

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Modal Sosial

1. Pengertian modal sosial

Modal sosial dapat didefinisikan sebagai kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama, dan mencapai tujuan-tujuan bersama, di dalam berbagai kelompok. Modal sosial yaitu kaidah sosial yang dapat berguna untuk menghasilkan sebuah sumberdaya baru dalam lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, modal sosial dipercaya sebagai salah satu unsur terpenting untuk menggerakkan kesatuan, mobilitas ide, membina hubungan kerjasama satu sama lain guna mencapai kemajuan bersama.

Modal sosial yang terdiri dari kewajiban menjalankan norma sosial demi keuntungan bersama.¹

Putman dan Fukuyama, Putnam (1993) mengartikan modal sosial menjadi sebuah rasa saling percaya (*trust*) antar warga terhadap pemimpinnya. Modal sosial diartikan menjadi sebuah hubungan yang dipengaruhi norma-norma (Norms), jaringan (*Network*), dan kepercayaan sosial (*Social Trust*) guna mewujudkan sebuah kolaborasi (koordinasi dan kooperasi) yang bertujuan untuk kepentingan bersama yang ingin dicapai. Inilah yang menjadi penyebab diperlukan adanya sebuah social network (*Network of Civic Engagement*), ikatan/jaringan masyarakat, dan aturan pendukung produktivitas organisasi. Putman

¹Hermanto Suaib, *Suku Moi: Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dan Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat* (Tangerang: An Image, 2017).

menjelaskan bahwa seseorang yang hidup secara sosial bersikap individual maka dalam pandangan masyarakat adalah individu yang memiliki modal sosial yang rendah. Fukuyama dalam pandangannya, modal sosial sebagai *Trust*, yaitu kemampuan masyarakat membangun sebuah kepercayaan yang bertujuan untuk kepentingan umum, (*Collective Action*) dalam organisasi atau perkumpulan. Mengacu pada Fukuyama (1999), maka ada 3 angka parameter modal sosial, yakni a) kepercayaan (*trust*) b) jaringan sosial (*social*) dan c) norma sosial (*social norms*). Modal sosial berpengaruh terhadap pengembangan serta kemajuan sektor ekonomi. Menurut Fukuyama (2002) dalam penelitian di beberapa negara dan membuat acuan dimana modal sosial yang tinggi dapat mempengaruhi pertumbuhan serta perkembangan ekonomi dikarenakan besarnya rasa saling percaya antar anggota akan membentuk suatu relasi yang luas berkembang diantara sesama pebisnis.² Hasbullah (2006) mengatakan ada 6 kibat dan inti pokok dari modal sosial berdasarkan beberapa pengertiannya yaitu:

1. Partisipasi pada sebuah relasi (*Participation in a network*) yaitu keahlian dari sebuah komunitas agar menjadi anggota dalam suatu relasi sosial, yang dilakukan dengan bermacam-macam interaksi dan kerjasama berdampingan yang dijalankan berdasarkan prinsip sukarelaan atau *voluntary*, kesamaan atau *equality* dan keadaban atau *civility*. Keahlian seorang individu atau anggota masyarakat untuk memasukkan diri dalam hubungan yang efektif dimana hal tersebut

²Ibid, 11.

memiliki pengaruh besar untuk menunjukkan lemah tidaknya modal sosial suatu komunitas.

2. *Reciprocity* yaitu kebiasaan saling tukar menukar dalam hal baik antar seseorang dalam suatu komunitas atau antar elemen komunitas itu sendiri. Bentuknya dari pertukaran terjadi dalam sebuah kolaborasi baik jangka pendek atau panjang dengan prinsip sukarela dan tidak mengharapkan balas jasa. Dalam masyarakat dan sebuah komunitas yang mempunyai nilai resiprositas yang tinggi akan meningkatkan modal sosial yang terjalin.
3. Kepercayaan (*Trust*) adalah sebuah pola kemauan individu dalam menanggung resiko pada jaringan sosial yang dijalin atas dasar perasaan yakin jika orang-orang di dalamnya menjalankan segala hal yang telah menjadi harapan dan selalu perilaku yang mendukung. Setidaknya, yang lain tidak akan berperilaku yang membuat rugi dirinya sendiri dan kelompoknya. Tindakan berkelompok atas dasar rasa kepercayaan dapat menumbuhkan keikutsertaan masyarakat dalam bermacam-macam kegiatan terlebih dalam hal kemajuan bersama. Inilah yang menjadi kemungkinan masyarakat untuk bekerja bersama dan memberi peran guna meningkatnya modal sosial.
4. Norma sosial (*Social norms*) merupakan beberapa aturan yang harus dipatuhi dan dilakukan masyarakat dalam sebuah kelompok. Aturan-aturan ini kadang terinstitusionalisasi, tidak tertulis namun menjadi sebuah pemahaman dalam bertingkah baik dan berkaitan dengan

sebuah interaksi sosial, jadi ada sebuah sanksi yang diberikan ketika melakukan pelanggaran. Norma sosial lah yang menjadi penentu eratnya hubungan antar seseorang, merangsang daya tarik sosial yang memiliki dampak baik dalam perkembangan dan kemajuan masyarakat. Karena itulah norma sosial disebut juga modal sosial.

5. Nilai (*Value*) yaitu suatu konsep turun menurun dan diakui kebenarannya oleh masyarakat. Nilai adalah sesuatu yang penting dalam ilmu budaya, terkadang ia akan tumbuh dan berkembang untuk mendominasi sosial budaya dalam masyarakat yang berpengaruh terhadap aturan bertingkah laku dan terbentuk secara kultural.
6. Tindakan yang pro aktif atau *proactive action* yakni dorongan besar dari anggota komunitas dimana mereka bukan hanya ikut serta berperan tapi juga memberi jalan anggota kelompok terlibat dalam kegiatan masyarakat. Anggota kelompok meleburkan diri dan mencari celah untuk mempererat hubungan-hubungan sosial yang berguna untuk keuntungan kelompok. Pelaku berinisiatif mencari informasi dalam bermacam-macam pengalaman untuk mengasah pikiran, pengetahuan dan berbagai bentuk inovasi yang dilakukan individu ataupun kelompok, wujud dari modal sosial yang memiliki manfaat untuk membangun masyarakat.³

³Ibid, 12-13.

B. Tipologi Modal Sosial

Modal sosial ada umumnya mengkaji mengenai hubungan sosial masyarakat yang terlibat didalamnya. Terutama berkaitan dengan pola interaksi sosial antar masyarakat atau sekelompok dalam suatu kegiatan sosial. Hasbullah mengatakam modal sosial berdasarkan karakter sosial budaya terdiri dari dua jenis yaitu modal sosial terikat (*Bonding Social Capital*) dan modal sosial menjembatani (*Briding Social Capital*). Keduanya memiliki implikasi yang berbeda pada hasil yang didapat dan pengaruh yang muncul dalam hidup dan pembangunan masyarakat, yaitu :

a. Modal sosial terikat (*Bonding Social Capital*)

Modal sosial ini cenderung bersifat eksklusif. Karakteristik dan ciri khas dari tipologi ini yaitu lebih berorientasi kedalam (*Inward Looking*) dibandingkan berorientasi keluar (*Outward Looking*). Ragam masyarakat yang menjadi kewanggotaan tipoplogi ini pada umumnya homogeneus (cenderung homogen). Hasbullah menyatakan masyarakat yang *bonded / inward looking / sacred*, meskipun hubungan sosial yang terbentuk memiliki kohesifitas yang tinggi, tetapi kurang merefleksikan kemampuan masyarakat agar tercipta dan terbentuk modal sosial yang kuat. Kekuatan yang tumbuh hanya terdapat dalam kelompok pada kondisi tertentu, struktur *Hierarki Feodal*, kohesifitas yang bersifat *bonding*. Umumnya pola demikian akan banyak membaa dampak negatif dibanding dengan dampak positifnya. Kekuatan interaksi

sosial kadang cenderung menjauhi, menghindar bahkan dalam situasi yang lebih parah mengidap kebencian terhadap masyarakat lain diluar kelompok dan perkumpulannya. Dapat disimpulkan bahwa tidak benar jika masyarakat lokal yang *Socially Inward Looking* adalah kelompok masyarakat yang tidak memiliki modal sosial. Modal sosial itu ada, hanya saja kekuatannya terbatas pada satu dimensi, yaitu dimensi kohesifitas kelompok. Kohesifitas ini tercipta karena adanya hubungan emosional yang erat dan sangat kuat. Kerekatan tersebut juga disebabkan karena nilai yang melekat dalam setiap proses interaksi. Mereka juga kekurangan terhadap prinsip-prinsip kehidupan modern yang lebih mengutamakan produktifitas dan kompetisi yang terbangun atas prinsip pergaulan yang bebas. Konsekuensi lain dari tertutupnya kondisi sosial ini yaitu susahnya perkembangan ide baru, orientasi baru dan nilai serta norma-norma baru yang memperkuat norma lama yang telah ada.

b. Modal Sosial Menjembatani (*Bridging Social Capital*)

Hasbullah mengatakan tipologi ini merupakan wujud modern dari suatu kelompok, group dan perkumpulan/asosiasi. Konsep dari organisasi yang di pakai yaitu tentang a) persamaan b) kebebasan c) nilai majemuk dan humanitarian (kemanusiaan yang terbuka dan mandiri). Prinsip persamaan yaitu bahwa setiap elemen kelompok memiliki hak serta kewajiban yang sama. Setiap putusan kelompok merupakan hasil musyawarah

dan berdasar atas kesepakatan yang egaliter setiap anggota kelompok. Pimpinan hanya akan menjalankan keputusan yang telah disepakati para anggota. Prinsip kebebasan yaitu setiap anggota memiliki hak berbicara bebas, mengemukakan pendapat, serta ide-ide baru demi perkembangan kelompok. Suasana bebas yang diciptakan dapat memicu ide-ide kreatif anggota. Prinsip kemajemukan dan humanitarian, bahwa nilai kemanusiaan dan penghormatan hak asasi setiap anggota merupakan prinsip dasar pengembangan group, asosiasi, kelompok dan suatu masyarakat. Rasa kemanusiaan yang kuat untuk membantu oranglain, serta berempati terhadap orang lain dengan ikut merasakan penderitaan oranglain, dan berusaha mengerti sekaligus memahami kondisi yang dialami oranglain yangmana hal-hal diatas adalah konsep dari humanitarian. Sebagai imbasnya, masyarakat yang berpegang pada tipologi ini sangat biasanya sangat heterogen dari berbagai macam campuran latarbelakang suku dan budaya. Setiap anggota kelompok memiliki akses yang sama untuk menciptakan jaringan atau koneksi keluar kelompok dengan prinsip persamaan, kemanusiaan, dan kebebasan.

Tipologi masyarakat menjurus kepada pemberian solusi penyelesaian masalah yang ada di dalam maupun diluar kelompok. Dalam kondisi tertentu nyawa pergerakan diwarnai dengan semangat *fight against* yang memiliki sifat memberi perlawanan pada ancaman yang memungkinkan runtuhnya

simbol-simbol dan kepercayaan yang dianut oleh sekelompok masyarakat. Umumnya, tipologi modal sosial menjembatani (*Bridging Social Capital*) umumnya dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk perkembangan kekuatan dan kemajuan masyarakat. Hasil penelitian di berbagai negara menunjukkan jika dengan tumbuhnya modal sosial menjembatani dapat terjadi kemungkinan perkembangan pada berbagai dimensi kehidupan seperti terkontrolnya kasus korupsi, pekerjaan pemerintah menjadi efisien, mempercepat usaha penuntasan kemiskinan, kualitas kehidupan meningkat dan bangsa menjadi tumbuh kuat.

Tabel 2.1.

Perbedaan *Bonding Social Capital* dan *Bridging Social Capital*

No	<i>Bonding Social Capital</i>	<i>Bridging Social Capital</i>
1.	Terikat dan ketat, ruangan yang eksklusif	Terbuka
2.	Terdapat perbedaan yang terlihat antara “orang kami” dan “orang luar”	Mempunyai jaringan yang lebih fleksibel
3.	Hanya ada satu alternatif jawaban	Toleran
4.	Sulit menerima perubahan	Memungkinkan memiliki banyak jawaban dan penyelesaian masalah
5.	Kurang menerima campur tangan pihak diluar kelompoknya	Akomodatif dalam menerima perubahan
6.	Mendahulukan kepentingan kelompok	Cenderung memiliki sifat yang altruistik, humanistik dan universal.
7.	Mengutamakan solidaritas kelompok	

c. Peran Modal Sosial bagi UKM (Usaha Kecil Menengah)

Modal sosial merupakan sebuah energi pembangun. Dikarenakan modal sosial dapat mempengaruhi kekuatan masyarakat dalam memecahkan permasalahan yang terjadi. Modal sosial mampu memberikan dorongan untuk mencapai tujuan secara maksimal. Modal sosial sendiri dapat diterapkan dalam berbagai aspek, namun paling banyak digunakan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Peran modal sosial mengarah pada pembangunan ekonomi yang bersifat lokal termasuk mengenai penuntasan kemiskinan. Hal tersebut akan mudah dilakukan apabila terdapat modal sosial yang besar. *Putnam* dalam *Field* menjelaskan jika modal sosial adalah dari hidup yang terdiri dari jaringan, norma, dan kepercayaan yang menjadikan para partisipan bisa bertindak secara efektif dan bersama –sama untuk mencapai tujuan bersama.

Modal sosial adalah suatu pandangan yang muncul sebagai wujud dari interaksi masyarakat dalam kurun waktu yang lama dan terus menerus. Interaksi, komunikasi dan bekerja bersama yang dipengaruhi keinginan untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian modal sosial dapat mengubah ikatan antar relasi menjadi lebih kuat untuk mencapai tujuan bersama. Adanya ikatan ini juga membantu meningkatkan dan memudahkan kerjasama berjalan sesuai yang diinginkan.

C. Perkembangan usaha

1. Produksi

Proses yaitu sebuah metode, cara dan teknik bagaimana sumber daya alam dan sumber daya manusia yang tersedia dirubah dan diproses untuk menghasilkan sesuatu. Produksi adalah suatu proses membuat sekaligus menambah kegunaan (*utility*) suatu barang atau jasa dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada. Proses produksi yaitu sebuah pekerjaan untuk membuat dan meningkatkan nilai guna dari suatu barang/jasa yang memanfaatkan faktor-faktor yang tersedia misalnya sumberdaya manusia, mesin produksi, bahan baku dan modal.

a. Jenis-jenis proses produksi

Proses produksi menurut arusnya, mulai dari bahan baku sampai dengan sebuah produk jadi (barang jadi) yaitu proses produksi terus-menerus (*continous processes*) dan proses produksi terputus-putus (*ntermettent processes*). Proses produksi terus-menerus akan digunakan sebuah perusahaan jika perusahaan memiliki urutan yang tetap dan pasti mulai dari bahan belum jadi sampai produk matang (barang jadi). Sedangkan perusahaan menggunakan Proses produksi terputus-putus jika tidak ada urutan yang tidak tetap mulai dari bahan mentah sampai proses produksi terakhir.

b. Proses produksi terus-menerus

Yaitu kegiatan memproduksi barang dimana aliran produk dari satu proses ke proses lain selanjutnya tidak mengalami penumpukan dalam sebuah titik dalam prosesnya. Pada umumnya, usaha yang tepat dalam jenis ini adalah sebuah usaha dengan karakteristik output di rencanakan kapasitas yang besar, menghasilkan produk dengan variasi yang sedikit dan produk bersifat standar.

c. Proses produksi terputus-putus

Proses produksi dimana barang yang diproduksi diproses dalam kelompok barang produksi tidak berdasar atas aliran terus-menerus. Jenis proses produksi ini biasanya dilakukan oleh Perusahaan yang menempatkan sekelompok bahan siap proses atau hendak diproses, akhirnya diperlukan banyak persediaan dalam proses.

d. Proses produksi campuran

Yaitu gabungan dari produksi terputus-putus dan terus-menerus. Keduanya digabungberdasarkan atas pernyataan bahwa sebuah usaha bisnis akan mengambil manfaat secara penuh sumberdaya yang ada.⁴

⁴Charles Soetyono Iskandar, Samrius Upa' Dan Margaret Iskandar *Manajemen Sumberdaya Manusia (SDM) Berbasis Technopreneurship* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 34-35.

D. Penjualan

Menurut Philip Kotler mendefinisikan penjualan adalah kegiatan untuk mencari, mempengaruhi dan memberi pengarahan pada konsumen agar menyesuaikan kebutuhan mereka dengan produk yang ditawarkan sesuai kesepakatan harga yang menguntungkan kedua pihak. Sedangkan menurut Zimmerer yaitu sumber utama aliran yang masuk ke perusahaan.

1. Komunikasi penjualan: suatu kegiatan bertukar pikiran, perasaan dalam upaya menginformasikan serta mempengaruhi konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang dijual. Komunikasi penjualan ini bertujuan untuk membujuk dan memberi perspektif untuk membeli produk atau jasa perusahaan. Keberhasilan seorang penjual digambarkan bagaimana seorang pengusaha mampu menjalin hubungan, meningkatkan kualitas kepercayaan, kejelasan berkomunikasi, terjadinya perubahan pemahaman dan saling pengertian antara penjual dan pembeli.⁵

⁵Johnson Alvonco, Practical Communication Skill (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), 235-240.

