukaan dan kejujuran terhadap individu atau kelompok lain. Perwujudan kepercayaan merupakan unsur pokok dari modal sosial. Kesetiaan diberi pengertian sebagai perasaan untuk saling memiliki terhadap suatu hubungan timbal balik, baik antar individu maupun kelompok. Kegiatan bersama sangat membutuhkan kesetiaan agar tidak muncul perasaan dan tindakan yang saling menjatuhkan. Tanggung jawab sosial merupakan rasa memiliki terhadap perkembangan suatu masyarakat, dapat berupa tindakan bersama untuk mengambil keputusan dalam rangka memajukan peningkatan ke

arah yang lebih baik. Partisipasi masyarakat merupakan kemauan untuk melibatkan diri dalam kegiatan bersama merupakan satu bentuk kesadaran untuk berpartisipasi. Kesadaran dalam diri seseorang sangat dibutuhkan dalam mensukseskan pembangunan. Kemandirian tanpa harus ada ketergantungan terhadap pemerintah untuk menciptakan kemajuan merupakan kelebihan yang harus dimiliki pada kelompok yang menginginkan modal sosial yang kuat. Inisiatif yang ada pada setiap individu yang dicurahkan bagi kelompok akan sangat membantu perkembangan kelompok tersebut.

E. Tingkatan Modal Sosial

Elemen-elemen modal sosial dalam masyarakat perlu dilakukan pengukuran. Mengukur tinggi rendahnya modal sosial yang ada di masyarakat diperlukan indikator-indikator yang berpengaruh terhadap modal sosial. Beberapa pendapat tentang indikator modal sosial, yaitu Putnam (1993) yang mengemukakan modal sosial adalah “*features of organization such as networks, norms and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit*” (modal sosial adalah organisasi yang mengedepankan jaringan, norma dan kepercayaan dalam koordinasi dan kerja sama untuk tujuan bersama). Kerja sama tersebut terjadi apabila antar anggota kelompok masyarakat tersebut memenuhi apa yang diharapkan antar mereka bahwa lainnya akan bertingkah laku yang dapat diandalkan dan memiliki kejujuran, kemudian mereka akan saling mempercayai satu dengan yang lain). Sedangkan Coleman (1998) menyatakan bahwa *network* (jaringan) merupakan sumber daya dari modal sosial, tetapi harus didukung dengan kepercayaan, kepedulian, kepatuhan terhadap norma maupun organisasi. Dari ke-tiga pendapat tersebut, selanjutnya

Sidu (2006) merumuskan indikator untuk mengukur tinggi rendahnya modal sosial yang ada di masyarakat. Indikator tersebut antara lain: (1) jaringan sosial/kerja, (2) kepercayaan (saling percaya), (3) ketaatan terhadap norma, (4) kepedulian terhadap sesama, dan (5) keterlibatan dalam organisasi sosial.

Secara umum apa yang diuraikan sebelumnya bahwa untuk memahami modal sosial perlu melakukan pemahaman tentang hubungan-hubungan yang terjadi antara kelompok dengan faktor-faktor baik dari luar seperti masalah global, agama, politik dan pemerintahan serta faktor-faktor dari dalam organisasi kepercayaan lokal, politik lokal serta norma dan nilai yang melekat dalam organisasi. Hal ini seperti apa yang diutarakan Hasbullah (2006) bahwa untuk melakukan analisis terhadap modal sosial, yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah pemahaman tentang bagaimana hubungan-hubungan tersebut berlangsung. Ini akan memberikan gambaran dan mengetahui bagaimana saling pengertian, keterkaitan dan unsur-unsur pembentuk modal sosial. Pemahaman ini sangat penting dalam memahami modal sosial.

F. Pemanfaatan Modal Sosial dalam Usaha Kecil Menengah (UKM)

Modal sosial dan industri UKM merupakan dua ranah dalam konsep akademis yang berbeda, namun masing-masing menjelaskan mengenai relasi dan interaksi diantara dua individu atau lebih dalam rangka keuntungan bersama. Sejak pertengahan 1990-an, konsep modal sosial dan industri kecil dan menengah telah menjadi sesuatu yang magis dalam konteks pembangunan sosial dan ekonomi, terutama di negara berkembang. Konsep modal sosial dan industri

kecil dan menengah telah bergerak dari ranah akademis ke kebijakan, yang menempatkan dua sisi berlainan antara daya saing dan inovasi di satu sisi dan kohesi sosial dan regenerasi di sisi lain. Industri kecil dan menengah merupakan konsep ekonomis untuk menggambarkan upaya peningkatan daya saing dan inovasi dalam bisnis, di sisi lain, konsep modal sosial berfokus pada kohesi sosial dan regenerasi dalam sistem relasi sosial (Redzepagic & Stubbs, 2006). Studi yang dilakukan IKED (2004) menyatakan bahwa konsep modal sosial patut untuk dikaji ulang. Hal ini dikarenakan modal sosial terbatas pada peranannya dalam memudahkan proses saling tukar-menukar informasi, produktifitas dan pekerja. Gomez (1999) menambahkan bahwa modal sosial bisa dilihat sebagai sosial produksi yang sama pentingnya dengan sumber daya manusia dan fisik, berpengaruh pada biaya transaksi, dan biaya monitoring. Modal sosial juga sebenarnya bisa dijadikan sebagai fasilitator yang berfungsi untuk memfasilitasi pembiayaan dalam industri kecil.

Hal ini bisa didasarkan pada hubungan masing-masing sosial dalam suatu industri kecil. Dengan jaringan kerja sama yang baik, para pelaku usaha bisa melakukan aksi bersama untuk mencari sumber pembiayaan. Berdasarkan hasil kajiannya Staber (2007a) mengungkapkan bahwa terdapat berbagai tulisan yang mengungkap pentingnya modal sosial sebagai sosial yang mempengaruhi kinerja industri kecil. Argumentasi teoritis berfokus pada fitur-fitur struktural, relasional dan kognitif modal sosial yang diharapkan memfasilitasi kerja sama dan inovasi sebagai dasar untuk sukses industri kecil. Namun, bukti empiris yang ada tentang implikasi modal sosial yang ditunjukkan beberapa peneliti sebelumnya ternyata lemah dan sangat

tidak konsisten. Salah satu alasan adanya inkonsistensi dalam pengamatan (penelitian) adalah pengabaian konteks situasional di mana modal sosial berkembang.

Menurut Staber (2007a) dampak modal sosial dalam industri kecil masih menjadi perdebatan, beberapa pihak menyatakan modal sosial dalam bentuk jejaring forum, kelompok kepentingan atau kegiatan lainnya sebagai faktor pendukung industri kecil yang merangsang kewirausahaan dan inovasi. Sementara di sisi lain beberapa pihak melalui penelitian menemukan bahwa tidak ada dampak modal sosial pada kinerja industri kecil.

Menurut Rosenfeld (2007) penelitian mengenai modal sosial mulai banyak dilakukan tahun 90-an, saat beberapa wilayah memperkenalkan modal sosial usaha multi-firms dan jaringan sebagai strategi kompetitif. Patut dicatat bahwa industri kecil dan *network* telah diprediksikan akan memanfaatkan modal sosial dan kolaborasi antar perusahaan. Namun Rosenfeld juga merumuskan ada dua karakteristik modal sosial yang dapat mengurangi nilai gunanya dalam suatu industri kecil, yaitu keterbatasan anggota, serta sifatnya yang tertutup, di mana orang di luar anggota industri kecil tidak dapat mengakses informasi maupun fasilitas yang ada di dalam industri kecil. Industri kecil sendiri telah menjadi tema bahasan penting dalam studi pembangunan ekonomi menyusul kelemahan-kelemahan pada pembangunan industrialisasi dalam skala besar. Di sisi lain modal sosial merupakan upaya menjelaskan daya dukung relasi sosial pada pembangunan kehidupan yang madani.

Upaya memahami peran modal sosial dalam industri kecil, beberapa peneliti menemukan kaitan konsep modal sosial yang

mengarah pada aktifitas inovasi yang terjadi dalam industri kecil. Hauser et al. dalam Ramhorst (2009) menemukan hubungan antara inovasi dan modal sosial, dengan sampel di wilayah Eropa menunjukkan bahwa modal sosial mempunyai dampak positif terhadap berkembangnya ilmu pengetahuan. Selanjutnya Cappelo and Faggian dalam Ramhorst (2009) melakukan penelitian dengan sampel berupa 217 perusahaan di wilayah Veneto (Italia), menunjukkan bukti adanya hubungan antara modal sosial dengan aktivitas inovasi. Begitu juga dengan Laursen et al dalam Ramhorst (2009) juga menemukan bahwa modal sosial sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk berinovasi, dengan sample 2.464 perusahaan di Italia yang berlokasi di suatu wilayah dengan karakter khusus berupa tingginya interaksi sosial yang mengarah pada inovasi.

Temuan tersebut diperkuat kembali oleh Cooke et al dalam Ramhorst (2009) dengan sampel pada UMKM di 12 negara bagian Inggris menunjukkan bahwa inovasi perusahaan menjadi semakin tinggi dengan adanya kolaborasi dan pertukaran informasi, dengan melibatkan hubungan saling percaya dan jaringan non-lokal. Lebih lanjut Ramhorst & Huggins, (2009) mendefinisikan empat pengaruh modal sosial terhadap industri kecil, yaitu: pertama, mengurangi ketidakpastian dalam rangka spesialisasi dan pembagian divisi tenaga kerja; kedua, mengurangi biaya transaksi; ketiga mengurangi biaya koordinasi; dan keempat, mendukung proses inovasi dengan banyaknya perbedaan. Temuan-temuan tersebut telah mendukung upaya memadukan pendekatan modal sosial dalam memahami industri kecil. Oleh sebab itu, modal sosial dipandang memiliki peran penting dalam keberhasilan industri kecil.

Penjelasan di atas memberikan argumentasi singkat bahwasannya modal sosial dan industri kecil merupakan dua konsep yang bermula dari pendekatan berbeda namun dapat menjadi sebuah konsep yang menguatkan apabila dilakukan dengan benar. Modal sosial dalam industri kecil bukanlah sebuah proses studi sosial yang mengada-ada, namun dapat dijelaskan melalui pendekatan teori yang dapat dipertanggungjawabkan.

Mempertemukan, mengelola dan meningkatkan relasi sosial merupakan tema yang dibahas baik oleh modal sosial maupun industri kecil, dan tujuan modal sosial memberikan keuntungan bersama sejalan dengan daya saing dalam industri kecil yang dibangun atas dasar kerja sama, pertukaran pengetahuan, efisiensi dan produktifitas. Maka, modal sosial sebagai konteks sosiologis memiliki arti ekonomis dalam hal mendorong pencapaian keuntungan bersama dalam bisnis melalui kohesifitas sosial dan kerja sama. Di sisi lain ada kebutuhan-kebutuhan dalam berbisnis yang tidak selalu bermakna ekonomis, tetapi bersifat sosiologis.

Faktor sosial sebagai pendorong atau penghambat bisnis, termasuk industri kecil. Dalam hal inilah penjelasan mengenai pembangunan, kemajuan dan penguatan industri kecil menjadi penting untuk melibatkan konsep modal sosial. Pada uraian sebelumnya dijelaskan tentang pentingnya modal sosial dalam industri kecil adalah mengenai peran modal sosial dalam hubungan sosial dan bisnis dalam rangka membangun keuntungan bersama.. Menurut Ionescu (2002), ilmuwan seperti Putnam, Helliwell dan Fukuyama telah menemukan bahwa langkah-langkah modal sosial regional berkorelasi positif dengan berbagai Indeks kinerja ekonomi.

Studi-studi ini pada tingkat ekonomi makro menunjukkan bahwa semakin besar modal sosial, maka kinerja ekonomi akan lebih baik. Durkin (2000) secara lebih spesifik menyatakan bahwa modal sosial merepresentasikan bentuk-bentuk hubungan yang memungkinkan individu atau rumah tangga mengakses sumber-sumber sosial untuk meningkatkan kegunaan atau output untuk berbagai level konsumsi. Kedua, kepercayaan dan keanggotaan kelompok tidak menjelaskan perbedaan akses terhadap sumber-sumber sosial. Frekuensi hubungan dengan anggota keluarga dan teman lebih menjelaskan variasi akses terhadap sumber daya sosial. Ketiga, terbukti bahwa lingkungan terdekat mungkin dapat meningkatkan fungsi modal sosial seseorang dengan ditunjukkan bahwa dampak dari rata-rata tingkat modal sosial dalam sebuah kota atau negara meningkat seiring kontak dengan anggota keluarga dan teman. Dalam konteks lebih luas, Chou (2002) telah melakukan penelitian mengenai hubungan antara modal sosial dan pertumbuhan ekonomi, dengan menggunakan beberapa perspektif berbeda untuk menguji temuan atau bukti empiris yang ada. Model pertama dari dampak modal sosial terhadap pertumbuhan ekonomi adalah melalui akumulasi modal manusia. Model kedua adalah dengan pengaruh pembangunan keuangan melalui kepercayaan kolektif atau norma sosial. Hal ini berhubungan dengan partisipasi dalam komunitas atau terlibat dalam berbagai asosiasi. Model ketiga adalah pembangunan jaringan antar perusahaan yang menghasilkan kreasi dan difusi dan inovasi teknologi.

Modal sosial dalam bisnis, selalu dikaitkan dengan relasi dan kelompok. Hongseok et al (2006) menyatakan bahwa modal sosial

sebagai himpunan sumber daya yang tersedia dalam kelompok melalui anggota dalam struktur hubungan sosial dari kelompok itu sendiri, serta di struktur formal dan informal lebih luas dari organisasi. Ada beberapa definisi modal sosial dikaitkan dengan kelompok. Pertama, kelompok itu sendiri memiliki struktur sosial dan harus dipertimbangkan baik sebagai keseluruhan dan sebagai agregat dari bagian-bagiannya.

Anggota kelompok dapat menjadi heterogen dalam hal posisi mereka dalam hirarki vertikal atau horisontal dalam penyediaan tenaga kerja. Kelompok juga dapat memiliki beberapa sub kelompok yang memiliki tujuan dan keinginan bervariasi tumpang tindih dengan tujuan kelompok secara keseluruhan dan keinginan. Kedua, definisi ini juga mengakui bahwa kelompok harus dipertimbangkan dalam konteks yang lebih luas, dimana beberapa kelompok akan menemukan bahwa mereka memiliki modal sosial yang lebih cair dikarenakan keanggotaan mereka. Dalam dinamika kelompok, Boari & Presutti (2004) menjelaskan bahwa modal sosial dapat dilihat dari dimensi sosial dan dimensi relasional dan kognitif. Dimensi sosial menjadi penguat pembentukan lembaga atau struktur kewenangan, sedangkan dimensi relasional dan kognitif memperkuat jaringan, kerjasama dan kepercayaan. Dimensi relasional dan kognitif modal sosial membawa keuntungan langsung untuk mengurangi biaya kontrol dan untuk mengembangkan kepercayaan dalam hubungan bisnis, namun, memiliki dampak negatif pada dimensi struktur modal sosial, karena menghambat proses pengaturan dalam kegiatan bersama.

Modal sosial dapat berdampak pada kinerja dan manajemen hubungan antara mitra dengan cara yang berbeda dan tidak selalu

dalam cara yang positif. Dalam tingkat yang sangat positif dari dimensi struktural modal sosial, mungkin akan menjadikan pelaku usaha mengelola perusahaan secara efektif tetapi bukan jaringan yang dapat diandalkan. Sebaliknya, dalam dimensi relasional dan tingkat kognitif modal sosial yang signifikan, mereka masih perlu membangun pengelolaan yang efektif, namun jaringan mereka bisa diandalkan. Kemudian Begley (2009) mengintrodusir empat teori penting, yaitu: (a) ide institusionalisasi ekonomi regional, khususnya konsep mengenai koalisi perusahaan yang dinamis dan temporal berbasis wilayah, (b) model struktur dari teori organisasi dikaitkan dengan ide mengenai teori perusahaan berbasis pengetahuan, mengeksplorasi berbagai perubahan dalam aktifitas bisnis, (c) ekonomi evolusioner, dan perspektif mengenai pembangunan, perubahan dan waktu, (d) manajemen berbasis pengetahuan dan perspektif mengenai modal intelektual dan kontribusinya untuk dinamika perusahaan, mengenai ide interaksi sosial, praktik sosial, konteks sosial dan dampak dari kekuasaan dan sosial.

Bazan dan Schmitz (1997) dengan penelitian pada industri kecil sepatu di Brazil menjelaskan mengenai peran penting modal sosial dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Melalui analisis historis ditemukan bahwa kegiatan bersama para pengrajin sepatu sangat didukung oleh adanya modal sosial yang telah lama mengakar dari generasi ke generasi. Pemanfaatan modal sosial dalam hal ini, tidak terbantahkan memberikan pengaruh kuat pada kehidupan sosial dan ekonomi. Baik dalam kerangka ekonomi mikro, meso, maupun makro. Modal sosial telah memberikan sumbangan penting dalam rangka memahami manfaat bagi keuntungan kelompok, atau

manfaat bersama. Sehingga mempertemukan modal sosial dengan industri kecil merupakan upaya memahami bagaimana modal sosial, secara khusus memberikan manfaat pada kegiatan ekonomi secara berkelompok melalui relasi, jaringan, kerja sama, dan pengaturan bersama.

Penjelasan di atas memberikan pemahaman mengenai pentingnya modal sosial dalam upaya membangun keuntungan bersama dalam kehidupan sosial maupun ekonomi, terutama dalam kelompok usaha. Hal ini memberikan peluang bagi kajian akademis mengenai hubungan yang nyata antara peran-peran yang dapat dimainkan oleh modal sosial dan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan dalam sebuah industri kecil. Beberapa peneliti telah mengkaji bahwa industri kecil membutuhkan beberapa kondisi sosial yang memungkinkan sebagai media berkembangnya industri kecil.

Wolfe (2002) berpendapat bahwa industri kecil yang sukses, dibangun berdasar kerjasama antar institusi lokal, di mana lembaga tersebut yang bersifat formal, mampu memberikan informasi maupun memfasilitasi pertukaran informasi teknologi, serta kerja sama dan koordinasi yang lebih cepat.

Industri kecil akan menciptakan modal sosial dan meningkatkan daya saing usaha dengan membentuk kerja sama berdasarkan kepercayaan, sehingga memungkinkan organisasi melakukan gerakan bersama, mengembangkan lembaga bersama yang akan menguntungkan anggota industri kecil. Aspek kunci dari pengembangan komunitas lokal melibatkan modal sosial antara kelompok maupun individu yang ada dalam komunitas tersebut.

Membangun kepercayaan di antara aktor ekonomi lokal merupakan proses yang sulit, memerlukan dialog terus menerus antara pihak yang relevan. Begitu juga hasil penelitian Brouder & Berry (2004) menyimpulkan bahwa salah satu kriteria keberhasilan yang paling penting untuk industri kecil adalah penyediaan jaringan yang memadai, selalu berbagi informasi serta belajar dari masa lalu, yang memiliki hubungan dengan modal sosial.

Kemudian Braun et al (2005) mengemukakan adanya dua faktor penting dari industri kecil yaitu unsur kedekatan geografis dan struktur sosial. Modal sosial dan kepercayaan sebagai dasar arus kolaborasi, informasi dan pengetahuan dalam industri kecil di sebuah daerah merupakan unsur struktur sosial. Modal jaringan atau relasional juga menjadi inti kekuatan industri kecil dan sebagai pengetahuan dasar. Dengan demikian, jaringan dan modal sosial memperluas pengetahuan para pelaku industri kecil. Namun di sisi lain, antara industri kecil dan jaringan tetap dipandang sebagai dimensi yang berbeda namun saling tergantung di mana struktur jaringan bisnis mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri kecil. Modal sosial dan jaringan harus dapat dilihat manfaatnya dalam membangun kolaborasi dan proses belajar bersama untuk tujuan pembangunan daerah, misalnya industri kecil UKM regional.

Di sisi lain, menurut Staber (2007b) banyak penelitian mengenai kelompok bisnis regional didasarkan pada premis bahwa persepsi pelaku dalam industri kecil menyatu di sekitar sebuah identitas bersama, yang didukung oleh dan mendukung interaksi sosial. Melalui penelitian terhadap dua kelompok di Barat Daya Jerman ditunjukkan bahwa identitas bersama bisa eksis juga walaupun

tidak ada interaksi sosial, hal ini menunjukkan bahwa perasaan identitas bersama dapat tumbuh dari unsur sosial lain dan menjadi pendukung tumbuhnya industri kecil. Konstruksi identitas kluster dapat dilihat sebagai proses yang kompetitif untuk menarik perhatian manusia, di mana beberapa ide yang diakui dan lainnya diabaikan. Pengamatan empiris menunjukkan bahwa transmisi ide dari pikiran ke pikiran sebagai proses inheren dapat melibatkan bias yang didasarkan pada konten, model, dan frekuensi. Sebuah pandangan besar dan berkembang dalam industri kecil menganggap identitas bersama sebagai unsur penting dalam daya saing industri kecil dan perusahaan industri kecil, menekankan integrasi interorganisasional dan homogenitas. Hal ini tercermin dalam kecenderungan untuk menafsirkan keunggulan kompetitif industri kecil sehubungan dengan manfaat yang diperoleh dari kontrol kolektif yang koheren dan stabil, ditopang oleh perilaku yang berorientasi untuk membangun kepercayaan interpersonal, berbagi pengetahuan dan melembagakan pertukaran.

Staber (2007b) menyatakan bahwa tidak ada alasan kuat untuk berharap bahwa (sukses) industri kecil ditandai oleh identitas kolektif yang koheren. Industri kecil tidak memandang budaya dan sosial secara monolitik, seolah-olah ada ide-ide, keyakinan, asumsi, dan konvensi yang sempurna oleh semua anggota industri kecil. Industri kecil yang terbaik digambarkan sebagai satu set populasi perusahaan yang sebagian bersaing dan sebagian bekerja sama, beroperasi di domain dengan persyaratan sumber daya yang berbeda, dan tunduk pada logika kelembagaan yang berbeda.

Hasil penelitian Staber (2007b) menunjukkan bahwa transmisi ide-ide yang mendasari konstruksi identitas tidak selalu merupakan proses interaktif dan komunikatif. Temuan ini konsisten dengan fakta bahwa penyelidikan empiris terhadap banyak industri kecil belum mampu memprediksi kolaborasi tingkat tinggi antar perusahaan. Kesimpulannya, bahwa teori industri kecil relatif kurang dapat menjelaskan konstruksi aktual mengenai identitas bersama dan interaksi, apa yang membuat para pelaku memiliki identitas bersama atau berinteraksi belum dapat dijelaskan secara pasti. Namun demikian, Stuart Rosenfeld (2007) telah menunjukkan bahwa industri kecil yang mempunyai tingkat modal sosial yang tinggi, maka transfer pengetahuan dan inovasi terjadi lebih cepat, karena informasi, mengenai teknologi baru, pasar maupun jasa disebarkan karena pertemanan antar personal di dalam industri kecil.

Rangkaian penjelasan di atas menunjukkan bahwa ada kebutuhan-kebutuhan sosial mendasar pada industri kecil yang perlu dipenuhi dalam rangka sukses industri kecil. Relasi, kebersamaan, identitas, jaringan, kepercayaan, kerjasama, tukar pengetahuan dan tindakan sejenis merupakan artikulasi modal sosial yang diperlukan industri kecil.

Pihak-pihak yang mempercayai bahwa modal sosial sebagai input atau prakondisi yang diperlukan, bahkan dalam artian determinis menentukan berdirinya industri kecil memfokuskan pada studi mengenai budaya dan perilaku sosial ekonomi para pelaku usaha. Bazan & Schmitz (1997) dalam studi industri kecil sepatu di Brazil menjelaskan bahwa industri kecil tersebut dapat tumbuh karena adanya modal sosial yang mengakar dari generasi ke generasi. Dalam

perkembangannya masyarakat secara bersama-sama dapat menghadapi tantangan dan memecahkan masalah bersama untuk perkembangan usaha mereka. Saling tukar informasi tentang teknologi dan pasar kerap dilakukan. Para pelaku usaha saling pinjam-meminjam mesin, bahan baku, komponen-komponen pendukung dan pekerja. Dengan kata lain, landasan industri kecil telah dibangun oleh modal sosial. Marskell (1999) menambahkan bahwa modal sosial menjadi salah satu cara untuk mengatasi tantangan dalam pasar dan mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk memluas pasar melalui jaringan kerjasama yang harmonis dan saling menguntungkan.

Orang-orang yang terlibat dalam jaringan kerja sama tersebut dapat menumbuhkan keinginan untuk saling berbagi informasi satu dengan lain, sehingga dengan modal sosial, pertukaran informasi dan kualitas produk bisa didapat. Gomez (1999) juga menerangkan bahwa modal sosial dipandang sebagai faktor produksi yang sama pentingnya dengan sumberdaya manusia dan fisik. Modal sosial bisa memfasilitasi pembiayaan dalam industri kecil karena adanya hubungan masing-masing aktor dalam industri kecil.

Jaringan kerjasama yang baik, para pelaku bisa mencari sumber pembiayaan. Gomez (1999) menunjukkan bahwa modal sosial dapat meningkatkan produktifitas seseorang dan meningkatkan pendapatan pasar tenaga kerja dan menghasilkan pengetahuan *spill-over*. Temuan sedikit berbeda dalam penelitian Boari dan Presutti (2004) mengemukakan bahwa modal sosial diperlukan dalam pembentukan industri kecil, karena dalam lokalisasi perusahaan diperlukan rasa percaya untuk mengurangi biaya kontrol, akan tetapi di kemudian hari hal ini dapat berdampak negatif bagi transfer ilmu

pengetahuan dan inovasi. Penelitian yang lainnya dilakukan oleh Steiner & Hartmann dalam Ramhorst (2009) studi terhadap lima industri kecil (149 perusahaan) di Austria menunjukkan bahwa ternyata modal sosial kurang berfungsi/berpengaruh terhadap perusahaan yang baru pada tahap perkembangan (*learning firms*). Namun kemudian dalam sebuah penelitian mengenai peran modal sosial dalam industri kecil di Kroasia, Funarić & Galić (2011) menyatakan bahwa dimensi sosial dari modal sosial dalam hal kepercayaan, kerjasama dan jaringan akan mengekspresikan kesiapan pembentukan industri kecil. Modal sosial kelembagaan memiliki peran terbaik dalam menciptakan struktur sosial industri kecil, dan dimensi sosial dari modal sosial dalam hal kepercayaan, kerjasama dan jaringan, diartikan seberapa jauh pengusaha mengenali bisnis mereka dan hubungan dengan pelaku lain dalam lingkungan bisnis isu-isu jaringan, inovasidan informasi perlu diatasi jika seseorang ingin mempersiapkan alasan untuk pembentukan industri kecil. Orang harus memahami hubungan antara empat elemen yaitu kepercayaan, hubungan, kemitraan dan pengetahuan sebagai pandangan paling sederhana pada tingkat modal sosial.

Modal sosial sebagai sebuah konsekuensi dari industri kecil dijelaskan melalui penelitian Wolfe (2005) melalui studi kasus di Silicon Valley (USA) menunjukkan bahwa modal sosial merupakan unsur penting dalam keberhasilan paling dinamis bagi kluster. Tapi dia menolak penjelasan deterministik yang ditawarkan oleh Putnam dan Fukuyama. Dalam pandangan Wolfe, modal sosial dapat dibuat dan dasar untuk melakukannya adalah pembentukan jaringan kolaboratif antara berbagai unsur bisnis dan masyarakat. Katalis untuk

melakukannya adalah generasi baru pengusaha sipil, individu yang berdasar pada modal sosial dengan memberikan kesempatan bagi orang lain untuk bekerja sama dalam proyek untuk mempromosikan prospek ekonomi masyarakat. Kriteria penting untuk keberhasilan penemuan ini sesuai mekanisme untuk melibatkan anggota kunci dari kelompok sebagai upaya berkelanjutan untuk memajukan peluangnya.

Kasus yang berbeda, Knorringa & van Steveren (2005) pada sektor industri sepatu di Ethiopia dan Vietnam yang menganalisis konsep modal sosial pada level ekonomi mikro, meso dan makro menggunakan dua tipe modal sosial, yaitu *bonding* dan *bridging*. Tipe *bonding* sering ditemukan dalam kerjasama horizontal misalnya antara pelaku UKM, dan tipe *bridging* terjadi dalam hubungan produsen dengan pembeli global ataupun hubungan dengan pelaku dari luar klatser. Dalam hal ini tipe *bonding* memang diperlukan dalam industri kecil di negara berkembang, akan tetapi kenyataan yang ditemukan di lapangan adalah bahwa mereka terlalu tergantung pada modal sosial *bonding*, karena keterbatasan interaksi dengan orang luar. Maka penelitian mereka menekankan perlunya modal sosial tipe *bridging* untuk dikembangkan sebagai langkah awal untuk percepatan pertumbuhan industri kecil.

Penguat kebutuhan modal sosial pada industri kecil, Romis (2007) menyatakan bahwa industri kecil memerlukan jaringan yang kuat, dan akan difokuskan pada persoalan kelembagaan serta sumberdaya manusia. Di sinilah peran modal sosial sebagai salah satu metode penting, di samping jaringan dan kerja sama antar pelaku usaha. Modal sosial memperkuat kapasitas kerja sama sektor publik dan privat sebagai sarana penguatan industri kecil. Modal sosial

sebagai perekat, sebagaimana dijelaskan oleh Porter (1998) bahwa modal sosial digunakan sebagai perekat hubungan para pelaku dalam kelompok dan institusi pendukung yang lain. Modal sosial juga menumbuhkan keinginan untuk saling berbagi satu dengan yang lain. Elemen penting dalam modal sosial adalah rasa memiliki dalam suatu komunitas dan adanya identitas atau latar belakang yang sama. Namun temuan berbeda dikemukakan oleh Woolcock (1998) yang menemukan bahwa hubungan kuat dapat membuat perusahaan terikat dalam suatu hubungan dan terjebak dalam kondisi stagnan. Ionescu (2002) juga menghasilkan temuan bahwa modal sosial yang diterapkan dalam industri kecil/usaha yang mengedepankan hubungan keluarga dan ikatan personal yang informal dapat menimbulkan dampak negatif berupa korupsi dan perilaku oportunistis di kalangan anggota industri kecil.

Ionescu (2002) menemukan bahwa dalam suatu industri kecil dapat terjadi eksklusifitas terhadap pihak luar, terbatasnya mobilitas, miskin terhadap perubahan/peningkatan taraf sosio-ekonomi, serta kurangnya kemampuan untuk beradaptasi atau kemampuan untuk berubah. Kelemahan modal sosial adalah sifatnya yang tertutup dari anggota luar, sehingga mengecualikan orang yang tidak memiliki hak koneksi yang akan berdampak pada masyarakat/perusahaan yang berpendapatan menengah-rendah. Namun kemudian Westlund (2003) menjelaskan peran modal sosial adalah hubungan antara perusahaan dan mitra mereka. Hubungan antar perusahaan yang dimaksud adalah hubungan produksi, meningkatkan arus pengetahuan dan informasi antara perusahaan, sehingga umpan balik, dari perusahaan kepada pemasok/mitra dan dari pelanggan kepada perusahaan dapat

meningkat dan dipercepat, hal ini menjadi dasar bagi inovasi baru bagi perusahaan. Hubungan antar perusahaan juga tidak terlepas dari lingkungan spasial. Industri kecil adalah sebuah konsep lingkungan usaha yang mampu memberikan iklim kondusif. Industri kecil yang didefinisikan sebagai aglomerasi industri di suatu tempat yang dapat saling melengkapi.

Westlund (2003) mengklasifikasikan adanya tiga unsur hubungan, yaitu: 1) hubungan ekonomi non-teknis dengan perusahaan lain, 2) hubungan dengan lembaga pemerintah lokal/regional, 3) hubungan dengan warga masyarakat sipil dan organisasi masyarakat. Hubungan dengan sesama perusahaan merupakan kebutuhan untuk mencari keuntungan berupa pengetahuan, model, konsep, informasi dan lain sebagainya.

Hubungan dengan lembaga pemerintah adalah karena adanya kebutuhan terhadap kebijakan yang menguntungkan dan hubungan dengan masyarakat adalah agar perusahaan tertanam dalam konteks sosial masyarakat lokal melalui pemberdayaan, membangun hubungan dengan konsumen dan sebagainya. Selain itu baik pimpinan maupun karyawan perusahaan adalah makhluk sosial yang membutuhkan hubungan sosial. Hal tersebut menjelaskan peranan modal sosial sebagai perekat dalam industri kecil. Studi JICA (2004) juga menyebutkan bahwa modal sosial merupakan ikatan internal yang menjembatani dengan pihak-pihak eksternal.

Kajian yang cukup luas dilakukan oleh Staber (2007a) bahwa argumentasi teoritis selama ini berfokus pada fitur-fitur struktural, relasional dan kognitif modal sosial yang diharapkan memfasilitasi kerja sama dan inovasi sebagai dasar untuk sukses industri kecil.

Namun demikian, Staber (2007a) berpendapat bahwa kelemahan studi modal sosial dalam industri kecil menghadapi kelemahan terutama karena kurangnya memahami konteks lokal. Maka diperlukan beberapa pendekatan penelitian yang mengkontekstualisasikan dan mendiskusikan tentang implikasi kinerja modal sosial dalam pengaturan industri kecil. Argumen sentral adalah bahwa kedekatan spasial sendiri tidak menyebabkan koordinasi antar organisasi jika kerangka relasional dan kognitif kurang mendukung.

Mengingat modal sosial merupakan struktur sosial dan proses, yang dipahami secara luas sebagai interaksi sosial yang struktural, relasional dan kognitif yang memfasilitasi tindakan terkoordinasi dan pembelajaran kolektif. Jaringan sosial yang padat dilihat sebagai struktur yang diperlukan, dan konvensi sosial yang melibatkan kepercayaan dan identitas dianggap mekanisme penggerak jaringan. Sampai saat ini dampak modal sosial dalam industri kecil masih menjadi perdebatan, beberapa pihak menyatakan modal sosial dalam bentuk jejaring forum, kelompok kepentingan atau kegiatan lainnya sebagai faktor pendukung industri kecil yang merangsang kewirausahaan dan inovasi. Sementara di sisi lain beberapa pihak melalui penelitian menemukan bahwa tidak ada dampak modal sosial pada kinerja industri kecil. Banyak bukti empiris yang ambigu tentang implikasi kinerja modal sosial dalam pengaturan industri kecil disebabkan oleh isu-isu metodologis berkaitan dengan pengambilan sampel pengukuran, variabel dan struktur data, dan metodologi yang tidak konsisten. Dengan demikian, bahwa tidak saja lingkungan yang memungkinkan atau membatasi tindakan tetapi pengaturan struktur dan proses melalui mana individu memandang, menafsirkan dan

memotivasi tindakan mereka. Staber (2007a) menyarankan beberapa hal yang perlu dilakukan peneliti dalam mengkontekstualisasikan studi mereka terhadap modal sosial dan industri kecil, melalui: (1) deskripsi lengkap dari setting penelitian; (2) pengambilan sampel representatif; (3) fokus pada proses dan peristiwa; (4) memperhatikan evolusi di berbagai tingkat proses industri kecil, dan (5) perhatian pada mekanisme sosial, kelembagaan dan jaringan di berbagai tingkat.

Penjelasan di atas memberikan gambaran bahwa modal sosial tidaklah tunggal dan seragam di berbagai tempat, namun sangat kontekstual. Dengan demikian dalam memahami peranan modal sosial dalam industri kecil juga perlu memahami bagaimana nilai dan norma lokalitas membentuk karakter sosial dan bisnis. Seperti halnya Liu (2001) dalam mempelajari keluarga pengusaha Tong Djoe di Singapura mengatakan bahwa dalam konteks Asia, konsep modal sosial dapat dilihat dari konteks modal politik dan modal simbolik, dan dihubungkan dengan modal ekonomi. Peneliti lain, Lian (2008) telah melakukan penelitian mengenai peran modal sosial pada perusahaan keluarga yang berskala kecil dan menengah di Asia yang bergantung pada kontak dari dalam jaringan dan lingkaran mereka. Hubungan kekeluargaan yang erat dan tingkat signifikan modal sosial memiliki potensi dampak yang signifikan terhadap transformasi bisnis, yang diperlukan untuk pengembangan dan pertumbuhan perusahaan. Kasus Indonesia, Mawardi et al (2011) dalam studi mengenai industri kecil furnitur Bukir di Pasuruan, Jawa Timur menemukan bahwa modal sosial dalam industri kecil diidentifikasi berupa upaya melanjutkan usaha warisan, jaringan sosial, dan kepercayaan, serta modal sosial informal. Usaha furnitur telah menjadi

bagian dari kehidupan, maka mereka selalu berusaha menjaga kelestarian dan keberlangsungan usaha tersebut di masa mendatang. Sebagai bagian dari keseharian, maka sistem dukungan sosial berjalan dengan sektor usaha lain. Misalnya dalam memperoleh bahan baku, pengusaha furnitur bisa mendapatkan kayu tanpa membayar langsung, namun dibayar kemudian karena mereka saling percaya. Demikian juga dengan pembeli atau pemesan. Pembeli atau pemesan juga bersedia memberikan uang muka sebagai modal awal memproduksi furniture. Hal tersebut dimungkinkan karena telah terjalin hubungan saling percaya antar pelaku usaha. Kepercayaan memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam pengembangan usaha pada industri kecil. Peran signifikan modal sosial informal, dalam hal ini berwujud mekanisme magang keluarga. Seorang bisa bekerja di perusahaan milik saudaranya untuk mempelajari seluk beluknya kemudian setelah itu mendirikan usaha sendiri.

Sebelumnya, sebuah studi yang dilakukan JICA (2004) menunjukkan bahwa pembentukan dan konsolidasi modal sosial dijumpai menjadi unsur inti dalam penguatan industri kecil. Modal sosial merupakan ikatan internal yang menjembatani dengan baik pihak-pihak eksternal. Pelajaran dari studi tersebut menunjukkan bahwa kohesi internal sampai pada tingkat tertentu dipengaruhi oleh sifat-sifat UKM khususnya bahwa tersumbatnya kepercayaan yang terbentuk di antara UKM dikaitkan dengan masyarakat tertutup (pra informasi). Hal tersebut juga menyebabkan hubungan diantara para pelaku internal UKM dengan pihak eksternal kurang harmonis. Kebanyakan industri kecil yang tidak aktif di Jawa Tengah dikarenakan modal sosial, berupa kepercayaan yang terbentuk, ikatan

internal atau jejaring sosial dan norma-norma bisnis yang kurang ditaati (Miyasto, 2005). Hal ini juga berlaku untuk industri kecil pada umumnya di Indonesia, ketika penduduk menyadari adanya saling menguntungkan dalam kegiatan masyarakat (misalnya pembangunan infrastruktur) maka mereka akan saling membantu. Tetapi situasinya menjadi berbeda pada saat kegiatan bisnis, karena masyarakat menganggapnya tabu untuk dikerjasamakan karena dianggap sebagai kepentingan individu, ataupun kebanyakan orang takut kepentingan pribadinya terganggu (FPESD,2005)

Secara teoritis, hasil-hasil studi di atas menunjukkan gejala-gejala yang sifatnya umum berupa efisiensi kolektif, transfer pengetahuan, dan jaringan, namun ada hal khusus yang sangat spesifik dan belum dibahas. Ada sebuah kekurangan mendasar dalam teorisasi mengenai peranan modal sosial dalam industri kecil. Beberapa penelitian di atas telah menunjukkan bagaimana modal sosial menjadi input industri kecil, di sisi lain menempatkannya sebagai konsekuensi industri kecil dan sebagian menempatkan sebagai unsur perekat industri kecil. Kekurangan mendasar dikaitkan dengan kondisi empirik adalah belum dilakukannya studi untuk membangun teori mengenai bagaimana peran dinamika modal sosial yang berkembang dalam konteks lokal terhadap industri kecil. Diketahui bahwa modal sosial sebagai unsur relasi masyarakat sama halnya dengan industri kecil merupakan sebuah unsur dinamis yang terus berubah dalam dimensi ekonomi. Maka kekurangan teorisasi mengenai dinamika modal sosial dalam industri kecil menjadi poin utama dalam penelitian ini. Pada konteks dinamika, beberapa cara membangun modal sosial dilakukan dalam bentuk kerjasama yang fleksibel dan tindakan-

tindakan bersama. Tindakan bersama merupakan hal penting bagi keberhasilan pengembangan industri kecil yang disebut sebagai faktor dinamis, karena dapat meningkatkan kapasitas kolektif dan pertaliannya. Untuk melakukan tindakan bersama dibutuhkan dukungan eksternal dan fasilitator industri kecil yang berperan dalam mengarahkan UKM-UKM untuk bergabung dan meyakinkan partisipasi UKM untuk aktif dalam kegiatan bersama tanpa ada perasaan terpaksa. Sesuai dengan konsep efisiensi kolektif dalam industri kecil, di mana faktor *eksternal economics* sebagai faktor statis, maka dinamika modal sosial memperkuat sisi aksi bersama sebagai sesuatu yang dinamis.

BAB V

INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH

Industri Kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Industri kecil adalah jenis usaha mikro dengan modal dasar dibawah 500 juta, dan menggunakan peralatan yang sederhana untuk proses produksinya (Peraturan Presiden No 28 Tahun 2008).

Ada dua definisi industri kecil yang dikenal di Indonesia. Pertama, definisi industri kecil menurut Undang-Undang No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 1 milyar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, palingbanyak Rp 200 juta (Sudisman & Sari, 1996). Kedua, menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. 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 (BPS, 1999).

Bahasa sederhana, Industri Kecil (*kluster*) berarti kelompok, namun tidak semua kelompok industri dapat disebut sebagai Industri Kecil. Ciri utama Industri Kecil menurut Schmitz and Nadvi (1999) adalah *sectoral and spatial concentration of firms*, atau konsentrasi

usaha sejenis pada lokasi tertentu. Pentingnya Industri Kecil bagi perkembangan dan pertumbuhan industri kecil mulai menjadi topik diskusi ilmiah setelah munculnya tesis *Flexible Specialization* (Piore dan Sabel, 1984) yang didasari oleh pengalaman sukses industri kecil dan menengah di Italia Utara (*Third Italy*) dan jatuhnya sistem produksi massal di Amerika pada tahun 1970-an dan 1980-an. Italia Utara dan Tengah mempunyai beberapa industri, antara lain sepatu, tenunan, mebel, keramik, alat-alat musik, dan pengolahan makanan. Porter (1990) dalam bukunya *The Competitive Advantages of Nations* kemudian memperkenalkan istilah Industri Kecil untuk pengelompokkan industri sejenis tersebut. Industri Kecil didefinisikan sebagai pemusatan industri sejenis dalam wilayah geografis yang dilengkapi dengan industri inti dan institusi pendukung. Industri Kecil tersebut dapat tumbuh cepat dan berkembang serta melayani pasar ekspor dan membuka kesempatan kerja baru (Humphrey & Schmitz, 1995). Sementara pada saat itu usaha besar di Jerman dan Inggris sedang mengalami penurunan (Rabellotti, 1995). Fenomena industri kecil juga terdapat di negara-negara berkembang (Nadvi dan Schmitz, 1994). Definisi industri kecil berkembang dari definisi yang sempit (sederhana) sampai dengan definisi luas dan kompleks. Definisi ini berkembang seiring perkembangan penelitian tentang industri kecil dan perkembangan kehidupan industri kecil itu sendiri. Definisi industri kecil secara sederhana adalah kumpulan perusahaan-perusahaan secara sektoral dan spasial yang didominasi oleh satu sektor. Definisi ini banyak digunakan oleh peneliti-peneliti industri kecil yang melakukan penelitian di negara berkembang (Schmitz dan Nadva, 1999).

Berdasarkan fenomena keberhasilan sukses Italia Utara tersebut dirumuskan karakteristik kunci industri kecil atau *industrial districts* (Schmitz dan Musyck, 1993) sebagai berikut: (1) Didominasi oleh usaha kecil yang beraktivitas pada sektor yang sama (spesialisasi pada sektor) atau sektor yang berhubungan; (2) Kolaborasi antar usaha yang berdekatan dengan berbagi peralatan, informasi, tenaga kerja terampil, dan lain sebagainya; (3) Perusahaan-perusahaan tersebut saling bersaing dengan lebih berdasarkan pada kualitas produk daripada menurunkan ongkos produksi termasuk upah; (4) Pengusaha dan pekerja memiliki sejarah panjang pada lokasi tersebut. Hal ini memudahkan saling percaya dalam berhubungan baik antara usaha kecil, antara pekerja, dan tenaga kerja terampil; (5) Pengusaha diorganisir dengan baik dan berpartisipasi aktif dalam organisasi mandiri; (6) Ada pemerintahan lokal dan regional yang aktif mendukung pengembangan industri kecil industri lokal atau daerah. Tahun 1995 definisi industri kecil mulai dibedakan dari *industrial district*, hal ini terlihat pada saat Schmitz (1995) melakukan klarifikasi terhadap konsep *collective efficiency*. Mereka membedakan industri kecil dengan *industrial district* sebagai berikut: Industri Kecil didefinisikan sebagai berkumpulnya perusahaan secara geografis maupun sektoral. Dengan berkumpul, industri kecil akan mendapatkan manfaat dari *external economies*, yaitu munculnya supplier yang menyediakan bahan baku dan komponen, mesin-mesin baru atau bekas dengan suku cadangnya dan tersedianya tenaga kerja terampil. Industri kecil juga akan menarik agen yang akan menjual hasil produksi industri kecil ke pasar yang jauh (bukan pasar lokal), dan munculnya berbagai penyedia jasa teknik, keuangan dan akunting.

Sedangkan *industrial district* (terminologi yang digunakan di Italia), akan muncul jika industri kecil berkembang lebih dari sekedar adanya spesialisasi dan pembagian kerja antar perusahaan dengan munculnya kolaborasi antara agen ekonomi lokal di dalam suatu wilayah, dan meningkatnya kapasitas produksi lokal dan kadang-kadang kapasitas inovasi juga meningkat (Rabellotti,1995), serta munculnya asosiasi sektoral yang kuat.

Selanjutnya definisi industri kecil berkembang, Porter (1998) menyatakan bahwa suatu kelompok perusahaan dalam industri kecil akan terhubung karena kebersamaan dan saling melengkapi. Kedekatan produk dari perusahaan-perusahaan dalam industri kecil ini pada awalnya akan memacu kompetisi, tetapi selanjutnya akan mendorong terjadinya spesialisasi dan peningkatan kualitas serta mendorong inovasi untuk memenuhi diferensiasi pasar (Hartarto, 2004).

Berdasarkan definisi tersebut, suatu industri kecil dapat termasuk pemasok bahan baku dan input yang spesifik, sampai ke hilir (pasar atau para eksportir), termasuk juga lembaga pemerintah, asosiasi bisnis, penyedia jasa, dan lembaga lain (universitas, *think tank*, *training provider*, *standards-setting agencies*, *trade association*) yang mendukung perusahaan-perusahaan dalam industri kecil. Sebenarnya tidak ada batasan yang pasti mengenai kedekatan geografis antara unit-unit usaha yang ada dalam suatu industri kecil. Industri kecil dapat berupa sebuah kawasan tertentu, sebuah kota sampai wilayah yang lebih luas. Industri kecil juga dapat berupa sebuah wilayah lintas negara, seperti Southern Germany dengan wilayah Swiss. Kriteria geografis yang dimaksud sebenarnya lebih

terletak pada apakah efisiensi ekonomis atas jarak fisik yang ada dan mewujudkan dalam berbagai aktivitas bisnis yang menguntungkan atau tidak (Porter, 2000).

Industri kecil yang didefinisikan Porter menggambarkan bentuk industri kecil yang paling maju dan sebagian besar ditemukan di negara maju. Industri kecil negara maju berbeda dengan industri kecil di negara berkembang yang dapat dijumpai pada industri kecil sepatu di Brazil, India, dan Mexico; peralatan bedah di Pakistan; garmen di Peru, dan mebel di Indonesia (Schmitz dan Nadvi, 1999). Berdasarkan pada teori Schmitz, industri kecil pada negara berkembang lebih banyak didominasi oleh usaha kecil yang sering disebut dengan sentra (JICA, 2004). Ciri lain dari suatu industri kecil adalah dalam proses pengorganisasiannya (atau proses industri kecil). Sebagai sebuah strategi industrialisasi maka proses industri kecil lebih merujuk pada apakah prosesnya dibentuk secara sadar dan terorganisir atau terbentuk dengan sendirinya.

Industri kecil mengarahkan jalinan kerjasama industri dengan institusi lain yang bermanfaat dalam kompetisi, antara lain penyedia bahan baku seperti komponen, mesin, jasa dan penyedia spesialis infrastruktur. Industri Kecil juga menghubungkan pembeli, perusahaan komplemen dan perusahaan dalam industri melalui ketrampilan, teknologi dan bahan baku, pada akhirnya anggota industri kecil termasuk pemerintah dan institusi yang lain, seperti perguruan tinggi, agensi, pemikir (*think thank*), pendidikan kejuruan, asosiasi yang menyediakan pelatihan khusus, pendidikan, informasi, penelitian dan dukungan teknik (Porter, 1998).

Pembentukan Industri kecil (*clustering*) juga didefinisikan sebagai proses dari unit-unit usaha dan aktor-aktor terkait untuk membangun usahanya pada lokasi yang sama dalam area geografis tertentu, yang selanjutnya bekerja sama dalam lingkungan fungsional tertentu, dengan mewujudkan keterkaitan dan kerjasama yang erat untuk meningkatkan kemampuan kompetisi bersama (*collective competitiveness*) dalam suatu pertalian usaha. Definisi Porter (1990) juga lebih menekankan pada konsep pertalian usaha yang bernilai (*value chain*) dalam rangka menghasilkan suatu jenis produk. Kedekatan jarak antar kelompok usaha selanjutnya dapat diterjemahkan menjadi ukuran nilai tambah optimal karena adanya aglomerasi.

Dampak kompetisi dalam industri kecil menyebabkan peningkatan produktivitas perusahaan melalui inovasi dan perluasan serta perkuatan perusahaan di dalam industri kecil itu sendiri (Porter, 1998). Aglomerasi industri dalam konteks yang lebih umum, pengertian industri kecil juga dipahami sebagai suatu bentuk aglomerasi (pengelompokan) usaha. Dari teori lokasi dapat dipahami bahwa pembentukan aglomerasi usaha ini berdasarkan dari adanya keunggulan komparatif (*comparative advantage*) suatu lokasi terhadap lokasi yang lainnya. Hal ini antara lain dapat ditunjukkan dari adanya kekhasan suatu produk atau kualitas produk dari suatu lokasi tertentu yang lebih baik dan yang tidak dimiliki oleh lokasi/ daerah lainnya.

Perkembangan selanjutnya spesifikasi usaha akan mendorong adanya spesialisasi usaha dan produk, ditandai adanya perbaikan kualitas produk, maupun pengembangan produk-produk turunan (*derivative products*), karena adanya peningkatan kapasitas

penguasaan teknologi pengolahan produk. Adanya beberapa wilayah yang memiliki spesialisasi produksi yang sama lalu mendorong masing-masing industri kecil untuk mengembangkan keunggulan kompetisi (*competitive advantages*), dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan keberlanjutan usahanya (Porter, 1998).

Industri merupakan suatu bentuk kegiatan masyarakat sebagai bagian dari sistem perekonomian atau sistem mata pencaharian, dan merupakan suatu usaha manusia dalam menggabungkan atau mengelola bahan-bahan dari sumber daya lingkungan menjadi barang yang bermanfaat bagi manusia (Hendro, 2003). Menurut Daldjoeni (1989), meskipun munculnya industri seringkali karena faktor kebetulan belaka, akan tetapi ada sejumlah faktor yang ikut menentukan berdirinya industri di suatu wilayah, diantaranya berkaitan dengan faktor ekonomis, historis, manusia, politis, dan akhirnya geografis.

aktor input yakni ketersediaan atau kemampuan untuk menyediakan input yang diperlukan di lokasi produksi. Input yang dimaksud meliputi bahan baku, bahan bakar, tenaga kerja, energi, air, iklim, dan lahan. Faktor output, yakni ketersediaan atau kemampuan untuk memasarkan output yang dihasilkan, meliputi pasar atau konsumen dan juga pembuangan limbah. Faktor penunjang langsung, terdiri atas pengangkutan dan fasilitas komunikasi dan faktor penunjang tak langsung, berupa fasilitas perkotaan serta dorongan lokal. Penentuan lokasi industri biasanya mempertimbangkan tempat-tempat yang bisa memberikan keuntungan bagi industrinya. Tempat-tempat tersebut umumnya di kota-kota besar, sehingga di kota tersebut mudah terjadi aglomerasi, yaitu pengelompokan berbagai industri

yang saling terkait dalam produknya. Proses aglomerasi industri terjadi karena dapat menyebabkan timbulnya penghematan eksternal, sehingga dapat diperoleh keuntungan yang lebih besar daripada berdiri sendiri di suatu lokasi. Penghematan tersebut diperoleh karena adanya infrastruktur yang telah berkembang, yang dapat dipergunakan secara bersama-sama seperti: prasarana jalan, pelabuhan laut, udara, sarana telekomunikasi, listrik, air bersih dan sebagainya. Penghematan juga bisa diperoleh karena pemanfaatan segmen pasar yang sudah mulai terbentuk (Arsyad, 1999).

Israd dalam Djojodipuro (1992) mengemukakan bahwa dalam hubungan dengan teori lokasi dapat dibedakan tiga jenis manfaat ekonomi dari aglomerasi (*agglomeration economies*) yaitu *scale economies*, *localization economies*, dan *urbanization economies*. *Scale economies* yaitu penghematan yang diperoleh suatu industri di tempat tertentu karena besarnya skala produksinya. *Scale economies* merupakan *internal economies* dalam berbagai bentuk, seperti penghematan yang muncul karena adanya pembagian kerja dan mekanisme produksi yang lebih efisien.

Definisi tentang aglomerasi tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu industri kecil juga merupakan suatu bentuk aglomerasi yang terjadi diantara perusahaan-perusahaan yang ada dalam satu industri sejenis yang berada dalam satu wilayah sehingga terjadi interaksi keruangan. Interaksi tersebut menyangkut pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia maupun hubungan komunikasi timbal balik antara penyedia bahan baku, produsen dan konsumen.

Didalam industri kecil telah terjadi interaksi antar pelaku usaha, dimana dapat dibedakan menjadi dua: Pertama, adanya

kerjasama kolektif dan kompetisi internal dari usaha-usaha sejenis. Kedua, interaksi tersebut menuju kepada efisiensi kolektif (Schmitz,1995) dan secara bersama akan semakin menguatkan kemampuan kompetisi industri kecil secara keseluruhan.

BAB VI

PERTUMBUHAN INDUSTRI DALAM MODEL INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH

Usaha industri kecil usaha bukanlah suatu unit aglomerasi usaha yang statis. Kondisi pasar yang terus berubah, dan adanya kecenderungan pelaku usaha dalam industri kecil untuk terus mengembangkan usahanya, akan mengakibatkan industri kecil berada dalam kondisi usaha yang dinamis dan saling bersaing. Untuk ini variabel penentu kemampuan daya saing industri kecil menjadi titik kritis dalam analisis pengembangan kegiatan usaha industri kecil yang dinamis. Pembahasan-pembahasan tentang pengembangan industri kecil dinamis ini seringkali menggunakan model diamond dari Porter sebagai basis pemahaman. Model Porter menggambarkan bahwa ada empat faktor utama yang saling berkaitan dalam industri kecil yang menentukan perkembangan dan daya saing usaha yaitu: kondisi faktor produksi internal, kondisi permintaan, sistem industri pendukung dan industri yang terkait dan strategi dan struktur usaha dan persaingan. Kondisi faktor produksi internal, yaitu faktor yang terkait dengan input dan infrastruktur usaha antara lain: sumber daya manusia, modal usaha, ketersediaan infrastruktur fisik dan administrasi, dukungan informasi, penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, dan sumber daya alam. Kondisi permintaan, yaitu kondisi permintaan yang dikaitkan dengan adanya *sophisticated and demanding* bahwa semakin maju suatu masyarakat dan semakin *demanding local customer*, maka industri akan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas produk atau melakukan inovasi guna memenuhi keinginan

pelanggan yang semakin tinggi. Adanya globalisasi juga mengakibatkan kondisi permintaan tidak hanya berasal dari lokal tetapi juga bersumber dari luar negeri.

Sistem industri pendukung dan industri yang terkait; adanya industri pendukung dan terkait akan meningkatkan efisiensi dan sinergi dalam industri kecil. Sinergi dan efisiensi dapat tercipta terutama dalam *transaction cost*, *sharing* teknologi, informasi maupun *skill* tertentu yang dapat dimanfaatkan oleh industri atau perusahaan lainnya. Manfaat lain industri pendukung dan terkait adalah terciptanya daya saing dan produktivitas yang semakin meningkat.

Strategi dan struktur usaha dan persaingan; strategi perusahaan dan pesaing juga penting karena kondisi tersebut akan memotivasi perusahaan atau industri untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan selalu mencari inovasi baru. Dengan adanya persaingan yang sehat, perusahaan akan selalu mencari strategi baru yang cocok dan berupaya untuk selalu meningkatkan efisiensi.

Awalnya, *diamond model* ini merupakan bagian dalam pembahasan Porter dalam memberikan kerangka keunggulan kompetitif suatu bangsa (*competitive advantage on nations*). Namun selanjutnya, model ini juga relevan dalam menjelaskan fenomena dan pengembangan industri kecil usaha. Andersson (2004) selanjutnya menyarankan tujuh blok pembentuk dan element dari Industri Kecil usaha yaitu: konsentrasi geografis, spesialisasi inti kegiatan usaha, pelaku aktivitas, hubungan dan perubahan, kuantitas, daur pertumbuhan dan inovasi. Dari usaha-usaha yang ada, kemudian akan muncul perusahaan dinamis yang mengakibatkan terjadinya inovasi dan difusi teknologi. Saat berbagai perusahaan saling bersaing untuk

mengembangkan kemampuan produksi, maka beragam teknologi akan muncul di dalam industri kecil, walaupun suatu industri kecil secara keseluruhan menunjukkan beragam teknologi yang beragam, masing-masing akan tetap mempertahankan sifat sistem keterbukaannya (atmosfir produksi tertentu sambil terus meningkatkan kemampuan teknologi). Sejalan dengan tahapan perkembangan industri kecil tersebut, karakteristik mendukung kegiatan, sehingga timbulah peluang bisnis baru. Masing-masing perusahaan kemudian akan berspesialisasi dalam suatu proses produksi tertentu sambil terus meningkatkan kemampuan teknologi.

Sejalan dengan tahapan perkembangan industri kecil tersebut, karakteristik kunci dari industri kecil yang dinamis yaitu industri kecil memproduksi barang-barang berkualitas, masing-masing perusahaan yang tergabung dalam industri kecil mempunyai spesialisasi dalam teknik atau proses produksi tertentu dan yang terakhir bahwa industri kecil mempunyai open system (atmosfir terbuka), sehingga mengundang UKM baru untuk bergabung ke dalam industri kecil. Ingley dan Selvajah (1998) membagi pertumbuhan industri kecil dalam dua kategori, yaitu Industri Kecil baru (*new cluster*) dan Industri Kecil dewasa (*mature cluster*). Industri Kecil industri baru pada umumnya lahir terutama atas intervensi kebijakan pemerintah, sedangkan industri kecil dewasa sering dikaitkan dengan sentra industri tradisional yang telah lama dikenal sebagai pusat industri kerajinan. Industri kecil yang memiliki keunggulan kompetitif diperlukan minimal satu dasawarsa (Porter, 1998). Oleh karena itu, bentuk industri kecil yang sering ditemui adalah suatu konfigurasi industri kecil yang masih berupa sentra industri dengan banyak UKM

yang terorganisir di seputar perusahaan-perusahaan inti (Hayter, 1997).

Suatu sentra industri sangat dimungkinkan bahwa kondisinya sudah dewasa dari sudut usia, namun masih belum terorganisir dengan baik sebagai suatu industri kecil sehingga jalinan kerjasama antar pelaku bisnisnya tidak ada, bahkan masih mengarah pada kondisi persaingan yang tidak kondusif. Padahal, keterkaitan antara perusahaan, bauran antara persaingan dan kerjasama, eksternalitas aglomerasi dan sebaran pengetahuan antara perusahaan-perusahaan dalam suatu sentra industri, akan menjadi pilar utama bagi pertumbuhan Industri Kecil (Horrison,1992; Nadvi dan Schmitz,1994).

Tahapan pertumbuhan industri kecil (*life cycle*) menurut EU-Commission (2002b) terdiri dari tahap pembentukan dan inisiatif (*embrio*), tahapan pertumbuhan, tahapan pendewasaan dan tahapan penurunan. Tahapan pembentukan dan inisiatif (*embrio*) masih didominasi oleh perusahaanaan-perusahaan pioner, masih menggunakan kondisi lokal (bahan baku dan pengetahuan yang spesifik), merupakan perusahaan yang baru mulai (*start-up*) dan menempati konsentrasi geografi tertentu dengan produk yang sama.

Tahapan pertumbuhan sudah terjadi spesialisasi supplier dan pengusaha yang menyediakan jasa, adanya spesialisasi tenaga kerja dan penggunaan fasilitas bersama untuk produksi, tersedia adanya organisasi pelatihan, riset serta asosiasi yang berkontribusi dan berkolaborasi dalam memberikan informasi dan pengetahuan. Tahapan pendewasaan terjadi dengan adanya pertukaran informasi dan pengetahuan secara rutin yang didasarkan pada kesepakatan

bersama. Ciri industri kecil ini adalah adanya industri kecil yang stabil tetapi juga tidak menutup kemungkinan bahwa sulit untuk lebih berkembang.

Tahap penurunan, mulai terjadinya penurunan di dalam industri kecil bersamaan dengan adanya penurunan organisasi dan kondisi bisnis yang tidak disertai oleh adanya inovasi. JICA dalam Bank Indonesia (2008) membagi tahapan industri kecil dalam tiga bagian, yaitu Industri kecil tidak aktif, Industri kecil aktif dan Industri kecil dinamis. Industri kecil tidak aktif, memiliki ciri-ciri produk tidak berkembang (cenderung mempertahankan produk yang sudah ada), teknologi tidak berkembang (memakai teknologi yang ada, biasanya tradisional, tidak ada investasi untuk peralatan dan mesin), pasar lokal (memperebutkan pasar yang sudah ada, tidak termotivasi untuk memperluas pasar, ini mendorong terjadinya persaingan pada tingkat harga bukan kualitas) dan tergantung pada perantara/pedagang, tingkat keterampilan pelakunya statis (keterampilan turun-temurun), dan tingkat kepercayaan pelaku dan antar pelaku rendah (modal sosialnya rendah), informasi pasar sangat terbatas (hanya perorangan atau kelompok tertentu yang mempunyai akses terhadap pembeli langsung).

Industri kecil aktif memiliki ciri-ciri produk berkembang sesuai dengan permintaan pasar (kualitas), teknologi berkembang untuk memenuhi kualitas produk di pasar, pemasaran lebih aktif mencari pembeli, terbentuknya informasi pasar, berkembangnya kegiatan bersama untuk produksi dan pasar (misalnya pembelian bahan baku bersama, kantor pemasaran bersama dan sebagainya). Industri kecil dinamis memiliki ciri, terbentuknya spesialisasi antar

perusahaan dari industri kecil (misalnya: untuk industri logam ada spesialisasi pengecoran, pembuatan bentuk, pemotongan dan sebagainya), industri kecil mampu menciptakan produk baru yang dibutuhkan pasar/konsumen, teknologi berkembang sesuai dengan inovasi produk yang dihasilkan, berkembangnya kemitraan dengan industri terkait baik dalam pengembangan produk, pengembangan teknologi maupun menjadi bagian industri terkait, berkembangnya kelembagaan industri kecil, dan berkembangnya informasi pasar.

Munir (2005) membagi pertumbuhan industri kecil ke dalam empat tingkatan, yaitu tahap pertama disebut dengan sentra dengan ciri peralatan dan teknologi masih tradisional, mempunyai cara kerja yang efisien, serta belum mempunyai kemampuan dalam menggali pasar. Tahap kedua disebut industri kecil yang aktif, industri kecil ini sudah mampu melakukan pengembangan teknik produksi, serta sudah mampu mengembangkan pemasaran domestik dan ekspor ke luar daerah. Namun kelompok ini masih memiliki kendala dalam hal permasalahan kualitas dan pasar. Industri kecil di dalamnya terdapat beberapa usaha masih menggunakan pemasaran dengan jasa pedagang dari luar kelompok. Tahap ketiga adalah industri kecil dinamis. Pada industri kecil ini pemasaran sudah menjangkau luar negeri, jadi tidak hanya domestik. Heterogenitas internal menjadi kata kunci kemajuan industri kecil dalam kategori ini. Namun tetap saja masih ada kendala yang membentur kelompok ini karena perusahaan yang menjadi pelopor berkembang jauh lebih pesat dibandingkan perusahaan lain dalam industri kecil tersebut. Perusahaan pelopor ini biasanya juga cenderung lebih mudah dalam menjalin hubungan dengan pihak di luar industri kecil daripada anggota atau perusahaan dalam industri

kecil yang lain. Tahap keempat adalah industri kecil yang *advanced*. Hanya sedikit industri kecil yang masuk dalam kategori ini, mengingat industri kecil yang masuk dalam kategori ini sudah dapat mengembangkan kerjasamanya dengan berbagai *stakeholder* lain yang terlibat dalam perkembangannya. Kelompok usaha industri kecil pada tahap ini sudah mampu mengembangkan kerjasama dengan lembaga riset dan pengembangan produk seperti institusi perguruan tinggi. Industri kecil ini sudah mampu memperluas kerjasama dengan daerah sekitarnya dan mampu bersinergi antar daerah. Berdasarkan pada tahapan tersebut, maka kunci dari pengembangan industri kecil adalah keterlibatan stakeholder secara aktif melalui kebersamaan dan kerjasama atau disebut modal sosial.

Berdasarkan berbagai teori pertumbuhan industri kecil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan industri kecil sama dengan kehidupan manusia, yakni lahir, tumbuh, dewasa (EU Eropa, 2002). Rocha dalam Andresson (2004) menggantikan menurun menjadi transformasi (terpecah belah) dan menambahkan bahwa daur hidup industri kecil akan berulang kembali. Daur hidup industri kecil tersebut, menurut Andersson dalam Ingley dan Selvajarah (1998) terdiri dari tujuh blok pembentuk dan elemen dari industri kecil usaha yaitu: konsentrasi geografis, spesialisasi inti kegiatan usaha, pelaku aktivitas, hubungan dan perubahan, kuantitas, daur pertumbuhan dan inovasi. Pertumbuhan industri kecil juga sering didefinisikan juga dalam dua katagori: baru dan dewasa, khususnya jika dikaitkan dengan intervensi pemerintah. Karenanya sulit menggambarkan kehidupan suatu industri kecil yang sudah lama terbentuk dan mengalami evolusi. Munir (2005) dan JICA (2004) membagi

pertumbuhan industri kecil menjadi tiga yaitu tidak aktif, aktif dan dinamis. Pembagian tersebut hanya menunjukkan suatu kondisi industri kecil pada kondisi waktu tertentu dan mengabaikan kondisi waktu-waktu sebelumnya. Juga ditegaskan adanya peranan modal sosial dalam tahapan perkembangan industri kecil tersebut. Mengetahui dinamika modal sosial yang berkaitan dengan sejarah kehidupan industri kecil maka peneliti cenderung menggunakan konsep Rocha yang membagi perkembangan kehidupan industri kecil menjadi embrio (aglomerasi), tumbuh dan dewasa, dan diakhiri dengan penurunan dan transformasi untuk memulai siklus kehidupan yang baru.

Perkembangan industri kecil, ada beberapa model/tipologi industri kecil. Diantaranya menurut Ian R dan Mc Cann (2000) bahwa untuk memberikan pengertian tentang konsep industri kecil diberikan tiga model industri kecil yang ideal yaitu: model klasik dari aglomerasi alami, model *Industrial Complex* dan model jaringan sosial. Model klasik dari aglomerasi alami terbentuk melalui proses aglomerasi secara alami, perusahaan yang sama maupun yang berbeda mendapatkan manfaat eksternal ekonomi tetapi beberapa perusahaan tidak ada saling ketergantungan dalam memasarkan produknya. Eksternal ekonomis diperoleh melalui spesialisasi tenaga kerja, peningkatan skala ekonomi karena adanya peningkatan input ke industri dan adanya arus informasi dan ide (inovasi produk dan pengetahuan pasar). Asumsi dari model aglomerasi dalam industri kecil ini adalah “*open system*”, artinya perusahaan bebas keluar masuk industri kecil. Model *Industrial Complex* adalah industri kecil yang sengaja dibangun dalam rangka untuk meminimkan biaya transaksi,

diantaranya adanya efisiensi biaya transportasi, logistik maupun biaya yang tidak pasti dalam melakukan transaksi. Industri kecil model ini, perusahaan saling ketergantungan khususnya dalam pemasaran. Ian R dan McCann berpendapat bahwa dalam model ini ada strategi kerja sama diantara perusahaan dan atau tidak dengan pemerintah dalam menentukan keputusan yang menjadi kepentingan keberlangsungan hidup dari industri kecil. Contoh dari industri kecil ini seperti pada industri kecil automotif, farmasi, kimia, dan penyulingan minyak. Model jaringan sosial oleh Gordon dan Mc Cann juga merujuk pada pentingnya peranan jaringan lokal dari hubungan antar perorangan, saling percaya dan praktek kerja sama dalam mengembangkan pengetahuan dan penciptaan inovasi teknologi. Aglomerasi muncul karena adanya “*intangible asset* ” seperti spirit kerjasama, saling melayani, dan nilai-nilai sosial.

Studi empirik, ada dua kelemahan pada model ini yaitu adanya bentuk eksternal ekonomis yang diakibatkan oleh jaringan sosial lokal tidak lebih sama dengan eksternal ekonomis yang ada pada model klasik dari aglomerasi alami. Kelemahan yang lain adanya fokus yang berlebihan pada jaringan sosial lokal cenderung tidak menghiraukan jaringan regional dan global produksi, sehingga skala ekonominya hanya berkisar pada skala lokal. Bagi negara berkembang, Knorringa (1999) mengidentifikasi tiga jenis tipologi arah perkembangan industri kecil industri yaitu dari aglomerasi dasar menuju distrik satelit (*satellite districts*), memasuki arah tipe distrik pusat dan jari-jari (*hub and spoke*), menuju kearah perkembangan distrik Itali ketiga (*Third Italy*). Dari aglomerasi dasar menuju distrik satelit (*satellite districts*). Pada tipe ini keberadaan industri kecil industri belum menunjukkan

jalanan kerjasama sehingga belum mampu menciptakan peningkatan faktor endogen berupa kemampuan inovasi dan organisasi. Memasuki arah tipe distrik pusat dan jari-jari (*hub and spoke*) dimana tipe ini dicirikan kehadiran peranan perusahaan besar sebagai lokomotif kemajuan dalam suatu industri kecil.

Tipe ini tidak jarang akan menciptakan ketergantungan yang tinggi perusahaan kecil kepada perusahaan besar dari segi permodalan, informasi pasar dan kemampuan inovasi. Tipologi terakhir adalah menuju kearah perkembangan distrik Itali ketiga (*Third Italy*), dimana tipe ini sesuai dengan negara berkembang karena (Asheim 1994; Schmitz and Musyck 1993; Rabelloti 1995 dalam Konorringa 1999), pertama cenderung berbentuk spesialisasi dalam industri padat karya dengan tenaga kerja yang mudah, misalnya garmen dan sepatu, akan mendapatkan keuntungan komparatif. Kedua, distrik Itali ketiga dibangun dari usaha lokal, terutama usaha kecil dan menengah. Sebagaian industri kecil di negara berkembang juga terdiri dari banyak sekali perusahaan kecil dan sangat kecil. Ketiga, terletak pada berakarnya usaha kecil pertanian dan industri pinggiran (*periphery*). Hal tersebut, juga sama pada industri kecil di negara berkembang terletak di pinggiran kota. Tipe industri kecil yang lain (EU Commision, 2002b) membagi industri kecil menjadi dua yaitu industri kecil tradisional (*traditional cluster*) dan industri kecil dengan teknologi tinggi (*hightechnology cluster*). Perbedaan dari kedua industri kecil tersebut terletak pada tipe inovasinya. Industri kecil tradisional lebih berorientasi pada peningkatan penjualan, produk, pasar baru dan metode penjualan, sedangkan industri kecil teknologi tinggi lebih berorientasi pada pengembangan teknologi yang meliputi

pengembangan produk dan manajemen. Pada industri kecil maju tersebut juga tersedia bagian riset and development (R&D) yang tidak terdapat pada industri kecil tradisional. Munir (2005) mengistilahkan industri kecil tradisional sebagai industri kecil Usaha Kecil Menengah (UKM). Meskipun demikian, istilah “industri kecil UKM” di Indonesia merupakan istilah baru yang diadopsi dari Porter.

BAB VII

INDUSTRI KERAJINAN SULAMAN KARAWO

Kerajinan *karawo* adalah kerajinan menghias berbagai jenis kain dengan berbagai motif sulaman tembus pandang, dikerjakan pada kain dengan menggunakan benang polos maupun warna-warni. Proses pembuatan sulam *karawo* ini yaitu dengan cara mengiris dan mencabut benang dari serat kain yang sudah jadi kemudian disulam dengan jarum dengan beraneka ragam warna benang sesuai pola/rancangan motif yang diinginkan dengan menggunakan tangan (manual).

Membuat sulam *karawo* diperlukan tiga orang dengan tugas yang berbeda. Orang pertama bertugas membuat desain motif dengan menggambar di atas kertas grafik. Orang kedua bertugas sebagai pengiris atau pengurai benang padasesuai pola yang dibuat. Orang ketiga bertugas sebagai penyulam kain yang sudah diurai benangnya. Proses penyulaman berlangsung satu minggu sampai satu bulan tergantung motif dan jenis kain. Ada dua jenis sulam *karawo* yaitu sulam *karawomanila* dan sulaman *karawo* ikat. Sulaman *ka ikat* lebih sulit pengejaannya dan menghasilkan sulaman yang kut dibandingkan sulaman manila.

Proses pembuatan dilakukan oleh perempuan atau ibu rumahtangga tersebar di wilayah pedesaan. Kerajinan *karawo* ini merupakan kerajinan khas daerah Gorontalo yang sudah ada sejak lama. Pada saat ini, sulaman *karawo* semakin populer karena jenis kain yang digunakan semakin beragam, warna-warna benang yang bervariasi dan disain motif yang lebih baik mengikuti selera konsumen

untuk berbagai jenis busana. Kain karawo telah digunakan oleh berbagai kalangan di berbagai kesempatan seperti busana harian, busana kantor, acara-acara resmi dan pesta. Sulaman karawo telah memperoleh hak paten dari pemerintah Indonesia. Dalam upaya melestarikan, membudayakan dan mengembangkan sulaman karawo, pada bulan November 2011 Bank Indonesia Cabang Gorontalo bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Gorontalo menyelenggarakan “Festival *Karawo*”.

Masalah utama yang dihadapi dalam pengembangan industri sulam *karawo* yaitu: (1) belum mampu memproduksi secara massal untuk memenuhi permintaan skala besar dalam waktu singkat; (2) jumlah desainer motif yang sudah langka; (3) para pengrajin kekurangan modal; dan (4) para pengrajin tersebar di pedesaan. Pusat kerajinan *karawo* berupa industri rumah tangga tersebar di Kabupaten Gorontalo khususnya di Kecamatan Bongomeme, Telaga, Batudaa, Tapa dan Isimu. Di Kota Gorontalo terdapat toko-toko yang khusus menjual berbagai macam produk yang berasal dari kain *karawo* yang terdiri dari bahan pakaian wanita, pria dan anak-anak seperti: bahan baju, bahan jas, kemeja, dasi, jilbab, tas, dompet dan lain-lain. Bentuk produk kain *karawo* lainnya yaitu baju (koko, kemeja, kaos), jas, kopiah, sapu tangan, tas, mukena, kipas, jilbab, dasi, syal, hiasan dinding karawo, sandal, taplak meja, tutup gelas, penutup (aqua) dispenser, dompet) dan lain-lain.

Tipe industri usaha *karawo* antara lain: usaha besar, menengah dan kecil seperti industri yang lainnya, hanya saja sistem produksi tidak terpusat pada pada satu tempat, tetapi penyebar karena masing-masing pengrajin bekerja di rumah masing-masing. Bahan dan alat

untuk mengerawang telah disediakan oleh pengusaha. Motif karawo berdasarkan pesanan.

A. Tehnik Pembuatan Sulam *Karawo*

Bahan-bahan dan peralatan untuk membuat kerajinan karawo adalah kain untuk disulam, pemindangan, silet, jarum, benang, dan lain-lain. Secara singkat, kain yang akan dijadikan karawo diproses dengan mencabut benang dan disulam sehingga membentuk pola/desain karawo. Untuk membuat karawo, ada sembilan langkah, diantaranya adalah

1. Persiapan peralatan dan bahan baku termasuk motif yang akan digunakan.
2. Pengukuran dan pemotongan kain.
3. Kegiatan mengiris serat kain.
4. Kegiatan mencabut serat kain.
5. Kegiatan menyulam kerawang.
6. Kegiatan mengikat serat-serat kain yang telah diiris, cabut dan sulam.
7. Pemeriksaan hasil sulaman kerawang.
8. Mencuci dan menyetrika kain sulaman.
9. Pengemasan.

B. Jenis Sulam *Karawo*

Ada dua jenis sulaman karawo yaitu sulaman karawo manila dan sulaman karawo ikat. Sulaman karawo ikat lebih sulit pengerjaannya dari sulaman karawo manila. Membedakan sulam manila dan sulam ikat dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.1 : Sulaman Ikat



Gambar 4.2 : Sulaman Manila

Secara umum, motif sulam *karawo* sudah mengalami perkembangan terutama untuk pakaian wanita. Motif sulam *karawo* sudah bisa menonjolkan aksent estetika dan elegan dengan memanfaatkan ruang kain yang ada. Motif-motif kontemporer yang telah dibuat oleh desainer Gorontalo dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.3 : Desain Motif JK



Gambar 4.4 : Desain Motif RD

Karawo atau kerawang adalah sulam khas yang ada di Gorontalo, cara pembuatannya memerlukan ketelitian luar biasa, tidak

hanya butuh kesabaran saja. Satu demi satu serat kain dipotong, meminimalisir kesalahan, apalagi untuk selembur sutera yang berharga mahal. Pemotongan ini menghasilkan serat kain yang jarang, terhitung dan terukur antara yang horizontal dan vertikal, sebelum aneka warna benang disulam.

Proses yang rumit membuat pengrajin yang bertugas sebagai pemotong serat kain karawo saat ini lebih sedikit jumlahnya dibandingkan dengan penyulam. Pengalaman sangat dibutuhkan pada pekerjaan tersebut, apalagi dilakukan pada selembur kain yang serat kainnya halus seperti sutera. Kerajinan sulam ini hanya dilakukan oleh kaum wanita di sela kesibukannya mengurus rumah tangga dan hanya dilakukan pada siang hari, karena membutuhkan pencahayaan yang terang, apalagi jika kain yang akan disulam berwarna gelap. Pada umumnya, pengrajin yang profesinya sebagai pengiris berhentinya karena mata rabun.

Sulam karawo diyakini sudah ada sejak abad 17, awalnya dilakukan oleh perempuan di daerah Ayula, yang saat itu berada di bawah pengaruh kerajaan Bulango, sekarang berada di provinsi Gorontalo. Para perempuan menjelang masa dewasanya diberikan kesibukannya untuk membuat sulam karawo, tradisi ini kemudian berlanjut untuk mereka yang dipingit menjelang pernikahannya.

Hasil sulaman ini pun hanya untuk keperluan pribadi sang pengrajin, selembur kain motif yang sederhana, motifnya kala itu masih sangat sederhana, seperti bentuk geometri, dedaunan, dan bunga kecil untuk menghiasi pinggiran taplak meja, *lenso* (sapu tangan). Dalam perkembangannya, sulaman ini kemudian dimanfaatkan untuk menghiasi baju koko yang lazim dikenakan kaum

pria ke masjid atau acara keagamaan dan kematian. Bertahun-tahun karawo hidup tanpa perkembangan yang berarti, motif yang sederhana, jenis kain yang terbatas, dan penggunaan bahan yang ala kadarnya. Sulam karawo tetap bertahan karena masih memiliki fungsi sosial yang dibutuhkan masyarakat. Fungsi-fungsi kemasyarakatan inilah yang kemudian diadopsi dan menyebar ke daerah lain sekitar Ayula.

Dirasakan memiliki nilai ekonomi yang tinggi, pada masa selanjutnya sulam karawo diperdagangkan dalam pasar yang terbatas, masyarakat sekitar pengrajin. Lambat laun pedagang desa ini menawarkan ke pasar yang lebih luas untuk meningkatkan omzet penjualan. Gorontalo yang masih menjadi bagian dari Sulawesi Utara pada waktu itu tidak memiliki pasar yang baik di wilayahnya. Para pedagang Gorontalo menjadikan kota Manado sebagai tempat berdagang yang prospektif, hasil bumi seperti produk pertanian, perikanan, perkebunan dibawa ke Manado, lambat laun kerajinan ini pula dibawa ke tanah Wenang ini.

Di Manado, sulam karawo dipajang di toko-toko besar di kawasan jalan BW Lapien, beserta kerajinan dan makanan tradisional dari Minahasa. Kawasan ini memang dikenal sebagai pusat oleh-oleh di Sulawesi Utara. Dari toko-toko yang berderet ini karawo muncul di masyarakat luas sebagai sulam yang khas. Para Kawanua (orang Minahasa) dan juga masyarakat Gorontalo yang tinggal di Manado membawa sulam ini ke dunia yang lebih luas.

Gorontalo sebagai bagian dari Sulawesi Utara membuat sulaman asli Gorontalo ini dikenal sebagai produk asal Manado. Para pelancong dan penggemar sulaman mengerti jika untuk mendapatkan

sulam karawo (saat itu dikenal sebagai kerawang) harus datang ke Manado. Dalam perdagangan *karawo* ini tidak ada upaya untuk menjelaskan asal muasal, proses produksi dan sejarah sulam ini. Padahal nilai jual sulaman ini juga sangat ditentukan oleh nilai sosialnya juga. Nilai jual karawo tidak semata pada kandungan materi yang melekat pada selembar kain dan ini berjalan bertahun-tahun tanpa ada upaya untuk menghargai lebih baik lagi.

Saat Gorontalo berdiri sebagai provinsi yang ke-32 di Indonesia pada 22 Desember 2000 melalui Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2000, nasib sulam karawo tidak berubah. Ribuan potong sulam *karawo* masih ditransaksikan di Manado, meskipun di kota Gorontalo sendiri mulai tumbuh perdagangan karawo dengan manajemen yang lebih baik.

Kesadaran pemerintah provinsi Gorontalo untuk menghargai sulam karawo sebagai karya asli daerah ini baru tercetus tahun 2006, saat Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia mengeluarkan Hak Paten tentang Sulam Karawo sebagai kerajinan milik masyarakat Gorontalo. Plakat hak paten ini disampaikan saat Sidang Paripurna Istimewa DPRD Provinsi Gorontalo memperingati HUT Provinsi Gorontalo, 16 Februari 2006.

Membuat sulam *karawo* memang sulit, dalam proses pembuatannya, setidaknya ada tiga pengrajin yang terlibat. Pertama adalah mereka yang bertugas membuat motif atau disain, tugas disainer ini membuat pola gambar, kemudian pengrajin kedua bertugas mengiris serat kain, pengrajin ini memiliki keterampilan dan kejelian yang luar biasa, karena mereka harus mampu memutus/mengiris serat kain yang panjangnya tergantung pola, antara

ujung serat kain yang satu dengan yang lain harus sama dan menyisakan serat kain lainnya untuk disulam. Pengirisan serat kain ini akan menghasilkan seperti kain strimin dengan pola tertentu. Pekerjaan pengirisan dan penyulaman tidak bisa dilakukan secara terus-menerus sepanjang siang. Proses ini memerlukan akurasi dan ketelitian yang tinggi, sehingga pada kondisi mata segar, mampu melihat normal, pekerjaan ini dilakukan. Jika dipaksakan akan mendapatkan pekerjaan yang tidak sempurna dan merusak kesehatan mata. Sementara, Pengrajin ketiga bertugas membuat sulaman pada kain yang sudah diiris tersebut mengikuti pola/gambar dari disainer. Untuk selembar kain, lama pengerjaannya tergantung jenis kain, besar kecilnya motif dan keseriusan penyulamannya, terkadang dibutuhkan waktu dua minggu sampai dua bulan. Semakin halus dan motifnya besar, semakin lama pula pengerjaannya.

Sentra sulam *karawo* saat masih banyak dijumpai di kecamatan Batudaa, kecamatan Bongomeme, Kecamatan Telaga, Kecamatan Telaga Jaya dan Kecamatan Telaga Biru, semuanya berada di kabupaten Gorontalo. Di Kota Gorontalo, sulaman ini masih ditemui di kecamatan Kota Utara dan di Kabupaten Bone Bolango ada di Kecamatan Tapa.

Sulam *karawo* bisa dilakukan di berbagai jenis kain yang persilangannya polos. Pada kain sutera, sulam karawo sulit dilakukan dan memerlukan waktu produksi hingga satu sampai dua bulan. Tidak heran jika harga sulam karawo ini lebih mahal hingga dibandingkan dengan kain lainnya. Jika dulu sulaman ini hanya dipakai pada baju koko atau kain putih untuk dikenakan saat menghadiri takziah dan ke pengajian, sekarang karawo sudah meningkat fungsi penggunaannya.

Seragam formal kantor berhias sulaman karawo, bahkan gaum malam yang mewah juga berhias sulaman ini, walaupun pemakainya masih jarang ditemui di acara pesta pernikahan.

Produk lainnya seperti: jilbab, mukena, hiasan tatakan cangkir, tampak indah dengan motif karawo. Demikian juga dengan kopiah, dasi, tas, kipas, syal, hiasan dinding, sandal, taplak meja, tutup gelas, penutup galon dispenser, dompet dan lain-lain. Sebagaimana produk-produk lainnya, pada dasarnya sulaman karawo bisa menghiasi segala bentuk pakaian dan fungsi penggunaannya seperti pakaian lenan rumah tangga, aksesoris, interior rumah, dan lain-lain. Perlu diketahui bahwa tidak semua jenis kain bisa disulam karawo. Jenis kain yang persilangannya bukan silang polos, maka jenis bahan tersebut saat ini belum bisa dihiasi dengan sulaman karawo.

Industri kreatif sulam *karawo* tidak terlepas dari permasalahan dalam pengembangannya seperti yang diungkapkan Purnomo bahwa hasil survey singkat Bank Indonesia (BI) Gorontalo ke wilayah pemasaran karawo di Manado (Sulawesi Utara), terungkap lebih dari 80 % produk sulaman karawo yang ada di Manado berasal dari Gorontalo. Namun demikian, ada sebuah kekhawatiran dari para pedagang di Manado mengeluhkan “desain karawo terkesan monoton dan tidak peka zaman” sehingga menurunkan minat pembeli yang sebahagian besar dari luar Manado. Munculnya *bentenan*, motif batik karya rupa khas Sulawesi Utara diklaim mampu mendobrak eksistensi karawo Gorontalo. Dari hasil survey tersebut, produk karawo yang dipasarkan mengalami penurunan 30 % selama setahun terakhir (Gorontalo post, 2011). Sentuhan seni dari tangan desainer yang

kreatif dan inovatif mewujudkan cipta karya yang elegan, menarik, dan tidak monoton.

Peran desainer merupakan *central of exelence* dalam pembuatan kerajinan sulam *karawo*, sementara desainer motif di Gorontalo sangat langka dan berusia lanjut. Upaya mengatasi persoalan ini, diperlukan pencarian bibit-bibit baru (regenerasi) desainer. Disadari, tidaklah mudah mencari individu berbakat, bertalenta, dan penuh inspirasi dalam mengekspresikan ide-ide briliannya kedalam bentuk karya *tangible*. Pencarian itu akan didik melalui proses individuasi atau ‘menjadi individu’ yang memperoleh kesempatan yang wajar sehingga dapat dieksploitasi, dimobilisasi, dan dimanfaatkan berdasarkan kemauan dan potensi dalam dirinya sehingga apapun hasil karyanya senantiasa mendapat pengakuan dan penghargaan yang layak dari khalayak (Santoso, 2011). Perspektif Sosiologi melihat individu sebagai: pertama, seorang aktor dalam tindakan sosial yang ditujukan kepada orang lain atau yang ditimbulkan oleh reaksi orang lain; kedua, mitra dalam interaksi sosial; ketiga, partisipan dalam hubungan sosial; keempat, anggota kelompok; kelima, pemegang posisi; keenam, pelaksana peran sosial (Zstompka, 2011).

Urgensipencapaian desainer yang kreatif dan inovatif menjadi hal mutlak sebagai penciptaan “agen perubahan” demi menyelamatkan aset budaya dan pekerjaan sebagian masyarakat yang terdiri dari pengrajin dan pelaku UKM yang mencapai ribuan orang. Berbicara mengenai agen perubahan, Sztompka (2011) menuturkan tiga jenis aktor individual yang ada dalam kehidupan yaitu: pertama, orang biasa dalam kehidupan sehari-hari; kedua, aktor yang luar biasa

terdiri dari individu yang karena kualitas pribadinya yang khas (pengetahuan, kecakapan, bakat, keterampilan, kekuatan fisik, kecerdikan ataupun kharisma) bertindak atas nama dan kepentingan orang lain; ketiga, orang yang menduduki posisi luar biasa yang disebabkan karena mendapat hak istimewa tertentu terlepas dari kekutan pribadi luar biasa yang ada kalanya juga mereka miliki walaupun seringkali tidak.

Apa yang dilakukan desainer sulam *karawo* merupakan perilaku individu yang luar biasa atau tergolong jenis kedua dari pemaparan Zstompka, kesungguhannya melestarikan budaya lokal dengan kemampuan bakatnya terbukti mampu melakukan perubahan. Permasalahan lainnya, kurangnya tenaga kerja pengiris, upah pengrajin masih rendah, dan harga karawo masih tinggi di pasaran. Selain itu, Persaingan pasar menjadi hal yang penting untuk memperluas pasar. Karean itulah, UKM industri sulaman karawo binaan BI di Gorontalo, sudah bisa memasarkannya melalui e-commerce. Sulam karawo sebagai warisan budaya Gorontalo patut dilestarikan, tidak saja memiliki nilai ekonomi, juga memiliki nilai sosial yang tinggi.

BAB VIII
PERANAN MODAL SOSIAL DALAMPENGEMBANGAN
RELASI SOSIAL INDUSTRI SULAM KARAWO

Modal sosial itu pada dasarnya adalah konstruksi sosial artinya, melalui interaksi sosial individu-individu membangun kekuatan sosial (kolektif) bersama untuk mengatasi masalah sosial yang dihadapi. Modal sosial dalam pengertian ini merupakan alat (*means*) yang dikonstruksikan individu-individu mencapai tujuan (*end*) bersama. Ada kemungkinan modal sosial dominan dalam mengatasi suatu masalah sosial tetapi mungkin juga tidak seberapa pentingnya. Namun prinsip sinergi tetap berlaku agar modal sosial dapat digunakan sebagai kekuatan sosial untuk mencapai tujuan bersama.

Elemen-elemen modal sosial tersebut akan menjadi sumber munculnya interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas. Hasil dari interaksi tersebut menjadi parameter pengukuran modal sosial, seperti tercipta atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Selain itu, interaksi tersebut dapat terjadi dalam skala individual maupun institusional. Secara individual, interaksi yang terjadi melalui hubungan antar individu kemudian akan melahirkan ikatan emosional antara dua individu maupun dalam kelompok. Secara institusional, interaksi dapat lahir pada saat tujuan suatu organisasi memiliki kesamaan dengan organisasi lainnya. Mengukur interaksi tersebut, ada tiga parameter modal sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis hasil penelitian pada peran dan pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan relasi bisnis pada industri kerajinan sulaman

karawo di Gorontalo yaitu; kepercayaan (*trust*), norma (*norms*) dan jaringan-jaringan (*networks*).

A. Aspek Kepercayaan.

Aspek kepercayaan merupakan nilai yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur dan kerja sama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Pada dasarnya kepercayaan harus dimiliki dan menjadi bagian yang kuat untuk membentuk modal sosial yang baik, yang dapat ditandai dengan kuatnya lembaga-lembaga sosial yang menciptakan kehidupan yang harmonis dan dinamis.

Hasil temuan dalam penelitian ini, berdasarkan penjelasan informan RD bahwa para pengrajin kurang memiliki kepercayaan terhadap perhatian pemerintah terhadap kerajinan karawo. Hal ini mengakibatkan keterlambatan dalam perkembangan karawo. Begitu juga yang dialami pengrajinnya yang berhenti akibat pasangannya menganggap pengrajin karawo kurang menunjang kehidupan sehari-hari. Informan juga pernah mengirimkan hasil karyanya ke kota besar akan tetapi tidak mendapatkan apresiasi yang memadai.

Informan AH ketika pertama kali memulai usaha kerajinan karawo, beliau menyampaikan kepada karyawannya bahwa usaha ini dibangun atas kepercayaan satu dan lainnya. Kerja sama yang terjalin berdasarkan kepercayaan, tanpa harus diawasi terus menerus. Informan menekankan kepada karyawannya bahwa usaha yang dibangun adalah milik bersama, sehingga keberhasilan dari usaha bergantung kepada semua anggota usahanya. Informan AH menegaskan kepada karyawannya senantiasa menjaga kepercayaan yang diberikan.

Penjelasan aspek kepercayaan dari hasil wawancara terhadap informan H, bahwa dalam dunia industri kerajinan karawo kepercayaan adalah modal utama, tidak hanya dengan para pengrajin tetapi juga utamanya dengan pelanggan. Hubungan informan dengan para pelanggannya sudah sangat dekat dan memiliki ikatan emosional, hal ini disebabkan hubungan yang dibangun dengan pelanggannya dilandasi kejujuran dalam melakukan pekerjaannya sehingga para pelanggannya pun merasa senang.

Informan DM dalam wawancaranya pentingnya kepercayaan dijaga, karena dari pengalaman informan yang pernah mengalami kerugian akibat hasil kain karawo yang dibuatnya berpindah tangan tanpa adanya imbalan yang diterima. Bahkan menurut informan, dirinya seringkali mendapatkan janji bahwasanya akan diberikan bantuan tetapi hingga sekarang tidak terwujud dan hal inilah yang membuat informan kehilangan kepercayaan kepada siapapun yang menjanjikan bantuan.

Informan US sebagai pemerhati kerajinan karawo mengungkapkan bahwa beberapa tahun lalu tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kain karawo belum ada, bahkan pemerintah sendiri tidak peduli terhadap kerajinan karawo, terkesan malu untuk memakai kain karawo karena persepsi yang terbentuk adalah kain karawo kuno dan hanya digunakan oleh para orang tua saja.

Informan KD menerangkan bahwa keberhasilan usaha kerajinan karawo yang digelutinya karena informan mendapatkan kepercayaan dari Bank Indonesia untuk mengembangkan usahanya dengan diberi bantuan permodalan. Kepercayaan dalam usaha kerajinan karawo harus dipegang teguh, apalagi informan banyak

berhubungan dengan pelanggan dari luar kota bahkan dari luar negeri sehingga harus terjalin kerja sama yang berlandaskan atas rasa percaya satu sama lain.

Berbicara mengenai modal sosial awalnya dipahami sebagai suatu bentuk di mana masyarakat menaruh kepercayaan terhadap komunitas dan individu sebagai bagian didalamnya. Mereka membuat aturan kesepakatan bersama sebagai suatu nilai dalam komunitasnya. Di sini aspirasi masyarakat mulai terakomodasi, komunitas dan jaringan lokal teradaptasi sebagai suatu modal pengembangan komunitas dan pemberdayaan masyarakat.

Coleman (1988) pada dasarnya modal sosial sebagai sesuatu yang memiliki dua ciri, yaitu merupakan aspek dari struktur sosial serta memfasilitasi tindakan individu dalam struktur sosial tersebut. Pengertian ini, bentuk-bentuk modal sosial berupa kewajiban dan harapan, potensi informasi, norma dan sanksi yang efektif, hubungan otoritas, serta organisasi sosial yang bisa digunakan secara tepat melahirkan kontrak sosial. Putnam (1993) menganggap modal sosial sebagai suatu nilai *mutual trust* (kepercayaan) antara anggota masyarakat dan masyarakat terhadap pemimpinnya.

Modal sosial sebagai institusi sosial yang melibatkan jaringan (*networks*), norma-norma (*norms*), dan kepercayaan sosial (*social trust*) yang mendorong pada sebuah kolaborasi sosial (koordinasi dan kooperasi) untuk kepentingan bersama. Hal ini juga mengandung pengertian bahwa diperlukan adanya suatu *social networks* atau ikatan/jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, dan norma yang mendorong produktifitas komunitas. Bahkan lebih jauh, Putnam melonggarkan pemaknaan asosiasi horizontal, tidak hanya yang

memberi *desireable outcome* (hasil pendapatan yang diharapkan) melainkan juga *undesirable outcome* (hasil tambahan).

Fukuyama (1993, 1999) memahami modal sosial menunjuk pada kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum di dalam sebuah masyarakat atau bagian-bagian tertentu darinya. Modal sosial menunjuk pada semua kekuatan sosial komunitas yang dikonstruksikan oleh individu atau kelompok yang mengacu pada struktur sosial yang menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individual dan/atau kelompok secara efisien dan efektif dengan modal-modal lainnya. Lawang dalam perspektif sosiologi memahami modal sosial sebagai berikut;

- a. Kekuatan sosial menunjuk pada semua mekanisme yang sudah dan dikembangkan oleh komunitas dalam mempertahankan hidupnya.
- b. Pengertian komunitas dapat mengacu pada komunitas mikro, mezo dan makro.

Kekuatan-kekuatan sosial sebagai modal sosial dapat terbatas pada komunitas itu saja yang dilihat sebagai *social bounded* atau jika sudah dikaitkan dalam bentuk jaringan dengan modal sosial meso dan makro dapat disebut sebagai *social bridging*.. Kalau satuan pengamatan dan analisisnya adalah meso sebagai *bounded* maka yang makro adalah *bridging*.

B. Aspek Norma

Norma adalah aturan yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat. Aturan yang bertujuan untuk mencapai kehidupan masyarakat yang aman, tertib dan penuh keseimbangan. Aturan ini

hidup dan berkembang didalam masyarakat yang senantiasa menjunjung dan menghormati aturan yang telah disepakati bersama.

Norma merupakan susunan dari pemahaman terhadap nilai-nilai kehidupan serta harapan yang diyakini dan dijalankan oleh sekelompok orang. Norma yang terbentuk dapat didasari oleh nilai-nilai agama, nilai-nilai budaya, maupun nilai-nilai dari kehidupan sehari-hari yang dibuat menjadi aturan-aturan untuk ketertiban kehidupan berbangsa dan bernegara. Norma juga merupakan modal sosial karena muncul dari kerjasama di masa lalu yang kemudian diterapkan untuk kehidupan bersama. Norma-norma sosial akan sangat berperan dalam mengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh dalam masyarakat.

Hasil penelitian ini, aspek norma diuraikan oleh informan RD bahwa para pengrajin dalam mengerjakan kerajinanselalu berupaya tepat waktu agar pelanggan dapat memakai produk kerajinan karawo sesuai permintaannya. Selain itu proses dalam kerajinan karawo memerlukan beberapa spesifikasi pekerjaan mulai dari proses desain, mengiris, menyulam, dan menjual produk. Dari tiap spesifikasi pekerjaan dilakukan oleh orang yang berbeda sehingga dibutuhkan kerjasama yang baik untuk menghasilkan produk sesuai dengan keinginan pelanggan.

Norma-norma yang terjalin antara informan AH dengan para pengrajin yang dibinanya sudah cukup baik. Setiap ada pesanan dari pelanggan maka pengrajin akan mengerjakan sepenuh hati dan persoalan imbalan ataupun upah tidak lagi menjadi masalah karena sudah terbentuk rasa pengertian antara informan dan pengrajinnya.

Informan H membangun norma-norma tidak hanya dengan para pengrajin tetapi juga dengan pengusaha yang menjadi pelanggan tetapnya. Informan sendiri yang menjemput bahan kain ataupun pesanan dari pengusaha dan langsung membawanya kepada para pengrajin untuk dikerjakan. Sementara itu para pengrajinpun diperhatikan kesejahteraannya oleh informan, sehingga pengrajin selalu berusaha untuk mengerjakan kerajinan karawo dengan baik. Informan DM sendiri menguraikan bagaimana norma-norma dalam usaha karawo dibangun dengan menjaga kepercayaan dari para pelanggan utamanya ketepatan waktu dan sebisa mungkin informan mendahulukan pelanggan yang kebutuhannya mendesak sehingga produk diselesaikan secara cepat.

Informan JK, aspek norma adalah hal yang penting untuk disepakati utamanya pada pemberian sanksi bagi yang meniru motif yang telah dibuat. Bagi informan JK, peniruan motif masih seringkali terjadi, baik di kalangan pengusaha dan pengrajin. Belum adanya aturan yang disepakati secara kolektif untuk menghargai karya cipta orang lain. Secara hukum telah ditegaskan sanksi hukum bagi yang meniru tanpa persetujuan penciptanya, namun dalam industri kerajinan sulaman karawo belum terealisasi bahkan tidak ada sosialisasi mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) kepada pengrajin. Informan JK bahkan tidak tahu ketika peneliti tanyakan mengenai hak paten dari karyanya sehingga apa yang dikatakan Hasbullah (2006) belum dipahami oleh para pelaku industri kerajinan sulaman karawo bahwa norma itu sendiri sebagai sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Norma-norma tersebut terinstitusional dan

mengandung sanksi sosial yang dapat mencegah individu berbuat sesuatu yang menyimpang dari kebiasaan yang berlaku di masyarakatnya. Aturan-aturan kolektif tersebut biasanya tidak tertulis tapi dipahami oleh setiap anggota masyarakatnya dan menentukan pola tingkah laku yang diharapkan dalam konteks hubungan sosial. Aturan-aturan kolektif yang biasanya muncul pada masyarakat dapat berupa bagaimana menghormati orang yang lebih tua, menghormati pendapat orang lain, norma untuk hidup sehat, norma untuk tidak mencurigai orang lain, norma untuk selalu bersama-sama dan banyak lagi aturan-aturan yang secara tidak langsung telah disepakati oleh kelompok masyarakat tertentu.

Jaringan (kelompok dan jaringan sosial) merupakan bentukan dari infrastruktur modal sosial itu sendiri. Jaringan tersebut menjadi fasilitator dalam mendukung terjadinya interaksi yang kemudian akan menumbuhkan kepercayaan dan kerja sama yang kuat. Semakin kuat jaringan sosial yang terbentuk maka akan semakin kuat pula kerjasama yang ada di dalamnya dan selanjutnya akan memperkuat modal sosial yang terbentuk. Modal sosial tidak dibangun hanya oleh satu individu, melainkan akan terletak pada individu-individu yang tumbuh dalam suatu kelompok untuk bersosialisasi sebagai bagian penting dari nilai-nilai yang melekat. Modal sosial yang ada akan tergantung pada kapasitas yang ada dalam kelompok masyarakat untuk membangun sejumlah asosiasi beserta jaringannya yang tujuan adalah untuk menciptakan hubungan sosial.

C. Aspek Jaringan-Jaringan

Bourdieu (1986) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh seseorang berasal dari jaringan sosial yang terlembagakan serta berlangsung terus menerus dalam bentuk pengakuan dan perkenalan timbal balik (atau dengan kata lain: keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk dukungan kolektif.

Hasil temuan dalam penelitian ini, aspek jaringan mempunyai peran yang dalam pengembangan industri kerajinan karawo, seperti yang diuraikan oleh informan RD dalam memasarkan produk kerajinan karawo tidak begitu sulit. Hal ini karena informan merupakan pegawai di pemerintah daerah Gorontalo. Kesempatan sangat terbuka bagi informan RD untuk mempromosikan dan menjual produknya melalui rekan sejawatnya, bahkan produknya diminati oleh para pejabat dilingkungan pemerintah daerah Gorontalo.

Aspek jaringan berdasarkan penjelasan informan AH, membangun jaringan dengan cara mendekati bidang pemasaran atau toko-toko yang ada di lingkungan informan. Selain itu informan juga membangun jaringan dengan para pengrajin sehingga dalam menghasilkan produk kerajinan karawo menjadi mudah. Informan KD memulai usaha kerajinan karawo dengan bergabung pada jaringan-jaringan yang sudah cukup besar sebelum informan memulai secara mandiri. Informan mengaku banyak belajar dari jaringan-jaringan industri kerajinan karawo yang sudah berkembang dan hasilnya sangat membantu informan dalam mengembangkan usahanya. Informan KD bahkan memiliki jaringan usaha hingga ke kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung, di mana kota-kota tersebut sudah cukup dikenal

sebagai pemasok tekstil yang berkualitas. Informan termasuk salah satu binaan BI yang memiliki jaringan usaha cukup luas dan omset yang paling besar.

Menurut informan US sebagai pemerhati industri kerajinan karawo jaringan usaha kerajinan karawo yang ada di Gorontalo sudah masuk pada kategori klaster. Akan tetapi klaster usaha kerajinan yang ada masih berdiri sendiri-sendiri sehingga perkembangan kerajinan karawo kurang cepat. Perlu adanya jaringan antar usaha di bidang kerajinan karawo sehingga dapat saling membantu dan menutupi kekurangan satu dengan lainnya.

Peran modal sosial menekankan pentingnya transformasi dari hubungan sosial yang sesaat dan rapuh, seperti pertetanggaan, pertemanan, atau kekeluargaan, menjadi hubungan yang bersifat jangka panjang yang diwarnai oleh perasaan kewajiban terhadap orang lain. Bourdieu menegaskan modal sosial sebagai sesuatu yang berhubungan satu dengan yang lain, baik ekonomi, budaya, maupun bentuk-bentuk modal sosial berupa institusi lokal maupun kekayaan sumberdaya alamnya.

Ketiga aspek modal sosial diatas dapat dilihat bagaimana peran dan pemanfaatan modal sosial pada aspek relasi bisnis terhadap perkembangan industri kerajinan karawo berdasarkan hasil penelitian sebelumnya melihat pengaruh modal sosial terhadap pengembangan industri kecil.

Fukuyama (1999) mengemukakan bahwa *“Social capital a set of informal values or norm shared among members of a group that permints cooperation among them. If member of the group come to expect that others will behave reliably and honesty, then they will*

come to trust one another". Modal sosial adalah sekumpulan nilai informal atau norma yang menyebar diantara anggota kelompok yang memungkinkan kerja sama terjadi diantara mereka. Kerja sama tersebut terjadi apabila antar anggota kelompok masyarakat tersebut memenuhi apa yang diharapkan antar mereka bahwa lainnya akan bertingkah laku yang dapat diandalkan dan memiliki kejujuran, kemudian mereka akan saling mempercayai satu dengan yang lain. Coleman (1998) menyatakan bahwa *network* (jaringan) merupakan sumber daya dari modal sosial. Tetapi harus didukung dengan kepercayaan, kepedulian, kepatuhan terhadap norma maupun organisasi. Dari ketiga pendapat tersebut, selanjutnya Sidu (2006) merumuskan indikator untuk mengukur tinggi rendahnya modal sosial yang ada di masyarakat. Indikator tersebut antara lain: (1) jaringan sosial/kerja, (2) kepercayaan (saling percaya), (3) ketaatan terhadap norma, (4) kepedulian terhadap sesama, dan (5) keterlibatan dalam organisasi sosial.

Modal sosial dalam bisnis, selalu dikaitkan dengan relasi dan kelompok. Hongseok et al (2006) menyatakan bahwa modal sosial sebagai himpunan sumber daya yang tersedia dalam kelompok melalui anggota dalam struktur hubungan sosial dari kelompok itu sendiri, serta di struktur formal dan informal lebih luas dari organisasi. Ada beberapa definisi modal sosial dikaitkan dengan kelompok. Pertama, kelompok itu sendiri memiliki struktur sosial dan harus dipertimbangkan baik sebagai keseluruhan dan sebagai agregat dari bagian-bagiannya. Dalam hal relasional dan kognitif modal sosial, kita dapat melihat bahwa jaringan sosial yang kuat sangat berguna dalam mendukung pelaksanaan transaksi ekonomi menguntungkan antara

aktor yang sama dan konteks ekonomi yang sama asalnya. Jaringan ini memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan penting dalam mengurangi biaya kontrol dan koordinasi dan pengembangan kepercayaan dan keyakinan mitra. Sedangkan dalam dimensi struktural modal sosial, dapat dikatakan bahwa jaringan sosial yang lemah menyederhanakan pengelolaan transaksi ekonomi antara aktor dalam konteks sosial dan ekonomi yang berbeda. Menurut mereka, tampaknya lebih tepat untuk tidak mempertimbangkan modal sosial sebagai suatu konsep generik abstrak, tetapi sebagai faktor multidimensi, yang perlu dipecah ke dimensi yang berbeda, mengingat hasil yang berbeda diperoleh menurut dimensi yang dianalisis.

Modal sosial dapat berdampak pada kinerja dan manajemen hubungan antara mitra dengan cara yang berbeda dan tidak selalu dalam cara yang positif. Dalam tingkat yang sangat positif dari dimensi struktural modal sosial, mungkin akan menjadikan pelaku usaha mengelola perusahaan secara efektif tetapi bukan jaringan yang dapat diandalkan. Sebaliknya, dalam dimensi relasional dan tingkat kognitif modal sosial yang signifikan, mereka masih perlu membangun pengelolaan yang efektif, namun jaringan mereka bisa diandalkan.

Pembahasan hasil penelitian diatas maka dapat diabstraksikan kedalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 5.3 Peranan Modal Sosial dalam Pengembangan Aspek RelasiBisnis pada Industri Kreatif Kerajinan Sulaman Karawo Di Gorontalo.

Informan	Peranan dan Pemanfaatan Modal Sosial		
	Kepercayaan	Norma	Jaringan
RD.	Kepercayaan sebagai bentuk ikatan antara pengrajin dan pelanggan	Norma sebagai panduan menjaga nilai-nilai dari kerajinan karawo.	Jaringan sangat berpengaruh dalam pengembangan kerajinan karawo.
AH	Kepercayaan sebagai modal dasar membangun usaha kerajinan karawo.	Norma-norma yang dibangun antara informan dan pengrajin membantu pengembangan usaha kerajinan karawo.	Membangun jaringan dengan cara konvensional yakni dari lingkungan sekitar.
H	Kepercayaan adalah modal utama dalam industri kreatif kerajinan sulaman karawo.	Membangun norma-norma tidak hanya dengan para pengrajin tetapi juga dengan pelanggan.	Dalam mengembangkan usaha kerajinan karawo informan bergabung dengan jaringan-jaringan besar (lokal dan internasional) dan telah berkembang.
DM.	Kepercayaan sangat penting dijaga karena hal tersebut membantu dalam mengembangkan usaha kerajinan karawo.	Norma-norma yang baik dibangun agar para pelanggan merasa senang dan setia terhadap usaha informan.	Informan membangun jaringan masih pada level lokal.
YP	Kepercayaan hal yang mendasari hubungan informan dengan para pelanggan. Dan hal ini membantu membangun relasi bisnis yang tahan lama.	Tidak paham akan norma-norma namun meyakini bahwa sesuatu yang baik akan mendatangkan kebaikan.	Dengan senantiasa menjaga nama baik maka akan membentuk jaringan usaha dengan sendirinya.

US	Kepercayaan antara industri masih kurang	Belum menutupi kekurangan antar industri	Jaringan sudah terbentuk dan harus diperluas lagi jaringan
JK	Eksistensi dari industri kreatif kerajinan sulaman karawo terjaga karena adanya kepercayaan antara pengusaha, pengrajin, dan pelanggan.	Norma-norma yang terbangun dalam industri kreatif kerajinan karawo adalah sesuatu yang positif dan mutlak.	Jaringan-jaringan yang terbentuk dalam kerajinan karawo sudah semakin meluas seiring waktu hingga ke manca negara.
DM	Keberlanjutan kerajinan karawo yang digeluti akibat menjaga kepercayaan dalam usaha yakni pengrajin dan pelanggan.	Informan tidak begitu paham akan norma-norma. Yang terpenting bagi beliau adalah selalu berbuat baik.	Mampu mempertahankan jaringan dengan pengusaha.

Sumber: Hasil Analisis Penelitian Rahmatiah

Berdasarkan tabel 5.3, penulis menguraikan beberapa point penting sebagai berikut: pertama, pada dasarnya, kepercayaan harus dimiliki oleh pelaku industri karawo dan menjadi bagian yang kuat untuk membentuk modal sosial yang baik sehingga tercipta kehidupan yang seimbang seperti ungkapan Putnam (1993) yang menganggap modal sosial sebagai suatu nilai mutual trust antara anggota masyarakat dan pemimpinnya. Sementara Fukuyama (1993, 1999) memahami modal sosial menunjuk pada kapabilitas yang muncul dari kepercayaan umum di dalam masyarakat atau bagian-bagian tertentu darinya. Kedua, norma merupakan aturan yang disepakati oleh para pelaku industri karawo. Aturan tersebut bertujuan untuk mencapai kepentingan bersama. Dalam penelitian ini, peniruan motif karawo

masih menjadi kendala yang dihadapi desainer. Peneliti menyakini bahwa peniruan itu terjadi karena tidak adanya pengetahuan pelaku industri karawo terhadap HAKI, bahkan desainer pada saat peneliti tanyakan perihal tersebut, sama sekali tidak memiliki pemahaman tentang HAKI sehingga apa yang dikatakan Hasbullah (2006) bahwa norma itu sendiri sebagai sekumpulan aturan diharapkan untuk dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada entitas sosial belum terepakati oleh setiap pelaku industri kreatif sulaman karawo. Ketiga, Jaringan diperlukan utamanya pada pemasaran produk dan telah diuraikan oleh informan bahwa telah terbentuk jaringan baik, lokal, nasional, dan internasional. Jaringan usaha kerajinan karawo di Gorontalo sudah masuk pada kategori klaster, akan tetapi masih berdiri sendiri sehingga perlu adanya jaringan antar usaha sehingga dapat saling membantu dan menutupi satu dengan yang lainnya.

Peran modal sosial pada aspek relasi bisnis terhadap perkembangan industri kerajinan karawo menekankan pentingnya transformasi membentuk hubungan yang bersifat jangka panjang. Modal sosial dalam bisnis selalu dikaitkan dengan relasi dan kelompok seperti pada penelitian Hongseok et al (2006) menyatakan bahwa modal sosial sebagai himpunan sumber daya yang tersedia dalam kelompok melalui anggota dalam struktur hubungan sosial dari kelompok itu sendiri, serta struktur formal dan informal lebih luas dari organisasi.

Hasil penelitian bahwa informan RD bahwa dirinya, awalnya menggeluti karawo karena memiliki pengetahuan dan keterampilan menggambar yang diperoleh di bangku sekolah. Karena ketertarikannya itu, *karawo* sudah menjadi kebutuhannya dan secara

terus menerus melakukan eksplorasi untuk menciptakan motif-motif baru, dipadukan dengan motif batik sebagai ciri khasnya. Kemampuan informan RD tidak hanya karena memiliki pengetahuan dan keterampilan tetapi memiliki jaringan, hal ini ditunjang karena pekerjaannya pada instansi pemerintah. Kondisi inilah, informan memiliki prospek yang menjanjikan untuk membuka usaha karawo. Tidak terlalu sulit baginya dalam pengembangan usahanya.

Perkembangan industri kerajinan karawo sudah mengalami perubahan yang cukup baik adanya kerjasama antara pihak baik swasta maupun pemerintah dalam melestarikan dan mengembangkan kerajinan karawo seperti bantuan yang diberikan oleh Bank Indonesia, tidak hanya berupa modal usaha tetapi juga memberikan pelatihan terhadap generasi muda dalam upayanya mengantisipasi dan regenerasi pengrajin karawo yang sudah tidak muda lagi. Dari pemerintah sendiri, upaya yang dilakukan untuk melestarikan dan mengembangkan kerajinan karawo dengan cara menggerakkan para pegawai dilingkungan pemerintah untuk memakai pakaian karawo, pakaian seragam jamaah haji, pakaian seragam sekolah, dan iven festival karawo selama tiga tahun terakhir.

Menurut informan AH, dapat menintegrasikan modal manusia (pengetahuan diperoleh di tempat kerja) dan modal sosial (jaringan) melalui pelestarian budaya dan menjalankan usaha sendiri. Menurutnya industri karawolebih berkembang, hal ini terlihat tamu yang datang memilih kain karawo sebagai cendera mata, baik untuk digunakan sendiri maupun sebagai buah tangan. Masyarakat Gorontalo sendiri sudah mulai memakai kain karawo dalam keperluan sehari-hari. Industri karawo membawa perubahan sosial ekonomi

masyarakat. Informan H juga menguraikan bagaimana mengembangkan kerajinan karawo dengan menggunakan kemampuan dan pengetahuan dan berupaya membentuk jaringan usaha baik pengrajin maupun pelanggannya. Jaringan usaha yang dimiliki informan terbentuk atas kepercayaan sehingga menjadikan usahanya bertahan dan berkelanjutan.

Informan DM menguraikan perkembangan industri kerajinan karawo saat ini signifikan jika dibandingkan dengan 20 tahun lalu. Sejak berdirinya provinsi Gorontalo, Pemerintah mulai menaruh perhatian terhadap kerajinan karawo dan mendorong pengrajin untuk mengembangkan industri kerajinan karawo.

Informan US mengatakan bahwa kerajinan karawo sudah termasuk pada kategori klaster dan menunjukkan perkembangan industri karawo sudah signifikan. Hal ini disebabkan karena adanya integrasi antara modal manusia dan modal manusiapada industri kerajinan karawo. Pihak pemerintah dan swasta bekerja sama dengan para pengrajin dan pengusaha, baik berupa bantuan permodalan hingga membuat pelatihan-pelatihan bagi generasi penerus. Dari hasil survey 2011 oleh informan bahwa belum terlihat adanya perhatian dari berbagai pihak terhadap industri ini, termasuk masyarakat yang pada saat itu menganggap bahwa kain karawo sudah kuno dan hanya digunakan oleh orang yang berusia lanjut. Menurut informan, sulaman karawo memiliki nilai budaya dan nilai ekonomi. Peran paling penting dalam perkembangan karawo adalah dari pengrajinnya sendiri bagaimana mereka menekuni kerajinan karawo agar dapat tumbuh dan berkembang.

Sementara itu menurut informan yang statusnya sebagai pegawai pada Bank Indonesia mengatakan bahwa Bank Indonesia tertarik dengan industri karawo diawali dari hasil penelitian yang memasukkan kerajinan karawo sebagai salah satu dari sepuluh besar industri yang dapat dikembangkan di Propinsi Gorontalo.

Berbagai hal dilakukan oleh Bank Indonesia dan Pemerintah dalam mengembangkan kerajinan karawo, salah satunya adalah mengadakan festival karawo. Hal ini dilakukan untuk mendorong semangat para pengrajin untuk mengembangkan kerajinan karawo sekaligus memperkenalkan kerajinan ini kepada masyarakat luas. Festival ini terbukti berhasil, para peserta festival karawo yang diadakan setiap tahun ini kian bertambah dari tahun ke tahun, bahkan yang tadinya Unit Usaha Bank Indonesia yang menjawarai festival ini dikalahkan oleh para kelompok pengrajin dari daerah. Pemerintah telah menetapkan tanggal 23 Januari sebagai hari karawo. Kelompok-kelompok industri karawo telah bermunculan termasuk 10 kelompok binaan BI. Kerja sama dengan para aktor kreatif dibidang kerajinan karawo intens dilakukan.

Kendala yang dialami dalam mengembangkan kerajinan karawo adalah kurangnya kemampuan dari peserta pelatihan yang diadakan, disebabkan kerajinan karawo membutuhkan keahlian khusus utamanya dalam mendesain motif karawo. Sementara kebanyakan peserta pelatihan tidak memiliki bakat desain motif karawo.

Sumber daya manusia dalam hal ini kemampuan modal manusia dan modal sosial harus diintegrasikan dan merupakan titik penting dalam meningkatkan hasil produksi yang lebih baik dan juga

dalam mengatur pola usaha agar dapat berkembang dengan cepat dan baik untuk pengembangan dan keberlanjutan kerajinan karawo ke depan.

Selain dari sisi optimalisasi modal manusia dan modal sosial, penggunaan teknologi dalam kerajinan ini masih sangat minim. Pembuatan produk kerajinan karawo mulai dari proses hingga tahap akhir masih menggunakan cara manual. Pengerjaan penyulaman masih menggunakan tangan, sehingga kerajinan karawo tidak dapat diproduksi secara massal. Walaupun sudah mencoba mendatangkan orang asing untuk membuat mesin karawo tetapi belum berhasil.

Mengantisipasi dari segi pemasaran kerajinan karawo, pihak Bank Indonesia membuat website atau toko karawo online. Selain sebagai alat pemasaran, website ini juga membantu dalam memperkenalkan sekaligus mempromosikan kerajinan karawo. Jadi tidak heran jika kerajinan karawo ini peminatnya bukan hanya tamu yang datang ke Gorontalo tetapi juga banyak dari luar kota seperti Jakarta, Riau, Makassar dan banyak daerah-daerah, serta sudah terima pesanan dari luar negeri.

Jaringan yang terbentuk dalam industri kerajinan karawo sudah cukup luas. Peranan pemerintah dalam hal ini seperti memberlakukan peraturan mengenakan pakaian karawo dalam aktifitas sekolah dan pemerintahan juga turut serta dalam mengadakan festival karawo. Festival karawo sendiri dapat membawa keuntungan yang lebih. Omzet penjualan kerajinan karawo mencapai milyaran rupiah tiap festivalnya, hasilnya tentunya dirasakan oleh para pengrajin dan pengusaha.

Inovasi motif, model, kain dan benang yang digunakan sudah lebih bervariasi, tetapi inovasi dalam pembuatan sampai finishing belum tergantikan oleh mesin industri. Teknik pembuatannya masih tetap dipertahankan hingga kini menjadikan produk sulaman karawo di Gorontalo berbeda dan unik dibandingkan dengan produksi sulaman kerawang dari daerah lainnya. Kreatifitas dari pengrajin menjadi sangat penting agar eksistensi sulaman karawo untuk berkembang dan lebih dikenal secara nasional dan internasional. Walaupun industri kreatif karawo belum masuk dalam peta panduan pengembangan industri unggulan akan tetapi diharapkan dalam waktu lima tahun ke depan industri karawo ini dapat meningkat dan masuk pada industri kreatif unggulan di Propinsi Gorontalo.

Kerjasama antar pemerintah dan Bi secara formal belum pernah ada penandatanganan perjanjian, tapi implementasinya banyak kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama termasuk pengusaha dalam kurung waktu tiga tahun ini, dari mulai pelatihan, penguatan kelembagaan, pendampingan, pembinaan dan penguatan pasarnya dengan pembuatan gerai-gerai.

Rangkaian penjelasan di atas menunjukkan bahwa ada kebutuhan-kebutuhan sosial mendasar pada industri kecil yang perlu dipenuhi dalam rangka sukses industri kecil. Relasi, kebersamaan, identitas, jaringan, kepercayaan, kerjasama, tukar pengetahuan dan tindakan sejenis merupakan artikulasi modal sosial yang diperlukan industri kecil. Oleh karena itu penting memahami bagaimana industri kecil dapat dibangun, beroperasi dan diperkuat untuk meningkatkan daya saing. Sebuah pertanyaan penting dalam memahami peran modal sosial adalah apakah modal sosial dipandang sebagai masukan atau

pra-kondisi untuk industri kecil, output atau konsekuensi dari industri kecil, atau lebih tepatnya sebagai perekat (Redzepagic & Stubbs, 2006). Temuan berbagai penelitian telah menunjukkan pengaruh modal sosial yang berbeda-beda dalam industri kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmanti H. D. 2005. Investasi Sumber Daya Manusia Melalui Pendidikan. *Jurnal Dinamika Pembangunan*. 2 (1) : 30-39.
- Andersoon, Thomas, dkk. 2004. *The Cluster Policies Whitebook. Peranan dan Pemanfaatan Modal Sosial dalam Pengembangan Klaster Aydogan*. Sweden : IKED
- Bank Indonesia. 2008. *Kajian Pola Pembiayaan dalam Rangka Pengembangan Klaster*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bazan, Luiza and Smitzh H. 1997. *Sosial Capital and Export Growth: an Industrial Community in Southern Brazil*. Institute of Development Studies. University of Sussex.
- Begley Sandra, Michael Taylor and John Bryson. 2009. *Firms as Connected, Temporary Coalitions: Organisational Form and the Exploitation of Intellectual Capital*, *The Electronic Journal of Knowledge Management* Volume 7 Issue 1 2009, pp. 11-20, available online at www.wjkm.com
- Berger, Peter L. & Luckmann Thomas. 1990. *(Tafsir Sosialitas Kenyataan Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan. Terjemahan dari buku asli The Social Construction of Reality oleh Hasan Basari)*. Jakarta : LP3ES.
- _____ 1992. *Pikiran Membara: Modernisasi dan Kesadaran Manusia (diterjemahkan dari buku asli The Homeless Mind: Modernisation and Consciousness)* Yogyakarta: Kanisius.
- _____ 1994. *Langit Suci: Agama sebagai Realitas Sosial (diterjemahkan dari buku asli Secred Canopy oleh Hartono)*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Boari, C and Presutti, M. 2004. *Social Capital and Entrepreneurship Inside an Italian Cluster: empirical investigation*,

Occasional paper 2004/2, Uppsala University, Depart. Of Business Studies

- Bourdieu, Pierre. 1986. The forms of capital. In Jousari Hasbullah (ed). Sosial Capital. Jakarta: MR-United Press, hal. 3-8.
- Brouder, Ann-Marie dan Berry Lorna. 2004. Sustainable Business Klaser in the Regions. Regional Future Research Report.
- Bunging, Burhan. 2011. Konstruksi Sosial Media Massa. Jakarta: Kencana Media.
- Chou, Yuan K. 2002. Modelling Social Capital and Growth Research paper number 865.
- Clark, Andrew, 2003, Returns to Human Capital Investment in a Transition Economy the 11 Case of Russia, 1994-1998, International Journal of Manpower, 24(1): 11-30.
- Coleman, James S. 1988. Sosial Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology.
- _____ 1998 (original 1990). Foundation of Social Theory. Belknap Press
- Dimensi Teknologi Industri Kecil. BAPIK-Disperindag. EU Commission. 2002 Regional Cluster in Europe: Onservasi of European
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah (DISPERINDAG). 2002. Pola Pengembangan Klaster Industri di Jawa Tengah. Semarang. Provinsi Jawa Tengah
- Djojodiputro, Marsudi. 1992. Toeri Lokasi. Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia
- Douglas, Jack D(ed). 1981. Introduction to Sosiology: Situation and Structure. New York; The Free Press.

- Durkin, John T. 2000. Measuring Social Capital and Its Economic Impact. Harris Graduate School of Public Policy Studies. University of Chicago.
- Gomes-Mejia, Luis R., Balkin David B., Cardy Robert L., 1998, Managing Human Resources, Prentice Hall International, New Jersey.
- Gomez Rafael. 1999. The Effect Of Social Capital And Neighbourhood Characteristics On The Performance of Credit Constrained Micro-entrepreneurs. International Conference on Local Economic Development Productive Networks. Mexico Giusta,
- Hadi, Rahmatiah dkk. 2015. The Role of human capital in the Development of Sulam Karawo Creative Industry in Gorontalo. International Journal of Academic Research, Part B Social Science and Humanities Vol. 7 NO.1 Januari 2015. Halaman 158-162. Azerbaijan: Progress.
- Hasbullah, Jousari. 2006 .Sosial Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia) Yogyakarta. ANDI
- Hendro G dan Eko Punto. 2003. Ketika Tenun Mengubah Desa Troso. Semarang. Reading RG6AA United Kingdom. www.henley.reading.ac.uk.
- Hongseok OH, Giuseppe Labianca and Myung-Ho Chung. 2006. A Multilevel Model of Group Social Capital. Academy of Management Review Vol 31.No. 3, 569-583.
- Horrison B. 1992. Agglomeration and/Of Sosial Networks. Urban Studies 37 no. 3 Industrial District: Old Wine in New Bootles . Regional
- Hudson, Mel., AndiSmart, Mike Bourne, 2001, Theory and practice in SME Performance Measurement Systems, MCB University Press, UK, International Journal of Operations & Production Management, 21 (8): 1096-1115.

- Ian R dan Philip McCann. 2000. *Industrial Clusters: Complexes*, Washington DC. The World Bank Gordon,
- Imron, Ali. 2011. Riset Berbasis Kearifan Lokal Menuju Kemandirian Bangsa. *Proceeding Forum Ilmiah Nasional Program Pascasarjana UMY*, 24 Desember 2011.
- Ingley, C and Selvarajah, CT. 1998. *Comparison of Mature and New Industrial Network in International Business*. Paper presented at the Inaugural Conference of The Australia New Zealand. Melbourne.
- Ionescu, D. 2002. *Social Capital and Cluster*. East West Cluster Conference. Edwar Eigar Publishing Limited 28 – 31 October.
- IJICA. 2004. *The Study on Strengthening of SME Cluster in Indonesia*. Final Report. JICA and Republik of Indonesia Ministry of Industry for Economic Affairs
- Johnson, P.L. 1986. *Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: Gramedia
- June Rutten, Mario. 2003. *Rural Capitalists in Asia (A Comparative Analysis of India, Indonesia and Malaysia)*, London: Routedger Corzon Redzepagic
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia. 2011. *Kearifan Lokal di Tengah Modernisasi*. Jakarta: Diterbitkan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebudayaan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Pariwisata Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.
- Knorringa, Peter. 1999. *Cluster Trajectories and The Likehord of Endogeneous Upgrading*. Netherlands. Institute of Sosial Studies
- Kuncoro, Mudrajad. 2000. Makalah yang disajikan dalam *Generale* dengan tofik “Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan. di STIE kerja sama Yogyakarta 18 November 2000.

- Kuntowidjojo. 1971. Economic and Religious Attitudes of Entrepreneurs in a Village Industri: Notes on the Community of BaturKoentjoroningrat, 1985. Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan, Jakarta: Gramedia
- Latif, Abdullah. 2007. Pendidikan Berbasis Nilai Kemasyarakatan. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Lawang, Robert, 2004. M.Z. Kapital Sosial dalam Perspekti Sosiologik Suatu Pengantar.Jakarta.Fisip. UI Press.
- Lian Tan Wee.2008. Social Capital and Business Transformation in Asia. Report of the APO Basic Research XIII on Social Capital and Its Impact on Productivity (Phase II)
- Manuaba, Putera I,B. 2010. Memahami Konstruksi Sosial (Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik, Volume 21, Nomor 3:221-230).
- Mawardi , Mukhammad Kholid, Ty Choi and Nelson Perera. 2011. The Factors of SME Klaser Developments in ad Developing Country: The Case of Indonesian Klusters , ICSB
- Mefi, H dan Hesti Rinandari. 2003. Penguatan dan Pengembangan Modal Sosial Masyarakat Adat. Institute For Research and Empoerment (IRE) : Yogyakarta
- Miyasto. 2005. Langkah Menuju Penguatan UKM di Jawa Tengah melalui Forum Stakeholder Ekonomi Lokal. Prociding The 1 st Participatory Planning and Development Convergence: Meninjau Kembali Pembangunan Partisipatif, Praktek dan Prospeknya di Indonesia. Semarang: P-5 UNDIP
- Munir, Risfan dan Bahtiar. 2005. Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif: Masalah Kebijakan dan Panduan Pelaksanaan Kegiatan .Jakarta: Local Gocernance Support Program (LGSP)

Nadvi K and H. Schmitz. 1994. Industrial Cluster in Less Developed Countries. Review of Experiences and Research Agenda .Netherland Institute of Department Studies.

Marshall. A. Notern Ireland. 1920. Principles of Economics. London. Memillan

Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 98/M-IND/PER/8/2010 tentang Peta Panduan (*Road Map*) Pengembangan Industri Unggulan Provinsi Gorontalo.

Peter and Irene Van Stevenen. 2005. Sosial Capital for Industrial Development: Operationalizing the Concept. Vienna: UNIDO

Piore M dan Sabel C. 1984. The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity. New York. Basic Book Porter, Michael .1990. The Competitive Advantages of Nation . New York. The free press

Porter, Michael E. 2000. Location, Competition and Economic Development: Local Cluster in a Global Economy. Economic Development Quarterly ,Vol 14 No.1. Saga Publikations Inc.

_____ 1998. Cluster and The New Economic of Competition. Nov-Dec. Harvad Business Scholl Press

Prijaksosno, Ari dan Mardianto, Marlan. 2005. The Fower of Transformation. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo kelompok Gramedia

Putnam, Robert D. 1993. The Prosperous Community: Sosial capital and publik life Putnam.

Rabelloti, R. 1995. Is there an Industrial District Model “Footwear Districts in Italy and Mexsico Compared.World Development.Vol 23 No. I hal 29-41

- Ranhorst, A, Huggins, R and Ketikidis, P.H. 2009. Social Capital and Vlusters Literature Review . SEERC Publication: University of Wales Institute Smith
- Ritzer, G. 1992. Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda. Jakarta: Rajawali Press.
- Ritzer, George.dan Goodman, J Douglas.2007. Teori Sosiologi Modern. Edisi Keenam. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rochana, Erna. 2011. Survival Strategy Perempuan dalam Menghadapi Gelombang Pasang (Studi Perubahan Sosial di Desa Pesisir Kota Bandar Lampung). Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan, Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2011, Halaman 328-341. ISSN: 2087-0825.
- Romis, Monica. 2007. Competitiveness of Small Enterprises: Klusters, Business Environment and Local Development, Synthesis of The International Meeting Held at the Inter American Development Bank on Oktober 29- 30 2007 : Washington DC.
- Rosenfeld, Stuart.2007. The Social Imperatives of Cluster Book: Europe Reflections on Social Capital Innovation and Regional Development: The OtsuniConsensus .National.Louis University
- Santoso, Rahmat. 2011. Transformasi Sosial di Pedesaan: Studi Fenomenologis Proses Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Kependidikan Volume 41, Nomor 1, Mei 2011, Halaman 1-18.
- Schmitz H. 1995. Collective Efficiency: Growth Path for Small Scale Industry. The Journal of Development Studies.Vol 31.No. 4. April 2005 hal 529- 566
- Schmitz, H danMusyik B. 1993. Industrial Districts in Europe: Policy Lessons for Developing Countries. Discussion Paper No.

331, Institute of Development Studies. University of Sussex

- Schmitz, H dan Nadvi. 1999. Cluster and Industrialisation : an Introduction World Development, Vol. 27 No. 9 hal 1503-1514
- Setiadi, M Elly dan Kolip, Usman. 2011. Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya. Jakarta: Prenada Kencana Group.
- Sidu, Djasmin. 2006. Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Kawasan Hutan Lindung Jompi Kabupaten Muna Provinsi Sulawesi Tenggara. Disertasi. Sekolah Pasca sarjana Institut Pertanian Bogor. Tidak dipublikasikan.
- Staber, Udo. 2007. Social, But Not Quite Competent: Identity Constructions in Business Klaster. 7 th Global Conference on Business & Economics, October 13 – 14.
- Studies Hayter, R. 1997. The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and
- Sunarya, Yan Yan dkk. 2011. Pemetaan Desain Batik Priangan (Jawa Barat) Modern dalam Konteks Industri Kreatif di Bandung. Konferensi Internasional Budaya Sunda II Revitalisasi Budaya Sunda: Peluang dan Tantangan dalam Dunia Global Gedung Merdeka , 19-12 Desember 2011.
- Suparno, Paul. 1997. Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan. Yogyakarta. Kanisius.
- Susanne, Buesselmann. 2009. Human Capital and Economic Growth, Dissertation, Wayne State University, 173 Pages; Aat 3366669. Tambunan, Tulus. 2001. Perkembangan UKM dalam era AFTA: peluang, tantangan permasalahan dan alternatif solusinya, Yayasan Indonesia Forum – LPFE-UI, Jakarta.

- Syahyuti. 2008. The Role of Sosial Capital in Agricultural Trade. Forum Penelitian Agro Ekonomi, Volume 26 No. 1 Juli 2008, hal 32-43
- Tonkiss, F. 2000. Trust, Social Capital and Economy dalam F. Tonkissdan A. Pasey (eds) Trust and Civil Soceity. New York: St. Martin's
- Upe, Ambo. 2010. Tradisi Aliran dalam Sosiologi dari Filosofi Positivistik ke Post Positivistik. Jakarta. PT.Rajagrafindo Persada.
- Westlund, Hans. 2003. Implications of Social Capital for Business in the Knowledge Economy: Theoretical Considerations, International Forum on Economic and Social Research Institute Cabinet Office. Japan. In Tokyo on 24 and 25 th March 2003.
- Wijewardena, H., & Tibbits, G. E. 1999. Factors Contributing to the Growth of Small Manufacturing Firms: Data from Australia, Journal of Small Business Management, 37 (2): 88-96.
- Wolfe, David A. 2005. Social Capital and Cluster Development in Learning in Learning Regions, University of Toronto
- Woolcock, M. 1998. Social Capital and Economic Development: Towards a theoretical sybthesis and policy framework, in theory and society. 27 (2), pp 151-208.
- _____ 2001. The Place of Sosial Capital In Understanding Sosial And Outcomes. Canadian journal of Policy Research, 2 (1): hal 1-27.
- Yan Wang, Yao Yudong. 2003. Sources of China's economic growth 1952-1999: Incorporating human capital accumulation, Washington, DC 20433, USA, China Economic Review, 14: 32-52.

Zstompka, Piotr. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Edisi ke 6.
Prenada: Jakarta.