

# JARINGAN SOSIAL PRODUSEN BERAS DI DESA LERAN KULON KECAMATAN PALANG KABUPATEN TUBAN

Mita Aprillia<sup>1</sup> dan Diah Utami<sup>2</sup>

Program Studi S1-Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH-Unesa

Mita.18061@mhs.unesa.ac.id

## **Abstract**

*The number of rice producers in Leran Kulon Village is quite a lot, namely 78, making rice producers must have a good network to maintain their business. This study explains how social networks occur in rice producers in Leran Kulon Village so that their business can run until now. The purpose of this study is to describe the actors or actors involved in the social network, analyze the form of the social network, and describe the role of each actor involved in the social network. This study uses a qualitative method with the social capital theory of Coleman and Putnam as the analysis. Collecting data in this study using observation techniques, structured interviews and secondary data. The results of this study indicate that; First, the actors involved in the social network of rice producers in Leran Kulon Village, namely farmers, rice producers, rice middlemen (grain), distributors and consumers. Second, the form of social networks in the social network of rice producers is divided into two, namely trust-based and kinship-based. Trust-based social networks can be seen from the relationship between rice middlemen and rice producers, in addition to the relationship between rice producers and distributors. The kinship-based social network can be seen from the kinship relationship that occurs between farmers and rice producers in the sale of grain.*

*Keywords: Rice Producer, Social Network, Trust, Kinship*

## **Abstrak**

Jumlah produsen beras di Desa Leran Kulon yang cukup banyak yakni 78, menjadikan produsen beras harus mempunyai jaringan yang baik untuk mempertahankan usahanya. Penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana jaringan sosial yang terjadi pada produsen beras Desa Leran Kulon sehingga usahanya dapat berjalan sampai saat ini. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan aktor atau pelaku yang terlibat dalam jaringan sosial, menganalisis bentuk jaringan sosial, dan mendeskripsikan peran dari masing-masing aktor yang terlibat dalam jaringan sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori modal sosial Coleman dan Putnam sebagai analisisnya. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode teknik observasi, wawancara terstruktur dan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; **Pertama**, aktor yang terlibat dalam jaringan sosial produsen beras Desa Leran Kulon, yaitu petani, produsen beras, tengkulak padi (*gabah*), distributor dan konsumen. **Kedua**, bentuk jaringan sosial dalam jaringan sosial produsen beras dibagi menjadi dua yaitu berbasis kepercayaan dan berbasis kekerabatan. Jaringan sosial berbasis kepercayaan terlihat dari, hubungan antara tengkulak padi dengan produsen beras, selain itu, pada hubungan antara produsen beras dengan distributor. Jaringan sosial berbasis kekerabatan terlihat dari, hubungan kekerabatan terjadi antara petani dengan produsen beras dalam penjualan *gabah*. Kata Kunci: Produsen Beras, Jaringan Sosial, Kepercayaan, Kekerabatan

## **1. Pendahuluan**

Sebagai negara agraris, Indonesia mempunyai masyarakat yang mayoritas berkerja sebagai petani. Adanya sumber daya alam yang melimpah, menjadikan sektor pertanian masih dominan di masyarakat Indonesia. Pertanian menjadi penting bagi masyarakat, dikarenakan beberapa masyarakat menjadikan sumber utama pemenuhan kebutuhan ekonomi. Pentingnya pertanian padi juga dikarenakan, mayoritas penduduk Indonesia terutama di desa menggantungkan hidupnya di sektor pertanian. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa tahun 2020, penduduk yang berada di Provisini Jawa Timur yang bekerja disektor pertanian mencapai 89,10 %. Presentase disektor pertanian pada tahun 2020 masih cukup tinggi di Jawa Timur, walaupun terdapat penurunan. Pada tahun 2018, presentase penduduk Jawa Timur yang bekerja pada sektor informal pertanian mencapai 91,52%, dan pada tahun 2019 berada pada 89,95%. Data ini menunjukkan, bahwa masih tingginya pilihan menjadi petani bagi orang Jawa, khususnya Jawa Timur. Tidak bisa di pungkiri, pilihan ini juga erat kaitannya dengan kondisi lahan yang ada di Jawa Timur, yang subur dan cocok untuk di jadikan sebagai lahan pertanian.

Padi menjadi salah satu hasil pertanian petani Jawa, terutama pada daerah yang berada pada dataran rendah. Mayoritas memilih padi karena tanah, dan iklim yang mendukung bagi pertumbuhan padi, seperti curah hujan yang dimana mempengaruhi hasil panennya. Tingginya hasil perolehan petani padi ini juga di tunjukan di salah satu kabupaten di Jawa Timur, yakni Kabupaten Tuban. Hasil catatan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tuban menunjukkan perolehan hasil padi pada tahun 2019 yang tersebar diseluruh kecamatan di Kabupaten Tuban mencapai 101.460 ha. Dengan definisi BPS dan Deptan bahwa hasil panen merupakan luas lahan sawah yang dapat diambil hasilnya [1].

Padi yang merupakan cikal bakal dari beras merupakan hasil pertanian yang penting, hal ini dikarenakan nasi masih menjadi makanan utama masyarakat di Indonesia. Hal ini, terkait dengan tingkat konsumsi masyarakat terhadap beras yang masih cukup tinggi. Kenaikan pendapatan masyarakat dan jumlah penduduk akan berpengaruh pada peningkatan jumlah permintaan beras sebagai makanan pokok. Selain itu, beras masih menjadi komoditas yang cukup menjanjikan bagi perekonomian negara di Asia [2]. Selain sebagai makanan pokok, dalam prosesnya beras menjadi penting, diantaranya dikarenakan banyak aktivitas lainnya seperti petani, produsen dan buruh tani, yang juga memenuhi kebutuhan dari aktivitas persawahan termasuk juga padi.

Desa Leran Kulon tercatat sebagai salah satu desa di wilayah Kabupaten Tuban. Letaknya berbatasan dengan pesisir laut pantai utara. Luas wilayah desa ini mencapai 439.68 ha, 81.5% merupakan lahan yang tidak terisi bangunan terdiri dari ladang, sawah, dan tambak [3]. Didukung oleh sumber daya alam yang memadai desa ini sebagian besarnya bekerja sebagai petani. Selain itu, Desa Leran Kulon terkenal sebagai desa penghasil beras di Kabupaten Tuban. Karena ketersediaan padi yang melimpah, menjadikan banyaknya produsen beras berada di desa ini. Pasar beras di Desa Leran Kulon sudah menjangkau berbagai daerah, terutama di wilayah Jawa Timur seperti, Bojonegoro, Lamongan, Gresik, Surabaya, bahkan sampai Jawa Tengah seperti, Rembang, Pati, Blora dan Semarang. Proses penjualan yang dilakukan produsen beras ini tidak lepas dari bagaimana relasi jaringan sosial yang di ciptakan oleh produsen beras. Pembeli dari produsen beras di desa ini beragam. Mulai dari konsumen rumah tangga, pedagang kecil, bahkan pada distributor pabrik besar, menjadi aktor dalam jaringan sosial perdagangan beras. Beberapa aktor tersebutlah yang berperan dalam jaringan sosial perdagangan beras bagi produsen. Relasi yang terjadi dalam penjualan beras ini dapat dikatakan sebagai jaringan sosial.

Produsen merupakan orang yang melakukan proses produksi dimana terjadinya pengolahan bahan. Selaras dengan hal ini, Boediono menuliskan bahwa proses produksi yakni perubahan bentuk faktor produksi [4]. Dalam proses produksi beras, perubahan faktor produksi ini terjadi dari gabah atau padi menjadi beras siap konsumsi. Produsen beras merupakan orang yang berperan dalam proses pengolahan padi menjadi beras. Proses perubahan ini mulai dari pembelian *gabah* atau padi pada petani, proses penjemuran gabah, proses penggilingan padi, sampai pada tahap pengemasan dan penjualan kepada distributor pabrik ataupun konsumen.

Jumlah produsen beras yang cukup banyak di Desa Leran Kulon yakni sebanyak 78 orang produsen beras baik produsen kecil maupun produsen besar dalam satu desa menjadikan adanya persaingan yang cukup ketat terkait penjualan beras maupun pencarian gabah atau padi antar produsen beras. Jumlah tempat penggilingan padi atau biasa yang disebut dengan selep sebanyak 11 selep milik produsen beras besar. Selaras dengan banyaknya jumlah produsen beras yang cukup banyak dalam satu desa menjadikan persaingan dalam penjualan beras, maupun pencarian padi dari petani. Oleh karena itu, diperlukannya jaringan sosial yang baik bagi produsen beras dengan petani, konsumen, distributor,

maupun sesama produsen untuk tetap mempertahankan usahanya tersebut dalam menghadapi persaingan tersebut.

Proses perdagangan beras yang mencapai luar kota bahkan luar provinsi tidak lepas dari suatu jaringan yang dilakukan oleh produsen beras. Jaringan ini diantaranya, produsen dengan tengkulak gabah atau petani dalam rangka untuk mendapatkan gabah dengan harga yang murah, produsen dengan konsumen mapupun distributor hal ini untuk memasarkan beras siap konsumsi. Adanya jaringan ini memudahkan produsen, termasuk dalam pembelian gabah dan juga penjualan beras. Modal sosial disini berperan sebagai pembentuk hubungan dalam setiap aktor yang berperan dalam penjualan beras. Seperti, jaringan antara tengkulak gabah dan produsen beras, produsen dapat mendapatkan kemudahan informasi terkait padi atau gabah yang siap panen. Informasi ini memudahkan produsen beras dalam melangsungkan usahanya. Selaras dengan tengkulak gabah, jaringan produsen beras dengan petani juga memberikan kemudahan untuk petani dalam menjual gabahnya. Gabah akan di tawarkan oleh petani atau tengkulak gabah pada produsen yang sudah dikenalnya, prioritas ini menjadi satu keuntungan bagi produsen beras dengan adanya jaringan sosial yang ada.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan transaksi beras yang terjadi antara produsen beras dengan konsumen, terutama pada distributor beras yang membeli dalam jumlah banyak biasanya menggunakan sistem piutang. Sistem piutang ini pembeli atau dalam hal ini distributor beras membawa beras tersebut dahulu dan tanpa memberikan uang. Uang akan diberikan ketika beras tersebut sudah disetorkan ke pabrik. Pembayaran beras yang dilakukan antara produsen beras dengan distributor tidak ada batasan waktu yang jelas atau kesepakatan yang pasti. *Trust* (kepercayaan) menjadi dasar yang penting dalam proses ini. Kepercayaan ini menjadi salah satu unsur utama yang harus ada antara distributor dengan produsen beras, karena kepercayaan ini menjadi salah satu modal bertahannya usaha. Bertahan lama atau tidaknya jaringan sosial ini juga sangat dipengaruhi oleh kepercayaan kedua belah pihak.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini, peneliti melihat bahwa pentingnya jaringan sosial dalam berdagang, terutama disini yang ingin diketahui adalah terkait perdagangan beras. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana jaringan sosial produsen beras di Desa Leran Kulon. Tujuan dari penelitian ini; 1.) Mendeskripsikan aktor atau pelaku yang terlibat dalam penelitian ini, 2.) Mendeskripsikan bentuk jaringan sosial dari aktor yang terlibat, 3.) Mendeskripsikan peran dari masing-masing aktor. Penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi banyak pihak diantaranya, secara teoritis diharapkan dapat memperbaharui penelitian yang telah ada, selain itu dapat digunakan sebagai referensi ilmu pengetahuan terutama dalam bidang sosiologi ekonomi. Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak diantaranya masyarakat, pemerintah, dan pembaca.

## 2. Kajian Pustaka

Penelitian ini dalam analisisnya didasarkan pada teori yang relevan. Peneliti menggunakan teori yang selaras untuk digunakan dalam penelitian dengan menggunakan teori modal sosial Coleman. Coleman mengartikan modal sosial yakni sebagai sumber daya, hal ini dikarenakan menurutnya melibatkan harapan terjadinya hubungan timbal balik sehingga, terbentuk suatu jaringan-jaringan yang lebih luas, serta hubungannya diatur oleh nilai yang dianut bersama dan juga tingkat kepercayaan[5]. Salah satu unsur penting dalam modal sosial yakni, jaringan sosial atau *social networks*. Jaringan sosial menjadi salah satu elemen dari modal sosial[6]. Terdapat lima unsur yang mendasari adanya jaringan sosial yakni, adanya solidaritas, partisipasi, kerjasama, pertukaran timbal balik dan keadilan[7].

Parameter dalam modal sosial terdapat tiga yakni, norma (*norms*), kepercayaan (*trust*), dan jaringan sosial (*social networks*). Kepercayaan merupakan unsur penting dari modal sosial, dengan adanya kepercayaan kerjasama akan terjalin lebih efektif. Kepercayaan sendiri merupakan perilaku yang ditunjukkan dengan perilaku teratur, jujur, dan harapan[7]. Norma merupakan suatu cara dalam masyarakat yang terdiri dari peraturan-peraturan dan telah disepakati bersama untuk kepentingan bersama pula. Jaringan sosial atau *social network* dapat diartikan sebagai infrastruktur dinamis yang terjalin dari jaringan-jaringan kerjasama antar individu maupun kelompok. Kerjasama yang terjadi dalam jaringan ini dapat berupa kerjasama formal maupun informal.

Peranan jaringan sosial dalam kegiatan ekonomi sangat penting. Jaringan sosial tidak bisa dipisahkan dari kegiatan ekonomi. Peranan jaringan sosial membantu aktor untuk mendapatkan informasi terutama terkait dengan usaha yang dilakukannya. Selain itu, dengan adanya jaringan akan memunculkan kepercayaan (*trust*) sehingga memperoleh informasi yang lebih akurat, dan mencegah terjadinya penyimpangan yang dilakukan oleh aktor ekonomi [5]. Lebih dari itu, bisnis identik dengan relasi, dimana relasi atau jaringan yang baik akan memudahkan proses negosiasi yang berimbang pada mudahnya proses transaksi [8].

Produsen beras dalam melakukan penjualan beras dan menjalankan usahanya diperlukan adanya kerjasama. Kerjasama ini dilakukan untuk mempertahankan dan menaikkan usahanya, salah satu caranya adalah dengan mempertahankan kepercayaan yang dimiliki oleh para aktor. Produsen menjalin hubungan dengan petani, tengkulak gabah untuk mendapatkan informasi mengenai harga gabah, sedangkan produsen menjalin hubungan dengan distributor, dan konsumen untuk mendapatkan informasi terkait harga dan penjualan beras. Granoveter mengibaratkan hubungan pada tingkat mikro contohnya yakni tindakan yang “melekat” yang terjadi pada hubungan pribadi secara konkret dan dalam struktur (jaringan). Landasan dari hubungan tersebut bahwa setiap aktor (kolektif atau individu) memiliki akses yang berbeda terhadap sumber daya yang bernilai (kekuasaan, informasi, kekayaan) [9].

### 3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis prespektif teori jaringan sosial yang berfokus pada konsep modal sosial James S Coleman dan Putnam sebagai suatu inti hubungan sosial. Penelitian kualitatif, dengan konsep modal sosial James S Coleman dan Putnam digunakan karena peneliti ingin mengetahui bagaimana peranan jaringan sosial dalam produsen beras, siapa aktor yang terlibat di dalam jaringan tersebut, serta bagaimana bentuk jaringan sosial yang terjadi didalamnya. Peneliti yang menggunakan penelitian kualitatif biasanya (lazim dalam penelitian klasik) berorientasi pada teori yang sudah ada [10]. Teori dalam penelitian kualitatif juga membantu peneliti dalam menghubungkan dengan data yang diperolehnya.

Subyek dalam penelitian ini yakni produsen beras di Desa Leran Kulon, Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban serta aktor yang terkait dalam jaringan sosial dengan produsen beras, dimana dalam usahanya produsen menjalin kerjasama atau jaringan dengan sejumlah aktor dalam kegiatan perdagangan, yakni perdagangan beras. Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu [11]. Pemilihan subjek dalam teknik *purposive* sudah ditentukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Berikut kriteria pertimbangan subjek penelitian yang digunakan oleh peneliti guna memperoleh data: a) Subjek merupakan pedagang beras kecil di Desa Leran Kulon, yang sudah menjadi pedagang beras lebih dari 5 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan, observasi, wawancara, dan data sekunder yakni dokumentasi.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Aktor yang Terlibat dalam Jaringan Sosial

#### 1. Petani

Secara umum petani diartikan sebagai seseorang yang bekerja atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya dibidang pertanian. Usaha di bidang pertanian ini dapat berupa perkebunan, peternakan, hortikultura, perikanan, dan tanaman pangan (padi, jagung, gandum, dan lain sebagainya). Lebih detail, Mosher menjelaskan bahwa petani merupakan manusia yang bekerja memelihara tanaman dan atau hewan untuk diambil manfaatnya guna menghasilkan pendapatan [12]. Petani dalam penelitian ini diartikan sebagai individu yang memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui bidang pertanian yakni dengan mengelola sawah (lahan milik pribadi), maupun menyewa, pengelolaan dimulai dari proses penanaman hingga proses panen, dalam pengelolaannya petani dapat dibantu oleh buruh tani maupun dikelola sendiri.

#### 2. Produsen Beras

Produsen dapat diartikan sebagai individu atau kelompok yang menghasilkan barang, atau mengubah barang mentah menjadi barang jadi atau siap konsumsi. Orang atau badan perusahaan yang berperan dalam meningkatkan nilai guna barang atau jasa sehingga menghasilkan barang konsumsi dalam memenuhi konsumen disebut juga dengan produsen [13]. Produsen beras dalam penelitian ini diartikan sebagai seseorang atau kelompok yang mengubah atau meningkatkan nilai guna dari padi atau *gabah* menjadi beras untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen. Konsumen dari produsen beras dapat dibagi menjadi konsumen rumah tangga dan distributor. Produsen beras dalam menjalankan usahanya berhubungan dengan aktor lainnya untuk tetap bisa mempertahankan usahanya, diantaranya dengan petani, tengkulak, distributor, konsumen maupun dengan sesama produsen lainnya.

#### 3. Tengkulak Gabah Atau Padi

Kamus Besar Bahasa Indonesia sendiri mengartikan tengkulak sebagai pedagang perantara (membeli hasil bumi dan sebagainya dari petani atau pemilik pertama) [14], dari pengertian tersebut, tengkulak merupakan orang yang membeli, mendistribusikan, sekaligus menjual barang atau hasil bumi (pertanian) dari pemilik pertama atau dalam hal ini dapat pula petani. Penelitian ini mengartikan tengkulak sebagai seseorang yang menjadi agen dengan membeli, mendistribusikan barang hasil bumi dalam hal ini padi milik petani sebagai pihak pertama dan menjual kembali kepada produsen beras. Cara yang dilakukan tengkulak dengan mendatangi petani dengan melakukan kesepakatan dengan menggunakan sistem ijon, memberikan uang muka untuk padi yang belum siap panen atau masih hijau.

#### 4. Konsumen

Konsumen memegang peranan penting dalam jaringan sosial ini. Dimana adanya suatu barang dikarenakan adanya minat dari konsumen, dan terciptanya sebuah barang karena adanya konsumen yang membutuhkan. Konsumen beras dalam penelitian ini diartikan sebagai seseorang yang membeli beras dari produsen beras, untuk digunakan atau dikonsumsi secara pribadi maupun di perjual belikan kembali. Konsumen beras pada produsen beras Desa Leran Kulon merupakan konsumen rumah tangga, tetangga dari produsen, keluarga produsen, dan pedagang makanan rumahan (nasi goreng, warteg dan lainnya) yang membeli dalam jumlah yang tidak banyak, paling banyak yakni satu karung (sak).

#### 5. Distributor

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan distributor sebagai orang atau badan usaha yang bertugas mendistribusikan barang (dagangan) atau bisa disebut dengan penyalur. Penyalur dapat diartikan pula sebagai perantara antara produsen dan distributor dalam menjual barang dengan memperoleh upah. Distributor dalam jaringan sosial ini sebagai perantara antara produsen beras dengan konsumen maupun dengan pabrik. Dalam prosesnya beras yang didapatkan dari produsen beras akan mengalami peningkatan value, dengan di kemas dengan produk dan kemasan yang baru, hal ini akan mempengaruhi peningkatan harga dari beras yang didapatkan dari produsen beras.

#### **4.2. Bentuk Jaringan Sosial Produsen Beras Dari Aktor Yang Terlibat**

##### **1. Bentuk Jaringan Sosial Berbasis Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan dasar terbentuknya hubungan antar individu, dengan adanya kepercayaan antar individu, individu dengan kelompok, ataupun kelompok dengan kelompok akan terjalinnya jaringan sosial yang langgeng, atau akan terjadinya kerja sama lainnya. Individu cenderung akan memberikan apa yang lawannya apa yang diinginkan jika sudah memiliki kepercayaan satu dengan yang lainnya. Coleman dan Putman merupakan dua tokoh yang mendefinisikan kepercayaan sebagai komponen utama modal sosial[15].

Kepercayaan dalam jaringan sosial menitikberatkan pada cara jaringan memberikan sumber daya[15]. Jaringan dengan kepercayaan tinggi akan lebih mudah dibandingkan dengan tanpa adanya kepercayaan dari kedua belah pihak. Kepercayaan memainkan peran yang vital dalam dunia ekonomi dan jaringan sosial, manfaat dari adanya kepercayaan dalam jaringan sosial ini diantaranya dapat dengan mudahnya mengetahui akses mengenai informasi.

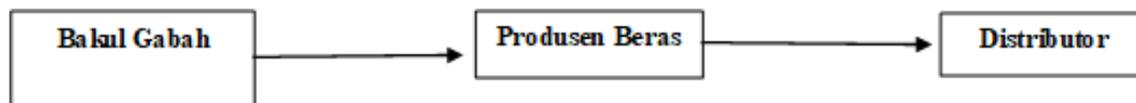
Kepercayaan dalam penelitian ini terlihat dari kemudahan akses informasi yang diperoleh oleh produsen beras akibat dari adanya kepercayaan yakni, informasi terkait dengan gabah dari tengkulak (bakul gabah), informasi ini meliputi, harga dan kondisi gabah. Jika tidak adanya kepercayaan yang baik antar kedua aktor dalam jaringan sosial ini, tengkulak atau bakul gabah ini akan menawarkan gabahnya atau padinya kepada produsen beras yang lainnya, tetapi karena adanya kepercayaan yang dimiliki, setiap ada gabah maka akan di tawarkan kepada produsen beras langganannya, barulah ketika produsen beras menolak akan ditawarkan pada orang lain.

Bentuk jaringan sosial yang berlandaskan kepercayaan dari penelitian ini terlihat pula antara produsen beras dengan distributor beras. Semua produsen beras yang menjadi informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa, dalam menjual beras yang dimilikinya produsen menjualnya kepada distributor dengan mengutangkan terlebih dahulu. Distributor tidak perlu membawa uang secara langsung untuk membeli beras tersebut, tetapi beras tersebut dapat di bawa sari tempat produsen. Beras yang di bawa oleh distributor beras atau di Desa Leran Kulon biasa di sebut dengan bakul beras membawa beras dengan jumlah yang banyak lebih dari satu ton setiap harinya dari produsen yang berbe da.

Kegiatan jual beli antara produsen beras dengan bakul beras yang dilakukan secara piutang ini tidak mungkin begitu saja dapat terjadi jika tidak adanya kepercayaan antara kedua belah pihak. Rasa kepercayaan antara produsen beras kepada bakul beras inilah yang akhirnya memperbolehkan bakul beras atau distributor ini membawa beras tanpa membawa uang dan tidak adanya jaminan yang diberikan kepada produsen beras. Selain, tidak ada jaminan ketika beras di bawa dalam penjualan antara produsen dengan bakul beras juga tidak ada kepastian dalam pembayar, produsen hanya dapat menagih ke rumah dan tidak pasti akan diberikan uang kapan. Hal ini tergantung beras tersebut sudah di setorkan ke pabrik atau belum oleh distributor.

Orang-orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan-tujuan mereka, mereka tidak hanya mengenal satu sama lainnya sebelumnya, mereka juga perlu saling percaya, dan berharap bahwa jika mereka bekerjasama maka mereka tidak akan dieksploitasi atau ditipu[15]. Hal ini pulalah yang terjadi pada produsen dan distributor beras, berjalannya kerjasama hingga saat ini dikarenakan adanya kepercayaan.

### **Bagan Bentuk Jaringan Sosial Berbasis Kepercayaan**



Bagan diatas menunjukkan bentuk jaringan sosial kepercayaan pada Produsen Beras Desa Leran Kulon. Jaringan kepercayaan ini menjadi keuntungan untuk mendapatkan akses informasi dan kemudahan dalam berdagang bagi setiap aktor. Pada bagan tersebut menunjukkan yang pertama, hubungan antara tengkulak dengan produsen beras hubungan berbasis kepercayaan dari dua belah pihak ini yakni produsen beras dapat mendapatkan informasi secara cuma-cuma mengenai harga dan lokasi ketersediaan beras pada produsen beras, selain informasi tersebut atas dasar kepercayaan produsen beras akan langsung menghubungi bakul gabah ketika membutuhkan gabah begitupun sebaliknya, tengkulak akan langsung menghubungi produsen beras jika mempunyai stok gabah dari petani, hubungan keduanya bersifat langganan atas dasar kepercayaan. Kepercayaan dimanfaatkan oleh tengkulak untuk memasarkan padinya dengan mudah, yakni dengan langsung menghubungi produsen. Begitupula dengan produsen yang akan dengan mudah membeli dari tengkulak langganannya karena dianggap sudah mengetahui apa yang dimau oleh produsen beras tersebut.

Hubungan kepercayaan yang kedua yakni antara produsen beras dengan distributor beras dimana terlihat dalam proses penjualan beras. penjualan beras yang dilakukan antara produsen beras ke distributor dilakukan dengan cara piutang tanpa adanya jaminan dan waktu pembayaran yang tidak pasti. Salah satu informan mengatakan menjual dengan cara piutang kepada distributor didasari karena rasa kepercayaan kepada distributor. Hubungan dua aktor ini memanfaatkan kepercayaan untuk dapat melanggengkan dan memudahkan proses jual beli. Terutama pada distributor kerena kepercayaan yang sudah diberikan oleh produsen maka distributor tidak perlu untuk langsung membaw berasnya, hal ini memudahkan distributor dalam pengambilan beras.

### **2. Bentuk Jaringan Sosial Berbasis Keekerabatan**

Kekerabatan menjadi modal sosial dalam usaha atau ekonomi, politik maupun kegiatan lainnya bukan hal yang baru. Kekerabatan pernah digunakan sebagai modal dalam pencalonan legislatif oleh perempuan di Minangkabau Sumatera Barat, dimana pada masyarakat menganut sistem matrilineal digunakan untuk memperoleh dukungan dan suara. Selain itu, Putnam pernah menjumpai modal sosial dengan menggunakan sistem kekeluargaan digunakan sebagai gerakan organisasi mafia[16]. Hal ini membuktikan bahwa sudah sejak lama modal sosial dengan basis keluarga digunakan.

Penelitian ini menemukan pula beberapa bentuk jaringan sosial yang terbentuk karena adanya sistem kekerabatan. Jaringan berbasis kekerabatan dikarenakan adanya hubungan kerabat dan keluarga antara aktor yang terlibat. Diantaranya, jaringan sosial antara petani dengan produsen beras. Bentuk jaringan kekerabatan yang terjadi antara petani dan produsen beras terjadi diantaranya dalam pembelian

gabah. Petani yang mempunyai gabah siap panen akan menawarkan pada produsen beras yang masih mempunyai hubungan keluarga.

Pentingnya peranan kerabat dan teman dalam menjalankan usaha dan memelihara jaringan sosial yang dilakukan oleh pelaku ekonomi untuk mendukung keberlangsungan usahanya. Bentuk lain dari jaringan sosial kekerabatan lainnya dari penelitian ini terlihat dari Produsen beras dengan distributor dan konsumen. Produsen menjual beras yang dimilikinya kepada distributor yang memiliki hubungan kekerabatan, selain itu, hubungan konsumen dengan distributor dalam pembelian beras. Konsumen rumah tangga akan cenderung memesan dan membeli beras pada produsen beras yang di kenalnya yakni keluarganya ataupun tetangganya. Hal ini akan mengguntungkan kedua belah pihak, produsen akan mendapatkan langganan dan pembelian beras dan konsumen dengan mudah membeli beras.

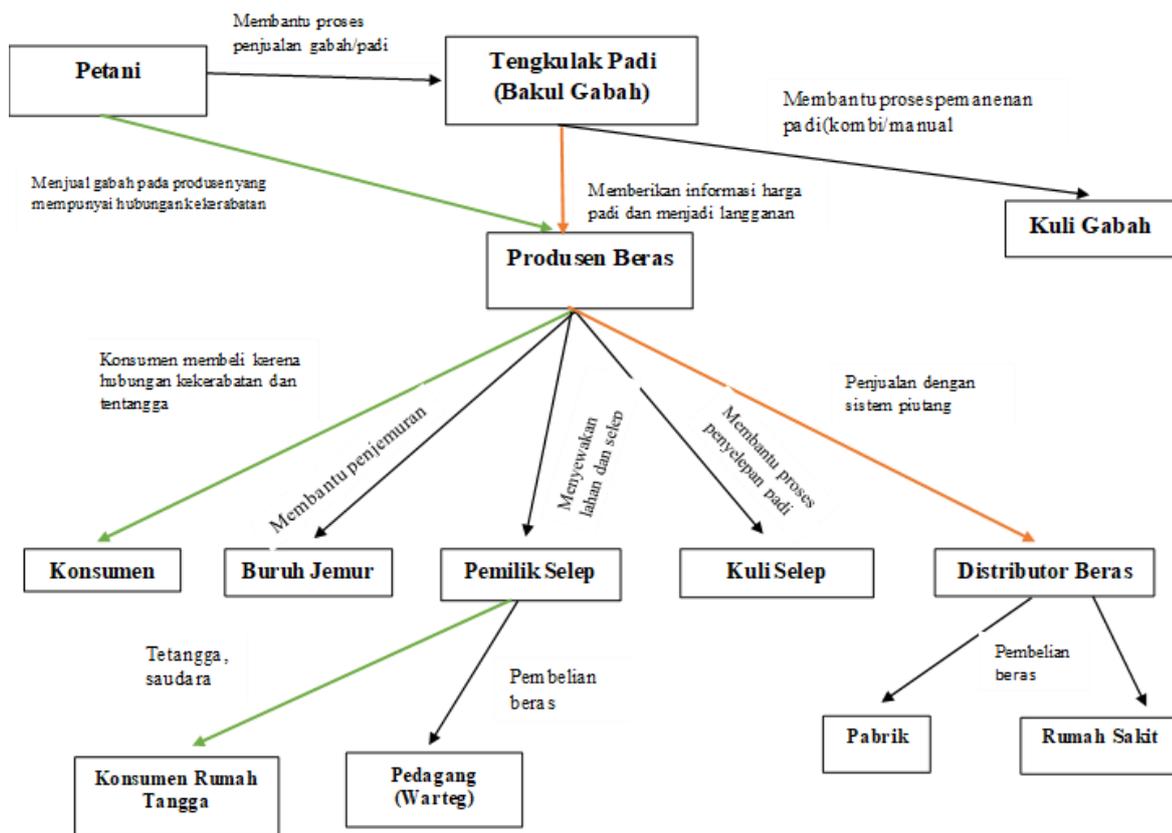
### **Bagan Bentuk Jaringan Sosial Berbasis Kekerabatan**



Bagan jaringan sosial diatas menunjukkan bentuk jaringan sosial berbasis kekerabatan pada jaringan soisal produsen beras Desa Lerab Kulon. Jaringan sosial kekerabatan tersebut menunjukkan bahwa hubungan kekerabatan membantu dalam proses usaha beras ini. antara aktor satu dengan yang lainnya mengaktifkan dan memperkuat hubungan kekrabatan dalam kegiatan ekonomi sehingga membentuk kesatuan yang kuat dan saling membantu satu sama lain.

Pada jaringan yang pertama ditunjukkan hubungan antara petani dengan produsen beras, petani yang mempunyai saudara atau kerabat produsen beras maka akan langsung menjual padi atau *gabahnya* kepada produsen beras yang berstatus sebagai saudaranya, tidak jarang penjualannya dilakukan secara piutang atau tidak langsung di berikan uang. Pada jaringan ini terutama produsen beras memanfaatkan hubungan kekerabatan untuk mendapatkan padi dengan mudah tanpa adanya perantara. Sedangkan, dai petani sendiri dari hubungan kekerabatan ini tidak perlu mencari tengkulak atau produsen untuk membeli padinya. Hubungan jaringan sosial kekerabatan yang kedua ditunjukkan pada hubungan antara produsen dengan konsumen rumah tangga (tetangga atau saudara) yang terjadi dalam pembelian beras. Secara otomatis sanak saudara dari produsen beras akan membeli beras pada saudara yang mempunyai usaha sebagai produsen beras bsgitupun dengan tetangga dari produsen itu sendiri. Hubungan kekerabatan memberikan kemudahan kepada kerabat dengan produsen beras dimana kerabat dapat mendapatkan beras dengan kualitas bagus dari tangan pertama dengan harga lebih terjangkau.

### **Bagan Jaringan Sosial Total Produsen Beras**



Jaringan pada produsen beras Desa Leran Kulon yang sudah dipelihara dan dikembangkan pada kenyataannya terdapat keterkaitan antara aktor satu dengan yang lainnya. Masing-masing aktor melalui hubungan sosial ini membentuk jaringan-jaringan diantaranya kepercayaan dan kekerabatan yang bisa terurai dalam satu jaringan sosial total. Dalam jaringan sosial total tersebut membentuk jaringan-jaringan didalamnya terlihat manfaat dan perannya yang harus dipelihara dan dirawat.

Melalui jaringan sosial total ini pula bahwa dalam jaringan sosial produsen beras Desa Leran kulon tidak hanya aktor-aktor dalam jaringan sosial kekerabatan dan kepercayaan. Melainkan, seluruh aktor dalam jaringan sosial yang mempunyai peranan penting dapat terlihat. Seperti, kuli gabah, kuli selep, pemilik selep, dan buruh jemur. Hubungan-hubungan dalam jaringan sosial tersebut seiring berjalannya waktu akan mengalami perluasan dan penyempitan. Hal ini berpengaruh pada perolehan manfaat informasi bagi aktor-aktor yang terkait dalam jaringan sosial ini. Selama proses usahanya produsen beras melalui tahapan dan keterkaitan hubungan dengan beberapa pihak. Pada bagan diatas ditunjukkan mulai dari petani, sebagai aktor pertama dalam jaringan ini petani dapat menjual gabahnya kepada produsen secara langsung biasanya jika petani mempunyai saudara yang menjadi produsen beras (terjadi jaringan sosial kekerabatan), kedua petani dapat menjualnya melalui tengkulak. Setelah proses pembelian padi, tengkulak mempunyai hubungan dengan kuli yakni membantu mengangkut dan memanen baik melalui mesin kombi maupun manual, dan hubungan tengkulak dengan produsen yang membeli gabah sebagai langganan (jaringan sosial kepercayaan).

Setelah melakukan pembelian *gabah* atau padi baik dari tengkulak maupun petani secara langsung, produsen melakukan beberapa tahapan dan menjalin hubungan dengan pertama, pemilik selep yang juga merupakan pemilik lahan untuk menjemur padi yang dalam penyewaannya dibayar per ton penggilingan padi kering seharga Rp.190.000. Kedua, Buruh jemur, dalam proses penjemuran tidak mungkin produsen

beras melakukannya seorang diri untuk itu menyewa orang untuk membantu menjemurkan padi sampai kering dengan perharinya di bayar untuk buruh laki-laki Rp.100.000 per hari dan perempuan Rp.75.000, masa penjemuran selama 2 hari. Ketiga Kuli Selep, setelah padi kering maka dilakukan penggilingan yang dilakukan oleh kuli selep dalam satu kali penggilingan dilakukan oleh dua kuli untuk menggiling beras satu kuli sebagai *njunjung* atau mengangkat gabah ke mesin selep, satu kuli lain bertugas mewardahi beras dari mesin selep. Keempat Konsumen, dalam jaringan ini merupakan konsumen rumahtangga yakni tetangga dan saudara yang akan langsung membeli beras pada produsen sebagai saudara (jaringan sosial kekrabatan). Kelima, Distributor, sebagai aktor yang membantu dalam penjualan dari tangan produsen ke pihak lain sebagai konsumen dengan pembelian besar seperti pabrik dan rumah sakit, produsen beras dalam penjualannya dengan distributor menggunakan sistem piutang dengan dasar kepercayaan tanpa adanya jaminan (Jaringan Sosial Kepercayaan)

### **Analisis Jaringan Sosial Produsen Beras Leran Kulon Terhadap Teori Modal Sosial Coleman dan Putnam**

Modal sosial telah di terapkan pada berbagai bidang, salah satunya dalam bidang ekonomi. Ada banyak literatur yang membahas mengenai peranan jaringan sosial dibidang ekonomi. Putnam bahkan mengklaim bahwa kinerja ekonomi secara keseluruhan lebih baik dalam masyarakat yang terkait erat dari pada dalam masyarakat yang tidak banyak menjalin hubungan [15]. Bagi Coleman modal sosial merupakan sarana untuk menjelaskan bagaimana orang untuk bekerjasama antar tindakan atau kelompok [15].

Definisi Coleman dan Putnam mengenai definisi modal sosial mengalami perubahan pada tahun 1996 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial yakni jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama [15]. Tidak adanya perubahan tiga ramuan utama dari pembahasan sejak tahun 1993, yang baru dari gagasan ini merujuk pada identifikasi partisipan ketimbang masyarakat sebagai penerima manfaat modal sosial.

#### **a. Jaringan Sosial**

Konsep jaringan dalam kapital lebih menekankan pada aspek ikatan antar simpul yang dapat berupa orang atau kelompok [17]. Pada dasarnya manusia membutuhkan sebuah jaringan dalam menjalankan kehidupannya, hal ini dikarenakan manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa orang lain. Jaringan sosial menjadi hal penting pula dalam aspek ekonomi dalam menjalankan usaha. Sama halnya dengan yang terjadi pada produsen beras. Produsen beras desa leran kulon memerlukan sebuah jaringan untuk mempertahankan usahanya di tengah banyaknya pesaing yang mempunyai usaha yang sama. Modal sosial bagi Coleman merupakan sara untuk menjelaskan bagaimana orang berusaha untuk bekerjasama antar tindakan atau sebuah kelompok [17].

Jaringan sosial bagi produsen beras di desa Leran Kulon sendiri mempunyai peranan yang penting. Banyaknya produsen beras yang ada di sana mengharuskan setiap produsen beras harus mampu mempertahankan usahanya. Salah satu yang dilakukan yakni dengan mendapatkan informasi terkait dengan harga gabah, stok gabah di petani, musim panen di setiap daerah, hal ini diperoleh produsen beras dari tengkulak gabah atau yang biasa di sebut dengan bakul gabah. Selain informasi mengenai gabah, produsen beras juga harus aktif dalam informasi harga beras yang diperoleh dari distributor atau bakul beras. Atas hal tersebut, produsen beras harus banyak menjalin komunikasi dan kerjasama dengan banyak pihak, diantaranya, petani, tengkulak gabah, konsumen, dan distributor beras.

#### **b. Kepercayaan**

Satu aspek penting lainnya selain norma dan jaringan sosial dalam modal sosial yakni kepercayaan. Terkait dengan kepercayaan adanya minimal dua pihak yang terlibat yakni *trustor* (yang mempercayai) dan *trustee* (yang dipercaya)[17]. Kedua dari pihak tersebut sama-sama mempunyai tujuan untuk mencapai kepentingannya masing-masing. Dimana dalam penelitian ini pertama antara produsen beras dengan distributor yang berperan sebagai *trustor* yakni pihak yang memberikan kepercayaan adalah produsen beras dan pihak yang berperan sebagai *trustee* adalah distributor beras.

Pihak yang berada pada posisi *trustor* menjadi pihak yang berani untuk mengambil resiko, tetapi dalam hal ini karena kepercayaan yang diberikan kepada pihak lainnya maka dalam penelitian ini produsen beras berani untuk mengambil resiko dengan memberikan utang kepada distributor beras tanpa adanya jaminan. Bentuk kepercayaan lainnya yakni terjadi antara bakul gabah yang selalu menawarkan gabah kepada produsen yang sama yakni digunakan sebagai bentuk langganan, produsen tidak selalu akan membeli pada bakul gabah tersebut. Kepercayaan selalu mengandung rasa keyakinan ditengah banyaknya resiko yang serba mungkin terjadi dalam hubungan sosial.

#### c. Norma

Coleman mengidentifikasi tiga unsur utama dalam modal sosial selain jaringan sosial dan kepercayaan yakni, norma. Norma menjadi penting dalam suatu kelompok dikarenakan tanpa adanya norma yang dijalankan maka akan terjadinya kekacauan atau anomie di dalam kelompok atau di masyarakat. Norma dalam penelitian ini diartikan sebagai solidaritas dalam kelompok, dalam hal ini yakni dalam lingkup produsen beras

Solidaritas antar kelompok dalam penelitian ini terlihat pada yang pertama antar sesama produsen beras, membantu apabila dalam penjemuran ada produsen beras yang gabahnya terkena hujan maka membantu dalam menggulung atau mengamankan saat proses penjemuran, hal ini dikarenakan penjemuran dilakukan di tempat yang berdekatan bagi produsen kecil dan menengah yang menyewa lahan. Bentuk solidaritas lainnya antar produsen beras yakni dalam pembagian lahan penjemuran saling berbagi gabah siapa yang datang terlebih dahulu.

### 4.3 Peran Aktor Dalam Jaringan Sosial Produsen Beras

#### 1. Peran Petani

Petani mempunyai peranan yang penting dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, terutama dalam pemenuhan kebutuhan pangan salah satunya yakni pemenuhan padi sebagai cikal bakal dari beras. Petani sebagai aktor pertama yang melandasi terjadinya jaringan sosial produsen beras. Dimana, petani sebagai penyedia kebutuhan pangan bagi masyarakat, sebagai penyedia kebutuhan pangan maka kehidupan masyarakat secara umum menunjukkan ketergantungan pada petani terutama pada sektor pangan.

#### 2. Peran Produsen Beras

Peranan petani saja tidak cukup dalam mencukupi kebutuhan pangan masyarakat, dimana konsumsi masyarakat yakni beras, petani sebagai penyedia padi harus diolah menjadi beras untuk siap konsumsi. Aktor yang mempunyai peranan dalam mengubah padi menjadi beras yakni produsen beras. Selama proses usaha beras ini produsen beras selain menjadi penyedia beras bagi konsumen juga menyediakan beras bagi distributor, sebagai aktor konsumen yang lebih besar dalam pembeliannya.

#### 3. Peran Tengkulak Atau Bakul Gabah

Peranan dalam kegiatan produsen beras sebagai penjemabatan aktor satu dengan yang lainnya. Tengkulak memainkan peranan penting dengan membentuk jaringan dengan berbagai pihak mulai dari petani hingga produsen beras. Terlihat dari kegiatan jual beli padi tengkulak berperan membeli hasil panen dari petani. Hal ini menjadikan petani menjadi ketergantungan dengan tengkulak, karena informasi dan jaringan petani yang masih sempit menjadikan kebergantungan pada tengkulak untuk menjualkan hasil panen yang ada.

Peranan tengkulak lainnya yakni menjual gabah atau padi kepada produsen beras. Pemberian informasi terkait dengan gabah yang bisa di beli produsen beras akan menghubungi tengkulak untuk memudahkan. Dalam proses ini produsen beraspun menjadi pihak yang ketergantungan dengan tengkulak. Hal ini akan lebih terlihat apabila tidak sedang musim panen, dimana gabah menjadi sulit di bebrapa daerah, maka dengan memudahkan produsen beras akan bertanya kepada tengkulak.

#### 4. Peran Konsumen

Konsumen sebagai aktor yang menghabiskan atau mengkonsumsusi suatu barang dalam hal ini beras. Konsumen dalam menentukan pembeliannya ditentukan oleh beberapa faktor, secara sosial salah satu faktor konsumen menentukan pilihannya akan suatu produk yakni lingkungan dan kelompok sosial. Lingkungan dan kelompok sosial mempunyai peranan yang signifikan dalam konsumen membeli suatu barang. Konsumen beras rumah tangga (tetangga dan saudara) akan membeli beras pada produsen yang sudah dikenalnya atau mempunyai hubungan saudara, hal ini dikarenakan kepercayaan dan kekerabatan.

Konsumen dalam kegiatan jaringan sosial produsen beras Desa Leran Kulon dengan jumlah pembelian beras paling banyak yakni dilakukan oleh distributor, selain distributor konsumen lain yakni konsumen rumah tangga, seperti tetangga atau saudara produsen beras. Alasan konsumen rumah tangga dalam pembelian beras kepada produsen beras secara langsung karena perbedaan harga yang lebih murah dan kualitas beras masih baru.

#### 5. Peran Distributor

Peranan distributor sebagai penghubung antar aktor, yakni produsen beras dengan konsumen yang lebih besar contohnya pabrik dan rumah sakit sebagai konsumen besar. Distributor yang mempunyai relasi dan *power* (kekuatan) untuk menjual beras kepada pihak yang lebih besar hal ini membantu produsen beras untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, melalui distributor dengan pembelian beras dalam jumlah yang banyak menjadikan produsen tidak kesulitan dalam mencari konsumen untuk menghabiskan produknya. Adanya produsen pula menjadikan produsen beras berani untuk menggambil gabah lagi dalam jumlah banyak, hal ini dikarenakan sudah mempunyai langganan distributor yang membawa beras milik produsen.

### 5. Kesimpulan

1. Jaringan sosial identik dengan aktor-aktor yang saling keterkaitan dan mempunyai tujuan, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, aktor yang terlibat dalam jaringan sosial yakni, pertama, yang berperan sebagai penyedia kebutuhan pangan masyarakat (padi). Kedua, Produsen Beras, berperan dalam memproduksi (meningkatkan value) *gabah* atau padi menjadi beras siap konsumsi, memenuhi permintaan konsumen. Ketiga, tengkulak penghubung antara petani dengan produsen berperan memberikan informasi harga dan ketersediaan padi kepada produsen *gabah*, memudahkan petani dalam penjualan *gabah* petani, Keempat, konsumen sebagai pengonsumsi suatu barang konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya lingkungan dan hubungan sosial, yakni dengan membeli kepada saudara dan tetangga.

Distributor, berperan sebagai perantara dan mempermudah produsen beras dalam penjualan beras dalam jumlah yang banyak.

2. Bentuk jaringan sosial dalam jaringan sosial produsen beras Desa Leran Kulon, terbagi menjadi dua, yakni berbasis kepercayaan dan kekerabatan. Jaringan sosial produsen beras Desa Leran Kulon **berbasis kepercayaan** terlihat dari, pertama hubungan antara tengkulak atau *bakul gabah* dengan produsen, dengan adanya kepercayaan produsen beras mendapatkan informasi mengenai ketersediaan dan harga *gabah*. Kedua, hubungan antara produsen beras dengan distributor, dimana penjualan yang dilakukan oleh produsen beras kepada distributor dilakukan secara piutang tanpa adanya jaminan. Bentuk jaringan sosial produsen beras Desa Leran Kulon lainnya yang terlihat yakni, jaringan sosial **berbasis kekerabatan**, yakni antara petani dengan produsen beras, jika petani memiliki kerabat produsen beras maka akan langsung menjualnya tanpa perantara atau tengkulak. Selain itu, hubungan antara produsen dengan konsumen rumah tangga, tetangga atau kerabat akan membeli beras langsung kepada saudaranya sebagai produsen beras.

## Daftar Pustaka

- [1] L. Sanny, "Analisis Produksi Beras di Indonesia," *Binus Bus. Rev.*, vol. 1, no. 1, p. 245, 2010, doi: 10.21512/bbr.v1i1.1072.
- [2] B. Pengkajian, "Potret perdagangan beras," pp. 2015–2016, 2016.
- [3] I. Kusumaningayu, A. Rolalisasi, K. Iffiyah, and S. F. Utama, "Potensi Desa Leran Kulon sebagai Desa Wisata di Kecamatan Palang, Kabupaten Tuban," *J. Arsit. dan Perenc.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–8, 2020, doi: 10.31101/juara.v3i1.1155.
- [4] Boediono, "Teori Ekonomi Mikro," *BPFE*, 2006.
- [5] John Field, *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010.
- [6] Akbar Valadbigi, "Trust: The Social Virtue and the Creations of Prosperity." *SCS Journal, Armenia*, 2002.
- [7] E. Rizki Rahmawati, "Analisis Modal Sosial Pada Pelaksanaan Pendidikan Di Sman Model Terpadu Bojonegoro," *Paradigma*, vol. 5, no. 3, pp. 1–10, 2017.
- [8] M. Joachim, "Annual Review Of Anthropology," *Soc. Netw.*, 1974.
- [9] J. G. Ritzer, G. & Douglas, *Teori Sosiologo Modern Edisi Keenam*. Jakarta: Prenada Media, 2010.
- [10] L. J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- [11] R. Mukhsin, P. Mappigau, and A. N. Tenriawaru, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Makassar," *J. Anal.*, vol. 6, no. 2, pp. 188–193, 2017, [Online]. Available: <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/ef79bd330d16ba9fda32510e0a581953.pdf>.
- [12] E. Hoar and Y. M. Fallo, "Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Petani terhadap Produksi Usahatani Jagung di Desa Badarai Kecamatan Wewiku Kabupaten Malaka," *Agrimor*, vol. 2, no. 03, pp. 36–38, 2017, doi: 10.32938/ag.v2i03.307.
- [13] Mohd Noor, "Teori Perilaku Produsen," *Teor. Perilaku*, pp. 8–47, 2011, [Online]. Available: [http://repository.uki.ac.id/1400/1/8.Modul Teori Perilaku Produsen\\_Teori Produksi5.pdf](http://repository.uki.ac.id/1400/1/8.Modul Teori Perilaku Produsen_Teori Produksi5.pdf).
- [14] S. Khalifah, "PROSES KOMUNIKASI TENGGULAK DENGAN PETANI TAMBAK DALAM TRANSAKSI JUAL BELI IKAN DI DESA KULURAN KALITENGAH

LAMONGAN,” vol. 126, no. 1, pp. 1–7, 2019.

- [15] J. Field, *Social Capital*. Bantul: Kreasi Wacana Offset, 2010.
- [16] I. A. Putri, “Jaringan Kekerabatan Matrilineal Sebagai Modal Sosial Perempuan Caleg Dalam Pemilu 2014,” *J. Antropol. Isu-Isu Sos. Budaya*, vol. 19, no. 2, p. 167, 2018, doi: 10.25077/jaisb.v19.n2.p167-178.2017.
- [17] N. S. Oktavira and P. Handoyo, “Jaringan Sosial Mucikari Pasca Penutupan Lokalisasi Dolly Surabaya,” *J. Paradig.*, vol. 5, no. 2, pp. 1–12, 2017.