



ANALISIS DAMPAK KEPEMILIKAN MODAL SOSIAL TERHADAP KEBERLANGSUNGAN INDUSTRI KECIL DI RUMAH MAKAN NISWA

*Analysis Of The Social Capital Ownership Impact Against The Sustainability Of
Small Industry In Niswa's Restaurant*

Lukas Sangka Pamungkas^{1*}, Lasmono Tri
Sunaryanto²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis,
Universitas Kristen Satya Wacana

*Kontak penulis: 522015054@student.uksw.edu

Abstract

The research purposes 1) Analyzing the social capital used by a business owner. That's seen in social capital forms; bonding social capital, bridging social capital, and linking social capital. 2) Knowing the social capital ownership impact against the sustainability of small industry in niswa's restaurant. The selection of research locations was conducted deliberately with consideration of the restaurant as a kind of a restaurant run by some family members in Salatiga and is a form of bonding social capital. It uses a qualitative method with descriptive design. A collected word or text information, then analyzed and interpreted to capture the deepest meanings. Studies have found that three important social capital forms like bonding, bridging, and linking together are linked and complementary ones Bonding social capital forms can be seen through the support of family members, even Key Informant could motivate his sons to join the business. The bridging social capital is the most dominating forms, as it placed the horizontal line. While linking social capital, indeed, doesn't seem to have much influence in this research, because the owner has very little connection with vertical relationships, however, Key Informant still has ties to the banking system for acquiring capital.

Keywords : *bonding social capital; bridging social capital; linking social capital; sustainability; Niswa' restaurant.*

Tujuan dari penelitian ini 1) Menganalisis modal sosial yang dimiliki pemilik rumah makan "Niswa" yang dilihat dari bentuk-bentuk modal sosial yaitu: *bonding social capital, bridging social capital* dan *linking social capital*. 2) Mengetahui dampak dari kepemilikan modal sosial terhadap keberlangsungan rumah makan Niswa. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan rumah makan tersebut merupakan salah satu contoh rumah makan yang dikelola oleh beberapa anggota keluarga di Salatiga dan merupakan bentuk dari *bonding social capital*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif. Informasi berupa kata maupun teks yang sudah terkumpul, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan guna menangkap arti terdalam. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa ketiga bentuk modal sosial seperti *bonding, bridging* dan *linking* merupakan satu kesatuan yang berhubungan dan bersifat saling melengkapi demi keberlangsungan bisnis Rumah Makan Niswa. Bentuk *bonding social capital* dapat dilihat melalui dukungan anggota keluarga *Key Informant*, bahkan *Key*

Informant dapat memotivasi kedua putranya untuk turut berkecimpung dalam bisnis ini. Bentuk *bridging social capital* merupakan bentuk modal sosial yang paling mendominasi karena menekankan pada relasi horizontal. Bentuk *linking social capital* memang tidak terlihat berdampak secara dominan dalam penelitian ini. Namun demikian, *Key Informant* masih memiliki ikatan kerjasama dengan perbankan untuk pemenuhan modal.

Kata kunci : *bonding social capital*; *bridging social capital*; *linking social capital*; *keberlangsungan*; *Rumah Makan Niswa*.

Sitasi: Pamungkas, L. S., L. T. Sunaryanto, 2019. Dampak Kepemilikan Modal Sosial terhadap Keberlangsungan Bisnis Industri Kecil Rumah Makan Niswa, *JSEP* 15(1): 71 - 80.

1. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk hidup yang memiliki kebutuhan primer. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia untuk keberlangsungan hidupnya, sebagai contoh adalah makanan dan minuman. Akhir-akhir ini pemenuhan kebutuhan berupa makanan dan minuman dapat diperoleh melalui rumah makan. Usaha rumah makan saat ini banyak diminati oleh masyarakat, hal ini dapat terlihat dari munculnya berbagai macam rumah makan yang menyediakan makanan yang beragam. Kota Salatiga merupakan salah satu kota yang potensial untuk mendirikan bisnis kuliner karena didukung oleh banyaknya mahasiswa yang berasal dari perguruan tinggi yang tersebar di kota tersebut. Salah satu rumah makan yang ada di Kota Salatiga adalah Niswa yang berlokasi di Kalipancur, Salatiga. Selain berada di lokasi tersebut, Niswa memiliki 3 cabang di Salatiga yang terletak di Jalan Domas, Gang Kemiri II, serta Jalan Diponegoro (di samping bengkel *Montecarlo*) sehingga mudah bagi konsumen untuk memilih tempat terdekat yang akan dikunjungi.

Dalam bisnis yang telah ditekuninya, pemilik warung makan Niswa telah memotivasi anaknya untuk ikut terjun ke dalam dunia bisnis kuliner, bahkan kedua anaknya telah dipercaya untuk mengelola 2 cabang rumah makan tersebut. Hal ini membuktikan bahwa *bonding social capital* yang berupa dorongan atau motivasi dari keluarga mampu meningkatkan pendapatan seseorang. Selain modal sosial yang mengikat (*bonding*), masih terdapat modal sosial yang menjembatani (*bridging*) dan modal sosial yang menghubungkan (*linking*) yang belum diketahui dampaknya terhadap keberlangsungan bisnis. Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan penelitian mengenai bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki oleh pemilik rumah makan Niswa dan dampak kepemilikan modal sosial tersebut terhadap keberlangsungan rumah makan Niswa.

Dalam penelitian Pandi (2016) yang berjudul "Peran Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Pedagang Burjo Di Salatiga", menunjukkan bagaimana peran modal sosial antara kehidupan sosial yang terjadi dalam ruang lingkup modal sosial dengan kehidupan ekonomi dalam ruang lingkup keberlangsungan usaha pedagang Burjo di Salatiga. Ditandai dengan perilaku sosial yang sering melibatkan atau mewarnai tindakan dalam kegiatan pedagang burjo. Sedangkan menurut penelitian Adinda (2015) yang berjudul "Tahu Serasi dalam Perspektif Modal Sosial (Studi Sosiologi Peran Modal Sosial Pada Usaha Tahu Serasi di Bandungan)", menjelaskan

bahwa Modal sosial yang tercipta ialah kerjasama dan kepercayaan, dimensi kerjasama dalam konteks Tahu Serasi mengajarkan bahwa sesungguhnya kegiatan transaksi ekonomi tidak selalu memikirkan profitabilitas dan keuntungan ekonomi semata, namun juga membangun hubungan kekeluargaan dan persaudaraan terhadap sesama. Menurut penelitian Munier (2018) menjelaskan bahwa terdapat hubungan parsial yang erat antara modal sosial penyuluh terhadap keberhasilan pertanian. Hal ini disebabkan karena kinerja penyuluh dirasa cukup baik dengan pendampingan yang telah diberikan, seperti pendampingan yang diberikan pada bidang informasi dan teknologi seputar usahatani.

2. Metode Penelitian

Modal sosial memiliki tiga bentuk, yaitu *bonding social capital*, *bridging social capital* dan *linking social capital*. Masing-masing bentuk modal sosial tersebut dapat diukur melalui norma, kepercayaan dan jaringan. Dalam penelitian ini, setelah mengetahui modal sosial yang dimiliki oleh pemilik Rumah Makan Niswa, maka dapat pula diketahui dampak dari kepemilikan modal sosial terhadap keberlangsungan bisnis tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di pusat rumah makan "Niswa" yang terletak di Kalipancur, Salatiga. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan rumah makan tersebut merupakan salah satu contoh rumah makan yang dikelola oleh beberapa anggota keluarga di Salatiga dan merupakan bentuk dari *bonding social capital*. Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan data berupa kalimat-kalimat yang tertulis atau lisan dan mengamati perilaku dari orang-orang yang terlibat (Moleong, 2000). Proses wawancara dilakukan dengan cara peneliti mengajukan pertanyaan sesuai dengan panduan wawancara kepada partisipan. Informasi berupa kata maupun teks yang sudah terkumpul, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan guna menangkap arti terdalam.

Key informant merupakan narasumber yang dapat dipercaya untuk membuka pintu kepada peneliti dalam memasuki obyek penelitian, *key informant* juga dapat membantu dalam menentukan teknis penelitian, seperti penentuan partisipan lainnya (Sugiyono, 2011). *Key informant* dalam penelitian ini adalah pemilik sekaligus pengelola Rumah Makan "Niswa", sedangkan informan lainnya adalah 2 karyawan, 2 konsumen Rumah Makan Niswa, dan pemasok daging ayam Niswa. Penentuan informan tersebut, dimaksud sebagai bentuk pengujian keabsahan data. *Key informant* dan informan lainnya dipilih dengan metode *purposive*.

Analisis data menurut Miles dan Huberman dalam (Herdiyansah, 2010) terdiri atas tiga tahapan yang harus dilakukan, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses menggabungkan dan menyeragamkan segala bentuk data (wawancara, observasi, serta hasil studi dokumentasi) menjadi suatu bentuk tulisan yang akhirnya akan dianalisis. Reduksi data meliputi proses meringkas data, melakukan *coding*, dan menelusuri tema.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan proses mengolah data yang sudah diseragamkan dalam bentuk tulisan (*script*) dan alur tema yang jelas, penyajian data kualitatif berupa teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan tahap terakhir yang mengarah kepada jawaban dari pertanyaan yang berasal dari panduan wawancara dan mengungkapkan “apa” dan “bagaimana” dari data yang ditemukan di lapangan.

3. Hasil dan Pembahasan

Norma

Norma adalah sekumpulan aturan yang diharapkan dapat dipatuhi oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Menurut Hasbullah (2006), aturan-aturan tersebut merupakan aturan tidak tertulis yang dipahami oleh anggota masyarakat dalam penentuan pola tingkah laku yang diharapkan. Jika kita ambil contoh lebih dalam lagi, dapat diketahui bahwa norma sangat berperan dalam menyelesaikan suatu permasalahan. *Key Informant* tidak memiliki hukum tertulis di usahanya, bahkan tidak ada sanksi yang diberikan kepada pihak yang tidak menjalankan tugasnya dengan baik, beliau lebih memilih untuk memberikan teguran kemudian menyelesaikan suatu permasalahan dengan cara *sharing* demi menemukan sebuah solusi. Seperti pernyataan *Key Informant* sebagai berikut :

“Kita ngobrol bareng, ya ngobrol bareng, jadi setiap masalah itu kan ada pangkalnya, nah pangkalnya kita cari sama-sama, nah solusi nanti, kalau saya sih harus ditepati semuanya, dengan solusi sudah baik lagi, mengalir saja, setiap kegiatan kan pasti banyak masalah, intinya tidak sesuai dengan apa keinginan saya, itu mesti, cuma kan kalau kita ajak ngobrol nanti ada solusi.”

Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) merupakan hubungan sosial yang dibangun antara dua individu atau lebih atas dasar rasa percaya dan rasa saling memiliki. Rasa percaya adalah suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko yang didasari oleh keyakinan bahwa individu lain akan melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan dan bertindak saling mendukung, serta tidak merugikan diri sendiri maupun kelompok (Putnam, 1995). Kepercayaan *Key Informant* kepada karyawan dan pemasok dapat dikatakan tinggi, *Key Informant* mempercayakan segala hal yang menyangkut penjualan kepada karyawannya, kemudian melakukan sistem pengawasan melalui catatan pembukuan yang beliau cek waktu jam tutup rumah makan, namun ketika *key Infomant* memberikan 100% kepercayaannya kepada karyawan, begitu juga sebaliknya harapan yang ditanam oleh beliau.

Menurut Alfiasari., Hadi Dharmawan, dan Martianto (2009), kepercayaan adalah rasa tidak saling curiga dalam menjalin kerjasama dengan sesama. Sedangkan Lawang (2005) menjelaskan kepercayaan memberikan hubungan yang memberikan harapan melalui interaksi yang terjadi. Hal tersebut sesuai dengan harapan yang muncul dikarenakan kepercayaan yang telah diberikan *Key Informant* kepada karyawannya, *Key Informant* siap mengkaderkan salah satu karyawan untuk mengelola cabang rumah makan tersebut. Pertimbangan dan perlakuan khusus pun

sudah dilakukan oleh *Key Informant*, namun perlakuan tersebut dibuat sedemikian rupa agar Partisipan 3 tidak menyadarinya, hal tersebut tidak lain demi proses perkembangan diri karyawan itu sendiri. Seperti fakta berikut ini yang telah disampaikan oleh *Key Informant* :

"Iya siapin dagangannya, tapi jangan ngomong Agus ya, Agus saya siapin jadi kader, dia bisa hampir menyamai kondisi anak bahkan bisa diatasnya tapi jangan ngomong sing aku kei ngerti koe tok....."

"Ada hal khusus dan banyak pertimbangan, makanya saat ini dia memang saya gembelng emang, kejujuran yang utama terus saya ajak ngobrol, ada gembelngannya cuman dia nggak sadar, biar alamiah saja jika dia diberi tau dia akan lupa, akan ada kesombongan makanya tak wanti-wanti jangan ngomong ke dia....."

Selain memberikan kepercayaan kepada karyawannya, *Key Informant* juga percaya 100 % kepada pemasok. Kepercayaan tersebut dibangun melalui proses yang cukup lama melalui pemberian tanggungjawab yang dapat diselesaikan dengan baik, sebagai contoh dalam pemenuhan stok daging *Key Informant*. Bukan hal yang berlebihan jika disini pemasok dapat dikatakan sebagai pemain kunci, tanpa adanya pemenuhan stok daging oleh pemasok, maka rumah makan ini akan kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan akan mengancam keberlangsungan rumah makan itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri bahwa pemasok baru akan silih berganti menawarkan harga yang lebih murah, namun kembali lagi, apakah pemasok baru tersebut dapat menjaga keberlangsungannya dalam menyediakan stok? *Key Informant* tetap berusaha untuk percaya kepada pemasok langganannya dan tidak tergiur begitu saja terhadap penawaran tersebut demi menjaga suatu hal yang disebut kepercayaan.

".....Orang semua akan masuk ke tempat saya menawarkan harga murah itu pasti, setiap bakul nawari murah itu pasti, itu watak dia kan gitu, tapi kira-kira bisa terus tidak, orang menawarkan ke tempat saya dengan harga murah banyak, hampir tiap hari ada, mbuh opo sing ditawarke daging, opo kol, mesti ada, opo timun opo-opo, timun sedino wae 15 kg."

"Ya, itu saling menghargai. Orang kan wajar, misale kamu berbisnis ayam, kui wes datang ke pasar menawarkan dengan harga minim, bahkan rugi meh mbok tabrak, penawaran pertama kan wajar, tapi saya melihat juga kekuatan kedepannya, menawarkan kan saya yak tapi dalam pertimbangan, tapi saya kan melihat kinerja berikutnya, jadi berbisnis itu ga sembarangan dalam menjaga keutuhan bisnis."

Jaringan

Menurut Lawang (2005), jaringan merupakan hasil dari penggabungan kata *net* dan *work*, yang ditekankan pada kata *work*, dan dipahami sebagai bekerja dalam suatu hubungan atau simpul (*net*). Jaringan sosial adalah sebuah pola koneksi hubungan sosial yang teratur, konsisten dan berlangsung lama antara individu maupun kelompok. Jaringan mendorong individu untuk tidak hanya bekerja secara

langsung dengan orang yang dikenal agar memperoleh timbal balik.

Jaringan berperan penting dalam keberlangsungan bisnis Rumah Makan Niswa karena adanya jaringan membentuk suatu hubungan. Sebagai contoh, hubungan yang tercipta antara pemilik dengan pemasok dan karyawan tentu merupakan hal yang perlu dijaga. Mayoritas karyawan-karyawan yang bekerja dengan *Key Informant* mengakui bahwa mereka mengetahui informasi ada lowongan kerja melalui karyawan Rumah Makan Niswa yang sudah lebih lama bekerja di tempat tersebut, hal ini menandakan bahwa masalah sumber daya manusia dapat teratasi melalui sebuah jaringan.

"Cari informasi, ya mungkin dari pemasok daging, saya ngomong, "aku lagi butuh karyawan mereka juga carikan"

Pernyataan tersebut diperkuat oleh penuturan Partisipan 2 :

"Kan tetanggaku ada yang disini, cewek- cewek, aku keluar dari Semarang, lha aku pulang, aku ikut sama mereka, ternyata disini."

Bahkan *Key Informant* juga siap mengkaderkan karyawannya sendiri untuk mengelola cabang baru pada saatnya nanti sebagai bentuk perluasan jaringannya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Agusyanto (2007) yang berpendapat bahwa jaringan sosial merupakan jaringan khusus yang menghubungkan satu titik dengan titik yang lain melalui hubungan sosial.

Begitu juga halnya ketika berbicara mengenai pemasok, ketika ada salah satu pemasok yang libur, tentunya hubungan *Key Informant* dengan pemasok lain sebagai penyedia bahan baku juga sangat penting, karena jika sebelumnya tidak memiliki sebuah jaringan, pemasok tidak akan memberikan persediaannya begitu saja dengan harga yang murah. Sejauh ini *Key Informant* sudah memiliki 8 karyawan, 1 pemasok daging, 3 pemasok kulit ayam, 2 pemasok kol dan timun, 1 pemasok tahu dan tempe. Dari penuturan Partisipan 6 yang merupakan istri *Key Informant*, alasan Rumah Makan Niswa memiliki beberapa pemasok dikarenakan stok kulit ayam memang terbatas dan sulit ditemui di pasaran. Hal tersebut juga diketahui oleh Partisipan 3, dan didukung melalui pernyataan berikut :

"Ada to, kan biasanya ambil kulit, kalau di saya kulit ada, tapi nggak sebanyak yang dia minta, dia kan kalau minta 20 kg, kadang 25 kilo, kan ada tempat khusus yang nyeset- nyeset itu, biasanya ke Pasar Pagi."

Pernyataan Partisipan 6 :

" Kadang kulit, sing Mbak Yuni ra ndue, Mbak Tutik, Mbak Siti, Mbak Yuli kui kulit, kulit nek mung wong siji kan raiso to mas."

Hal-hal tersebut semakin menandakan bahwa jaringan yang luas dapat mendukung keberlangsungan usaha. Seorang individu yang memiliki jaringan sosial yang lebih luas juga akan cenderung lebih mampu untuk memperoleh dan mengakses segala macam hal. Pihak-pihak yang termasuk ke dalam jaringan orang tersebut akan menjadi sumber dan menjadi pengantar informasi, artinya semakin

luas jaringan seseorang maka sumber informasi yang dia miliki akan semakin banyak dan lebih cepat dalam mendapatkan informasi. Penelitian Humaira (2011) juga menjelaskan bahwa kemampuan individu yang berpartisipasi dalam membangun suatu jaringan pada berbagai hubungan, menentukan kuat atau tidaknya modal sosial yang terbentuk. Jaringan dengan kepercayaan tinggi akan berfungsi lebih baik dan mudah daripada jaringan dengan kepercayaan yang rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa modal sosial seperti kepercayaan, norma dan jaringan tidak bisa di ukur dari satu dimensi saja, melainkan merupakan satu kesatuan hal yang diutamakan dalam keberlangsungan suatu usaha.

Keberlangsungan Bisnis

“Ya bagus, tapi kan ada masanya juga, masa terseok kaya sekarang kan masa terseok terseok, kenapa? Saya tambah, ini belum normal jadi subsidiinya masih banyak, ya biasa lah pasang surut, pasang surut tapi pada posisi normal.”

“Yo bank to, simpan pinjam ning bank, aku nggo BNI, ning iki dodolan gek sepi, aku gek ngelu bayar utang, karyawan sepi kudu mbayar to, kan ora mungkin ora, aku utang Bank nganti ngelu.”

Menurut Sharma dalam (Salimzadeh, Courvisanos, & Nayak, 2013), keberlangsungan merupakan suatu tantangan dalam meningkatkan kesejahteraan sosial manusia guna mencapai tujuan organisasi tersebut. Seperti yang telah diutarakan oleh *Key Informant* dan didukung oleh pernyataan Partisipan 6, memang kini bisnisnya sedang mengalami masa yang belum stabil, tidak dapat dipungkiri jika *Key Informant* harus melakukan subsidi silang dikarenakan belanja harian, gaji karyawan, sewa tempat hingga biaya operasional lainnya yang memerlukan biaya besar. Total omset rata-rata seluruh cabang Rumah Makan Niswa, jatuh pada sekitar Rp.5.000.000,00-Rp.6.000.000,00/ hari. Bahkan setelah didirikannya cabang di daerah Kemiri sebagai cabang pengganti kerugian cabang Soka, total seluruh cabang Rumah Makan Niswa dapat memperoleh omset hingga Rp. 6.000.000,00 bahkan lebih tiap harinya, seperti penuturan *Key Informant* berikut :

“6 lebih, kemarin sih sempat Rp.9.000.000,00.”

Noe R, Hollenbeck J, Gerhart B, dan Wright P (2010) berpendapat bahwa keberlangsungan bisnis mengarah pada keberhasilan suatu bisnis untuk bertahan dalam persaingan yang dinamis dilihat dari seberapa baik usaha tersebut memenuhi kebutuhan dari pemangku kepentingan. Ketika menanggapi persaingan dalam berbisnis, *Key Informant* menganggap persaingan dalam berbisnis merupakan hal yang wajar, justru hal tersebut dapat memacu *Key Informant* untuk tetap mempertahankan pelayanan bahkan dapat memperluas macam produk yang akan disajikan :

“Biasa dalam berbisnis, yang harus kita pertahankan itu kualitas service, gimana pelanggan itu nyaman, enak, itu aja. Kalau persaingan di semua sektor kaya gitu lah, namanya juga orang banyak, ya kita maklum ndak papa buat saya dan itu malah semakin bisa membesarkan apa ya macam produknya semakin besar. Intinya kan nanti semakin orang berminat, semakin orang berminat kita

bersaingnya di kualitas, di servis, kan gitu loh, kenapa saya ambil ini gede? Saya ambil kecil kan ga cukup, saya pikirnya ada kenyamanan di pelanggan, ga uyel-uyelan, ga sumuk, itu yang saya pengen sajikan bagaimana pun juga di dunia bisnis kualitas dan service sangat- sangat mempengaruhi."

Key Informant juga memandang jika konsumen memiliki peran yang lebih dari melakukan transaksi jual-beli saja, *Key Informant* menganggap konsumennya adalah media sponsor yang paling efektif jika dibandingkan media sponsor-sponsor yang lain, seperti penuturan berikut :

"Ya ada peran lain, jadi mungkin ini terutama yang dulu- dulu ya, mungkin ini pernah cerita, "ngomong aku arep mbukak ng kene" Dengan sales pun juga, "saya buka disini silahkan milih dimana yang terdekat", kan gitu, jadi perannya kita ajak komunikatif dan mungkin ya kalau mereka pas enak badannya, mereka akan ngomong makan disana enak dan kebetulan itu lebih efektif daripada saya sponsor, lebih efektif kaya misalnya Pancoran dulu kan orang gak ngerti, jenengan pasti pernah tak jak ngobrol, "omong karo kanca-kancane, jak rene." Kan gitu, itu yang efektif buat saya, pendapat saya."

Bentuk-Bentuk Modal Sosial

Woolcock (2003) membedakan modal sosial kedalam tiga tipe yaitu; mengikat, menjembatani dan menghubungkan. Mengikat (*bonding*) artinya ada ikatan antar individu yang mengalami situasi yang sama, seperti sahabat, tetangga dan keluarga. Bentuk *bonding social capital* dapat dilihat melalui dukungan-dukungan keluarga *Key Informant*, almarhum ibu, kedua putra, istri, dan adik sepupunya dapat menjadi bukti bahwa keluarga berperan penting dalam mendukung bisnisnya sejauh ini. *Bonding Social Capital* merupakan bentuk modal sosial utama yang membantu *Key Informant* dalam memulai usahanya, dan bentuk modal sosial tersebut muncul dari keluarganya sendiri.

Sedangkan *Bridging social capital* atau tipe menjembatani, ialah tipe yang memiliki ikatan yang lebih longgar, seperti ikatan individu dengan rekan kerja dan teman jauh. *Bridging* berperan sebagai suatu jembatan dalam menghubungkan seseorang dengan orang lain sehingga bisa membangun relasi dan memperlancar jalannya usaha. Bentuk modal sosial ini dapat mempertemukan seseorang juga dengan pemasok, karyawan hingga pelanggan. Hal tersebut tidak lain sebagai suatu upaya agar pihak-pihak yang terkait dapat saling mengisi kekurangan masing-masing lain guna keberlangsungan usaha.

Sebagai contoh Bentuk *bridging social capital* dapat dilihat melalui hubungan baik dan kerjasama yang telah terjalin antara pemilik dengan karyawan, konsumen dan pemasok. Karyawan memiliki peran yang sangat besar dalam bisnis ini, tidak heran jika *Key Informant* menganggap karyawan sebagai keluarga meskipun karyawan tersebut tidak memiliki hubungan kekerabatan sedikit pun dikarenakan hubungan baik yang sudah terjalin. Selain karyawan, pemasok merupakan pihak yang memiliki hubungan sangat erat dan penting dengan *Key Informant*. *Key Informant* juga menjalin hubungan dengan berbagai pemasok diluar pemasok utamanya untuk pemenuhan kebutuhan. Selain dengan karyawan dan pemasok, pelanggan merupakan pihak penting yang memiliki hubungan saling menguntungkan dengan pemilik, informasi-informasi yang diperoleh orang-orang

mengenai Rumah Makan Niswa, berasal dari pelanggan yang telah membeli ayam goreng maupun produk makanan lain di rumah makan tersebut.

Kemudian bentuk yang terakhir adalah bentuk *Linking social capital* atau tipe menghubungkan. *Linking social capital* adalah tipe yang menjangkau individu-individu yang berasal dari kondisi yang berbeda (status sosial berbeda), dan sepenuhnya berasal dari latar belakang yang berbeda, sehingga mendorong untuk memanfaatkan sumber daya yang berasal dari luar komunitasnya, dalam hal ini *Key Informant* bekerjasama dengan perbankan untuk mendapatkan permodalan. *Key Informant* mengakui tidak memiliki hubungan yang terlalu dekat dengan pemerintah, dikarenakan pemerintah disini hanya sebagai lembaga yang mendata bisnis *Key Informant*, namun tidak ada suatu bentuk tindak lanjut akan hal tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa bentuk modal sosial yang paling mendominasi adalah *bridging social capital* yang menekankan pada relasi horizontal. Hal ini disebabkan karena pemilik tidak banyak menjalin hubungan dengan pihak vertikal seperti pemerintah, dinas, perusahaan maupun organisasi. Namun demikian, *Key Informant* masih memiliki ikatan kerjasama dengan perbankan. Dari hasil penelitian terhadap bentuk modal sosial, ditemukan bahwa ketiga bentuk modal sosial seperti *bonding*, *bridging* dan *linking* merupakan satu kesatuan yang berhubungan dan bersifat saling melengkapi dalam penerapan keberlangsungan bisnis Rumah Makan Niswa.

4. Kesimpulan

1. Penyelesaian masalah berupa *sharing* merupakan langkah tepat untuk menemukan sebuah solusi dikarenakan rumah makan ini tidak menetapkan sanksi pada suatu pelanggaran.
2. Unsur modal sosial berupa kepercayaan mempunyai peran penting dalam proses pemenuhan bahan baku dan penjualan. Rasa percaya yang terjalin antara *Key Informant* dengan pemasok telah berhasil membuat transaksi dan pemenuhan baku menjadi lebih lancar serta transparan. Sedangkan dalam hal penjualan, kepercayaan antar *Key Informant* dengan karyawan merupakan modal utama dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Unsur modal sosial berupa jaringan yang telah terbentuk memberikan berbagai informasi dalam pemenuhan bahan baku dan SDM. Selain itu jaringan yang terjalin dengan pelanggan juga dapat memberikan manfaat seperti penyaluran informasi/ promosi bahkan dapat menciptakan jaringan baru (cabang baru yang kemungkinan besar akan dikelola oleh salah satu karyawannya) demi mendukung keberlangsungan bisnis Rumah Makan Niswa.
4. Bentuk *bonding social capital* dapat dilihat melalui dukungan anggota keluarga *Key Informant* dalam menjalankan bisnis turun temurun Rumah Makan Niswa. Bahkan *Key Informant* dapat memotivasi kedua putranya untuk turut berkecimpung dalam bisnis ini.
5. Bentuk *bridging Social Capital* dapat dilihat melalui hubungan antara *Key Informant* terhadap pemasok, karyawan, hingga pelanggan. Bentuk *bridging social capital* merupakan bentuk modal sosial yang paling mendominasi karena menekankan pada relasi horizontal.

- 6 Bentuk *linking social capital* memang tidak terlihat berdampak secara dominan dalam penelitian ini. Hal tersebut disebabkan karena pemilik tidak banyak menjalin hubungan dengan pihak vertikal seperti pemerintah, dinas, perusahaan maupun organisasi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa ketiga bentuk modal sosial seperti *bonding*, *bridging* dan *linking* merupakan satu kesatuan yang berhubungan dan bersifat saling melengkapi demi keberlangsungan bisnis Rumah Makan Niswa.

Saran

- 1 *Key Informant* perlu menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak seperti keluarga, pelanggan, karyawan, dan pemasok serta perbankan demi menjaga keberlangsungan bisnis tersebut.
- 2 Hendaknya pemilik maupun karyawan lebih memperhatikan kebersihan tempat, penggantian minyak goreng secara berkala, hingga merawat kondisi fasilitas-fasilitas lain yang menunjang kenyamanan pelanggan Rumah Makan Niswa.

Daftar Pustaka

- Adinda, F. 2015. *Tahu Serasi Dalam Perspektif Modal Sosial (Studi Sosiologi Peran Modal Sosial Pada Tahu Serasi di Bandungan, Kabupaten Semarang)*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Alfiasari., Hadi Dharmawan, A., & Martianto, D. 2009. Modal Sosial dan Ketahanan pangan Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Tanah Sereal dan Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor. *Jurnal Sodality*, 3.
- Hasbullah. 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta: MR United Press.
- Herdiyansah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Humaira, R. 2011. *Peranan Modal Sosial Dalam Pengembangan Nilai-Nilai Kewirausahaan*. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Lawang, R. 2005. *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologik*. Depok: FISIP UI Press.
- Moleong, J. L. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pandi. 2016. *Peran Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Pedagang Burjo Di Salatiga*. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Putnam, R. D. 1995. Turning In, Turning Out: The Strange Disappearance of Sosial Capital in America. *Political Science and Politics*, 28.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Woolcock, M. 2003. *Social Capital*. Thousand Oaks: Sage.