

PENGUSAHA WARUNG TEGAL DI JAKARTA (Pendekatan Modal Sosial)

Rinda Asytuti

Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan
Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan, Jawa Tengah 51114
rizkazafran@gmail.com

Abstract: Warung Tegal (*Warteg*) is an example of local based small and medium enterprises, of which the owners are coming from a local town called Tegal. While the town of Tegal, where such restaurants originally come from, has its own distinctive culture, *Warung Tegal* are closely linked with urban migrant culture of Jakarta. *Warteg* is not only a place to suffice people needs of having meals but also as a place for people to share and discuss stories and information from daily life up to political issues. On the other hand, this small enterprise is not individually owned, but rather it is owned and developed by families in turns. I found the social modal factor within *Warteg* owners is interesting to be further researched. This study aims at finding out the level of social modal among *Warteg* owners in Jakarta. The quantitative approach to measure social modal based on the variables of cohesion, trust, norms and economic empowering networking were employed in this research. The result of this study showed that there was a significant correlation of 54.8 % between social modal variables, which included cohesion, trust, norms and networking, and *Warteg* economic development. Additionally, the result of the study also indicated that cohesion level and networking factor were the most significant factors influencing the economic development of *Warteg* in Jakarta.

Keywords: *Social Capital, WarungTegal, Small and Medium Enterprises*

Abstract: Warung Tegal (*Warteg*) adalah salah satu bentuk usaha mikro yang memiliki keterkaitan kedaerahan, dimana pemilik usaha ini berasal dari sebuah daerah yang bernama Tegal. Sebagai sebuah daerah memiliki nilai, norma dan kebudayaan tertentu yang berbeda dengan daerah lain di Indonesia. Sebagai sebuah usaha, keberadaan warteg sangat erat dengan budaya migran di Jakarta. Warteg tidak hanya sebagai sarana memenuhi kebutuhan makan dan minum melainkan juga sebagai wadah mencari informasi dimana masyarakat bercerita mulai hal sepele hingga politik. Disisi lain bisnis ini tidak hanya dimiliki secara pribadi melainkan secara kongsi diantara keluarga secara bergantian. Inilah salah satu faktor yang menarik bagi peneliti menelaah lebih dalam tentang modal sosial di masyarakat warteg di daerah Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat modal sosial di kalangan pengusaha warung tegal di Jakarta dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dimana modal sosial diukur melalui variabel tingkat kohesitas, kepercayaan, norma dan jaringan dengan penguatan ekonomi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel modal sosial yakni tingkat kohesitas, kepercayaan, norma dan jaringan terhadap penguatan ekonomi pengusaha Warung Tegal sebesar 54,8 %. Sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang dipilih. Hasil pengujian hipotesis untuk masing masing variabel, menyimpulkan bahwa faktor tingkat kohesitas dan networkinglah yang paling signifikan mempengaruhi penguatan ekonomi pengusaha Warung Tegal di Jakarta.

Kata Kunci: Modal Sosial, Warung Tegal, Usaha Kecil

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Keberadaan warung Tegal sebagai bagian (institusi pendukung) dalam kehidupan kaum urban menengah kebawah tidak dapat dinafikan (Syam Surya: 2011). Kebutuhan kaum urban pinggiran yang berpenghasilan rendah, dilihat sebagai peluang emas oleh kaum urban dari Tegal dengan menyediakan makanan yang murah. Terbukti warung Tegal dijadikan pilihan utama dan bahkan simbolitas dari masyarakat urban, untuk memenuhi kebutuhan primernya terhadap makanan dan tempat sosialisasi yang beridentitas murah, meriah, dan mengenyangkan. Bentuk dan Lokasi Warung Tegal umumnya berada di wilayah urban antara lain diwilayah proyek proyek pembangunan, kampus, pusat-pusat perkulakan, dan tempat-tempat hunian masyarakat berekonomi kecil.

Warung Tegal (warteg) dapat mudah dikenali dengan bentuk bangunan yang semi permanen hingga bedeng. Ukuran bangunan umumnya sempit kisaran 15-20 M, serta bercat biru. Cat biru adalah simbolitas para pemilik Warteg untuk mengingatkan kampung halamannya Kota Tegal yang masuk daerah pesisir. Penyajian Warteg pun dilakukan secara sederhana, secara prasmanan atau dilayani. Sajian yang disuguhkan umumnya terdiri dari banyak ragam sayur dan lauk namun tak ada yang spesifik. Oleh karena itu Warteg dan pengusaha warteg memiliki identitas di perkotaan sebagai 'warung pinggir jalan', usaha informal yang dilaksanakan oleh pengusaha kecil.

Warteg sudah menjadi identitas tempat makan masyarakat kecil di Indonesia. Terlepas dari si pemilik/penjualnya orang Tegal atau bukan. Disamping tidak ada aturan untuk mendirikan rumah makan dengan Nama "Warteg", namun juga Warteg sebagai *brand*, dijadikan pertimbangan untuk memperoleh kemudahan izin usaha dan tidak membayar pajak. Saat ini terdapat 26.900 warung Tegal di DKI (data 22 januari 2011.republika). Jumlah ini menurut Peneliti adalah hanya data yang terdaftar di dalam koperasi warung Tegal yang diketuai oleh H.Sastoro.

Pengusaha Warung Tegal pada awalnya berasal dari tiga desa di Tegal yaitu warga desa Sidapurna, Sidakaton & Krandon, [Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal](#). Selanjutnya kepemilikan Warteg berkembang keseluruh daerah dikota maupun kabupaten Tegal. Selain ekonomi, motif yang mempengaruhi tingginya mereka pergi ke Jakarta untuk membuka usaha warung tegal (warteg) adalah karena adanya tradisi yang sudah dikembangkan oleh generasi sebelumnya. Menurut kepala Desa Cabawan, sejak tahun 1960-an penduduk sudah mulai merantau terutama menuju ke Kota Jakarta. Jakarta bagi orang Tegal terutama penduduk desa Cabawan merupakan medan yang sudah dikenal sampai ke pelosok-pelosok kota dan usaha yang mereka kembangkan adalah membuka usaha warteg yang merupakan usaha turun temurun dari generasi terdahulu (Maria, 2005).

Kontribusi pedagang warteg terdahulu sangat besar dalam membantu migran baru di perkotaan karena mereka merasa berasal dari daerah yang sama. Hal ini terlihat pada tahap awal dari penyesuaian mekanisme diri di daerah yang baru. Para pedagang warteg junior akan dibantu oleh pengusaha yang senior baik dalam pemilihan lokasi maupun modal awal. Hal seperti inilah yang menyebabkan lapangan pekerjaan tertentu sering didominasi oleh migran yang berasal dari daerah tertentu saja karena proses mencari pekerjaan biasanya berkisar antar relasi migran sederaahnya (Mantra, 1994).

Keberhasilan pedagang warteg dalam mengembangkan usahanya dan membentuk ikatan kekerabatan dengan sesama pedagang warteg menyebabkan usaha yang dilakukan para pedagang warteg mengalami kemajuan dengan cepat dan berkembang dengan pesat. Peningkatan pendapatan secara otomatis mempengaruhi gaya hidup dan pertumbuhan perekonomian desa. Jejak kesuksesan ini menjadi sebuah daya pematik untuk masyarakat

Tegal membuka usaha Warteg di Jakarta yang pada akhirnya menjadikan identitas baru kaum urban Tegal di Jakarta.

Kepemilikan warung Tegal tidak hanya dimiliki oleh perorangan melainkan sebuah persekutuan dari beberapa orang, baik yang memiliki pertalian kekerabatan ataupun tidak, dengan konsepsi pertelon atau pertiga dan perempat bulan giliran. Pihak yang tidak mendapat giliran mengelola warung biasanya bertani di kampung halamannya, hingga waktunya tiba. Warteg memberikan gambaran adanya kerjasama ekonomi yang menuntut pengertian, nilai, kesamaan konsepsi, dan motivasi serta nilai-nilai sosial lain seperti kepercayaan, *reciprocity* dan lain-lain yang dikenal dengan modal sosial. Modal sosial inilah yang sangat berguna untuk kelancaran usaha yang dikembangkan.

Dalam terminologi ekonomi, modal adalah capital yang dapat menghasilkan keuntungan atau sesuatu. Menurut Bourdieu (1986) modal tidak hanya sekedar alat-alat produksi, tetapi juga memiliki pengertian yang lebih luas dan dapat diklasifikasikan ke dalam 3 (tiga) golongan, yaitu: (a) modal ekonomi (*economic capital*), (b) modal kultural (*cultural capital*), dan (c) modal sosial (*social capital*). Modal ekonomi, dikaitkan dengan kepemilikan alat-alat produksi. Modal kultural terinstitusionalisasi dalam bentuk kualifikasi pendidikan. Sedangkan menurut Coleman (1990) modal sosial (*social capital*), yaitu kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama demi mencapai tujuan bersama dalam suatu kelompok dan organisasi. Modal sosial adalah bentuk kebersamaan, kewajiban sosial yang diinstitusionalisasikan dalam bentuk kehidupan bersama, peran, wewenang, tanggungjawab, sistem penghargaan dan keterikatan lainnya yang menghasilkan tindakan kolektif.

Kedudukan modal sosial dalam perdagangan semakin penting seiring dengan terjadinya perdagangan bebas dan migrasi bebas (Schiff, 2000). Menurut World Bank (1998), dalam modal sosial dibutuhkan adanya “nilai saling berbagi” (*shared values*) serta pengorganisasian peran-peran (*rules*) yang diekspresikan dalam hubungan-hubungan personal (*personal relationships*), kepercayaan (*trust*), dan *common sense* tentang tanggung jawab bersama; sehingga masyarakat menjadi lebih dari sekedar kumpulan individu belaka.

Bank Dunia juga mengungkapkan bahwa modal sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap proses-proses pembangunan (World Bank, 2000). Kegiatan pembangunan akan lebih mudah dicapai dan biayanya akan lebih kecil jika terdapat modal sosial yang besar (Narayan dan Pritchett 1997, Grootaert dan van Bastelaer, 2001).

Disisi lain, modal sosial memiliki kontribusi penting dalam pembangunan berkelanjutan. Karena pada akhirnya, kapital berupa *natural capital*, *physical* atau *produced capital*, dan *human capital*; perlu dilengkapi dengan *social capital* (Grootaert, 1997). Modal sosial pada tingkat mikro berguna untuk memfungsikan pasar, dan pada level makro untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Modal sosial menjadi dasar orang untuk bekerjasama untuk suatu tujuan bersama dalam group dan organisasi. Elemen utama dalam modal sosial mencakup *norms*, *reciprocity*, *trust*, dan *network* (Subejo, 2004; Serageldin dan Grootaert, 1997).

Menurut Brata (2004), modal sosial dalam pengertian jaringan-jaringan atau hubungan-hubungan sosial informal, turut menentukan proses menjadi pedagang angkringan, termasuk dalam hal penentuan lokasi berdagang. Hal ini menguatkan Penelitian Fafchamps dan Minten (1999) yang memperoleh kesimpulan bahwa akumulasi modal sosial terbukti memberikan peran yang sangat nyata dalam bisnis.

Pengukuran modal sosial memperlihatkan tumbuhnya nilai tambah (*margins or value added*) secara signifikan di atas kepemilikan sarana, kapital tenagakerja (*labor capital*), *human capital*, dan keterampilan manajemen. Dua hal yang penting adalah jumlah pedagang lain yang dikenal dan jumlah orang yang siap membantu jika menghadapi permasalahan. Selain itu, hubungan bukan keluarga (*non-family networks*) terbukti lebih berperan dibandingkan hubungan keluarga (*family networks*).

Dari pemikiran inilah peneliti berpendapat bahwa penguatan ekonomi pengusaha warteg dapat dilakukan bukan hanya pada penguatan modal materi melainkan juga penguatan modal sosial. Karena, kesuksesan perdagangan bukan hanya pada kuatnya modal materi, melainkan tingginya modal sosial yang dapat dikembangkan. Keberhasilan ekonomi masyarakat Tionghoa, bukan hanya disandarkan pada kekuatan modal dalam bentuk materi melainkan pada jaringan, nilai kejujuran, koneksitas, kohesitas diantara sesama kaumnya.

2. Kerangka Teori

Saat ini disadari bahwa modal sosial memiliki peranan penting dalam pembangunan sebuah Negara. Urgensi modal sosial sebenarnya telah disinyalir oleh Adam Smith pada abad ke 18 dengan penggunaan kata “ *social contract*” sebagai salah satu bagian penting untuk kemajuan pembangunan. Modal sosial yang kuat dipercaya dapat meningkatkan pertumbuhan berbagai aspek pembangunan sebuah negara termasuk ekonomi, sosial, budaya bahkan politik. (Ostrom, 1993; Coleman, 1988; Mackie, 1998).

Berbeda dengan modal ekonomi, modal sosial dipahami sebagai modal yang lebih menekankan pada kekuatan kelompok, jaringan, nilai norma, kepercayaan dan pola-pola hubungan antara entitas-entitas dalam sebuah jaringan atau kelompok masyarakat (Fukuyama, 1995; Adams & Someswar, 1996; Ibrahim, 2006; Lubis, 2002). Sebagaimana pengertian Robert D Putnam dalam mendefinisikan Modal Sosial “*a set of informal value norms shared among members of a group that permits cooperation among them. If members of the group come to expect that others will behave reliably and honestly, then they will come to trust one another. Trust is like a lubricant that makes the running of any group or organization more efficient*”.

Pemikiran tentang modal sosial modern lahir digawangi oleh kajian-kajian Robert D Putnam, Francis Fukuyama, Paul Bullen Cohen, Prusak dan lain-lain. Namun mengutip Tulisan Anas S Mahfud dalam makalahnya yang berjudul “social Capital” Istilah *social capital* sendiri pertama kali digunakan oleh Jane Jacobs pada tahun 1916, ketika ia menggambarkan pusat sekolah di pedesaan dalam buku klasiknya *The Death and Life of Great American Cities*, yang intinya ingin menjelaskan derajat jaringan sosial dalam ketetanggaan masyarakat pedesaan dalam bentuk *social capital* dalam mendorong keamanan publik. Kemudian istilah itu digunakan oleh ekonom Glenn Loury dan sosiolog Ivan Light, pada tahun 1970-an dalam menganalisa problem *inner-city* dalam perkembangan ekonomi. Baru pada dekade 1980-an, konsep *social capital* dipopulerkan oleh sosiolog James Coleman dan ilmuwan politik Robert Putnam (Fukuyama, 1999), khususnya dalam penelitiannya di Italia dan masalah kemunduran Amerika pada dekade 1960-an (Anas S Mahfud).

Berbeda dengan Anas, Jousari Hasbullah dalam bukunya Social Capital (menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia) menyebutkan bahwasannya pembahasan modal sosial sudah digulirkan pada abad ke 18 melalui “ social Contract” oleh Adam Smith dan dikembangkan seterusnya oleh Karl Marx dan Engles dengan konsep keterikatan yang memiliki solidaritas (*bounded Solidarity*), dimana dijelaskan adanya kemungkinan muncul hubungan kerjasama yang kuat ketika suatu kelompok berada dalam sebuah tekanan (Woolcook, 1998, Jausari Hasbullah; 2006).

Teori Bourdieu (1985) memahami modal sosial sebagai “*The aggregate of the actual or potential resources which are linked to the possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance or recognition*”, sehingga modal sosial dapat dipahami sebagai berbagai sumber daya aktual dan potensial yang mampu menghasilkan jejaring hubungan kerja yang saling menghargai, saling memaknai (Wackman, 1992: 139) dalam Field (2005).

Sedangkan menurut Coleman (1990) modal sosial (*social capital*), yaitu kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama demi mencapai tujuan bersama dalam suatu kelompok dan organisasi. Modal sosial adalah bentuk kebersamaan, kewajiban sosial yang diinstitutionalisasi dalam bentuk kehidupan bersama, peran, wewenang, tanggungjawab, sistem penghargaan dan keterikatan lainnya yang menghasilkan tindakan kolektif.

Berkaitan dengan penguatan kesehatan, WHO menyadari bahwa modal sosial adalah elemen potensial yang sangat penting yang harus ditingkatkan dalam menguatkan kesehatan dunia. Dalam, pandangan WHO-WorldHealth Organization (1988) modal sosial dipahami sebagai “*Social capital represents the degree of social cohesion which exist in communities*” dimana didalamnya berbaaur jejaring hubungan networks, norma-norma serta social trust yang memberi manfaat bersama bagi semua stakeholder yang ada.

Sedangkan Wookcock (1998) mencoba memahami modal sosial sebagai “*the information, trust, and norms of reciprocity inhering in one’s social networks*”, dengan demikian atribut-atribut modal sosial yang baik adalah informasi yang dibangun dan dimanfaatkan, rasa percaya dan saling percaya yang ditumbuhkembangkan serta norma norma untuk saling memberi, saling melayani. Hakekatnya adalah semangat untuk tumbuh bersama merupakan hakekat dari sebuah modal sosial yang dapat dibangun.

Eva Cox mendefinisikan modal sosial sebagai serangkaian proses hubungan antara manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisien dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan kebajikan bersama .

Dari definisi modal sosial diatas, dapat dipahami bahwa modal sosial berintikan oleh jalinan kerjasama, nilai-nilai, jaringan, dan pertukaran bolak balik (resiprositas). Modal sosial selain sebagai bagian penting dari pembangunan sebuah negara, juga modal signifikan dalam kesuksesan bisnis. Mackie (1998) menyimpulkan dalam penelitiannya tentang kunci sukses pebisnis cina dalam tataran global dipengaruhi oleh beberapa faktor yang termasuk dalam modal sosial, yaitu Pertama, kepercayaan (xinyong) sebagai pengikat dalam transaksi perdagangan. Kedua ;hubungan /relationship /jaringan (guanxi) sebagai alat untuk mereduksi biaya transaksi dalam bisnis .

3. Hipotesis

Mengacu pada teori Bourdieu (1986) diatas maka hipotesis dalam penelitian ini dapat disusun .

- H1 = Tingkat Kohesitas berpengaruh terhadap penguatan ekonomi Pengusaha Warteg
- H2 = Kepercayaan (Trust) berpengaruh terhadap penguatan ekonomi Pengusaha Warteg
- H3 = Norma berpengaruh terhadap penguatan ekonomi Pengusaha Warteg
- H4 = Jaringan (Networking) berpengaruh terhadap Penguatan Ekonomi Pengusaha Warteg
- H5 = Modal Sosial (tingkat kohesitas, trust, norma dan networking) berpengaruh signifikan terhadap penguatan ekonomi Warteg

4. Metode Analisis

Data kuantitatif didapatkan dari lapangan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden kemudian akan diolah, dianalisis, dan dilakukan pengujian hipotesis. Data kuantitatif yang ada data keseluruhan dianalisis menggunakan analisis regresi.

Model persamaan menggunakan metode analisis *Binary Logistic Regression* dengan alat analisis SPSS 16. *Binary Logistic Regression* yang digunakan karena selain variabel dependennya bersifat dikotomi yaitu menggunakan variable *dummy*, variabel bebasnya pun merupakan kombinasi antara matrik dan nominal (non metrik) (Hossain: 2001).

Dalam menentukan justifikasi signifikansi statistik bagi masing-masing variabel yang diuji adalah dengan mendasarkan pada nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka variabel independen yang diamati berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Mengingat alat analisis yang digunakan adalah model *Binary Logistic Regression*, maka nilai koefisien determinasi (R^2) tidak dapat digunakan untuk mendeteksi kesesuaian model (*goodness of fit*). *Goodness of fit* bagi model ini dapat dilihat berdasarkan nilai *percentage of*

correct predictio (Mudrajad Kuncoro : 2001). Analisis *Binary Logistic Regression* ini akan mencari model terbaik (*best-fit model*), dengan demikian akan dilakukan beberapa skenario untuk mendapatkan model terbaik tersebut.

Perumusan model secara lengkap dan matematis dapat dinotasikan dalam persamaan $PE = \beta_0 + \beta_1 TKH + \beta_2 trust + \beta_3 norm + \beta_4 networking + e \dots\dots\dots (1)$

Dimana :

PE = Penguatan Ekonomi

TKH=Tingkat Kohesitas kelompok

Trust= kepercayaan

Norm= nilai/norma

Networking= Jaringan

B. Pembahasan

1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini merupakan analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis yaitu mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas baik bersama-sama (simultan) maupun secara parsial yaitu Tingkat Kohesitas, *Trust* (kepercayaan), Norma dan Networking dengan Penguatan Ekonomi sebagai variabel terikat.

Tabel 1.
Output Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	2.195	2.020		1.087	.282		
TKH	.614	.121	.526	5.060	.000	.710	1.408
TRUST	-.113	.077	-.136	-1.476	.146	.901	1.110
NORMA	-.029	.097	-.027	-.299	.766	.969	1.032
NETWORKING	.426	.125	.370	3.408	.001	.651	1.537

a. Dependent Variable: PE

Berdasarkan output data SPSS 16.0 (lihat table diatas) maka didapatkan persamaan akhir sebagai berikut: $(PE) = 2,195 + 0,614 TKH - 0,113 trust - 0,29norma + 0.426networking + e$. Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar

2,195 menyatakan jika TKH, trust, norma dan networking sama dengan konstan, maka Peningkatan ekonomi sebesar 2,195 persen.

Koefisien regresi TKH sebesar 0,614 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 persen TKH, maka akan meningkatkan Penguatan Ekonomi sebesar 0,614 persen. Koefisien regresi Trust sebesar -0,113 menyatakan bahwa setiap penurunan 1 persen trust, maka Penguatan ekonomi akan turun sebesar 0,113 persen. Begitu pula yang terjadi pada norma. Koefisien regresi norma -0,29 norma, dapat dipahami bahwa setiap penurunan 1 persen norma, akan ada penurunan penguatan ekonom sebesar 0,29 persen. Dan bila terdapat peningkatan 1 persen networking, maka penguatan ekonomi akan meningkat sebesar 0,406 persen

Pada uji secara simultan atau bersama-sama, maka didapatkan data adjusted R square adalah didapatkan hasil 0,548 (tabel 1.). Hal ini berarti bahwa Penguatan Ekonomi Warteg dapat dijelaskan oleh variabel tingkat kohesitas, trust, norma dan networking hanya sebesar 54,8 %. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Tabel 2.
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.761 ^a	.578	.548	2.260	2.209

a. Predictors: (Constant), NETWORKING, NORMA, TRUST, TKH

b. Dependent Variable: PE

Berdasarkan data tabel 2. melalui uji signifikansi yakni menggunakan uji F, didapatkan data bahwa nilai F hitung 18.870 dengan probabilitas 0.00, dimana probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa Tingkat Kohesitas, trust, norma dan networking secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penguatan ekonomi pengusaha warung Tegel di Jakarta. Dari hasil ini dapat diimpulkan bahwa H5 diterima.

Tabel 3.
Uji Signifikansi (statistic F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	385.373	4	96.343	18.870	.000 ^a
	Residual	280.811	55	5.106		
	Total	666.183	59			

a. Predictors: (Constant), NETWORKING, NORMA, TRUST, TKH

b. Dependent Variable: PE

2. Uji Hipotesis Individual

Pada pengujian hipotesis hubungan antara variabel bebas dengan variabel bebas secara individual parsial akan digunakan Nilai t hitung dan signifikansi dibawah 0,05.

Tabel 4.
Hasil Output SPSS Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.195	2.020		1.087	.282		
TKH	.614	.121	.526	5.060	.000	.710	1.408
TRUST	-.113	.077	-.136	-1.476	.146	.901	1.110
NORMA	-.029	.097	-.027	-.299	.766	.969	1.032
NETWORKING	.426	.125	.370	3.408	.001	.651	1.537

a. Dependent Variable: PE

Dari tabel diatas dapat dijelaskan beberapa hasil yakni:

1. Pengaruh variabel Tingkat Kohesitas terhadap Variabel penguatan Ekonomi pengusaha warung Tegal di Jakarta secara individual.

Dari tabel 4. dapat dijelaskan bahwa variabel tingkat kohesitas berpengaruh secara parsial terhadap variabel Penguatan ekonomi. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (5,060) lebih besar dari nilai t-tabel (1.673), pada tingkat signifikansi 0.00, maka uji hipotesis H1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan tingkat kohesitas terhadap penguatan ekonomi pengusaha warung Tegal di Jakarta diterima.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan Sinta dan kawan-kawan, yang menyatakan bahwa tingkat kohesitas mempengaruhi pemberdayaan dan pengembangan pedagang pasar tiban. (Sinta: 2010). Hasil penelitian ini juga seiring dengan teori Beoudieu yang menyatakan bahwa tingginya tingkat keterlibatan anggota dalam komunitas merupakan modal sosial yang dapat dijadikan modal untuk peningkatan pembangunan ekonomi.

Komunitas pengusaha warung tegal di Jakarta tidaklagi tergabung dalam sebuah lembaga formal seperti koperasi. Jalinan silaturahmi diantara pengusaha warung Tegal di Jakarta, dilakukan secara sektoral oleh beberapa orang yang tergabung dalam sebuah organisasi–organisasi kecil yang lebih berorientasi kekeluargaan dan kedaerahan. Tingkat keterlibatan anggota dalam organisai dilakukan dalam bentuk pertemuan rutin berupa

arisan dan pengajian dilakukan satu bulan sekali (Wawancara dengan bapak Sanjaya, 20 September 2011).

Komunitas yang dibangun berdasarkan kesamaan kedaerahan dan talian kekeluargaan memberikan dampak yang cukup baik diantaranya jalinan keakraban antar anggota, jalinan kerjasama dalam bisnis dan modal kerja. Jalinan keakraban dalam komunitas telah membuka kesempatan kepada anggotanya untuk berdiskusi tentang kesulitan usaha warteg yang digeluti baik dalam hal manajemen, manajemen keuangan, manajemen sumber daya berupa kekurangan modal dan peningkatan kualitas masakan (Wawancara dengan bapak Sanjaya, 15 September 2011).

Keterlibatan pengusaha warung Tegal di Jakarta tidak hanya terbatas pada organisasi primordial, akan tetapi pengusaha warung Tegal di Jakarta juga memiliki tingkat keterlibatan yang cukup baik dilingkungan usaha. Dari wawancara yang dilakukan, keterlibatan ini dilakukan untuk meminimalisir konflik dilingkungan usaha dan menjadi bagian dari upaya sosialisasi pengusaha warung tegal dengan lingkungan sosialnya. Fakta ini dapat dilihat dari 4 soal tentang kohesitas soal yang menyangkut tentang keterlibatan pengusaha warung Tegal dengan lingkungan tempat usaha memiliki skor paling tinggi yakni 203.

Secara gamblang keterlibatan pengusaha warung tegal dengan lingkungannya dapat tergambar dari petikan jawaban responden. "Kalo keterlibatan kami dengan usaha disekitar lingkungan usaha dan tempat tinggal kami dilakukan melalui kerja bakti, penjagaan keamanan dan keterlibatan dalam kegiatan yang dilakukan oleh RT-RW setempat seperti perayaan kemerdekaan dan lain-lain"(Wawancara dengan bapak Sanjaya, 16 September 2011).

2. Pengaruh variabel kepercayaan (*trust*) terhadap Variabel penguatan Ekonomi pengusaha warung tegal di Jakarta secara individual.

Dari tabel 4. dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel penguatan ekonomi. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (-1476) lebih kecil dari nilai t-tabel (1.673), dan probabilitas signifikansi 0,146 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa variabel independent dapat dikatakan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 ditolak.

Hasil penelitian ini berbeda dengan teori modal sosial Fukuyama, Coleman dan lain-lain. Tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh pengusaha warung Tegal di Jakarta yang diberikan kepada lingkungan diluar organisasinya tidak memberikan pengaruh signifikan kepada penguatan ekonomi mereka.

Pertanyaan dalam questioner ditekankan pada Kadar kepercayaan pengusaha warung tegal dengan lingkungan sosial diluar dirinya seperti tetangga dan aparat keamanan. Walaupun secara garis besar tingkat kepercayaan pengusaha warung tegal kepada lingkungan tempat usaha dan tempat tinggal cukup tinggi, akan tetapi secara kuantitatif tingkat kepercayaan tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap penguatan ekonomi pengusaha warung tegal di Jakarta.

Berdasarkan wawancara dengan responden kunci, kepercayaan pengusaha warung tegal kepada lingkungan sekitar dapat terlihat apabila mereka pulang kampung, maka mereka akan menitipkan usaha mereka kepada pihak kewanitaan dan tetangga disekitar lingkungan usaha (Disarikan dari wawancara bapak Sanjaya, 16 September 2011)

3. Pengaruh variabel Norma terhadap Variabel penguatan Ekonomi pengusaha warung tegal di Jakarta secara individual

Dari tabel 4. dapat dijelaskan bahwa variabel Normaberpengaruh secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Penguatan ekonomi. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (-0,27) lebih kecil dari nilai t-tabel (1.673), dan probabilitas signifikansi 0,766 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa variabel independent dapat dikatakan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_3 ditolak

Kuestioner dalam kategori "Norma" dalam penelitian ini berisi pertanyaan tentang kepercayaan bahwa rejeki adalah sudah ditentukan oleh Allah, Kepercayaan kepada pak Kyai untuk kelangsungan bisnis, Kepercayaan pada hari-hari tertentu dan kepercayaan pada kekuatan supranatural selain Tuhan untuk kelangsungan bisnis.

Pertanyaan-pertanyaan dalam questioner diatas dikonsepsikan dari hasil wawancara awal yang dilakukan kepada responden kunci. Dalam komunitas warung Tegal khususnya di Jakarta tersebar pemahaman kepercayaan bahwa laris atau tidaknya sebuah usaha warteg tergantung pada kekuatan spiritual seperti jimat, doa-doa, kepercayaan klenik yang menggantungkan pada kekuatan diluar doa secara langsung kepada Allah SWT. Kekuatan kekekuatan tersebut dilakukan unuk memenangkan persaingan. Maka tidak heran apabila pengusaha warung tegal akan selalu memberikan kontribusi berlebih pada seseorang figure pemberi kekuatan tertentu pada usahanya (Disarikan dari wawancara bapak Sanjaya 16 Sepetember 2011).

Berdasarkan hasil regresi terhadap data yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi positif antara kepercayaan diatas dengan penguatan ekonomi pengusaha warung Tegal. Hasil ini membantahkan akan kepercayaan bahwa kesuksesan dagang pengusaha warung Tegal bergantung kepada kekuatan-kekuatan non obyektif. Akan tetapi kesuksesan pengusaha warung sepenuhnya diatur oleh Allah SWT dan usaha yang dikerahkannya.

4. Pengaruh variabel *networking* terhadap variabel penguatan ekonomi pengusaha warung tegal dijakarta secara individual

Dari tabel 4. dapat dijelaskan bahwa variabel *networking* berpengaruh secara parsial terhadap variabel Penguatan ekonomi. Hal ini dikarenakan nilai t-hitung (3,408) lebih kecil dari nilai t-tabel (1.673), dan probabilitas signifikansi 0,01 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel independent dapat dikatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependent, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_4 diterima.

Hasil penelitian ini menyokong penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sinta (2010) dan penelitian Fafchamps dan Minten (1999) yang membuktikan bahwa *networking* sebagai bagian dari modal sosial dapat mengurangi biaya dalam memperoleh barang, meningkatkan difusi inovasi, dan mereduksi resiko (Sayuti: 4 Desember, 2007: 8).

C. Penutup

Setelah dilakukan penelitian maka penelitian tentang modal sosial dan penguatan ekonomi pengusaha warung Tegal di Jakarta dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Modal sosial yang terdiri dari tingkat kohesitas, kepercayaan, norma dan *networking* (jaringan) berpengaruh sebesar 54,8 % terhadap penguatan ekonomi pengusaha warung Tegal di Jakarta dan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian
2. Dari empat unsur modal sosial yang diteliti, terdapat 2 variabel signifikan yang mempengaruhi penguatan ekonomi pengusaha warung Tegal dijakarta yakni tingkat

kohesitas dan Jaringan (*networking*) dengan tingkat signifikansi masing –masing dibawah 0,05 %

3. Secara keseluruhan modal sosial yang dimiliki oleh pengusaha warung Tegal di Jakarta cukup baik. Hal ini terlihat adanya organisasi-organisasi parsial diantara pengusaha berdasarkan kedekatan wilayah usaha ataupun kekeluargaan. Akan tetapi saat ini tidak ada organisasi nasional yang mewadahi pengusaha-pengusaha ini. Dahulu terdapat kowarteg (Koperasi Warung Tegal) yang dipimpin oleh H. Sastoro. Namun beberapa tahun terakhir organisasi ini bubar, karena tidak adanya rasa memiliki pengusaha warung tegal terhadap organisasi ini.

Daftar Pustaka

- Anas S. Mahfudz, Sosial Capital, Makalah tidak dipublikasikan.
- Fafchamps, Marcel. Global Poverty Research Group. 2007. Trade and social capital. <http://www.gprg.org/themes/t4-soccap-pub-socsafe/sc-uses/trade-sc.htm>, 20 agustus 2007 Diakses tanggal 20 Spetember 2011
- Ginandjar Kartasasmita Sebuah Diskursus Mengenai Modal Sosial, MakalahKamis, 15 Januari 2009.
- Grootaert, C. 1997. “Social Capital: The Missing Link?” in *Expanding the Measure of Wealth: Indicators of Environmentally Sustainable Development*. Environmentally Sustainable Development Studies and Monographs Series No. 7. Washington, DC: The World Bank. (Dalam The World Bank. 1998. Hal 5-7).
- Grootaert, C dan T van Bastelaer. 2001. Understanding and Measuring Social Capital: A Synthesis of Findings and Recommendations from the Social Capital Initiative. *Social Capital Initiative Working Paper*. No. 24. Washington, D.C: The World Bank..
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011.
- Kacung Marijan, Mengembangkan Industri kecil Menengah Melalui pendekatan Kluster, *Jurnal Insan* 7 No. 3, Desember 2005 diakses tanggal 20 September 2011.
- Mudrajat Kuncoro, Usaha Kecil di Indonesia Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan 18 Nopember 2000 diakses tanggal 21 september 2011.
- Muliani Izah.. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi MigrasiSirkuler Di Kota Medan (Studi Kasus Pada Pekerja Sektor Informal)”.*Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Universitas Islam Medan: Medan, 2004.
- Mulyadi Subri..*Ekonomi Sumber Daya Manusia*. JakartaPT: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Purbayu Budi Santosa, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005.
- Putnam, R. 1993. “The Prosperous Community — Social Capital and Public Life.” *American Prospect* (13): 35-42. (Dalam The World Bank. 1998. Hal 5-7).
- Rifqi Khairul Anam, Hubungan Modal Sosial Dengan Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Pada PT Pembangkit Jawa –Bali Unit Pembangkit Paiton–Porbolinggo). *Skripsi*. Surabaya UNAIR, 2010.
- Subejo. 2004. Peranan *Social Capital* dalam Pembangunan Ekonomi: Suatu Pengantar untuk Studi *Social Capital* di Pedesaan Indonesia. *Majalah Agro Ekonomi* Vol.11 No.1 Juni 2004.
- Schiff, Maurice. 2000. Love They Neighbor: Trade, Migration and Social Capital World Bank - Development Research Group (DECRG); Institute for the Study of Labor (IZA). May 8, 2000. Worldank Working Paper. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=229615. (social science research network).
- Sihite, Romany Rampengan. 1995. Pola Kegiatan Wanita di Sektor Informal; Khususnya Pedagang Sayur di Pasar. *dalam* T.O. Ihromi (penyunting). 1995. Kajian Wanita dalam Pembangunan. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. (549 ha1.).

- Shinta Dewi Rismawati, dkk, "Pedagang Pasar Tiban dan Modal Sosial". *Laporan Penelitian*. Pekalongan: P3M STAIN Pekalongan, 2010.
- Fafchamps, Marcel dan Bart Minten. April 1999. Social Capital and the Firm: Evidence from Agricultural Trade. http://www.appropriateeconomics.org/materials/social_capital_and_the_firm.pdf diakses tanggal 20 September 2011.
- World Bank.1998. "The Initiative on Defining, monitoring and Measuring Social Capital: Text of Proposal Approved for Funding". *Social Capital Initiative Working Paper No. 2*. The World Bank, Social Development Family, Environmentally and Socially Sustainable Development Network. June 1998. (Dalam <http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/wkrppr/sciwp2.pdf>. akses tgl 20 september 2011).
- World Bank. 2000. *World Development Report 1999/2000: Entering the 21st Century*.New York: OxfordUniversity Press. http://www.acehinstitute.org/opini_muamar_vebry_071206_dead_capital.htm (akses tgl 20 september 2011).
- World Bank, 2006. Social Capital in Economics, Trade and Migration <http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/topic/econ1.htm>.