

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang teori yang menjadi dasar pokok permasalahan penelitian. Teori yang akan dibahas pada bab ini yaitu teori ekonomi kelembagaan, pola hubungan patron klien, modal sosial, serta usaha warung makanan. Selain itu, dalam bab ini akan dikemukakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Definisi Ekonomi Kelembagaan**

Menurut North dalam Yustika (2013) kelembagaan diartikan sebagai batasan-batasan yang telah ditetapkan untuk membentuk pola interaksi yang harmonis antara seorang individu dalam melakukan interaksi politik, ekonomi, dan sosial. North juga mengemukakan bahwa kelembagaan adalah sejumlah peraturan-peraturan yang ditetapkan dalam masyarakat maupun komunitas yang mengatur adanya hak, kewajiban, serta kewenangan. Aturan-aturan tersebut berupa aturan formal (misalnya, peraturan undang-undang, konstitusi, dan lain-lain) dan aturan informal (misalnya, norma sosial, agama, dan adat istiadat). Aturan-aturan tersebut juga menentukan struktur insentif masyarakat, khususnya perekonomian. Manusia menciptakan aturan tersebut untuk membuat tatanan yang baik serta mengurangi ketidakpastian dalam proses pertukaran yang dilakukan.

Menurut Yustika (2013) peran kelembagaan dalam perekonomian adalah sebagai sebuah sarana untuk mengurangi ketidakpastian atau mengurangi adanya resiko. Kelembagaan berperan penting mengatur sumber daya serta distribusi

untuk memperhatikan peningkatan potensi pembangunan ekonomi Suciati *et al.* (2014). Kelembagaan hadir dalam masyarakat sebagai media maupun wadah untuk membentuk kekuatan dalam memenuhi segala kebutuhan yang sesuai dengan pola kelembagaan. Berdasarkan kelembagaan yang ditetapkan untuk mengatur pola perilaku serta mensejahterakan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan hidup, maka kontribusi kelembagaan dalam perekonomian sangat penting.

Williamson dalam Sari (2012) mengemukakan institusi sebagai aturan main ke dalam empat tingkatan institusi yang saling memiliki hubungan timbal balik, yaitu:

1. Tingkatan pertama merupakan *social embeddedness* atau lekat sosial di mana institusi telah melekat pada waktu yang sangat lama dalam kehidupan masyarakat serta telah dijadikan sebuah pedoman dalam kehidupan. Tingkatan pertama ini juga disebut sebagai institusi informal yang telah melekat dalam masyarakat seperti tradisi, adat istiadat, maupun agama. Perubahan yang terjadi dalam tingkatan ini terjadi sangat lambat, spontan, dan alamiah pada hitungan abad sampai milenium. Lambatnya perubahan yang terjadi dalam tingkatan ini karena institusi mampu diterima serta diakui oleh masyarakat.
2. Tingkatan kedua terkait dengan lingkungan kelembagaan (*institutional environment*). Tingkatan kedua ini menekankan pada ekonomi kepemilikan (*economics of property rights*) yang terdiri dari aturan main formal. Institusi dalam tingkatan ini berhubungan dengan aturan hukum,

khususnya hak kepemilikan, konstitusi, peraturan perundang-undangan, lembaga yudikatif, serta birokrasi. Pelaksanaan hak kepemilikan serta hukum kontrak adalah hal yang paling utama dalam tingkatan kedua ini. Sistem perusahaan swasta (*private-enterprise*) tidak mampu berfungsi dengan baik jika tidak ada hak kepemilikan akan sumber daya. Hak kepemilikan yang dimiliki akan memaksa orang yang hendak memakai sumber daya tersebut untuk membayar kepada pemiliknya.

3. Tingkatan ketiga yaitu tentang struktur tata kelola (*government*) yang menekankan kontrak dan biaya transaksi (*transaction cost economics*). Hak milik, hukum kontrak, serta perlindungan kontrak tetap penting dan tidak dapat diabaikan. Hal tersebut mampu dilakukan dengan pengaturan serta penegakan sistem kontrak dengan baik. Mengurangi konflik, menciptakan tatanan yang baik, dan menghasilkan manfaat bersama (*mutual gains*) merupakan tujuan dari tata kelola.
4. Tingkatan keempat menekankan pada efisiensi sumber daya serta struktur insentif. Tingkatan ini merupakan institusi dalam mengatur alokasi sumber daya. Institusi tersebut mengatur hubungan *principal* dan *agent* atau yang biasa dikenal dengan teori keagenan (*agency theory*). Hubungan ini akan terjalin dengan baik atau efisien jika ada sistem insentif (*reward and punishment*) di antara mereka yang dirancang dengan baik. Menciptakan sistem penetapan harga yang adil, menjaga, serta mengatur pasokan komoditas strategis dan sistem insentif yang berkeadilan yang mampu meningkatkan produktivitas. Teori keagenan (*agency theory*) menyatakan

hubungan antara *principal* dan *agent* muncul ketika satu orang (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*). Ciri asumsi teori keagenan adalah informasi tidak simetris karena agen memiliki pengetahuan lebih banyak tentang penyelesaian sebuah tugas. Selain itu, karena prinsipal dan agen mempunyai tujuan yang berbeda.

Menurut Witjaksono (2010) hubungan dalam konteks organisasi dan bisnis, modal sosial dapat diartikan sebagai sumber daya (*resources*) untuk kepentingan produksi dan distribusi. Sumber daya yang digunakan untuk sebuah investasi dinamakan sebagai modal sosial. Modal sosial menekankan pada kemampuan suatu kelompok serta pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok yang didasari oleh adanya kepercayaan, norma, serta resiprositas. Inti dari modal sosial adalah bagaimana membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerja sama yang terjalin diwarnai oleh sebuah pola hubungan timbal balik dan saling menguntungkan yang dibangun atas dasar kepercayaan dan ditopang oleh norma-norma yang kuat.

### **2.1.2. Konsep dan Pola Hubungan Patron Klien**

Istilah patron berasal dari ungkapan bahasa Spanyol yang berarti seseorang yang mempunyai kekuasaan, status, serta wewenang, sedangkan klien yang berarti seorang bawahan yang dapat diperintah dan disuruh Scott dalam Muali (2015). Pola hubungan patron klien terjadi di mana seorang patron akan bertindak sebagai penjamin penuh kebutuhan kliennya. Seorang klien harus bersedia secara sukarela memberikan tenaga dan dukungan bagi patron karena terikat oleh utang budi. Teori tersebut untuk menjelaskan bahwa dalam sebuah interaksi sosial yang

terjadi, masing-masing individu maupun kelompok melakukan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan (resiprositas).

Scott dalam Muali (2015) menyatakan dalam hubungan patron dan klien terdapat sebuah hubungan resiprositas yang mempunyai nilai dalam kehidupan sosial. Norma resiprositas dalam hubungan patron klien mempunyai prinsip dasar, yaitu harus membantu orang yang pernah membantu mereka atau jangan sampai merugikan. Hubungan patron dan klien berupa hubungan suatu kasus khusus antara dua orang yang sebagian besar melibatkan persahabatan, di mana seseorang memiliki kedudukan sosial ekonomi yang lebih tinggi (patron) Wibawa dan Santosa (2015). Patron menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk memberikan sebuah perlindungan maupun keuntungan terhadap orang yang memiliki status sosial dan ekonomi yang lebih rendah (klien). Berdasarkan hal tersebut, maka klien akan membalas kebaikan patron dengan memberikan dukungan umum dan bantuan, termasuk jasa-jasa pribadi kepada patronnya. Pertukaran hubungan patron dan klien ini merupakan jalinan yang berkelanjutan, biasanya hubungan ini terjadi dalam jangka panjang Wibawa dan Santosa (2015). Imbalan yang akan diberikan oleh klien terhadap patron bukan berupa materi. Patron tidak mengharapkan materi atau uang dari klien, tetapi mengharapkan imbalan jasa atau apapun yang sedang dibutuhkan oleh patron.

Scott dalam Muali (2015) menjelaskan ciri-ciri ikatan yang terjalin antara patron dan klien sebagai berikut:

1. Karena adanya kepemilikan sumber daya ekonomi yang tidak seimbang.

2. Adanya hubungan resiprositas. Hubungan resiprositas adalah hubungan yang saling menguntungkan serta saling memberi dan menerima.
3. Hubungan loyalitas. Loyalitas adalah adanya ketaatan atau kepatuhan.
4. Hubungan personal. Hubungan personal adalah hubungan yang bersifat langsung antara patron dan klien, sehingga mengakibatkan hubungan yang terjalin bukan hanya bermotifkan keuntungan saja, namun juga mengandung unsur perasaan.

Klien atau pekerja pada usaha warung makanan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya harus bergantung kepada patron atau sebagai pemilik usaha. Hubungan di antara keduanya akan terus berlanjut serta melahirkan hubungan yang bersifat resiprositas dan disebut dengan hubungan patron klien Wibawa dan Santosa (2015). Pemilik usaha memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya agar dapat menjadi patron dan dapat merekrut klien. Patron memberikan pekerjaan kepada klien berupa pekerja untuk membantu menyelesaikan produksi makanan dan minuman serta menyajikannya kepada konsumen. Hubungan seperti dalam kasus pemilik usaha dengan pekerja pada usaha warung makanan mengharuskan pekerja sebagai klien lebih bergantung kepada sang patron atau pemilik usaha. Pekerja sebagai klien harus lebih patuh dan harus mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh pemilik usaha.

Menurut Scott dalam Muali (2015) hubungan yang terjalin antara pemilik usaha dengan pekerja, bukan atas dasar paksaan atau kekerasan. Scott menyampaikan bahwa dalam hubungan patron dan klien mengandung unsur yang

merupakan segala sesuatu yang berharga di mata orang lain, baik pemberian tersebut berupa jasa maupun barang. Berdasarkan pemberian tersebut, maka pihak penerima akan merasa berkewajiban untuk membalasnya, sehingga terjadi hubungan timbal balik.

### **2.1.3. Definisi Modal Sosial**

Teori modal sosial pertama kali diperkenalkan oleh Pierre Bourdieu pada tahun 1970-an dan Coleman pada tahun 1988. Definisi yang diperkenalkan oleh Coleman dalam Yustika (2013) modal sosial merupakan kemampuan untuk bekerja sama yang dilakukan oleh masyarakat demi mencapai suatu tujuan bersama dalam suatu kelompok maupun organisasi. Coleman juga menyatakan bahwa dalam struktur modal sosial yang terjalin berdasarkan ekspektasi akan mengarah pada kerja sama yang saling menguntungkan Coleman (1988) dalam Yustika (2013). Bourdieu menyatakan bahwa modal tidak hanya sebagai alat-alat produksi, namun mempunyai pengertian yang lebih luas dan dapat diklasifikasikan menjadi tiga golongan, yaitu: (a) modal ekonomi (*economic capital*), (b) modal kultural (*cultural capital*), dan (c) modal sosial (*social capital*). Modal ekonomi dapat disebut seperti kepemilikan alat-alat produksi, modal kultural seluruh intelektual yang dapat diperoleh melalui pendidikan maupun warisan keluarga dan modal sosial seperti memiliki kewajiban-kewajiban sosial (Kimbal, 2020).

Modal sosial didasari oleh adanya kepercayaan (*trust*), norma dan resiprositas yang memungkinkan suatu kegiatan dapat terkoordinasi serta berjalan dengan baik. Oleh karena itu, anggota dalam kegiatan dapat bekerja sama maupun

berpartisipasi dalam mencapai tujuan bersama yang hendak dicapai. Adanya modal sosial ini akan mempengaruhi produktivitas individu atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan organisasi sosial. Apabila keberadaan modal sosial tidak muncul, maka akan membuat tujuan yang akan diraih tidak tercapai. Putnam (1983) dalam Yustika (2013) juga menyatakan ide dasar teori modal sosial adalah gambaran organisasi sosial di mana jaringan sosial mempunyai nilai dan kontak sosial yang berpengaruh pada produktivitas individu maupun kelompok. Bourdieu dan Loic Wacquant menyatakan bahwa sejumlah sumber daya yang nyata pada individu atau kelompok, itu berdasarkan kepemilikan jaringan yang awet. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun kerja sama sangat dibutuhkan hubungan yang kuat dan awet untuk mencapai tujuan individu maupun kelompok. Modal sosial menjadi sebuah investasi sosial yang sangat dibutuhkan oleh individu maupun kelompok yang didasari oleh kepercayaan, norma, dan resiprositas.

#### **2.1.3.1. Tipe Modal Sosial**

Terlepas dari pengertian tentang modal sosial di atas, Pamungkas dan Sunaryanto (2018) membedakan tipe modal sosial yaitu:

- a. Modal sosial yang mengikat, yaitu terdapat ikatan antar individu pada kondisi yang sama, seperti teman akrab, keluarga dekat, tetangga, atau sahabat.
- b. Modal sosial yang menjembatani, yaitu modal sosial dengan ikatan lebih longgar dari beberapa orang, berperan sebagai jembatan dalam

menghubungkan seseorang dengan orang lain, seperti rekan kerja, atau teman jauh.

- c. Modal sosial yang menghubungkan, menjangkau individu yang berasal dari status sosial yang berbeda, sehingga mendorong anggotanya memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya.

### **2.1.3.2. Unsur-unsur Modal Sosial**

Unsur-unsur modal sosial dalam penelitian ini adalah kepercayaan (*trust*), norma dan resiprositas (hubungan timbal balik).

#### **a. Kepercayaan (*trust*)**

Unsur utama serta terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan, atau dapat dikatakan *trust* yang mampu dipandang sebagai keharusan dalam terbangunnya modal sosial yang kuat. Kepercayaan adalah seperangkat harapan yang muncul dalam masyarakat yang ditunjukkan dengan adanya perilaku yang jujur dan bekerja sama berdasarkan norma-norma yang telah disepakati bersama Fukuyama (1995) dalam Widyawan (2020). Solidaritas yang kuat mampu membuat individu bersedia menjalankan maupun menaati aturan, sehingga memperkuat kebersamaan. Berdasarkan kepercayaan (saling percaya) yang dimiliki, maka akan membentuk hubungan-hubungan kerja sama yang baik.

Kepercayaan akan semakin kuat jika didukung oleh adanya norma dan resiprositas. Ketaatan dan keterkaitan terhadap norma sosial akan memberikan hubungan timbal balik dalam satu kesepakatan bersama. Hal tersebut akan membantu mempermudah anggota dalam membentuk dan mengenal kelompok jaringan sosial. Yustika (2013) mengemukakan hal yang sama, bahwa

kepercayaan adalah salah satu kunci dalam modal sosial. Dasar dari kerja sama yang terjalin antar individu maupun antar kelompok adalah kepercayaan. Kepercayaan yang tinggi menunjukkan adanya kualitas hubungan yang kuat serta semangat kerja yang tinggi. Persediaan modal sosial yang dimiliki masyarakat itu berbeda-beda dalam radius dari kepercayaan, seperti sejauh mana jangkauan norma-norma, kerja sama, kejujuran pada pemenuhan kewajiban, solidaritas, serta rasa keadilan (Verawati, 2012). Hilangnya sebuah kepercayaan dapat menyebabkan banyak waktu dan energi yang terbuang untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.

Tiga hal penting yang ada dalam kepercayaan, yaitu: (1) hubungan yang terjalin antara dua orang atau lebih, (2) adanya harapan serta tujuan yang akan dicapai dalam hubungan itu, yang tidak akan merugikan salah satu atau kedua belah pihak dan (3) interaksi sosial yang memungkinkan harapan dan tujuan itu terwujud (Saifuddin, 2008).

#### **b. Norma**

Menurut Saifuddin (2008) norma adalah sekumpulan aturan dengan harapan akan dipatuhi dan diikuti oleh setiap anggota masyarakat dalam suatu kelompok sosial tertentu. Aturan-aturan tersebut biasanya bukan aturan tertulis tetapi dipahami dan dimengerti oleh setiap anggota yang terlibat dalam suatu kelompok atau organisasi tertentu. Norma dapat terbentuk melalui tradisi atau sejarah yang mampu membangun tata cara berperilaku seseorang atau kelompok masyarakat, kemudian akan muncul modal sosial secara tidak sengaja atau

spontan dalam rangka menentukan aturan yang ditetapkan untuk kepentingan pribadi maupun kelompok (Widyawan, 2020).

Sifat norma sosial menurut Saifuddin (2008), yaitu: (1) terjadinya pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak akan memunculkan norma, artinya jika pertukaran hanya memberikan keuntungan pada salah satu pihak, maka pertukaran sosial berikutnya pasti tidak akan terjadi. Oleh karena itu, norma yang muncul di sini bukan terjadi lewat salah satu pertukaran saja, tetapi karena terjadi beberapa kali pertukaran yang menguntungkan bagi kedua belah pihak dan menjadi sebuah kewajiban yang harus dipelihara, (2) bersifat resiprokal, yaitu isi norma menyangkut dalam hak dan kewajiban kedua belah pihak yang dapat menjamin keuntungan yang diterima dalam suatu kegiatan tertentu. Norma jika dilanggar akan berdampak pada keuntungan yang diperoleh antara kedua belah pihak serta akan diberikan sanksi, (3) keuntungan kedua belah pihak akan merata jika hubungan yang terjalin sudah lama.

### **c. Resiprositas**

Resiprositas merupakan pertukaran timbal balik antara individu atau antar kelompok Sairin dalam Pribadhi (2011). Resiprositas atau hubungan timbal balik yang dimaksud pada penelitian ini adalah kecenderungan untuk saling tukar menukar kebaikan yang berwujud seperti kepedulian sosial, saling memperhatikan satu dengan yang lain, dan saling membantu. Hubungan timbal balik (resiprositas) antara patron dan klien yang terjalin, karena didorong oleh adanya norma yang melekat dalam diri para pemilik usaha maupun pekerja usaha mikro kecil. Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik itu jasmani maupun rohani

akan selalu membutuhkan orang lain (Sembiring, 2006). Pertukaran yang terjadi dilakukan antara orang per orang atau kelompok dengan kelompok, seperti barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Resiprositas merupakan pola pertukaran sosial ekonomi, di mana pada pertukaran tersebut, individu memberikan serta menerima barang atau jasa karena kewajiban sosial Pribadhi (2011). Kewajiban yang terdapat antara individu maupun kelompok adalah untuk memberi, menerima, serta mengembalikan kembali pemberian dalam bentuk yang sama atau berbeda. Teori resiprositas pertama kali dikemukakan oleh Bronislaw Malinowski. Teori resiprositas dilandaskan pada prinsip transaksi ekonomi yang elementer, yakni di mana orang akan menyediakan sebuah barang atau jasa dan sebagai imbalannya, akan memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Segala bentuk yang diberikan akan selalu disertai dengan pemberian imbalan karena pada dasarnya tidak ada pemberian yang cuma-cuma (Pribadhi, 2011).

Menurut Muali (2015) resiprositas didasarkan pada perasaan individu serta mampu menciptakan sebuah kekuatan solidaritas dalam masyarakat. Hubungan timbal balik dapat terjadi dalam hal sumbang menyumbang acara perkawinan, kelahiran atau menyumbang untuk orang yang ada dalam musibah. Hal tersebut berupa gotong royong ataupun saling memberikan hadiah dalam acara perayaan tertentu. Resiprositas memberikan sebuah ikatan untuk masyarakat melalui organisasi sosial kemasyarakatan, agama atau karena adanya rasa senasib sepenanggungan untuk melanjutkan hubungan–hubungan sosial yang terjalin.

#### **2.1.4. Usaha Warung Makanan**

Menurut Kesmas (2017) Warung makanan merupakan makanan dan minuman sudah siap konsumsi yang dipersiapkan atau dijual di jalan atau tempat-tempat umum lainnya. Warung makan juga sering disebut dengan berbagai nama sejenis, seperti warung tegal (warteg), kedai makanan, kantin, warung padang, dan sebagainya. Banyaknya jumlah usaha warung makanan akan memperluas lapangan kerja bagi para pengangguran. Selain itu, dengan adanya usaha tersebut mampu meningkatkan pendapatan masyarakat terutama di daerah pedesaan yang memiliki pendapatan rendah. Peranan usaha warung makanan pada perekonomian sangat besar dan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi akan semakin besar, apabila mampu terus bertahan dan berkembang. Berkaitan dengan kontribusi usaha warung makanan tersebut, sehingga pemberdayaan dan pengembangan sebuah usaha mikro kecil menjadi salah satu hal yang penting dan perlu dipertahankan dan dikembangkan.

Badan Pusat Statistik (2014) menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha seperti usaha mikro, usaha kecil serta usaha menengah. Menurut Badan Pusat Statistik, usaha mikro merupakan usaha dengan jumlah pekerja 1 hingga 4 orang, usaha kecil dengan jumlah pekerja antara 5 sampai 19 pekerja dan usaha menengah memiliki jumlah pekerja antara 20 sampai dengan 99 orang.

#### **2.2. Studi Terkait**

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Wibawa dan Santosa (2015) menganalisis mengenai Hubungan Kerja Patron Klien Sentra Industri Pembuatan

Genteng Winong di Desa Gulun Kecamatan Maospati Kabupaten Magetan, Provinsi Jawa Timur Tahun 2015. Penelitian merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik untuk memilih informan pada penelitian ini, yaitu teknik *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi secara langsung di lapangan yaitu di Sentra Industri Pembuatan Genteng Winong. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pola hubungan patron dan klien yang terjalin antara majikan dengan buruh industri pembuatan genteng terdapat hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara keduanya. Hubungan sosial yang terjalin berjalan dengan bebas namun tetap harus bertanggung jawab antara satu dengan yang lainnya. Hal tersebut memiliki tujuan untuk menggambarkan terdapat hubungan bersifat kekeluargaan dan saling mempercayai antara patron dan klien pada Industri Pembuatan Genteng Winong.

Anisrawati *et al.* (2018) meneliti tentang Hubungan Patron Klien antara Pengusaha dan Buruh Mebel di Desa Bangunsari, Kecamatan Lasalepa Kabupaten Muna. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh dari adanya observasi dan wawancara. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa hubungan patron klien pada pengusaha dan buruh mebel terjadi atas dasar saling membutuhkan dan menguntungkan. Hak dan kewajiban pengusaha dapat dilihat seperti memperhitungkan upah buruh yang selalu adil, serta penjatuhan denda atas pelanggaran. Hak dan kewajiban buruh seperti mendapat upah, di mana buruh akan menerima upah sesuai dengan hasil kerjanya.

Selanjutnya Pamungkas dan Sunaryanto (2018) melakukan penelitian tentang Analisis Dampak Kepemilikan Modal Sosial terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil di Rumah Makan Niswa. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan desain deskriptif. Data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa ketiga bentuk modal sosial seperti *bonding*, *bridging*, dan *linking* adalah satu kesatuan yang saling berhubungan serta melengkapi demi kesuksesan bisnis rumah makan Niswa. Bentuk *bonding social capital* dapat terlihat dari dukungan keluarga. Ikatan keluarga menjadi sangat penting dalam mencapai tujuan usaha. Bentuk *bridging social capital* dapat dilihat dengan adanya hubungan baik dan kerja sama antara pemilik, karyawan, konsumen dan pemasok. *Linking social capital* adalah menjangkau individu yang berasal dari status sosial yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamiru *et al.* (2019) mengambil topik tentang Modal Sosial Pekerja Minyak Kayu Putih di Desa Waplau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif mengikuti konsep yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Analisis data yang dilakukan adalah melakukan wawancara mendalam dengan pihak yang terkait dan memberikan kuesioner kepada informan di Desa Waplau Kabupaten Buru. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa modal sosial merupakan indikator keberhasilan pekerja minyak kayu putih dalam mencapai tujuan. Aspek modal sosial mempunyai

keterkaitan yang kuat antara pemilik tanah, penyewa, pekerja persewaan, pemilah daun, juru masak, dan buruh dalam menyelesaikan penyulingan minyak, sehingga modal sosial menjadi instrumen produktivitas minyak kayu putih di Desa Waplau.

Kimbal (2020) melakukan penelitian dengan topik Peran Modal Sosial di kalangan Pekerja Perempuan dalam Mempertahankan Usaha Mikro Kecil. Metode penelitian kualitatif melalui studi kasus pada UIK Kacang Hai Jessivar adalah metode yang digunakan pada penelitian ini. Adapun Teknik untuk mengumpulkan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang dipilih adalah model maju bertahap *spradley*. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa modal sosial terbentuk dengan hadirnya beberapa unsur dasar dari modal sosial yang tercipta melalui hubungan yang terjalin antara pemilik usaha dengan para pekerja perempuan. Penguatan manajemen dengan adanya modal sosial di kalangan pekerja perempuan terlihat dalam hal: (1) adanya tanggung jawab para pekerja dalam menyelesaikan produksi Kacang Hai sampai akhir, (2) pembagian kerja teratur sesuai dengan kemampuan sehingga mudah dijalankan, (3) jika terdapat kendala dalam memproduksi Kacang Hai, para pekerja saling menolong pekerjaan satu dengan yang lainnya, (4) meskipun tidak diawasi para pekerja perempuan selalu tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan, (5) hubungan pertemanan yang terjalin digunakan untuk memberdayakan perempuan lainnya, (6) kemudahan dalam mencari pekerja berkualitas, (7) jam kerja yang tidak terikat tetapi para pekerja selalu disiplin.