

Modal Sosial pada Industri Kecil Menengah di Kelurahan Purbalingga Lor

Dea Ayu Pusparini, Nurhadi, Sigit Pranawa

Jurusan Pendidikan Sosiologi dan Antropologi
Universitas Sebelas Maret

Email:

*deaayupusparini@gmail.com, nurhadi@staff.uns.ac.id,
sigit_pranawa@staff.uns.ac.id*

Abstract

This research aims at explaining and understanding how Small and Medium Enterprises (SMEs) of vehicle exhaust in Purbalingga Lor utilize social capital in improving their company's performance. This research used Qualitative Method and Case-Study Approach. Data of this research was collected through a series of in-depth interview, observation and documentation. The intake of informants was done through snowball sampling technique. Data validated by source and technique triangulation. Data was analyzed by using Interactive Analysis Model. The result of this research shows that the actors involved in SMEs of vehicle exhaust in Purbalingga Lor consist of raw material suppliers, craftsmen, resellers, consumers, associations and related government agencies. The actors maintain good relations with each other, build mutual trust and networks, and create regulating norms. The social capital has been able to improve the enterprise's performance and support the business development and expansion of vehicle exhaust in Purbalingga.

Keywords: *Industrial Sociology, Purbalingga, Small And Medium Enterprises (SMEs), Social Capital, Social Change*

Abstrak

Tujuan artikel ini untuk menjelaskan dan mengetahui modal sosial pada Industri Kecil Menengah knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor mampu meningkatkan kelangsungan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Pengambilan informan dilakukan dengan teknik snowball sampling. Validitas data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Analisis data menggunakan model analisis interaktif. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui aktor yang terlibat di dalam Industri Kecil Menengah Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor terdiri dari pemasok bahan

baku, pengrajin, reseller, konsumen, pihak asosiasi dan pemerintah dinas terkait. Para aktor saling menjaga hubungan baik satu sama lain, di antara mereka saling menjaga kepercayaan, membangun jaringan dan terdapat norma yang mengatur. Modal sosial mampu meningkatkan kinerja usaha knalpot dan bisa mendukung serta mengembangkan Industri Kecil Menengah Knalpot di Purbalingga.

Kata kunci: *Industri Kecil Menengah (IKM), Modal Sosial, Perubahan Sosial, Purbalingga, Sosiologi Industri*

* * *

A. Pendahuluan

Sebuah Industri mampu menambah devisa serta pendapatan negara, menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Saat ini berbagai industri besar, sedang maupun kecil sudah menyebar di kota hingga pedesaan. Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi industri yang cukup berkembang. Penduduk Kabupaten Purbalingga berjumlah 907.507 jiwa (BPS, 2018). Mayoritas penduduk Kabupaten Purbalingga bekerja sebagai petani sebanyak 127.145 jiwa, buruh industri 105.254 jiwa dan pengusaha sebanyak 18.919 jiwa (BPS, 2015).

Salah satu industri unggulan Kabupaten Purbalingga yaitu sentra knalpot (Dinkominfo, 2017). Dengan adanya industri knalpot dan industri lain di Purbalingga mampu menyerap banyak lapangan pekerjaan. Industri Knalpot di Purbalingga bermula pada industri rumahan atau *home industry* di Dusun Sayangan Kelurahan Purbalingga Lor sejak tahun 1970 dan terus berkembang sampai saat ini. Pada tahun 2014 Purbalingga telah menghasilkan 595.371 buah knalpot dan pada tahun 2015 sebanyak 313.380 knalpot (Dinkominfo, 2015). Karena prospek yang menjanjikan maka industri knalpot menyebar ke daerah lain di Kabupaten Purbalingga.

Produk knalpot dari Purbalingga sudah tersebar di penjuru Indonesia bahkan mancanegara. Knalpot Purbalingga juga pernah bekerja sama dengan Agen Tunggal Pemegang Merk seperti APV, Terrios bahkan Pindad, BMW, Mercedes (Jatengprov, 2017). Dengan demikian knalpot buatan Purbalingga sudah mempunyai nama baik di Indonesia maupun mancanegara. Di balik sukses dan berkembangnya industri knalpot di Purbalingga terdapat beberapa pengrajin dan pengusaha knalpot yang gulung tikar. Salah satu penyebab mereka gulung tikar dan mengurangi produksi knalpot yaitu masalah kenaikan harga pada bahan baku knalpot (Kompas, 2011).

Faktor lain yang mempengaruhi kemerosotan produksi knalpot adalah kemampuan pengelolaan usaha yang kurang, kurangnya dukungan dari pemerintah, modal sosial yang masih kurang seperti kurangnya norma yang mengatur, kurangnya kepercayaan dan jaringan sosial yang kurang luas sehingga sulit dalam pemasaran dan kalah bersaing. Padahal modal sosial sangat penting bagi keberhasilan bisnis selain modal ekonomi dan modal budaya. Modal sosial bisa berfungsi sebagai sumber informasi penting dalam peluang pasar, akses keuangan, aset pasar, tenaga kerja dan informasi penting lainnya (Field, 2010).

Untuk mempertahankan industri knalpot Purbalingga dalam persaingan yang semakin ketat di era globalisasi, menarik untuk diteliti bagaimana mereka membangun modal sosial agar bisa bersaing dengan yang lain, mempertahankan eksistensi untuk kelangsungan usaha. Sehingga dalam penelitian ini akan menguraikan rumusan masalah “Bagaimana Modal Sosial Pada Industri Kecil Menengah Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor Kecamatan Purbalingga

Kabupaten Purbalingga” yang akan dikaji dan dianalisis menggunakan Teori Modal Sosial Robert Putnam. Dimana modal sosial didefinisikan sebagai bagian kehidupan sosial atau organisasi sosial seperti jaringan, kepercayaan dan norma yang tumbuh dari hubungan antar individu yang dapat mendorong partisipan atau anggota untuk bertindak bersama-sama dan terkoordinasi secara efektif guna mencapai tujuan dan keuntungan bersama (Field, 2010). Industri Kecil Menengah merupakan bentuk usaha yang menghasilkan uang melalui jasa atau memproduksi barang dimana usaha tersebut mempunyai tenaga kerja antara 5 sampai dengan 99 orang (Saleh, 1986).

Terdapat beberapa penelitian mengenai modal sosial antara lain, (Purwanto, 2013) fokus meneliti tentang modal sosial dan budaya berperan mengembangkan klaster industri keramik di Kasongan dan membahas hubungan subordinasi, dominasi dan resistensi namun teori yang digunakan berbeda dengan teori pada penelitian ini karena (Purwanto, 2013) menggunakan teori modal sosial Bourdieu. (Fitriawati, 2010) meneliti tentang industri slondok di Desa Sumururum, Magelang sedangkan pada penelitian ini meneliti mengenai Industri Kecil Menengah Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor, perbedaan tempat objek penelitian menghasilkan penelitian dan pembahasan yang berbeda pula. (Khair, 2019) juga meneliti mengenai modal sosial dalam industri rumah tangga kerupuk sagu di Desa Pintu Gobang namun pada tulisannya tidak dijabarkan dengan jelas bagaimana modal sosial tersebut berperan dalam industri kerupuk sagu tersebut. (K. Saleh, 2017) juga meneliti tentang modal sosial perempuan pelaku industri rumahan emping melinjo namun metode

penelitian yang digunakan berbeda dengan penelitian ini, karena (K. Saleh, 2017) metode penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan fenomenologi. (Nurchayono & Astutik, 2018) sama-sama menggunakan teori modal sosial namun fokus penelitian sangat berbeda karena penelitian tersebut membahas tentang modal sosial masyarakat Suku Tengger yang beragam namun bisa bersatu mencapai keharmonisan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Purbalingga Lor, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga yang dilakukan pada bulan Juli 2019 sampai Oktober 2019. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus digunakan agar mendapatkan data yang detail dan mendalam (Creswell, 2015). Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan sumber data dilakukan menggunakan *snowball sampling*.

Informan dalam penelitian ini yaitu pemasok bahan baku, pengrajin knalpot, *reseller* knalpot, konsumen, pihak asosiasi dan pemerintah dinas terkait. Untuk menguji keabsahan data digunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif dimana dilakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013).

C. Pembahasan

Industri knalpot merupakan salah satu industri unggulan di Purbalingga. Dusun Sayangan Kelurahan Purbalingga Lor merupakan kawasan sentra industri knalpot, disana 70% warganya menggeluti dunia perknalpotan dan terdapat 35 industri knalpot (Muzaki, 2019).

Knalpot Purbalingga dibuat dengan sistem *handmade*. Sebagian besar pengrajin knalpot Purbalingga memproduksi knalpot *aftermarket* atau knalpot variasi dan juga knalpot *custom*.

1) Aktor Dalam Industri Kecil Menengah Knalpot

Pada Industri Kecil Menengah Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor terdapat aktor-aktor yang terlibat dan berhubungan satu sama lain dalam menjalankan dan melancarkan industri knalpot yaitu pemasok bahan baku, pengrajin knalpot, *reseller* knalpot, konsumen, pihak asosiasi dan pemerintah dinas terkait dimana mereka saling mendukung dan bekerja sama. Masing-masing pihak mempunyai peran dalam menjalankan industri knalpot sebagaimana dipaparkan pada alinea berikut ini:

Pertama yaitu pemasok bahan baku. Pemasok bahan baku menyediakan plat *stainless*, plat besi, plat galvanis, alumunium dan drum bekas untuk para pengrajin knalpot. Bagi pengrajin knalpot yang produksinya belum banyak biasanya mereka membeli bahan baku di toko besi, untuk pengrajin yang produksinya sudah besar mereka mengambil bahan baku dengan sistem partai kepada pemasok bahan baku yang berasal dari Jakarta, Surabaya dan Tegal atau langsung dari pabriknya dikarenakan harga yang lebih murah. Pada mulanya sales bahan baku mendatangi para pengrajin dan menawarkan bahan baku dengan harga yang lebih murah apabila pembeliannya dalam jumlah banyak, sales bahan baku menitipkan nomor yang bisa dihubungi. Jadi untuk pembelian bahan baku partai besar biasanya pengrajin knalpot hanya memesan via *whatsapp* atau telepon dan minta untuk dikirim.

Kedua yaitu pengrajin knalpot. Pengrajin knalpot adalah orang yang mempunyai usaha di bidang industri knalpot. Pengrajin knalpot

di Purbalingga biasanya memproduksi knalpot kendaraan baik itu knalpot motor *matic*, motor *sport*, RX King atau knalpot mobil. Pengrajin knalpot di Purbalingga rata-rata memiliki 4-30 tenaga kerja yang sebagian besar berasal dari orang terdekat seperti tetangga dan saudara. Pengrajin knalpot di Purbalingga ada yang hanya membuat knalpot jika ada pesanan atau *made by order* dengan model *custom* dan ada juga yang memproduksi knalpot setiap hari dalam jumlah tertentu yang kemudian dipasarkan melalui bengkel, toko onderdil di seluruh Jawa dan Luar Jawa dan juga dipasarkan secara *online*. Di samping menjual langsung kepada konsumen atau secara *online*, ada juga pengrajin knalpot yang menjual knalpot melalui perantara yaitu kepada *reseller*, sales atau pengepul yang kemudian baru dijual kepada konsumen. Untuk membesarkan nama merk knalpot dan menarik konsumen, para pengrajin knalpot sering mengikuti pameran otomotif dan acara atau *event* yang diselenggarakan oleh *club* motor. Hal tersebut dilakukan untuk mengembangkan jaringan dan menambah kenalan *club-club* motor di Indonesia sekaligus mempromosikan produk knalpot mereka. Walaupun sudah banyak pengrajin di Purbalingga yang memiliki merk knalpot sendiri namun tidak dipungkiri bahwa masih ada pengrajin yang masih memproduksi knalpot palsu, namun jumlah sudah sangat berkurang dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini. Alasan pengrajin knalpot masih memproduksi knalpot tiruan yaitu karena mereka belum yakin dengan merk knalpotnya sendiri dan banyaknya permintaan konsumen atas knalpot tiruan.

Ketiga yaitu *reseller* knalpot. *Reseller* knalpot adalah individu yang menjual knalpot yang diambilnya dari pengrajin dan dijual kepada konsumen. Kebanyakan dari mereka menjual knalpot melalui

media *online* dan *marketplace* seperti *shopee*, *tokopedia*, *bukalapak*, *facebook*, *instagram*, *whatsapp* atau menjual langsung kepada teman-teman komunitas dan kenalan mereka. Ada juga yang menyetok banyak knalpot dan dibawa berkeliling kota untuk dititipkan ke bengkel. Siapapun bisa menjadi *reseller* knalpot, cukup dengan mengambil knalpot dengan jumlah minimal tertentu kepada pengrajin sudah bisa mendapatkan harga *reseller*. Semakin banyak knalpot yang diambil dan semakin sering membeli maka *reseller* akan mendapat harga yang semakin murah. Harga jual yang dipasang oleh *reseller* merupakan kewenangannya sendiri. Satu *reseller* knalpot tidak hanya mempunyai tempat kulakan, karena mereka menjual berbagai model knalpot yang diambil dari berbagai pengrajin.

Keempat yaitu konsumen. Konsumen knalpot ada yang membeli secara langsung mendatangi toko dan ada juga yang membeli *online*. Ada konsumen yang membeli knalpot secara eceran dan konsumen knalpot yang membeli dalam jumlah banyak. Konsumen bisa membeli knalpot sesuai dengan spesifikasi yang diinginkannya atau *custom*. Namun harga knalpot *custom* biasanya lebih mahal daripada knalpot yang *aftermarket* biasa yang sudah siap dijual.

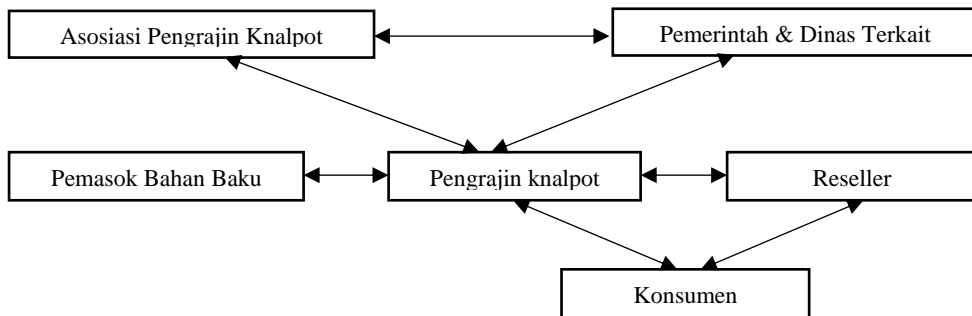
Kelima ada Asosiasi Pengrajin Knalpot Purbalingga (APiK Bangga). Organisasi mempunyai ciri yaitu tindakan anggota kelompok atau individu di dalamnya mengarah ke sebuah tujuan yang ingin dicapai (Ahdiah, 2011). APiK Bangga berfungsi sebagai wadah para pengrajin knalpot di Purbalingga dan juga sebagai sarana modal sosial bagi para pengrajin knalpot, mereka bisa berjejaring satu sama lain dimana jaringan sosial bisa menjadi aset yang mempunyai nilai yang tinggi dan mendorong para aktor untuk bekerja sama sehingga dapat

memberikan manfaat satu sama lain (Fatimah & Afifuddin, 2013). Setiap komunitas bisa dijadikan sebagai potensi modal sosial yang bisa bermanfaat bagi para anggotanya.

APiK Bangga mendukung agar industri knalpot terus berkembang, maju dan lebih baik sehingga mampu bersaing dengan knalpot daerah lain di tengah perkembangan jaman agar penjualan knalpot Purbalingga semakin meningkat dan kualitasnya semakin baik. Pada mulanya pengrajin knalpot yang tergabung merasa miris dengan persaingan harga, banyaknya pengrajin yang memproduksi knalpot tiruan dan kurangnya perhatian dari pemerintah seperti tidak adanya bantuan dalam mengenalkan IKM knalpot kepada jaringan bahan baku dan peluang kerja sama lain untuk mengangkat industri knalpot. Mereka sadar jika memerlukan wadah untuk bersatu dan berdiskusi untuk membawa perubahan yang lebih maju bagi industri knalpot di Purbalingga. Setelah ada APiK Bangga sudah mulai terlihat dukungan dan peran dari pemerintah untuk memajukan knalpot Purbalingga. Saat ini pengrajin yang memproduksi knalpot tiruan juga sudah sangat berkurang dikarenakan pengrajin knalpot sudah memproduksi knalpot dengan merk mereka sendiri.

Keenam yaitu pemerintah dan dinas terkait, dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purbalingga, Bupati Kabupaten Purbalingga beserta jajarannya serta Kementerian Perindustrian Republik Indonesia yang sudah memberikan bantuan kepada para industri kecil menengah knalpot di Kabupaten Purbalingga dan mendukung industri knalpot Purbalingga.

2) Identifikasi Hubungan dan Modal Sosial Para Aktor



Alur Identifikasi Modal Sosial dan alur aktor IKM Knalpot

Di dalam Industri Kecil Menengah Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor, aktor yang saling berhubungan dan bekerja sama dalam menggerakkan usaha knalpot antara lain pemasok bahan baku, pengrajin knalpot, *reseller* knalpot, konsumen, asosiasi dan pemerintah dinas terkait. Hubungan sosial yang terjalin menjadi modal sosial atas dasar saling membutuhkan dimana mereka saling melakukan pertukaran barang, uang dan jasa. Rantai produksi dan pemasaran semakin mudah dan berjalan maksimal apabila didukung oleh modal sosial (Riyanto, Hidayat, & Sukei, 2014). Seperti halnya yang disebutkan di dalam (Sawitri & F. Soepriyadi, 2014) bahwa petani membutuhkan modal sosial, industri knalpot juga membutuhkan modal sosial sebagai landasan melakukan kegiatan bersama. Modal sosial berkontribusi terhadap kegiatan ekonomi baik secara langsung atau tidak langsung (Handoyo, 2013).

Pemasok bahan baku bekerja sama dengan pengrajin knalpot. Pemasok bahan baku menyediakan plat besi, plat stainless, plat alumunium dan bahan baku lain yang dibutuhkan oleh pengrajin.

Hubungan antara pemasok bahan baku dan pengrajin berlangsung secara berulang-ulang, melakukan pertukaran yang menguntungkan sehingga mereka saling membutuhkan satu sama lain.

Sebagian pengrajin knalpot bergabung dengan Asosiasi Pengrajin Knalpot Purbalingga (APiK Bangga) dan bekerja sama dengan pemerintah dinas terkait agar terjalin komunikasi dan bisa memajukan industri knalpot. APiK Bangga mengadakan kegiatan seperti pertemuan rutin membahas masalah dan kendala yang ada setiap 2 minggu sekali yang diselenggarakan di gedung sekretariat APiK Bangga atau Cafe. Saat pertemuan rutin ditarik uang KAS untuk kebutuhan seperti menjenguk teman sakit dan hajatan. Selain pertemuan rutin juga banyak kegiatan yang di selenggarakan oleh pemerintah dan dinas terkait untuk mendukung para anggota APiK Bangga contohnya pelatihan las, pelatihan manajemen keuangan, studi komparasi, kunjungan ke ASTRA, Pertemuan Akbar yang penyelenggaraannya dibantu oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purbalingga.

Kegiatan lain juga diadakan oleh Kementerian Perindustrian contohnya *Link and Match* yang bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi para pengrajin komponen otomotif salah satunya pengrajin knalpot untuk bertemu dan menjalin kerja sama dengan para industri otomotif besar. Kemudian Acara Sosialisasi Legalitas Usaha dan Diskusi Langkah Pengrajin Menuju Kerja sama dengan ATPM, Bimbingan Teknis 5R IKM Alat Angkut, Pameran Musyawarah Rencana Pembangunan Keresidenan Banyumas, Pameran Produk Inovasi dan kegiatan-kegiatan lainnya. Kegiatan-kegiatan tersebut boleh diikuti oleh seluruh anggota APiK Bangga.

Dengan demikian sudah terlihat campur tangan pemerintah dalam mendukung industri knalpot di Purbalingga. Pada tahun 2018 Pemerintah Kabupaten Purbalingga juga telah memberikan bantuan peralatan kepada anggota APiK Bangga. Dinperindag juga memfasilitasi pengrajin knalpot untuk mendaftarkan merk knalpot bagi yang belum mempunyai sendiri agar bisa mengangkat nama produknya dan mengurangi produksi knalpot tiruan.

Pengrajin knalpot juga menjalin hubungan baik dengan *reseller* knalpot. Hubungan yang terjadi antara pengrajin dan *reseller* knalpot biasanya berawal dari teman, kerabat atau kenalan yang kemudian memanfaatkan hubungan tersebut menjadi hubungan bisnis, namun tidak seluruhnya. Biasanya *reseller* yang mempunyai hubungan dekat mempunyai keuntungan dan dipermudah dalam pengambilan knalpot.

Pengrajin dan *reseller* memasarkan knalpot melalui sosial media dan *marketplace*. Tidak hanya mengandalkan pemasaran melalui *online* mereka juga memanfaatkan kenalan *club* motor dan mobil yang tersebar di seluruh Indonesia dimana komunitas yang mereka ikuti bisa menjadi tempat promosi dan berpengaruh terhadap penjualan. Walaupun pengrajin knalpot menjual barangnya langsung kepada konsumen hal itu tidak menjadi masalah bagi para *reseller* karena jika konsumen membeli langsung kepada pengrajin secara ecer harga yang didapatkan bisa bersaing dengan harga yang ditawarkan *reseller* karena harga jual yang diberikan oleh pengrajin knalpot didasarkan pada jumlah knalpot yang diambil atau sistem grosir.

3) Manfaat Yang Diperoleh dari Hubungan dan Modal Sosial Antar Aktor

Manfaat menjaga hubungan baik antara aktor yang terlibat dalam Industri Kecil Menengah knalpot yaitu terciptanya hubungan bisnis yang lancar, harmonis dan menguntungkan karena mereka saling membutuhkan satu sama lain dalam memajukan usaha mereka masing-masing. Dengan intensitas bertemu yang lumayan sering tentu membuat para aktor semakin dekat dan lebih mengenal pribadi satu sama lain, mereka berbagi pengalaman, bertukar keluh-kesah sehingga dalam jangka panjang bisa untuk menambah relasi, teman dan saudara. Kedekatan antar aktor juga memberikan keuntungan yaitu kemudahan dalam proses jual beli, lebih diutamakan daripada yang tidak kenal, tidak ingin mengecewakan dan berusaha memberikan yang terbaik serta mendapatkan harga khusus.

Selain itu dengan adanya Asosiasi Pengrajin Knalpot Purbalingga (APiK Bangga) juga memberikan manfaat bagi para anggotanya, manfaat yang dirasakan antara lain mereka menjadi tahu pentingnya Surat Ijin Usaha, belajar berorganisasi, menambah relasi, memperluas jaringan, mendapatkan akses untuk bisa mengikuti acara yang diadakan pemerintah pusat maupun daerah, mampu mengembangkan usaha karena mereka dikenalkan dengan Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) serta industri besar lainnya, mendapatkan pengetahuan seputar wirausaha karena adanya berbagai sosialisasi yang diadakan APiK Bangga dan pemerintah, mendapatkan sertifikat setelah mengikuti kegiatan, bisa bergabung dengan pameran dan *expo* yang bisa membantu mengenalkan produk knalpot mereka supaya lebih dikenal banyak orang, khalayak umum bahkan ATPM.

Dengan adanya interaksi dan transaksi yang terjadi maka mendorong para aktor melakukan kerja sama dan hubungan yang saling menguntungkan dimana hal tersebut mampu memunculkan kepercayaan dan nilai positif yang memperkuat hubungan mereka dan asosiasi tersebut. Semakin sering modal sosial digunakan dan dikembangkan maka akan semakin besar dan berkesinambungan (Usman, 2018).

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Industri Kecil Menengah Knalpot Kelurahan Purbalingga Lor terdapat beberapa masalah antara lain masih ada pengrajin knalpot yang membanting harga atau menjual knalpotnya dibawah standar harga dengan alasan yang penting knalpot yang sudah diproduksi habis terjual walaupun keuntungan yang didapatkannya sangat sedikit sehingga mereka bisa membayar karyawan, hal tersebut membuat harga knalpot di pasaran menjadi kacau. Masalah selanjutnya masih banyak pengrajin yang memproduksi knalpot tiruan dan banyak di antara mereka yang belum memiliki merk sendiri. Selain itu terdapat perbedaan dalam memperoleh bahan baku antara pengrajin besar dan pengrajin kecil. Pengrajin besar mempunyai akses untuk mendapatkan bahan baku dengan harga murah namun tidak bagi pengrajin knalpot kecil.

Untuk itu dengan adanya asosiasi APiK Bangga bisa dijadikan wadah bagi para pengrajin knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor untuk mendiskusikan dan mencari jalan keluar masalah yang sedang terjadi. Selain dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purbalingga, APiK Bangga juga berkerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Purbalingga (Bupati dan jajarannya), kepolisian bahkan dengan Kementerian Perindustrian.

APiK Bangga berharap bisa menyatukan semua pengrajin knalpot di Purbalingga, pengrajin menjual produk dengan menggunakan merk sendiri dan mempunyai legalitas serta ijin usaha supaya nantinya tidak ada yang membanting harga karena harga akan diatur berdasarkan *grade* dan kualitas. Dengan itu diharapkan dalam jangka panjang bisa menyejahterakan pengrajin dan lebih mudah dalam penyaluran bantuan dari pemerintah. Saat ini bantuan dari pemerintah pusat maupun daerah disalurkan melalui APiK Bangga baik itu berupa peralatan, pelatihan, seminar, pameran serta acara yang bisa mengenalkan pengrajin dengan industri otomotif besar dan ATPM supaya terjalin kerja sama.

Namun untuk bekerja sama dengan ATPM tidaklah mudah ada syarat yang harus dipenuhi antara kedua belah pihak yaitu pengrajin dan pihak ATPM seperti standar kualitas produk, harga dan kemampuan produksi knalpot harus sesuai kuantitas yang diminta. Oleh sebab itu saat ini belum banyak pengrajin knalpot Purbalingga yang bekerja sama dengan ATPM, pengrajin lebih berkonsentrasi dengan produk knalpot *custom* dan produk *aftermarket* karena syarat dan proses kerja sama dengan ATPM terlalu rumit, panjang, standarisasi knalpot yang terlalu detail dan ketidakcocokan dalam kesepakatan harga.

APiK Bangga bisa membuka jalan komunikasi dan diskusi forum antara pengrajin knalpot dan pemerintah. Pemerintah mengharapkan APiK Bangga nantinya mampu memfasilitasi kebutuhan para pengrajin knalpot dalam pengadaan bahan baku masal supaya mendapatkan harga yang lebih murah sehingga biaya produksi bisa ditekan dan menambah keuntungan bagi para pengrajin itu

sendiri. Pemerintah juga berharap APiK Bangka bisa menerapkan standarisasi harga dengan menerapkan persentase minimal HPS (Harga Perkiraan Sendiri), jadi jika ada yang menjual di bawah HPS akan dikenakan sanksi. Pengrajin knalpot menentukan harga jual knalpot berdasarkan jumlah knalpot yang diambil oleh *reseller* dan konsumen, semakin banyak jumlah knalpot yang diambil maka harganya semakin murah. Jika mau dijual lagi *reseller* bebas menentukan harga jual mereka.

Pengrajin dan *reseller* knalpot kebanyakan mengawali kariernya di dunia perknalpotan karena kerabat, keluarga, kenalan dan teman. Selain bisa memberikan peluang dalam menciptakan kesempatan kerja, kerabat, keluarga, kenalan dan teman juga mampu menambah dan memperluas pemasaran knalpot. Seperti yang terjadi di industri knalpot Purbalingga dengan memanfaatkan kerabat, keluarga, kenalan dan teman mampu menarik dan menambah pelanggan atau konsumen knalpot, seperti teman club motor, teman sekolah, teman main yang bisa menambah kepercayaan antara penjual knalpot baik pengrajin knalpot ataupun *reseller* dengan calon pembeli.

Tujuan konsumen membeli knalpot biasanya untuk memodifikasi kendaraan mereka supaya lebih keren dan untuk meningkatkan performa kendaraan mereka. Maka konsumen selalu mempertimbangkan model yang *up to date*, kualitas knalpot yang bagus, memperhatikan bahan dasar knalpot, *brand image* atau merk knalpot yang bagus dan terkenal, suara knalpot yang bagus dan harga yang sesuai dengan kualitasnya, bahkan beberapa konsumen rela merogoh kocek yang tidak sedikit untuk mendapatkan knalpot yang berkualitas. Maka dalam memilih tempat membeli knalpot konsumen

tidak sembarangan dan penuh pertimbangan, biasanya mereka akan bertanya kepada teman rekomendasi tempat yang tepat dan melihat *review* dari iklan yang ada. Maka dari itu hendaknya pengrajin selalu mengedepankan kualitas knalpot supaya tidak mengecewakan konsumen.

Aktor yang terlibat dalam Industri Kecil Menengah Knalpot seperti pemasok bahan baku, pengrajin knalpot, *reseller* knalpot, konsumen turut menjaga hubungan baik kepada semua kerabat, keluarga, kenalan, teman yang sudah memberikan manfaat baik secara langsung atau tidak langsung dalam membantu promosi kelangsungan bisnisnya baik dengan cara menjaga silaturahmi, bertukar cerita, saling menjenguk apabila ada yang sakit, saling membantu jika ada yang terkena musibah, menghadiri hajatan agar selalu tercipta hubungan yang baik.

Selain menjaga hubungan baik antara aktor, kerabat, teman dan pelanggan, para aktor tetap mempertahankan kualitas agar tidak mengecewakan pelanggan. Karena dengan mempertahankan kualitas barang dan knalpot bisa mempertahankan kepercayaan yang ada. Kepercayaan dalam proses pengiriman dan proses transaksi juga harus dijaga. Dalam bertransaksi biasanya menggunakan sistem ada uang ada barang, namun ketika kedua belah pihak sudah mempunyai hubungan yang dekat, sudah kenal lama serta adanya kepercayaan yang kuat, pembayaran bisa di negosiasi tergantung perjanjian.

Hasil penelitian di analisis dengan Teori Modal Sosial Robert Putnam dimana di dalam modal sosial terdapat tiga unsur pokok yaitu jaringan sosial, norma dan kepercayaan. Inti dari modal sosial yaitu sekumpulan orang atau kelompok yang bersatu dan menjalin kerja

sama untuk menggapai sebuah tujuan yang sama. Di dalam sekumpulan orang yang bekerja sama tersebut terdapat interaksi sosial dimana mereka yang tergabung saling mendapatkan manfaat yang menguntungkan. Hubungan dan interaksi sosial yang terjadi dalam jangka waktu yang cukup lama menimbulkan kepercayaan satu sama lain dan muncul sebuah aturan atau norma yang harus dipatuhi oleh para aktor yang terlibat dalam Industri Kecil Menengah Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor. Modal sosial tersebut akan semakin kuat dan maksimal apabila setiap orang yang terlibat di dalamnya bertindak sesuai aturan dan apa yang menjadi tujuan bersama (Hasbullah, 2006). Modal sosial dapat mempermudah, memperlancar hubungan dan kerja sama sehingga harapan dan tujuan individu bisa tercapai dengan efektif dan efisien (Abdullah, 2013). Unsur modal sosial dalam penelitian ini dibahas sebagai berikut :

a) Partisipasi dalam Jaringan Sosial

Minat seseorang untuk bergabung dengan perkumpulan atau kelompok. Jaringan hubungan sosial antara anggota atau individu yang mempunyai manfaat untuk mengelola sumber daya milik bersama karena memudahkan koordinasi, kerja sama agar memperoleh keuntungan satu sama lain (Samuel & Badaruddin, 2015). Seperti yang terjadi di Kelurahan Purbalingga Lor, aktor yang terlibat seperti pemasok bahan baku, pengrajin knalpot, *reseller*, konsumen, pemerintah dan asosiasi saling berhubungan dan menjaga hubungan baik demi kelangsungan usaha dan kemajuan industri knalpot di Purbalingga. Kedekatan dan hubungan baik yang mereka lakukan dapat dilihat dalam wujud nongkrong dan ngopi bersama, bercerita tukar pikiran, saling membantu dalam hal pribadi seperti menghadiri

acara hajatan, menjenguk yang sakit dan menjenguk bayi. Dengan adanya kedekatan personal mampu menambah keintiman dan kedekatan sehingga bisa mempermudah hubungan bisnis mereka, karena jika sudah kenal lebih dekat rasa kepercayaan semakin kuat. Seperti yang disebutkan dengan adanya kegiatan bersama mampu membentuk masyarakat semakin solid dan sebagai tempat bertukarnya informasi di antara para aktor (Purwanto, 2013).

Selain menjaga hubungan baik dengan para aktor, pengrajin knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor mengikuti Asosiasi Pengrajin Knalpot Purbalingga (APiK Bangga) dimana organisasi tersebut beranggotakan pengrajin knalpot yang ada di Purbalingga. Adanya APiK Bangga menunjukkan bahwa di dalam IKM Knalpot Kelurahan Purbalingga Lor terdapat partisipasi dari pengrajin dalam membentuk jaringan sosial yang bertujuan menyatukan pengrajin knalpot di Purbalingga dalam satu wadah dan mendorong agar penjualan knalpot semakin tinggi. Adanya APiK Bangga juga membangkitkan dukungan dan peran pemerintah dan dinas terkait untuk bekerja sama dalam memajukan knalpot Purbalingga serta mengurangi knalpot tiruan. Seperti halnya pada (Hakim & Wibisono, 2017; Sumintarsih, 2012) dimana asosiasi atau paguyuban mampu menjadi wadah dalam menyatukan para petani agar mempermudah komunikasi antar anggota kelompok.

APiK Bangga mampu menambah silaturahmi, komunikasi dan tukar pikiran antara pengrajin dan *reseller* knalpot dengan pemerintah dalam membahas masalah yang terjadi untuk mencari solusi. Terdapat kegiatan lain seperti kunjungan studi banding, seminar atau sosialisasi, pameran, pelatihan usaha dan acara-acara lain yang mendukung

kemajuan knalpot Purbalingga yang diadakan oleh pemerintah dan APiK Bangga.

Dengan adanya partisipasi dari berbagai pihak seperti pemasok bahan baku, pengrajin knalpot, *reseller*, asosiasi dalam hal ini APiK Bangga, Pemerintah dinas terkait yang saling bersinergi dan turut proaktif dalam memajukan dunia perknalpotan di Kabupaten Purbalingga tentunya akan memberikan keuntungan bagi semua pihak.

b) Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan yang dimiliki individu kepada orang lain. Kepercayaan berperan dalam membangun modal sosial kelompok, dimana modal sosial mampu menciptakan kehidupan yang harmonis (Ambarita & Sitorus, 2015). Di dalam IKM Knalpot Kelurahan Purbalingga Lor aktor yang terlibat saling percaya satu sama lain. Contohnya pemasok bahan baku dan pengrajin knalpot, pemasok bahan baku membutuhkan pengrajin knalpot sebagai pelanggan apa yang dijualnya sementara pengrajin knalpot membutuhkan bahan baku dari pemasok untuk kelangsungan produksi knalpotnya. Begitu pula pengrajin knalpot dan *reseller*, pengrajin knalpot dengan konsumen, mereka saling menjaga hubungan dan kepercayaan agar tidak kehilangan pelanggan. Hubungan antar aktor IKM Knalpot Kelurahan Purbalingga Lor dipelihara salah satunya dengan menjaga kepercayaan satu sama lain.

Kepercayaan akan terus terpelihara selama pihak yang berinteraksi tetap bertindak sesuai yang seharusnya. Namun jika salah satu mengingkari janji atau tidak sesuai kesepakatan maka kepercayaan yang sudah terbangun menjadi rusak dan orang yang

melanggar sudah tidak dipercaya. Contohnya yang tadinya diberi kepercayaan dengan mengambil barang dengan tidak membayar di muka apabila sekali tidak membayar sesuai waktu yang ditentukan tanpa ada alasan dan komunikasi yang jelas maka untuk pembelian di lain waktu tidak diberi kesempatan membayar secara hutang melainkan harus membayar di muka.

Dalam mencari karyawan, pengrajin knalpot memilih dari orang terdekat baik itu tetangga, saudara atau teman karena lebih bisa dipercaya daripada orang asing. Di samping itu juga karena menurut mereka lebih baik membantu menyejahterakan orang terdekat terlebih dahulu dengan cara menciptakan lapangan kerja. Dalam membeli barang konsumen mencari penjual yang sudah terpercaya baik itu kepada penjual yang sudah mereka kenal atau rekomendasi dari teman. Jika membeli barang kepada yang sudah kenal konsumen akan lebih percaya karena pihak penjual akan memberikan barang yang terbaik dan tidak akan mengecewakan konsumen tersebut. Apabila penjual selalu memberikan barang dengan kualitas yang baik, hal tersebut akan menguntungkan si penjual karena konsumen tidak akan kecewa, bahkan jika suatu saat konsumen akan membeli knalpot atau barang lagi atau jika ada temannya yang mencari knalpot mereka akan memberikan rekomendasi kepada penjual tempat dimana mereka biasanya beli. Hal itu bisa menjadi media promosi gratis dengan melalui mulut ke mulut. Karena kepercayaan tidak timbul begitu saja dan memerlukan proses yang cukup lama maka hendaknya para aktor yang terlibat di dalam Industri Kecil Menengah Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor saling menjaga kepercayaan yang telah ada dan terus membangun kepercayaan dengan orang yang lebih banyak karena

kepercayaan bisa mendukung bisnis dan kelangsungan usaha industri knalpot mereka.

c) Norma

Norma merupakan aturan harus dipatuhi karena berguna untuk mengontrol tindakan yang ada di masyarakat atau kelompok tertentu. Norma muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan, bersifat resiprokal dan muncul setelah jaringan sudah lama terbina (Gusman, 2019). Norma juga bisa mengurangi risiko penyimpangan di antara para aktor, membuat harga stabil, membantu para aktor mendapatkan jaringan dan kepercayaan (Fitriawati, 2010). Terdapat aturan yang ada di dalam anggota APiK Bangga yaitu tidak boleh memproduksi knalpot palsu sehingga pengrajin harus memproduksi knalpot dengan merk sendiri, hal tersebut untuk melindungi para pengrajin agar terhindar dari masalah hukum atau tuntutan *brand* yang ditiru, agar industri knalpot Purbalingga maju dengan citra yang baik, serta menghindari persaingan dengan sesama pengrajin. Dengan adanya peraturan merk, saat ini kasus produksi knalpot bajakan di Kabupaten Purbalingga sudah berkurang, namun tidak dipungkiri masih ada beberapa oknum yang melakukan pembajakan knalpot dengan alasan permintaan pasar yang masih tinggi.

Aturan lain yang ada di IKM Knalpot Kelurahan Purbalingga Lor yaitu adanya perbedaan harga bahan baku antara pengambilan grosir atau borongan dengan pengambilan ecer. Kemudian perbedaan harga yang terdapat di penjualan knalpot dari pengrajin knalpot, ada perbedaan harga jika membeli satuan dengan pembelian banyak sekaligus akan mendapatkan harga grosir minimal pengambilan 10 buah knalpot. Dengan adanya aturan tersebut maka *reseller* knalpot

tidak perlu khawatir tidak mendapatkan konsumen, karena jika ada konsumen yang membeli knalpot kepada pengrajin langsung juga tidak mendapatkan harga yang lebih murah.

D. Penutup

Industri Kecil Menengah Knalpot Kelurahan Purbalingga Lor melibatkan aktor-aktor yang saling berhubungan antara lain pemasok bahan baku, pengrajin knalpot, reseller knalpot, konsumen, Asosiasi Pengrajin Knalpot dan pemerintah dinas terkait. Mereka mempunyai peranan masing-masing dan senantiasa menjaga hubungan baik satu sama lain. Dalam menjalankan bisnis memerlukan modal ekonomi, modal kultural dan modal sosial untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya.

Di antara aktor yang terlibat dalam Industri Kecil Menengah Knalpot semuanya saling membangun dan menjaga kepercayaan serta menjaga kualitas barang karena bagi mereka kepercayaan mampu mempertahankan pelanggan lama dan mempermudah untuk mendapatkan pelanggan baru, biasanya sebelum melakukan jual beli pelanggan mencari tahu bagaimana rekam jejak penjual. Dalam merekrut pekerja, mereka memilih berdasarkan orang terdekat seperti saudara, tetangga dan teman daripada orang asing karena orang terdekat lebih terpercaya, asal-usulnya jelas dan mudah dilacak apabila ada masalah.

Para aktor yang terlibat dalam industri knalpot memelihara modal sosial dengan menggelar pertemuan rutin setiap dua minggu sekali, saling tolong-menolong dan menjenguk ketika ada yang sakit, menghadiri acara atau pesta yang di adakan oleh salah satu kolega atau hanya sekedar nongkrong ngopi bersama bertukar cerita. Hal tersebut

mampu menambah nilai kebersamaan, mengerti satu sama lain sehingga dapat memperlancar hubungan bisnis.

Harapannya para aktor yang terlibat dalam IKM Knalpot di Kelurahan Purbalingga Lor tetap menjaga hubungan baik, terus mengembangkan modal sosial, memperluas jaringan, menjaga dan menciptakan kepercayaan, menaati norma yang ada, bangga terhadap merk sendiri dan terus menjaga kualitas. Lalu untuk anggota asosiasi APiK Bangga diharapkan terus aktif dan antusias mengikuti kegiatan, pelatihan yang diadakan, mengajak seluruh pengrajin knalpot di Purbalingga untuk bergabung dalam asosiasi. Dan kepada pemerintah hendaknya selalu melakukan pendampingan, pembinaan dan memberikan perhatian serta fasilitas kepada para IKM agar industri knalpot semakin maju dan menjadi produk unggulan yang membanggakan sehingga mampu mengangkat nama Purbalingga.

Daftar Pustaka

- Abdullah, S. (2013). Potensi Dan Kekuatan Modal Sosial Dalam Suatu Komunitas. *Socius*, XII, 15–21.
- Ahdiah, I. (2011). Organisasi Perempuan Sebagai Modal Sosial (Studi Kasus Organisasi Nasyiatul Aisyiyah Di Sulawesi Tengah). *Jurnal Academica*, 3(1), 523–534.
- Ambarita, E. C., & Sitorus, H. (2015). Modal Sosial Komunitas Petani Kemenyan Dalam Pelestarian Hutan Kemenyan di Desa Pandumaan Kecamatan Pollung Kabupaten Humbang Hasundutan. *Perspektif Sosiologi*, 3(1), 42–57.
- BPS. (2015). Jumlah Penduduk Berumur 10 Tahun Keatas Berdasarkan Jenis Mata Pencaharian di Kabupaten Purbalingga, 2011-2015. Retrieved April 7, 2019, from Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga website: <https://purbalinggakab.bps.go.id>
- BPS. (2018). Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan di Kabupaten Purbalingga, 2010, 2015, and 2016. Retrieved April 7, 2019, from Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga website: <https://purbalinggakab.bps.go.id>
- Bungin, B. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dinkominfo. (2015). Produk Industri Knalpot Purbalingga Capai 595.371 Unit Per Tahun. Dinas Komunikasi dan Informatika. Retrieved April 7, 2019, from Dinkominfo.purbalinggakab.go.id website: <https://dinkominfo.purbalinggakab.go.id>
- Dinkominfo. (2017). Kemenperin Perkuat Industri Unggulan Daerah di Purbalingga dan Surakarta – Kabupaten Purbalingga. Retrieved April 7, 2019, from Purbalinggakab.go.id website: <https://www.purbalinggakab.go.id>
- Fatimah, M., & Afifuddin, M. (2013). Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional. *JKAP*, 17(2), 4–19.
- Field, J. (2010). *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Fitriawati, E. (2010). Modal Sosial Dalam Strategi Industri Kecil.

- Dimensia*, 4(1), 23–40.
- Gusman, I. (2019). Pemanfaatan Modal Sosial Petani Ikan Pasca Tubo Balerang dalam Mendapatkan Pekerjaan Baru. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 5(1), 21–34.
- Hakim, F. N., & Wibisono, G. (2017). Modal Sosial Petani Tembakau untuk Peningkatan Kesejahteraan Sosial. *Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 16(4), 369–380.
- Handoyo, E. (2013). Kontribusi Modal Sosial dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Pascarelokasi. *Jurnal Komunitas*, 5(2), 252–266.
- Hasbullah, J. (2006). *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta: MR United Press.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Jatengprov. (2017). Kenalkan Produk Knalpot Purbalingga Kepada Presiden Jokowi. Retrieved April 7, 2019, from Jatengprov.go.id website: <https://jatengprov.go.id>
- Khair, H. (2019). Modal Sosial Dalam Industri Rumah Tangga Kerupuk Sagu Di Desa Pintu Gobang Kari Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. *JOM FISIP*, 6, 1–14.
- Kompas. (2011). Knalpot Purbalingga Terkendala Logam. Retrieved April 7, 2019, from Kompas.com website: <https://ekonomi.kompas.com>
- Muzaki, K. (2019). Sejarah Knalpot Purbalingga. Retrieved August 21, 2019, from TribunJateng.com website: <https://jateng.tribunnews.com>
- Nurchayono, O. H., & Astutik, D. (2018). Harmonisasi Masyarakat Adat Suku Tengger (Analisis Keberadaan Modal Sosial Pada Proses Harmonisasi Pada Masyarakat Adat Suku Tengger, Desa Tosari, Pasuruan, Jawa Timur). *Dialektika Masyarakat : Jurnal Sosiologi*, 2(1), 1–12.
- Purwanto, A. (2013). Modal Budaya dan Modal Sosial dalam Industri Seni Kerajinan Keramik. *Jurnal Sosiologi Masyarakat*, 18(2), 233–261.
- Riyanto, S., Hidayat, K., & Sukei, K. (2014). Modal Sosial Dalam Komunitas Pedagang Sayuran Didesa Tawang Argo Kecamatan

- Karang Ploso Kab. Malang. *Habitat*, XXV(2), 96–104.
- Saleh, I. A. (1986). *Industri Kecil*. Jakarta: LP3ES.
- Saleh, K. (2017). Modal Sosial Perempuan Pelaku Industri Rumah Tangga (Kasus Perempuan Perdesaan Provinsi Banten). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 10(2), 160–174.
- Samuel, J. P., & Badaruddin. (2015). Potensi Modal Sosial Buruh Bangunan (Studi Deskriptif Pada Buruh Bangunan di Lingkungan 12 Desa Bandar Khalipah Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang). *Perspektif Sosiologi*, 3(1), 58–74.
- Sawitri, D., & F. Soepriyadi, I. (2014). Modal Sosial Petani dan Perkembangan Industri di Desa Sentra Pertanian Kabupaten Subang dan Kabupaten Karawang. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 25(1), 17–36.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumintarsih. (2012). Modal Sosial Petani Lereng Gunung Merbabu sebagai Kekuatan Dalam Mengelola Usaha Pertanian. *Patrawidya*, 13(4), 583–614.
- Susanto, R. (2017). Kemenperin Gelontorkan Rp 46 miliar untuk Industri Knalpot Purbalingga. Retrieved August 24, 2019, from Gatra.com website: <https://www.gatra.com>
- Usman, S. (2018). *Modal Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.