

Kode>Nama Rumpun Ilmu	: 720/Bidang Pendidikan Ilmu Sosial Lain Yang Belum Tercantum
Bidang Fokus	: Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi (PDUPT)
Klaster Penelitian	: Penelitian Madya (Klaster 2)

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN PROGRAM DOSEN WAJIB MENELITI



**PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP KETAHANAN USAHA
PEDAGANG PASAR TERAPUNG DI PROPINSI
KALIMANTAN SELATAN**

Dibiayai oleh:
DIPA Universitas Lambung Mangkurat Tahun Anggaran 2021
Nomor : 023.17.2.677518/2021 tanggal 23 November 2020
Universitas Lambung Mangkurat
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Sesuai dengan SK Rektor Universitas Lambung Mangkurat
Nomor : 697/UN8/PG/2021 tanggal 22 Maret 2021

TIM PENELITI :

Dr. Supriyanto, M.Pd	0010075907 (Ketua)
Mahmudah Hasanah, M.Pd	0021037903 (Anggota)

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
NOPEMBER 2021

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN WAJIB MENELITI**

Judul : Pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung di Propinsi Kalimantan Selatan

Klaster Penelitian : Penelitian Madya (Klaster 2)

Ketua Peneliti :

a. Nama : Dr. Supriyanto, M.Pd (L)

b. NIDN : 0010075907

c. Jabatan / Golongan : Lektor Kepala / IV.b

d. Jenjang Pendidikan : S3

e. No. HP : 08125102837

f. Alamat Surat (eMail) : supriyanto@ulm.ac.id

g. Intansi Perguruan Tinggi : FKIP ULM

Anggota Peneliti :

a. Nama : Mahmudah Hasanah, M.Pd (P)

b. NIDN : 0021037903

c. Jabatan / Golongan : Lektor / III.c

d. Jenjang Pendidikan : S2

e. No. HP : 0813

f. Alamat Surat (eMail) : mahmudah.hasanah@ulm.ac.id

g. Intansi Perguruan Tinggi : FKIP ULM

Mahasiswa yang terlibat

a. Nama Lengkap / Nim (1) : Ahmad Aldy Junaidy / 1710113210001

Tahun Pelaksanaan : Tahun 2021

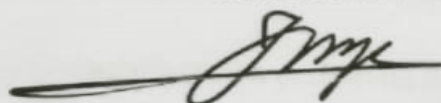
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp. 30.000.000 (Tiga Puluh Juta Rupiah)

Mengetahui,
Dekan FKIP ULM



Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si
NIP. 196508081993031003

Banjarmasin, Nopember 2021
Ketua Peneliti



Dr. Supriyanto, M.Pd.
NIP.195907101985031005

Menyetujui:
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Lambung Mangkurat

Prof. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si
NIP. 196805071993031020

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

Judul Penelitian : **Pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung di Propinsi Kalimantan Selatan**

1. Tim Peneliti

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi
1	Dr. Supriyanto, M.Pd	Ketua	Pendidikan Ekonomi	ULM
2	Mahmudah Hasanah, M.Pd	Anggota	Pendidikan Ekonomi	ULM

2. Objek Penelitian : Pedagang pasar terapung di Propinsi Kalimantan Selatan

3. Masa Pelaksanaan

Mulai : Bulan Mei Tahun 2021

Berakhir : Bulan Oktober Tahun 2021

4. Usulan Biaya : Rp 30.000.000,-

5. Temuan yang ditargetkan

Produk berupa: 1) dokumen deskriptif mengenai Pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung, 2) dokumen analisis variabel modal sosial terhadap Ketahanan Usaha, dan 3) laporan penelitian.

6. Kontribusi Mendasar

Kontribusi Mendasar yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini yakni dihasilkannya :

- a) Analisis Deskriptif mengenai pengaruh Modal sosial terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung
- b) Analisis Peningkatan Modal sosial terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung
- c) Rekomendasi pelaksanaan kurikulum dalam proses pembelajaran

7. Rencana Luaran

- a) Kajian deskriptif mengenai Modal sosial terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung
- b) Analisis mengenai pengaruh Modal sosial terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung
- c) Laporan penelitian, dan
- d) Artikel Ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal internasional/jurnal nasional terakreditasi/prosiding pada seminar nasional/dan prosiding pada seminar internasional.

ABSTRAK

Penelitian ini memberikan pemahaman terkait ketahanan usaha melalui modal sosial. Tujuan penelitian ini yakni mengkaji 1) pengaruh modal sosial dimensi *Networking* terhadap ketahanan usaha, 2) pengaruh modal sosial dimensi *Trust* terhadap ketahanan usaha, 3) pengaruh modal sosial dimensi *Reciprocity* terhadap ketahanan usaha, 4) pengaruh modal sosial dimensi *Sharing Information* terhadap ketahanan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian adalah pedagang pasar terapan di Kalimantan Selatan. Data yang diperoleh dianalisa dengan bantuan Structural Equation Modelling –Partial Least Square (SEM-PLS) v. 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) ketahanan usaha melalui modal sosial dimensi *networking* tidak secara langsung berpengaruh. Namun, *networking* diperlukan dalam perluasan aktivitas usaha para pedagang, 2) ketahanan usaha dapat melalui modal sosial dimensi *Trust*, dan 3) ketahanan dapat juga dilakukan melalui modal sosial dimensi *Receprocity* serta, 4) ketahanan usaha dapat melalui modal sosial dimensi *sharing information*. Implikasi penelitian dapat diketahui bahwa pedagang pasar terapan Kalimantan Selatan dalam mempertahankan usaha dapat melalui pemahaman terkait modal sosial.

Kata kunci: *Modal Sosial, Networking, Trust, Receprocity, Sharing Information, Ketahanan Usaha*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Temuan dan Luaran	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Batasan Konsep	8
2.1.1 Pengertian Modal Sosial.....	8
2.1.2 Jenis Modal Sosial	12
2.1.3 Ketahanan (Resilience)	13
2.1.4 Pasar	14
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Diagram Alir Penelitian.....	18
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	19
3.1 Tujuan Penelitian.....	19
3.2 Manfaat Penelitian.....	19
BAB 4 METODE PENELITIAN	20
4.1 Jenis Penelitian.....	20
4.2 Populasi dan Sampel.....	20
4.2.1 Populasi	20
4.2.2 Sensus.....	21
4.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	21
4.3.1 Variabel Eksogen (<i>Exsogeneous Variable</i>).....	22
4.3.2 Variabel Endogen (<i>Endogeneous Variable</i>).....	24
4.4 Teknik Analisis Data	25
BAB 5 HASIL DAN LUARAN DICAPAI	27

5.1 Hasil Penelitian	27
5.1.1 Validitas Instrumen penelitian.....	27
5.1.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	28
5.2 Pembahasan.....	31
5.2.1 Pengaruh Modal Sosial (<i>Networking</i>) terhadap Ketahanan Usaha	31
5.2.2 Pengaruh Modal Sosial (<i>Trust</i>) terhadap Ketahanan Usaha.....	32
5.2.3 Pengaruh Modal Sosial (<i>Reciprocity</i>) terhadap Ketahanan Usaha	33
5.2.4 Pengaruh Modal Sosial (<i>Sharing Information</i>) terhadap Ketahanan....	33
Usaha.....	33
BAB 6 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA. Error! Bookmark not defined.	
BAB 7 PENUTUP	35
7.1 Kesimpulan	35
Lampiran 1. Rencana Anggaran Biaya (RAB)..... Error! Bookmark not defined.	
Lampiran 2. Dukungan Sarana dan Prasarana.....	36
Lampiran 3. Susunan organisasi tim peneliti dan pembagian tugas.....	37
Lampiran 4. Biodata ketua dan anggota tim pengusul.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kalimantan Selatan	3
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk dan Laju Penduduk di Propinsi Kalimantan Selatan .	3
Tabel 2.1 Tipe-Tipe Modal Sosial	11
Tabel 5.1 Construct Reliability and Validity	29
Tabel 5.2 Fornell-Larcker Criterion.....	29
Tabel 5.3 Koefisien Determinan.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Alir Penelitian	18
Gambar 4.1 Model Fit Sumber: Diadopsi dari Haryono (2017:6)	26
Gambar 5.1 Output loading	27
Gambar 5.2 Output Koefisien Jalur Fit.....	28
Gambar 5.3 Output Bootstrapping.....	30
Gambar 6.1 Rencana kegiatan berikutnya	Error! Bookmark not defined.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar merupakan tempat terjadinya kegiatan jual beli antara pedagang dan pembeli. Pasar di Indonesia ini sendiri terdapat dua jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar moderen/pusat perbelanjaan moderen. Pasar tradisional merupakan pasar dimana tempat berdagang tergolong sederhana dan pembeli dapat melakukan penawaran harga pada produk yg dijual oleh pedagang, sedangkan pasar moderen/pusat perbelanjaan moderen memiliki bangunan yang lebih baik dimana disesuaikan dengan perkembangan zaman dan desain yang moderen. Di pasar moderen produk dikemas sedemikian rupa sehingga nampak menarik, dengan harga yang sudah disesuaikan dan tidak ada kegiatan tawar menawar. Pasar terapung merupakan suatu pasar tradisional yang terletak di Pulau Kalimantan, lebih tepatnya Kalimantan Selatan. Pasar terapung yang dikenal oleh masyarakat Kalimantan Selatan dapat ditemukan pada dua lokasi, yaitu pasar terapung di Muara Sungai Kuin, Kota Banjarmasin dan pasar terapung Lok Baintan Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar. Secara geografis Kota Banjarmasin dan Kabupaten Banjar berisikan sungai dengan jumlah yang banyak sehingga membentuk gaya hidup, identitas dan kebudayaan pada masyarakat itu sendiri. Sungai menjadi bagian kehidupan bagi masyarakat banjar secara umumnya, sungai digunakan mencuci, mandi, transportasi, dan tempat berdagang sehingga mayoritas masyarakat banjar pada umumnya membangun mendekati sungai dan diatas sungai. Rumah yang diatas sungai memiliki bentuk rumah panggung ataupun rakit, rumah diatas sungai yang berbentuk rakit dinamakan *Lanting*. Berbeda dengan pasar tradisional pada umumnya, dimana pada pasar terapung aktivitas pedagang yang sangat menarik perhatian adalah dilakukannya aktivitas berdagang di atas sungai yang dilakukan oleh para pedagang tesebut. Pasar terapung ini berlokasi di sungai, sementara proses berdagang utamanya dilakukan di atas sungai dengan menggunakan perahu,

dimana transaksi dilakukan dari satu perahu ke perahu lainnya, perahu ini disebut dengan *jukung*.

Para pedagang yang melakukan kegiatan ini sebagian besar adalah kaum wanita, dimana barang dagangan itu sendiri sebagian besar merupakan produksi dari hasil panen dari kampung-kampung sepanjang aliran sungai tersebut. Hasil dari produksi yang diperdagangkan biasanya adalah sayur-sayuran dan buah-buahan. Kegiatan perdagangan dan aktivitas pedagang di pasar terapung ini sendiri dimulai setelah sholat subuh yaitu sekitar jam 05.00 sampai 08.00 WITA. Para pembeli yang membeli dagangan dari para pedagang ada yang menggunakan perahu, ada pula yang menunggu di *batang*/dermaga kayu, dan bagi penduduk di sekitar sungai bisa membeli dagangan langsung dari rumahnya yang berada di atas sungai. Konsumen seperti ini biasanya masyarakat yang memiliki rumah tinggal yang dibangun di atas sungai.

Pedagang pasar terapung sendiri merupakan pedagang dengan kondisi ekonomi menengah kebawah, sehingga secara keseluruhan pedagang pasar terapung pada saat memulai usahanya memiliki keterbatasan modal secara finansial. Mereka yang memulai membangun usaha dalam berdagang ini sendiri sebagian merupakan modal finansial yang dimiliki mereka sendiri. Sebagian besar mereka yang memiliki kekurangan modal finansial mereka akan meminjam dana atau pun meminta bantuan pada keluarga ataupun kerabat-kerabat mereka. Dalam berdagang ini sendiri pedagang pasar terapung berusaha sebaik mungkin untuk membangun *trust* pada pelanggan mereka terutama pelanggan tetap mereka dengan memberikan penawaran terbaik, berperilaku sopan, dan memenuhi janji pada transaksi yang dilakukan. Adapun bagaimana jaringan sosial yang terbangun seperti kegiatan arisan yang dilakukan oleh kaum wanita, dalam kegiatan arisan terkadang mereka berbagi informasi tentang berdagang atau pun, bagaimana mereka menggunakan uang perputaran dari arisan tersebut untuk modal tambahan mereka dalam berdagang. Putnam (2000:18) menjelaskan bagaimana jaringan sosial itu sendiri juga sangat penting sebagai aturan untuk perilaku yang mereka pertahankan. Jaringan sosial yang terbentuk oleh pedagang pasar terapung ini sendiri merupakan suatu modal sosial yang mampu mengganti modal ekonomi yang membutuhkan finansial sebagai hal utama dalam membangun usaha.

Banyaknya pasar tradisional dan pusat perbelanjaan moderen di Propinsi Kalimantan Selatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Data Jumlah Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Propinsi Kalimantan Selatan

Data Jumlah Pasar Tradisional , Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan di Kalimantan Selatan			
Data	Jumlah Pasar Tradisional	Jumlah Pusat Perbelanjaan	Jumlah Toko Swalayan
Tahun 2017	326	13	8
Tahun 2019	468	5	9
Tahun 2020	560	5	14

Sumber : BPS Propinsi Kalimantan Selatan Tahun 2017, 2019, & 2020.

Dari data tabel 1.1. menunjukkan jumlah pasar tradisional yang masih eksis di Propinsi Kalimantan Selatan. Adapun data jumlah pasar yang cukup banyak ini tidak lepas dari perkembangan kota dan jumlah penduduk yang ada di Kalimantan Selatan. Begitu pula, dengan data jumlah penduduk dari tahun ke tahun terus bertambah sehingga berdampak pada semakin padatnya penduduk di Propinsi Kalimantan Selatan. Pertambahan jumlah penduduk secara otomatis akan menambah jumlah kebutuhan pokok dalam kehidupan rumah tangga, sehingga memberikan efek samping bertumbuhnya pasar-pasar tradisional ini dari tahun ke tahun. Jumlah penduduk propinsi Kalimantan Selatan dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk dan Laju Penduduk di Propinsi Kalimantan Selatan

Kota/Kabupaten	Jumlah Penduduk (Orang)		Laju Pertumbuhan Penduduk Per Tahun %
	2010	2020	2010-2020
Kabupaten Tanah Laut	296,33	348,97	1,59
Kabupaten Kotabaru	290,14	325,62	1,12
Kabupaten Banjar	506,84	565,64	1,07
Kabupaten Barito Kuala	276,15	313,02	1,22
Kabupaten Tapin	167,88	189,48	1,18
Kabupaten Hulu Sungai Selatan	212,49	228,01	0,68
Kabupaten Hulu Sungai Tengah	243,46	258,72	0,59
Kabupaten Hulu Sungai Utara	209,25	226,73	0,78
Kabupaten Tabalong	218,62	253,30	1,44
Kabupaten Tanah Bumbu	267,93	322,65	1,81
Kabupaten Balangan	112,43	130,36	1,44

Kota Banjarmasin	625,48	657,66	0,49
Kota Banjarbaru	199,63	253,44	2,34
Total	3 626,62	4 073,58	1,13

Sumber : BPS Kalimantan Selatan Tahun 2010 & 2020.

Dari data tabel 1.2. menunjukkan jumlah penduduk propinsi Kalimantan Selatan yang terus bertambah dari total keseluruhan dari tahun ke tahun, sehingga mengakibatkan kebutuhan pokok masyarakat propinsi Kalimantan Selatan bertambah pada setiap rumah tangga. Semakin banyak jumlah penduduk propinsi Kalimantan Selatan maka mengakibatkan semakin besar pula tingkat konsumsi masyarakat.

Hal ini yang memicu pertumbuhan pasar-pasar tradisional pada setiap daerah di propinsi Kalimantan Selatan dimana di setiap daerah mulai bermunculan pasar tradisional yang dimanfaatkan pedagang dan pengusaha dalam mendirikan pasar tradisional tersebut. Salah satu, pasar tradisional yang sudah lama ada di propinsi Kalimantan selatan yang bertempat di Kota Banjarmasin yakni pasar terapung muara kuin dan di Kabupaten Banjar pasar terapung lok baitan.

Dalam berdagang dan menjalankan usahanya mereka yang memiliki modal ekonomi yang besar memiliki peluang dalam mempertahankan usahanya yang tinggi dan mampu memajukan usahanya dalam tingkatan yang lebih tinggi. Pemilik modal yang besar akan mampu melakukan berbagai macam cara untuk menarik konsumen untuk membeli produk-produk yang diperdagangkan. Dengan modal yang besar mereka dapat memasang iklan, event-event maupun promosi untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Para pedagang yang memiliki modal ekonomi yang rendah maka akan memiliki daya saing yang rendah dengan tingkat *resilience* yang rendah. Jika pedagang-pedagang atau pengusaha ini dihadapkan dengan pemilik toko swalayan dan mall yang memiliki modal ekonomi yang besar maka akan memiliki masa-masa yang sulit dalam besaing dan bertahan. Damsar (1997:89) menjelaskan bagaimana pasar menjadi suatu struktur yang menghubungkan beberapa aktor yang ada pada pasar, dimana aktor tersebut seperti perusahaan, pemasok (rekanan), pesaing, pelanggan, distributor, pembeli, dan lain-lain. Aktor ini sendiri membangun suatu jaringan hubungan yang kompleks dimana didalamnya itu sendiri

terdapat modal sosial serta modal budaya. Dari sini maka modal sosial mampu menggantikan modal ekonomi yang tidak dimiliki oleh pedagang-pedagang dan pengusaha menengah kebawah. Dengan membangun modal sosial (*Social Capital*) pada masyarakat terutama menengah kebawah akan menjadi kekuatan yang mendukung kebertahuannya suatu usaha tanpa memiliki modal finansial yang tinggi. Modal sosial akan menjadi pilar untuk bertahan dalam persaingan usaha dengan adanya kepercayaan, jaringan sosial, dan kerjasama yang terbangun oleh pengusaha menengah kebawah.

Seperti kita ketahui pedagang maupun pengusaha menengah kebawah memiliki berbagai macam keterbatasan dalam menjalankan suatu usahanya. Sebagian besar kendala-kendala yang dihadapi para pedagang atau pengusaha menengah kebawah adalah keterbatasan modal finansial, keterampilan yang terbatas, tingkat pendidikan yang rendah. Dari kendala ini mereka yang tergolong menengah kebawah terutama rakyat miskin tidak memiliki *freedom of choice* sehingga usaha dan tingkat kesejahteraan hidupnya pun tidak banyak berubah. Para pedagang pasar tradisional terapung ini secara umum penghasilannya akan tergantung pada bagaimana hasil penjualan dari seorang pedagang tersebut, semakin banyak konsumen yang membeli maka semakin banyak *profit* yang dihasilkan, begitu pula sebaliknya jika konsumen mulai beralih pada sumber produsen lain maka pedagang akan mengalami penurunan penghasilan. Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat akibat globalisasi dan bagaimana pembangunan Propinsi Kalimantan Selatan dari segi infrastruktur darat semakin berkembang, dan munculnya usaha dengan pemilik modal finansial yang besar akan menjadi suatu tantangan dalam perdagangan pada pasar tradisional terapung ini. Untuk dapat bertahan dari tantangan yang dihadapi ini maka modal sosial akan menjadi salah satu solusi untuk permasalahan ini. Dengan membangun *Trust* antara pedagang dengan konsumen, atau pun pedagang dengan pedagang, membangun jaringan sosial antar pedagang, dengan pemerintah, ataupun dengan pemilik modal, dan meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, maka dengan semua ini tanpa adanya modal finansial yang besar mampu menjaga suatu tingkat ketahanan pada pedagang pasar tradisional terapung. Tidak hanya sebatas pada tingkat ketahanan pada

usaha akan tetapi juga mampu mengembangkan usaha dengan tanpa modal finansial yang tinggi dimiliki oleh pedagang atau pengusaha tersebut.

Penelitian ini sendiri yang berjudul “Pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung di Kalimantan Selatan” dimana dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada modal sosial para pedagang dan ketahanan bagaimana untuk *resilience business* pedagang pasar terapung. Dalam penelitian ini sendiri menggunakan pendekatan teori modal sosial (*Social Capital*) yang dibentuk oleh 4 dimensi 1) *Networking*, 2) *Trust*, 3) *Receprocity*, dan 4) *Sharing Information* terhadap ketahanan (*resilliance*). Penelitian menggunakan metode kuantitatif.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Dimensi *Networking* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung?
2. Seberapa besar pengaruh Dimensi *Trust* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung?
3. Seberapa besar pengaruh Dimensi *Reciprocity* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung?
4. Seberapa besar pengaruh Dimensi *Sharing Information* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung?

1.3 Temuan dan Luaran

Temuan yang diharapkan dari penelitian ini yakni produk berupa 1) dokumen deksriptif mengenai Pengaruh Modal Sosial terhadap Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Terapung, 2) dokumen analisis variabel modal sosial terhadap Ketahanan Usaha, dan 3) laporan penelitian

Adapun luaran berupa hasil kajian terkait: 1) kajian deskriptif mengenai Modal sosial yang dibentuk dari 4 dimensi terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung, 2) Analisis mengenai pengaruh Modal sosial yang dibentuk dari 4 dimensi terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung, 3) Laporan penelitian, dan 4)

Artikel Ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal internasional/jurnal nasional terakreditasi/prosiding pada seminar nasional/dan prosiding pada seminar internasional.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Batasan Konsep

2.1.1 Pengertian Modal Sosial

Coleman dalam Field (2016:38-41) mendefinisikan modal sosial berdasarkan atas fungsinya. Bukan identitas tunggal, namun variasi dari entitas berlainan yang memiliki kesamaan karakteristik. Semuanya terdiri dari beberapa aspek struktur sosial, dan memfasilitasi tindakan-tindakan individu yang berada di dalam struktur tersebut. Coleman memandang modal sosial sebagai bagian tak terpisahkan dari barang umum yang diciptakan dan memungkinkan memberikan manfaat tidak saja bagi mereka yang berupaya mewujudkannya, namun mereka yang menjadi bagian dari suatu struktur.

Putnam dalam Slamet (2012:18) menjelaskan modal sosial sebagai ciri-ciri kehidupan sosial jaringan, kaidah-kaidah, dan kepercayaan yang memungkinkan partisipan untuk bekerja sama secara lebih efektif guna mencapai tujuan bersama. Modal sosial singkatnya mengacu kepada hubungan sosial dan kaidah-kaidah dan kepercayaan yang menyertai. Putnam menjelaskan bahwa ada tiga dimensi sosial yang terkandung didalamnya, yaitu aringan sosial, norma, dan kepercayaan.

Fukuyama (1996:20-21) menjelaskan bahwa modal sosial adalah kemampuan yang timbul dari kepercayaan yang berada dalam masyarakat ataupun dari bagian-bagian tersebut. Fukuyama menjelaskan hal tersebut dapat muncul apakah didalam kelompok terkecil sekalipun seperti keluarga atau pun pada kelompok terbesar yaitu negara itu sendiri. Fukuyama berpendapat, bagaimana modal sosial akan menjadi hal yang penting bagi industri ekonomi, dikarenakan jika orang-orang di setiap perusahaan mempercayai satu sama lain yang disesuaikan dengan norma etika pada saat mereka berbisnis maka pengeluaran yang diperlukan suatu perusahaan akan berkurang.

Putnam dalam Field (2016:49-50) berpendapat bahwa modal sosial merujuk pada bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan-tindakan

terkoordinasi. Modal sosial mendorong diperkuatnya norma-norma resiprositas, memfasilitasi aliran informasi dan bertindak sebagai cetak biru bagi kerja sama dimasa yang akan datang.

Jonathan H. Turner dalam Damsar (2009:210) berpendapat bahwa kapital sosial menunjukkan pada kekuatan-kekuatan yang meningkatkan potensi untuk perkembangan ekonomi dalam suatu masyarakat dengan menciptakan dan mempertahankan hubungan sosial dan pola organisasi.

Dalam pandangan Lin dalam Slamet (2012:26) modal sosial berperilaku persis seperti modal biasa, yaitu hal ini menyatakan suatu bentuk investasi sumber-sumber daya melalui hubungan sosial dengan sebuah pengembalian yang diharapkan di pangsa pasar. Oleh karena itu, modal sosial terdiri atas sumberdaya yang ditanamkan di dalam suatu jaringan atau hubungan, hal itu dapat berupa kekayaan, kekuasaan, dan reputasi, serta jaringan yang rumit dan luas yang ditanamkan melalui ikatan langsung dan tidak langsung.

Portes dalam Damsar & Indrayani (2013:210-211) menjelaskan bahwa modal sosial sebagai kemampuan individu-individu untuk mengatur sumber-sumber langka berdasarkan keanggotaan mereka dalam jaringan atau struktur sosial yang lebih luas. Konsep modal sosial merujuk pada kemampuan individu untuk memobilisasi sumber-sumber langka terhadap permintaan. Sumber-sumber langka tersebut dapat bersifat nyata secara ekonomi seperti potongan harga dan utang bebas bunga, atau tidak nyata seperti informasi tentang kondisi bisnis.

Hannifan dalam Putnam (2000:16) menjelaskan modal sosial adalah zat paling nyata untuk kehidupan sehari-hari masyarakat: yaitu niat baik, persahabatan, simpati, dan hubungan sosial antara individu dan keluarga yang membentuk unit sosial Individu tidak berdaya, jika membiarkan dirinya sendiri jika dia melakukan kontak dengan tetangganya, dan tetangga mereka yang lain, maka akan ada akumulasi dari modal sosial, yang mana secara langsung memuaskan kebutuhan sosialnya dan yang mungkin menanggung potensi sosial yang cukup untuk peningkatan kondisi hidup secara substansial pada seluruh komunitas. Komunitas secara keseluruhan akan memberikan keuntungan dengan kerjasama pada seluruh bagiannya, sedangkan individual akan

menemukan keuntungan asosiasinya dengan bantuan, simpati, dan persahabatan pada tetangganya.

Hasbullah (2006:23) menjelaskan modal sosial sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan kerja sama dalam masyarakat atau bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti *trust* (rasa saling mempercayai), ketimbal-balikan, aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat atau sejenisnya. Dimensi inti dari modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat untuk bekerjasama membangun suatu jaringan guna mencapai tujuan bersama.

Bourdieu dalam Field (2016:23) menjelaskan bahwa modal sosial adalah jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan. Bourdieu menjelaskan bahwa agar modal sosial tersebut bertahan nilainya, individu harus mengupayakannya.

Stiglitz dalam Slamet (2012:25) menjelaskan adanya empat aspek modal sosial yang berbeda yaitu :

1. Modal sosial sebuah pengetahuan yang tak terucapkan karena memerlukan waktu dan tenaga untuk memproduksinya dan ini adalah suatu alat produksi.
2. Modal sosial dapat dianggap sebagai kumpulan jaringan, yang dengannya seseorang bersosialisasi pada kelompok sosial. Ketika seseorang dalam kelompok sosial dia tahu bagaimana cara berperilaku, dia tahu siapa yang dia panggil, dia tahu apa yang diharapkan dan bagaimana hal itu di ukur.
3. Modal sosial adalah sebuah kumpulan reputasi maupun suatu cara untuk memilah-milah reputasi. Orang-orang berinvestasi dalam reputasi karena hal ini mengurangi biaya transaksi, dan hal ini membantu mendobrak penghalang-penghalang untuk masuk kedalam berbagai hubungan produksi dan pertukaran.
4. Modal sosial meliputi modal organisasi yang telah dikembangkan oleh para manager melalui gaya administrasi, insentif, dan komando, sistem penyelesaian sengketa, gaya, pasar dan sebagainya.

Coleman dalam Damsar & Indrayani (2013:211) menjelaskan bahwa modal sosial memiliki berbagai bentuk, antara lain yaitu:

1. Kewajiban dan harapan
2. Saluran informasi
3. Norma dan sanksi
4. Hubungan otoritas
5. Organisasi sosial

Fukuyama (1996:21) mengatakan bahwa modal sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam ekonomi industri. Fukuyama menggambarkan bagaimana jika orang-orang yang bekerja dalam suatu perusahaan mempercayai satu sama lain maka mereka akan bekerja sesuai dengan norma dan etika yang secara umum, sehingga dalam menjalankan usaha akan memiliki biaya yang lebih sedikit. Jika mereka memiliki kepercayaan yang rendah maka akan bekerja sama hanya dibawah sistem formal dan regulasi, yang mana hanya akan disetujui sesuai dengan perkara, dan sesuai hukum sehingga akan ada berbagai kegiatan yang lebih banyak dilakukan untuk menyelesaikan pekerjaan, sehingga biaya akan lebih banyak.

Portes dalam Damsar & Indriyani (2013:213) menjelaskan terdapat tipe-tipe modal sosial, sebagaimana terlihat pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Tipe-Tipe Modal Sosial

Sumber	Motivasi Donor	Alasan	Contoh
Nilai	Altruistik	Moral umum yang Imperatif	Pemberian orang tua pada anak
Solidaritas	Altruistik	Identifikasi dengan kebutuhan & tujuan kelompok dalam	Pemberian pada orang sekampung
Resiprositas	Instrumental	Harapan kembalian yang sepadan di masa dating	Informasi bisnis
Kepercayaan	Instrumental	Harapan status komunitas yang lebih tinggi dan kembalian yang sepadan di masa datang tunduk pada sanksi kolektif	Jaminan utang pada orang sekampung atau daerah

Sumber : Portes dalam Damsar & Indriyani (2013:213).

2.1.2 Jenis Modal Sosial

Putnam dalam Slamet (2012:27) menjelaskan dalam modal sosial terdapat dua komponen utama dari konsep tersebut, yaitu:

1. Modal Sosial *Bonding*

Putnam menjelaskan *Bonding* mengarah kepada nilai yang diberikan kepada jaringan sosial antara kelompok-kelompok orang yang homogen. Artinya bahwa kelompok tersebut sejenis seperti keluarga suatu individu atau komunitas sejenis

2. Modal Sosial *Bridging*.

Bridging mengacu kepada nilai yang diberikan kepada jaringan sosial antara kelompok-kelompok orang yang heterogen secara sosial. Kelompok heterogen yang dijelaskan dapat dilihat seperti komunitas yang berbeda-beda yang memiliki ikatan atau jaringan.

Michael Woolcock dalam Field (2016:68) membedakan tipe modal sosial kedalam tiga tipe, yaitu :

1. Modal sosial *bonding*, yaitu modal sosial yang mengikat, yang berarti ikatan antar orang dalam situasi yang sama, seperti keluarga dekat, teman akrab, dan rukun tetangga.
2. Modal sosial *bridging*, dimana ikatan yang mencakup lebih longgar dari beberapa orang seperti, teman jauh dan rekan sekerja
3. Modal sosial *linking*, yaitu modal sosial yang menghubungkan, yang menjangkau orang-orang yang berada pada situasi berbeda, seperti mereka yang sepenuhnya ada di luar komunitas, sehingga mendorong anggotanya memanfaatkan banyak sumber daya daripada yang tersedia di dalam komunitas.

Putnam dalam Field (2016:52) menjelaskan dua perbedaan diantara dua bentuk dasar modal sosial, yaitu:

1. *Bonding* (eksklusif). Modal sosial yang mengikat cenderung mendorong identitas eksklusif dan mempertahankan homogenitas. Modal sosial yang mengikat adalah sesuatu yang baik untuk menopang resiprositas spesifik dan memobilisasi solidaritas. Modal sosial pengikat menjadi semacam perekat terkuat di sosiologi,

dalam memelihara kesetiaan yang kuat di dalam kelompok dan mamperkuat identitas-identitas spesifik.

2. Bridging (inklusif)

Modal sosial yang menjembatani cenderung menyatukan orang dari beragam ranah sosial. Modal sosial yang menjembatani lebih mengarah pada menghubungkan aset eksternal dan bagi persebaran informasi dan dapat membangun identitas dan resprositias yang lebih luas.

Adger dalam Slamet (2012:27) menyebutkan dua ikatan dalam sebuah kelompok sosial ekonomi tertentu, modal sosial *bonding* dapat didasarkan kepada hubungan kekeluargaan dan tempat (lokalitas). Dalam modal sosial *bonding* terdapat hal yang berbeda, yaitu apa yang ia sebut sebagai modal sosial *networking* yang didasarkan kepada ikatan-ikatan kepercayaan dan timbal balik yang lebih lemah dan cenderung tidak mengandalkan aturan-aturan penegakan dan sanksi terhadap tindakan bersama non-formal, melainan lembaga hukum dan formal. Warde (Slamet, 2012:28) menjelaskan jaringan *bridging* lebih baik untuk hubungan dengan aset-aset luar dan untuk penyebaran informasi.

2.1.3 Ketahanan (Resilience)

Patel & Gleason (2018 :162) menjelaskan Resilience sebagai kemampuan pada kualitas aktif proaktif dan proses pada level individual, komunitas, institusi dan sistem untuk menghadapi bahaya atau tekanan dan bekerjasama dengan yang lain bertujuan untuk menjaga atau memulihkan secara fungsional dan berhasil pada saat beradaptasi pada keseimbangan baru dan meminimalkan akumulasi dari sebelumnya yang sudah ada atau resiko tambahan dan kerentanan.

Masten dalam Breda & Dickens (2017:265) mendefinisikan *resilience* sebagai kapasitas dari sistem dinamis untuk berhasil beradaptasi terhadap gangguan yang mengancam fungsi sistem, kelangsungan hidup, atau pembangunan. *Resilience* sebagai proses yang memungkinkan sistem (invidual, keluarga, organisasi dan lain-lain) untuk mengatasi kesulitan secara positif atau mencapai hasil positif di tengah kesulitan.

Walker (Askenazy, dkk. 2017:2) mengartikan *resilience* sebagai kapasitas suatu sistem untuk menyerang gangguan dan mengatur kembali (sendiri) pada saat mengalami perubahan sehingga tetap mampu memelihara fungsi, struktur, identitas, dan *feedback* yang sama. Walker dan Folke membedakan tiga aspek *resilience* yang berbeda, yaitu:

1. *Persistence*

Kapasitas untuk menyangga kegoncangan sistemik pada saat melestarikan fungsi dan struktur yang ada.

2. *Adaptability*

Kapasitas untuk mengatasi tantangan seperti ketidakpastian dan keguncangan melalui kebaruan, re-organisasi dan mempelajari pada pemerintahan saat itu.

3. *Transformability*

Kapasitas untuk menciptakan arahan baru yang mengakar pada perubahan radikal pada setiap sistem.

Bene dan Brown (Galappaththi, Galappaththi, & Khodithuwakku , 2017:157) memandang sebagai perpaduan hasil dari menangani, beradaptasi, dan transformasi dalam merespon pada gangguan/perubahan. Sistem *resilience* digambarkan menjadi tiga tipe, yaitu kapasitas *coping capacity* (CC), *absorptive capacity* (AC), dan *transformative capacity* (TC), masing-masing mengarah pada persistensi, perubahan inkremental, dan perubahan transformasional. Respon beragam dan tergantung pada intensitas dan sifat dari perubahan.

2.1.4 Pasar

Damsar (1997:83-84) menjelaskan pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Pasar sebagai tempat penyedia barang, termasuk jasa, dengan harga tertentu yang berdasarkan pada harga tadi akan memenuhi permintaan.

Pasar (Jacques dkk, 2018: 1) tempat dimana terjadi transaksi jual-beli. Pasar merupakan tempat berdagang bagi mereka yang merupakan pedagang kecil dan petani dimana biaya merupakan penghambat dalam mendapatkan akses dan aset di pasar.

Pasar tradisional (Agboola, Azizul, Rasidi, & Said, 2018:87-88) dibandingkan dengan pasar-pasar modern memiliki karakteristik tersendiri. Karakteristik tersebut dapat dilihat pada aspek dimana orang-orang didalamnya memiliki budaya yang kuat, bahasa, dan ikatan kepercayaan.

Jano (Aliyah, Setioko, & Pradoto, 2017:41) menjelaskan pasar tradisional adalah bagian dari kegiatan perkotaan dengan berbagai fungsi. Lokasi dari pasar tradisional menempati pada lahan tertentu. Pasar dimana penjual komoditas dan pembeli bertemu pada tempat yang ditentukan dan jam yang pasti dengan interval tertentu.

Levacic dalam Damsar (1997:85) menjelaskan karakteristik yang penting dari pasar dipandang sebagai salah satu mekanisme yang bekerja dalam kehidupan sosial, adalah pertukaran bebas terhadap barang dan jasa antara dua partai pada suatu harga yang disepakati.

Andriani & Ali (Aliyah, Setioko, & Pradoto, 2017:41) menjelaskan bahwa keberadaan pasar tradisional sangat berhubungan dekat pada keuntungan masyarakat termasuk norma, kepercayaan dan tawar-menawar yang dapat memperkuat jaringan dan loyalitas pengunjung pasar tradisional.

Damsar (1997:89-90) menjelaskan bahwa pasar dalam pendekatan sistem sosial melihat pasar sebagai suatu sub-sistem dari sistem ekonomi. Pasar sebagai sub-sistem ekonomi memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut: adaptasi (A), pencapaian tujuan (G), Integrasi (I), dan pola pemeliharaan laten (L). pasar memiliki fungsi adaptasi dalam hal kapitalisasi dan investasi, fungsi pencapaian tujuan berkaitan dengan produksi dan distribusi, fungsi integrasi berhubungan dengan pengorganisasian, sedangkan fungsi pola pemeliharaan laten bersentuhan dengan konsumsi.

2.2 Landasan Teori

Putnam dalam Slamet (2012:18) menjelaskan modal sosial sebagai ciri-ciri kehidupan sosial jaringan, kaidah-kaidah, dan kepercayaan yang memungkinkan partisipan untuk bekerja sama secara lebih efektif guna mencapai tujuan bersama. Modal sosial singkatnya mengacu kepada hubungan sosial dan kaidah-kaidah dan

kepercayaan yang menyertai. Putnam menjelaskan bahwa ada tiga dimensi sosial yang terkandung didalamnya: jaringan sosial, norma, dan kepercayaan.

Putnam dalam Slamet (2012:27) berbicara mengenai dua komponen utama dari konsep tersebut, yaitu: modal sosial *Bonding* dan modal sosial *Bridging*. Menurut Putnam, *Bonding* mengacu kepada nilai yang diberikan kepada jaringan sosial antara kelompok-kelompok orang yang homogen dan *Bridging* mengacu kepada nilai yang diberikan kepada jaringan sosial antara kelompok-kelompok orang yang heterogen secara sosial.

Putnam dalam Field (2016:106-107) menjelaskan modal sosial yang mengikat (atau eksklusif) didasarkan atas keluarga, teman dekat, dan kelompok akrab lain. Hal ini berorientasi ke dalam dan mengikat orang dari posisi sosial serupa, sehingga cenderung meneguhkan identitas eksklusif dan kelompok homogen. Sebaliknya, modal sosial yang menjembatani (atau inklusif) menghubungkan orang pada kenalan-kenalan jauh yang bergerak pada lingkaran yang berbeda dengan lingkaran mereka sendiri; hal ini cenderung membangun identitas yang lebih luas dan resiprositas lebih banyak ketimbang meneguhkan pengelompokan sempit. Putnam percaya bahwa kendati modal sosial yang mengikat baik untuk ‘disinggahi’, modal sosial yang menjembatani adalah sesuatu yang ‘krusial’ untuk dijalani.

1. Jaringan Sosial

Menurut Putnam (2000:99) jaringan sosial terbentuk secara formal dan informal. Jaringan sosial yang terbentuk secara formal terjadi pada sebuah asosiasi, koperasi, serikat pekerja, partai politik, dan lain-lain. Jaringan sosial terbentuk yang secara informal dapat terlihat pada mengajak teman nonton tv bersama di rumah, makan siang bersama di tempat sehari-hari, bergosip sesama tetangga, berkumpulnya kelompok membaca di sebuah toko, pertemuan suatu kelompok, bermain kartu bersama, piknik bersama saat liburan, dan sejenisnya merupakan suatu investasi kecil jaringan sosial dalam modal sosial

2. Norma

Putnam (2000:18) menjelaskan bagaimana norma berjalan pada resiprositas secara umum. Kondisi ini dapat terlihat pada “ *I’ll do this for you without expecting*

anything specific back from you". Norma pada resiprositas yang berjalan secara umum sangat fundamental pada kehidupan beradab yang menonjol pada kode moral. Interaksi yang dilakukan setiap orang membentuk norma resiprositas (hubungan timbal balik).

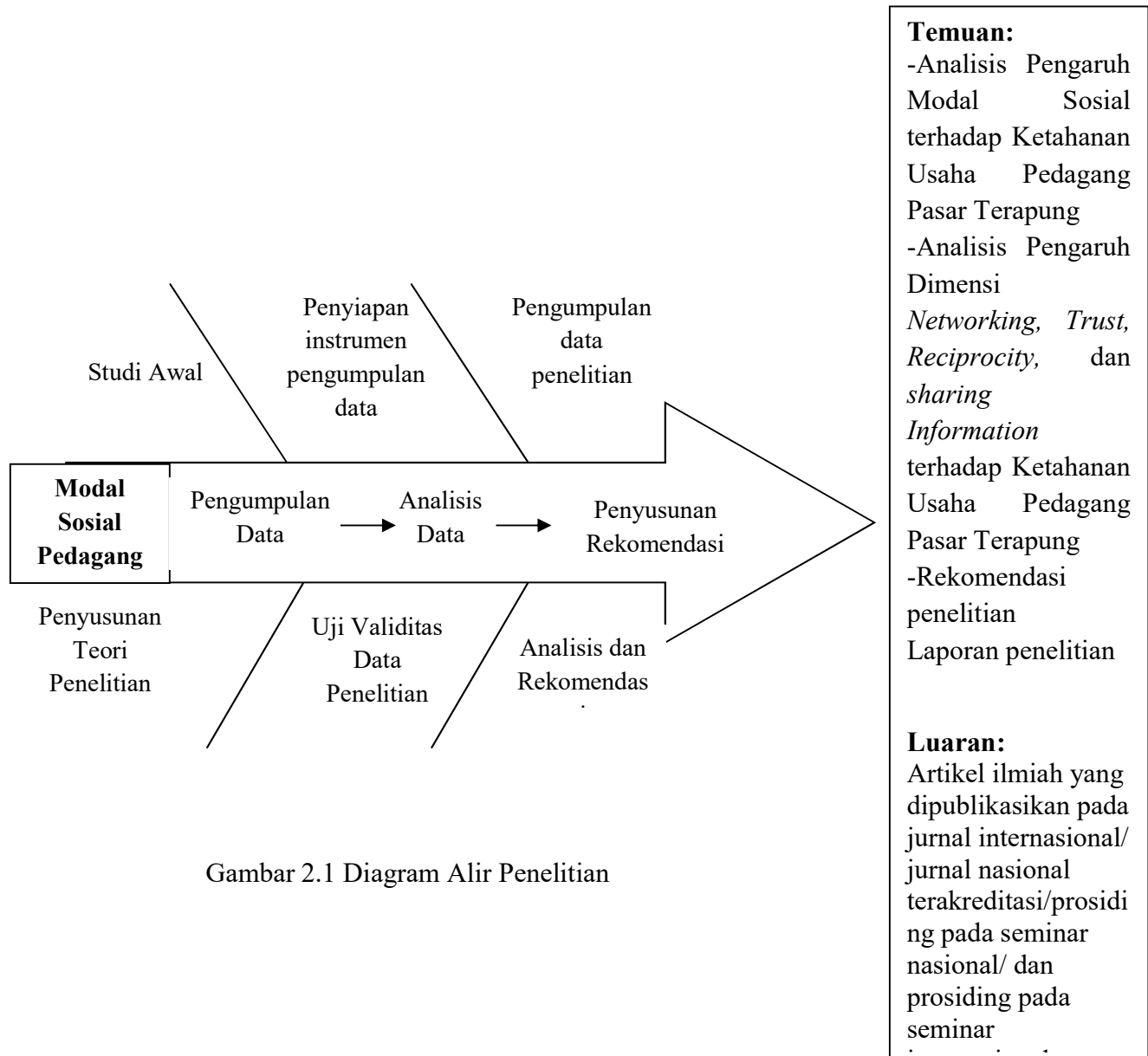
3. Kepercayaan

Putnam (2000:144) menjelaskan ada dua jenis tipe kepercayaan yaitu *Thin Trust* dan *Thick Trust*. *Thick Trust* adalah suatu kepercayaan yang terlekat pada hubungan personal yang kuat, terus-menerus, dan tertanam dalam jaringan yang lebih luas. *Thin Trust* adalah suatu kepercayaan yang baru terbentuk antar individu yang secara implisit memiliki latar belakang dari jaringan sosial yang dibagikan dan mengharapkan hubungan timbal balik. Putnam menjelaskan *Thin Trust* lebih berguna dari pada *ThickTrust*, karena jangkauan radius dari kepercayaan di luar dari daftar dari orang-orang yang kita kenal.

Modal sosial tidak dapat dipungkiri menjadi modal yang penting dalam suatu masyarakat terutama khususnya mereka bagi mereka pada pedagang, dengan modal sosial dapat membangun jaringan sosial diantara mereka, dapat membantu para pedagang dengan modal finansial terbatas untuk terus bertahan dan tetap eksis di kalangan mereka. Dari penelitian ini, perbedaan yang ada adalah bagaimana penelitian ini berfokus pada modal sosial yang ada pada pedagang pasar terapung itu sendiri, disini peneliti ingin meneliti lebih dalam bagaimana bentuk-bentuk modal sosial yang digunakan para pedagang pasar terapung dan bagaimana peranan modal sosial bagi para pedagang pasar terapung tersebut.

2.3 Diagram Alir Penelitian

Diagram Alir Penelitian dijelaskan dalam bentuk gambar sebagai berikut:



Gambar 2.1 Diagram Alir Penelitian

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sendiri adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh modal sosial dimensi *Networking* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh modal sosial dimensi *Trust* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh modal sosial dimensi *Reciprocity* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh modal sosial dimensi *Sharing Information* terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung.

3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada para pedagang agar dapat mengembangkan usaha ditengah wabah covid-19 dan minimnya modal *financial* yang dimiliki. Keutamaan dari penelitian ini juga dapat dijadikan rekomendasi kepada pembuatan kebijakan kurikulum untuk dapat menyelenggarakan pendidikan. Kemudian hasil dari penelitian ini dapat menambah khasanah hasil penelitian variabel terkait.

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Tukiran (2014:1) menjelaskan bahwa penelitian survei adalah penelitian yang mengambil informan dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dengan unit analisis individu. Dalam penelitian ini sendiri, peneliti ingin menjelaskan hubungan kausal terhadap modal sosial yang mempengaruhi ketahanan usaha pedagang pasar terapung di Kalimantan Selatan, maka dari itu peneliti berpendapat bahwa metode survei lebih cocok digunakan dalam penelitian sesuai dengan tema seperti ini. Pengolahan data menggunakan SEM Analisis. Alat analisis yang digunakan adalah SmartPls V.3.

4.2 Populasi dan Sampel

4.2.1 Populasi

Sugiyono (2010:80) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang digunakan atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini sendiri yang menjadi populasi adalah pedagang pasar terapung di Kalimantan Selatan yakni pasar terapung muara sungai kuin Kota Banjarmasin dan pasar terapung lok baintan Kabupaten Banjar. Hal ini dikarenakan fokus penelitian ini sendiri kepada pedagang-pedagang di pasar yang tergolong masih aktif berdagang di pasar terapung muara sungai kuin Kota Banjarmasin dan pasar terapung di lok baintan Kabupaten Banjar. Populasi pedagang ini sendiri memiliki jumlah yang tidak pasti dikarenakan pedagang berasal dari berbagai daerah. Hasil dari observasi sendiri ditemukan bahwa pedagang pasar terapung ramai berjualan pada saat tertentu yaitu seperti setelah musim panen dan akan terlihat sepi pada saat musim panen dikarenakan sumber dagangan dominan hasil dari panen. Pada saat sepi jumlah pedagang diperkirakan kurang lebih 30 pedagang yang didominasi pedagang penjual dagangan tetap seperti kerajinan tangan, makanan, dan

kue; sedangkan pada saat ramai jumlah pedagang diperkirakan mencapai 40 hingga 50 lebih pedagang yang berjualan.

4.2.2 Sensus

Hasan (2015:17) menjelaskan bahwa sensus adalah cara pengumpulan data dengan mengambil elemen atau anggota populasi secara keseluruhan untuk diselidiki. Data yang diperoleh dari hasil sensus disebut parameter atau data yang sebenarnya (*true value*). Dari penelitian yang dilakukan di pasar terapung muara Sungai Kuin Kota Banjarmasin dan pasar terapung Lok Baintan Kabupaten Banjar, peneliti menghitung jumlah keseluruhan populasi secara manual pada hari-hari yang berbeda di setiap hari kerja dan hari libur dengan secara berulang-ulang dalam jangka waktu yang berbeda-beda.

Dalam penjelasan populasi di atas dapat diketahui bahwa pada saat pasar terapung dalam kondisi ramai, jumlah pedagang dapat diperkirakan mencapai 40 pedagang dan pada kondisi sepi diperkirakan sekitar 30 pedagang. Dalam penentuan jumlah informan ini peneliti menggunakan metode sensus hanya mencapai sekitar 30 pedagang, sehingga peneliti memutuskan untuk menggunakan jumlah informan secara keseluruhan yaitu 30 pedagang pada tiap-tiap lokasi pasar terapung.

4.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Sugiyono (2010:38-39) menjelaskan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini ada dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

4.3.1 Variabel Eksogen (*Exsogeneus Variable*)

Variabel Eksogen adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah Modal Usaha (*Networking, Trust, Reciprocity, dan Sharing Information*).

4.3.1.1 *Networking* (jaringan)

Jaringan sosial merupakan ikatan yang menghubungkan individu dengan individu yang lain maupun suatu kelompok dengan kelompok yang lain yang memudahkan hubungan satu sama lain. Jaringan sosial terbentuk secara informal atau pun formal. Secara informal bisa didapat dari pergaulan, ikatan keluarga, dan sejenisnya. Secara formal merupakan ikatan yang terbentuk dari asosiasi, serikat kerja, dan lain-lain. Dalam penelitian ini peneliti ingin *melihat* sejauh mana *networking* yang dimiliki pedagang pasar terapung. Hal-hak yang termasuk indikator dari *Networking* pada pedagang pasar terapung adalah sebagai berikut:

- Hubungan pedagang dengan keluarga
- Hubungan pedagang dengan pedagang pasar terapung
- Hubungan pedagang dengan pedagang di luar pasar terapung
- Hubungan pedagang dengan pemerintah

Item- item pengukuran definisi operasional berupa:

- Frekuensi bertemu dan berinteraksi (Keluarga).
- Seberapa sering berkomunikasi dan beraktivitas bersama sesama pedagang pasar terapung
- Membangun hubungan dan kegiatan dagang dengan pedagang di luar pasar terapung
- Peran jaringan pada pemerintah dengan pedagang dalam melestarikan pasar terapung

4.3.1.2 *Trust* (kepercayaan)

Kepercayaan merupakan suatu reliabilitas atau keyakinan pada seseorang atau sistem yang diekspresikan pada setiap individunya. Kepercayaan terlekat pada

hubungan dan relasi individu terhadap individu atau kelompok yang melakukan kontak. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana dan sejauh mana kepercayaan tersebut dibangun. Indikator dari *Trust* itu sendiri adalah sebagai berikut:

- Tingkat kepercayaan pada keluarga
- Tingkat kepercayaan pada sesama pedagang
- Tingkat kepercayaan pada pemerintah

Item- item pengukuran definisi operasional berupa:

- Seberapa besar kepercayaan dimiliki pedagang dengan keluarganya
- Seberapa besar keterbukaan terhadap satu pedagang dengan pedagang lain
- Seberapa besar keterbukaan pedagang terhadap pemerintah

4.3.1.3 *Reciprocity* (Hubungan timbal balik)

Resiprositas merupakan suatu hubungan yang terbentuk antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau pun kelompok dengan kelompok, dimana hubungan ini membentuk harapan kembali dari tindakan yang dilakukan satu pihak ke pihak lain. Harapan kembali ini mengacu pada perlakuan setara, balas budi, dan pemberian yang setara dengan apa yang dilakukan dimana dalam jangka waktu yang tidak ditentukan, terjadwal, setara atau pun yang tidak setara. Indikator dari resiprositas ini sendiri adalah sebagai berikut:

- Pinjaman dana
- Bantuan tenaga

Item- item pengukuran definisi operasional berupa:

- Seberapa sering hubungan timbal-balik dalam bentuk bantuan tenaga pada lingkungan sekitarnya
- Seberapa sering hubungan timbal-balik dalam bentuk pinjam-meminjam dana pada lingkungan sekitarnya

4.3.1.4 *Sharing Information* (berbagi informasi)

Dari hubungan yang dibangun dari individu dengan individu atau dengan kelompok dimana dari jaringan tersebut akan menjadi sumber informasi yang mengalir. Sumber informasi yang didapat beragam, dimana memunculkan berbagai macam kesempatan dan keuntungan dalam berbagai bidang. Indikator dari *Sharing Information* ini sendiri adalah sebagai berikut:

- Keluarga
- Sesama pedagang pasar terapung
- Kelompok

Item- item pengukuran definisi operasional berupa:

- Bagaimana menurunkan pengetahuan dalam berdagang oleh keluarga
- Frekuensi bertukar informasi mengenai berdagang
- Frekuensi informasi yang didapat pada saat kumpul-kumpul

4.3.2 Variabel Endogen (*Endogeneous Variable*)

Variabel Endogen adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel Eksogen. Variabel Endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ketahanan Usaha.

4.3.2.1 Ketahanan usaha

Ketahanan usaha melihat bagaimana kemampuan individu, kelompok, dan sistem mengatasi dan beradaptasi pada perubahan atau gangguan yang dialami dalam perubahan yang terjadi di lingkungannya. Dalam penelitian ini berkaitan dengan *Survivability* para pedagang dalam menjalankan usaha di pasar terapung. Hal-hal yang termasuk dalam indikator variabel ketahanan usaha pedagang pasar terapung adalah sebagai berikut:

- *Persistence*
- *Adaptability*
- *Transformability*

Item- item pengukuran definisi operasional berupa:

- Bagaimana para pedagang mengatasi permasalahan yang dihadapi
- Kemampuan pedagang menyesuaikan perubahan yang diakibatkan pembangunan
- Perubahan yang dibuat agar dapat bertahan

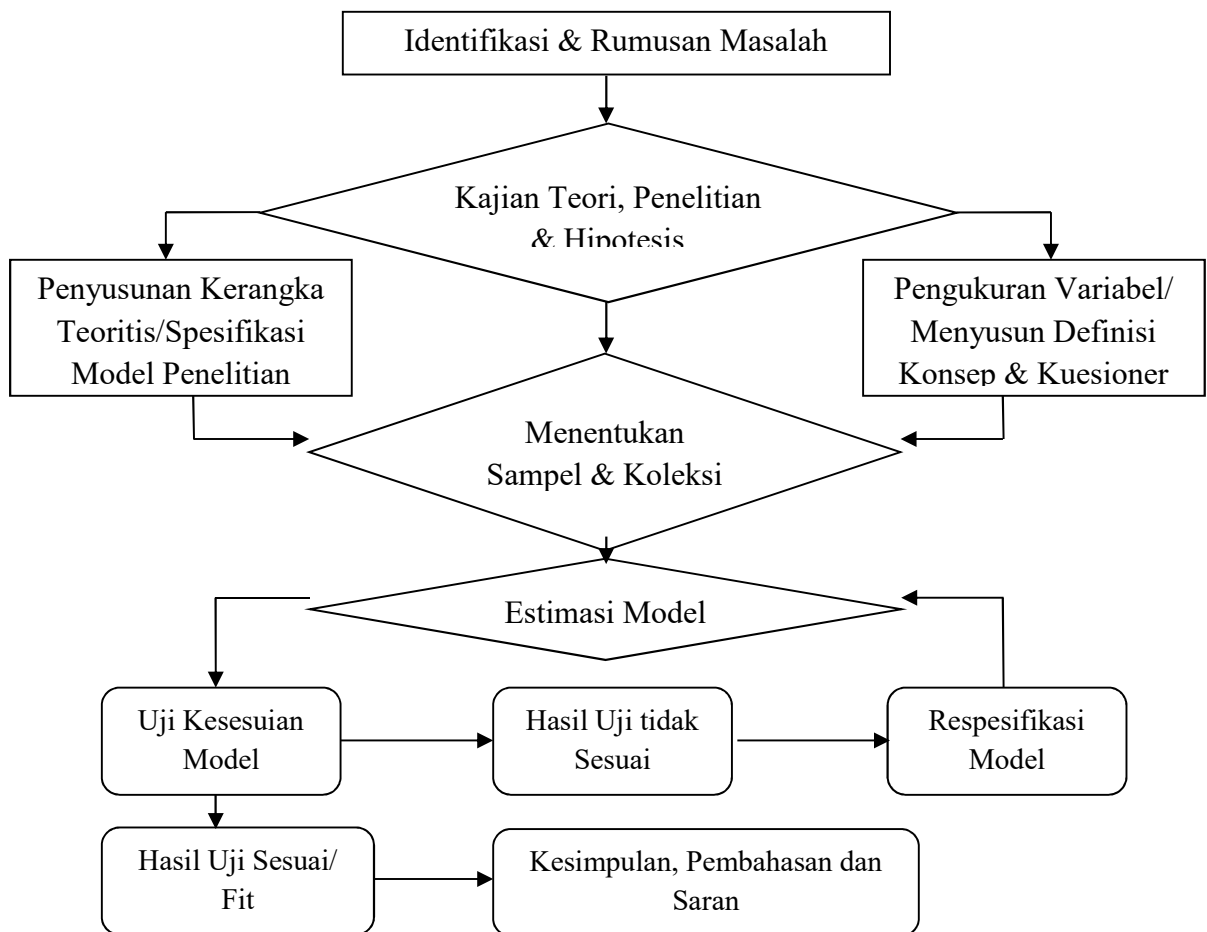
4.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dalam rangka untuk membuktikan hipotesis yang dibangun diawal oleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah *Structural Equation Modelling (SEM)* atau Model Persamaan Struktural (MPS). Kelebihan SEM antara lain dapat melihat pengaruh variabel secara komprehensif. Menurut Sanusi (2011:166) menggunakan SEM dapat menguji hubungan kausalitas antarvariabel eksogen dan endogen secara lebih lengkap dibandingkan dengan *path analysis*. SEM tidak hanya hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati bias terdeteksi, tetapi komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruk itu sendiri dapat ditentukan besarnya. Penggunaan SEM membuat peneliti mendapat informasi yang lengkap dan akurat.

Model pengukuran menggunakan SEM digambarkan dengan konfirmasi indikator-indikator empiris terhadap konstruk yang dibangun indikator. Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam menggunakan SEM. Menurut Haryono (2017:6) langkah yang harus dilakukan pertama adalah mengkaji teori dan *literature* hasil temuan terdahulu yang relevan. Kemudian disusun kerangka pemikiran teoritis guna menghasilkan model persamaan *structural*. Langkah ini disebut membuat spesifikasi model persamaan struktural. Kemudian hasil sintesis berbagai teori adalah definisi konseptual dan operasional variabel yang berguna untuk menyusun kuisisioner penelitian. Persamaan *structural* digambarkan dengan diagram jalur (*path analisis*) adalah representasi teori-teori. Jalur yang dibuat merepresentasikan hubungan kausalitas antarvariabel merupakan manifestasi teori yang dikaji sebelumnya.

Setelah didapatkan spesifikasi model dan kuisisioner langkah selanjutnya adalah menentukan sampel penelitian dan pengukurannya untuk digunakan dalam estimasi terhadap parameter model. Estimasi dilakukan terhadap setiap variabel secara parsial atau antara variabel eksogen dengan endogen dan variabel endogen dengan endogen.

Setelah itu diikuti dengan model persamaan *structural* lengkap (PSL) atau full model SEM. Hasil estimasi parameter kemudian diuji dengan uji kesesuaian model (*Good of Fit Test*). Jika hasil model belum sesuai, maka dilakukan modifikasi atau respesifikasi sampai beberapa modifikasi sehingga mendapatkan model yang fit. Model yang telah fit, maka diperoleh koefisien persamaan regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis, prediksi serta analisis yang dibutuhkan. Langkah terakhir adalah membuat kesimpulan, pembahasan, implikasi dan saran. Penjelasan diatas digambarkan pada gambar 4.1 berikut:



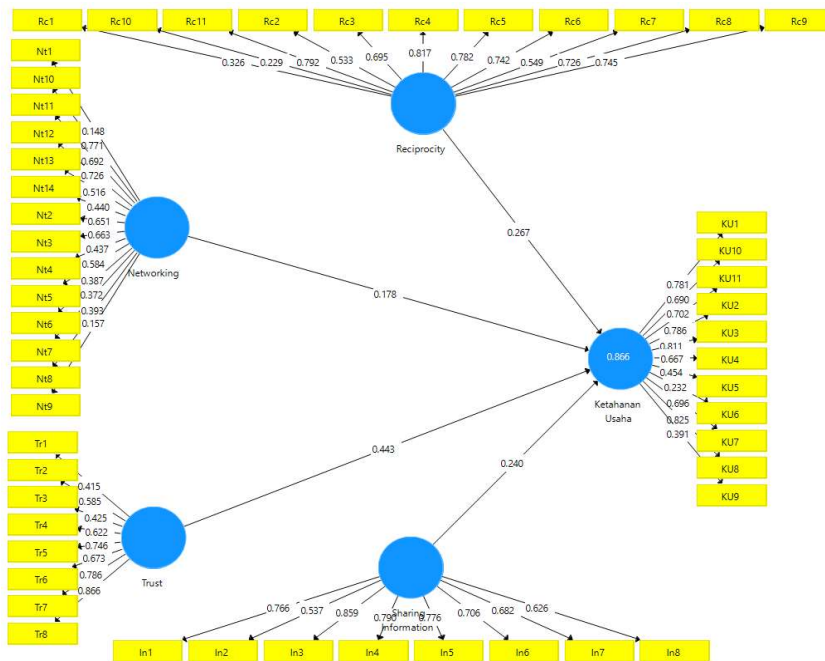
Gambar 4.1 Model Fit
 Sumber: Diadopsi dari Haryono (2017:6)

BAB 5 HASIL DAN LUARAN DICAPAI

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Validitas Instrumen penelitian

Validitas Convergent mengukur faktor loading setiap indikator terhadap variable laten. Pengukuran *outer loading* pada penelitian dengan nilai *loading factor* $\geq 0,5$ (Hair et al., 1998), untuk dapat dikatakan memiliki kontribusi terhadap variabel laten. Berdasarkan gambar 5.1, diketahui bahwa terdapat indikator dengan nilai dibawah 0,5 yaitu pada indikator variabel *Networking* adalah Nt1, Nt4, Nt6, Nt7, Nt8, Nt9, dan Nt14. Pada variable *Trust* adalah Tr1 dan Tr3. Pada variabel *Reciprocity* adalah Rc1, dan Rc10. Kemudian pada variabel *Ketahan Usaha* adalah KU5, KU6, dan KU9. Selanjutnya dilakukan modifikasi model untuk dapat menemukan model yang sesuai.

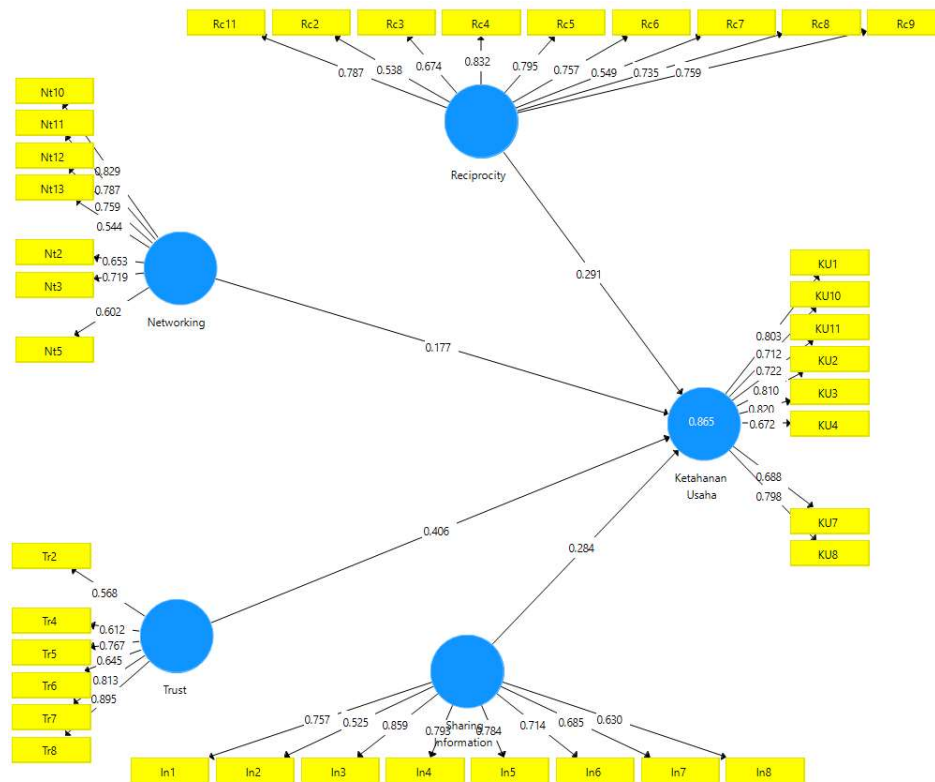


Gambar 5.1 Output loading

5.1.2 Evaluasi Model Pengukuran

a. Pengujian validitas konstruk

Selanjutnya dilakukan eliminasi indikator yang dianggap tidak berkontribusi terhadap masing masing variabel laten. Indikator yang dieliminasi antara lain pada variabel *Networking* adalah Nt1, Nt4, Nt6, Nt7, Nt8, Nt9, dan Nt14. Pada variable *Trust* adalah Tr1 dan Tr3. Pada variabel *Reciprocity* adalah Rc1, dan Rc10. Kemudian pada variabel Ketahan Usaha adalah KU5, KU6, dan KU9. Kemudian diperoleh hasil algorithm setelah modifikasi model dengan nilai *factor loading* diatas 0,5. Maka dapat diperoleh model yang sudah sesuai.



Gambar 5.2 Output Koefisien Jalur Fit

b. Pengujian Reliabilitas Konstruk

Reliabilitas instrumen diperoleh melalui nilai Cronbach's alpha dan nilai composite reliability (CR) dengan nilai diatas 0,7. Pada tabel X. hasil yang

diperoleh bahwa variable laten pada penelitian ini memperoleh Cronbach's Alpha di atas 0,7 yang dapat dikategorikan baik dan nilai CR di atas 0,7 dikategorikan baik. Maka dapat disimpulkan bahwa reliabilitas instrumen penelitian memenuhi syarat untuk dapat digunakan membangun model yang sesuai.

Tabel 5.1 *Construct Reliability and Validity*

Variabel Laten	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
X1_Networking	0,827	0,872
X2_Trust	0,835	0,867
X3_Reciprocity	0,882	0,905
X4 Sharing Information	0,870	0,897
Y1_Ketahanan Usaha	0,891	0,914

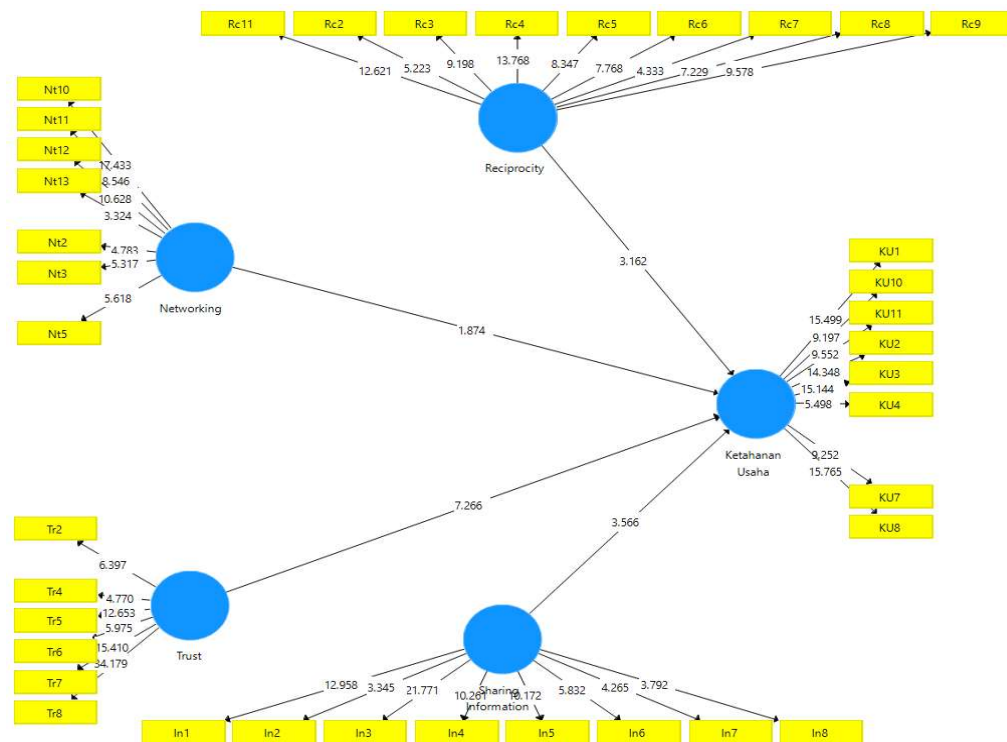
Selanjutnya melakukan evaluasi validitas discriminant yang dengan melihat *Fornell-Larcker Criterion*. *Fornell-Larcker Criterion* digunakan untuk meyakinkan validitas diskriminan, nilai masing-masing variabel laten berbagi variasi dengan masing-masing blok indikatornya daripada dengan variabel laten lainnya yang mewakili satu blok indikator yang berbeda. *Fornell-Larcker Criterion* dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2 *Fornell-Larcker Criterion*

Variabel Laten	X1 Networking	X2 Trust	X3 Reciprocity	X4 Sharing Information	Y1 Ketahanan Usaha
X1 Networking	0,705				
X2 Trust	0,393	0,726			
X3 Reciprocity	0,601	0,390	0,721		
X4 Sharing Information	0,550	0,441	0,812	0,725	
Y1 Ketahanan Usaha	0,668	0,715	0,787	0,797	0,755

5.1.3 Evaluasi Model Struktural

Pada tahap ini pengevaluasian model struktural dianalisis dengan melihat signifikansi hubungan antar variabel laten yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik. Nilai t-statistik harus lebih dari 2,00 untuk dapat dikatakan valid untuk mengukur signifikansi model yang dibangun. Berikut hasil t-statistik ditunjukkan pada gambar 5.3.



Gambar 5.3 Output Bootstrapping

Gambar 5.3 menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai t-statistik lebih dari 2,00 yang artinya setiap indikator mampu mengukur masing-masing variabel latennya. Kemudian analisis menunjukkan bahwa *Networking* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Ketahanan Usaha* dengan nilai t-statistik sebesar $1,874 < 2,00$ dengan nilai *original sample* sebesar 0,177. Adapun analisis *Trust* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Ketahanan Usaha* dengan nilai t-statistik sebesar $7,266 > 2,00$ dengan nilai *original sample* sebesar 0,406. Maka, dapat

diketahui bahwa *Trust* berpengaruh positif terhadap Ketahanan Usaha. Begitupula, analisis *Reciprocity* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Ketahanan Usaha dengan nilai t-statistik sebesar $3,162 > 2,00$ dengan nilai *original sample* sebesar 0,291. Kemudian analisis *Sharing Information* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Ketahanan Usaha dengan nilai t-statistik sebesar $3,566 < 2,00$ dengan nilai *original sample* sebesar 0,284.

5.1.4 R Square

Berdasarkan output algorithm, maka ditemukan bahwa koefisien determinan (*R Square*) sebesar 0,865 atau *R Square Adjusted* sebesar 0,855.

Tabel 5.3 Koefisien Determinan

	R Square	R Square Adjusted
Y1_Ketahanan Usaha	0,865	0,855

Sumber : Diolah tahun 2021

5.2 Pembahasan

5.2.1 Pengaruh Modal Sosial (*Networking*) terhadap Ketahanan Usaha

Networking (jaringan) diukur dengan luasnya jaringan yang dimiliki pedagang pasar terapan dalam menjalankan usahanya sebagai pedagang. Putnam (2000:99) menjelaskan *Networking* (jaringan) merupakan suatu ikatan, hubungan dan penjemputan antar individu dengan pribadi, kelompok, dan pihak-pihak yang terbangun. Pedagang yang memiliki *networking* yang baik akan mampu mengembangkan usaha dagangannya. Namun, pedagang yang cenderung pasif dan tidak pandai dalam membangun *networking* di lingkungan sekitarnya tentu akan sangat kesulitan dalam mengembangkan usaha dagangannya.

Penelitian Akhmad Priyanka T.P (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Networking* terhadap ketahanan usaha. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin luas *networking* yang dibangun maka

semakin mudah untuk mengelola usahanya. Pedagang yang memiliki *networking* yang luas akan mampu mengembangkan usaha dagangannya. Sebaliknya, pedagang yang cenderung pasif dan tidak pandai dalam membangun *networking* di lingkungan sekitarnya tentu akan sangat kesulitan dalam mengembangkan usaha dagangannya. Berbeda hal yang ditemukan pada penelitian ini bahwa modal sosial dimensi *Networking* merupakan faktor yang tidak secara langsung berpengaruh terhadap ketahanan usaha para pedagang di pasar terapung.

5.2.2 Pengaruh Modal Sosial (*Trust*) terhadap Ketahanan Usaha

Trust (kepercayaan) pedagang pasar terapung diukur dalam kepercayaan yang dibangun pedagang pasar terapung dalam usahanya. Fukuyama (1996:20) menjelaskan bahwa kepercayaan itu sendiri adalah harapan yang muncul dalam suatu komunitas didalamnya terdapat kejujuran, sikap kooperatif yang didasarkan pada norma dasar dalam komunitas tersebut yang merupakan bagian dari komunitas itu sendiri

Penelitian Akhmad Priyanka T.P (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara trust terhadap ketahanan usaha. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat trust yang dibangun, maka semakin besar harapan untuk dapat bertahan dalam menjalankan kegiatan usaha. Begitu pula, berdasarkan temuan secara kuantitatif, ditemukan bahwa modal sosial dimensi trust merupakan faktor yang sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan usaha para pedagang pasar terapung. Kepercayaan yang dibangun dengan baik dari lingkungan, keluarga, dan pemerintah diharapkan akan membawa dampak yang sangat baik juga terhadap ketahanan serta kelangsungan usaha pedagang di pasar terapung itu sendiri. Sebaliknya, apabila kepercayaan tidak dibangun dengan baik kecenderungan akan berdampak kepada harapan pedagang dan lingkungan sekitar. Maka, perlu adanya kepercayaan bagi para pedagang agar dapat terus dapat menjalankan kegiatan usaha.

5.2.3 Pengaruh Modal Sosial (*Reciprocity*) terhadap Ketahanan Usaha

Reciprocity (hubungan timbal-balik) pedagang pasar terapung diukur bagaimana hubungan timbal-balik yang dibangun pada orang-orang sekitarnya. Putnam (2000:18) menjelaskan bagaimana norma berjalan pada resiprositas secara umum, Kondisi dapat terlihat pada “ *I’ll do this for you without expecting anything specific back from you*”. Norma pada resiprositas yang berjalan secara umum sangat fundamental pada kehidupan beradab yang menonjol pada kode moral. Interaksi yang dilakukan setiap orang membentuk norma resiprositas (hubungan timbal balik).

Penelitian Akhmad Priyanka T.P (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *receptivity* terhadap ketahanan usaha. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat *receptivity* yang diciptakan, maka semakin besar harapan untuk dapat bertahan dalam menjalankan kegiatan usaha. Berdasarkan temuan secara kuantitatif, ditemukan bahwa modal sosial dimensi *receptivity* merupakan faktor yang sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan usaha para pedagang pasar terapung. Hubungan timbal balik yang dibangun dengan baik dari lingkungan sesama pedagang dan keluarga diharapkan akan membawa dampak yang sangat baik juga terhadap ketahanan serta kelangsungan usaha pedagang di pasar terapung.

5.2.4 Pengaruh Modal Sosial (*Sharing Information*) terhadap Ketahanan

Usaha

Sharing Information (Berbagi Informasi) pedagang pasar terapung diukur dengan sumber-sumber informasi yang didapatkan pada lingkungan pedagang tersebut. Field (2006:86) menjelaskan bahwa *share information* juga terjadi dalam suatu jaringan yg terbentuk. Jaringan telah lama dipandang penting keberhasilan bisnis. Khususnya pada tahap awal, banyak diyakini bahwa jaringan berfungsi sebagai sumber informasi penting, yang bisa menjadi sesuatu yang kritis dalam mengidentifikasi dan menggali peluang bisnis.

Penelitian Akhmad Priyanka T.P (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Sharing Information* terhadap ketahanan usaha. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin banyaknya informasi yang diterima dan disampaikan, maka semakin besar harapan untuk dapat meningkatkan dan memiliki strategi dalam menjalankan kegiatan usaha. Demikian pula, hasil yang ditemukan pada penelitian ini bahwa modal sosial dimensi *Sharing Information* merupakan faktor yang berpengaruh terhadap ketahanan usaha para pedagang di pasar terapung.

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Modal sosial merupakan suatu investasi yang dilakukan dengan bentuk hubungan sosial. Ketahanan menggambarkan suatu cara dalam bertahan dari ancaman-ancaman perubahan yang ada. Modal sosial dimensi *trust*, *receptrocity*, dan *sharing information* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ketahanan usaha pedagang pasar terapung kalimantan selatan. Temuan penelitian mengungkap bahwa pedagang pasar terapung di kalimantan selatan mampu bertahan di tengah situasi ekonomi dan kesehatan yang sedang terjadi dalam menjalankan usaha hingga berbagai macam ancaman-ancaman dan perubahan yang diterjadi. Hal tersebut membuat para pedagang terus berusaha agar dapat menjalankan aktivitas usaha.

Berdasarkan temuan penelitian, antara modal sosial pada dimensi *Networking*, *Trust*, *Receptrocity* dan *Sharing Information*, yang memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap ketahanan usaha adalah dimensi *Trust* dan *Receptrocity*. Namun dimensi *Sharing Information* juga memiliki pengaruh walaupun tidak sebesar *Trust* dan *receptrocity*.

Lampiran 1. Dukungan Sarana dan Prasarana

No	Sarana dan Prasarana yang dibutuhkan	Kegunaan	Ketersediaan	Cara Mengatasi
1	Ruang Pertemuan	Tempat pertemuan tim peneliti selama kegiatan penelitian	Tersedia (ruang rapat FKIP)	-
2	Laboratorium Komputer	Tempat pengolahan berbagai data keperluan penelitian	Tersedia (ruang laboratorium komputer FKIP)	-
3	Ruang Penerbitan	Pencetakan buku dan <i>monograf</i> hasil penelitian	Tidak tersedia	Bekerjasama dengan penerbit

Lampiran 2. Susunan organisasi tim peneliti dan pembagian tugas

No	Nama/NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Dr. Supriyanto, M.Pd / 0010075907	FKIP ULM	Pendidikan Ekonomi	10 jam/minggu	1. Mengkoordinir dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan penelitian secara keseluruhan 2. Bertanggung jawab secara teknis terhadap pelaksanaan penelitian 3. Melaksanakan seluruh tahapan kegiatan penelitian yakni: a. Persiapan Penelitian b. Pengumpulan Data Ke Lapangan c. Analisis Data Penelitian d. Penyusunan Laporan Penelitian Penyerahan Laporan Penelitian
2	Mahmudah Hasanah, M.Pd / 0020037903	FKIP ULM	Pendidikan Ekonomi	10 jam/minggu	1. Bertanggung jawab secara teknis terhadap pelaksanaan penelitian 2. Mengelola Adm dan Keuangan kegiatan Penelitian 3. Melaksanakan seluruh tahapan kegiatan penelitian yakni: a. Persiapan Penelitian b. Pengumpulan Data Ke Lapangan c. Analisis Data Penelitian d. Penyusunan Laporan Penelitian Penyerahan Laporan Penelitian