

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Unsur- unsur modal sosial yang dimiliki komunitas pedagang sayuran di Desa Balunijuk dalam kegiatan berdagang sayuran terdapat 7 unsur modal sosial yaitu unsur kepercayaan, kerjasama, norma sosial, saling tukar kebaikan antar individu, nilai-nilai, partisipasi dalam suatu jaringan, dan tindakan *proaktif*. Namun unsur – unsur modal sosial yang dominan terjadi adalah unsur kepercayaan, kerjasama, dan tindakan proaktif.
2. Proses terbentuknya modal sosial dalam komunitas pedagang sayuran di Desa Balunjuk diawali dari pedagang sayuran Desa Balunijuk yang memberikan kepercayaan kepada petani. Kemudian terbentuklah kerjasama, norma sosial, saling tukar kebaikan antar individu, nilai-nilai, berpartisipasi dalam jaringan perdagangan sayuran, dan tindakan proaktif.
3. Peran dari modal sosial dalam usaha pemasaran sayuran di Desa Balunijuk adalah memudahkan pedagang dalam mendapatkan sayuran segar melalui hubungan ikatan dengan petani, dan pengelolaan tenaga kerja keluarga yang lebih efisien tanpa perlu dikontrol dan diawasi lagi.

5.2. Saran

Saran yang dapat saya sampaikan adalah :

1. Diharapkan kepada pedagang sayuran Desa Balunijuk yang masih belum memaksimal unsur - unsur modal sosial seperti berpartisipasi dalam suatu jaringan perdagangan sayuran, nilai-nilai, saling tukar kebaikan antar individu, dan norma sosial agar dapat dimaksimalkan dalam penerapan berdagang sayurannya.

2. Diharapkan kepada masyarakat Desa Balunijuk untuk menjaga dan memelihara modal sosial yang dimilikinya agar mudah berinteraksi sesama individu lainnya.
3. Diharapkan kepada peneliti untuk meneliti unsur-unsur modal sosial lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. 1994. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardiana, I.D.K.R. 2010. *Kompetensi SDM UKM dan pengaruhnya terhadap kinerja UKM di Surabaya*. Jurnal manajemen dan kewirausahaan.
- Arikunto, 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Aksara.
- Asmayanti. 2012. *Sistem Pemasaran Cabai Rawit Merah (Capsicum Fritescens) di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut*. Program Studi Agribisnis. [skripsi]. Institut Pertanian Bogor.
- BPS. 2011. Berita Resmi Statistik. Komposisi Penduduk. <http://www.bps.go.id/>. Diakses pada 15 juni 2017
- BPS. 2015. *Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Bangka, Badan Pusat Statistik*.
- Coleman. 2009. *Perencanaan Daerah: Memperkuat Prakarsa Rakyat dalam Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Laper Pustaka Utama.
- Damsar. 2009. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Desmawarita, S. 2014. *Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Ustadz: Pendekatan Indigenous Psikologi*. Fakultas Psikologi [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Deutsch, M. and Gerrard, H.B. 1955. *A study of normative and informational social influences upon individual judgment*. Journal of Abnormal Social Psychology, Vol. 51, pp. 629-36.
- Dina, F. 2009. *Mengembangkan Proaktif Siswa Melalui Layanan Bimbingan*. Fakultas Ilmu Pendidikan [Skripsi]. Universitas Negeri Semarang.
- [FAO] Food and Agriculture Organization. (2011). *Guidelines for Measuring Household and Individual Dietary Diversity*. FAO.
- Fukuyama, F. 1999. *Social Capital and Civil Society*. George Mason University: Institute of Public Policy.
- Galih, M. A. 2015. *Strategi Penguatan Modal Sosial Kelompok Tani Dalam Pengembangan Produk Sayuran*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

- Gittel *et al.* 2001. *Social Capital and Poor Communities*. New York: Russell Sage Foundation.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Juanda, B. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Bogor: IPB press.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Melenium*. Jakarta: Penerbit Prenhanlindo.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lawang, R. 2004. *M.Z.Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologik Suatu Pengantar*. Fisip. Jakarta: UI Press.
- Limbong W. H dan Sitorus P. 1985. *Pengantar tataniaga pertanian*. Jurusan ilmu-ilmu social ekonomi pertanian. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Mansur, I. 2001. *Diskursus Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Global Pustaka Utama.
- Maulana, A. 2004. *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*. Yogyakarta: Absolut.
- McLeod, P. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba.
- Morgan, M. R. & Hunt, D. S (1994). *The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing*. The ournal of Marketing. Vol. 58 (July 1994), hal. 20-38.
- Nova, T. P. 2014. *Biaya Transaksi dan Modal Sosial Antara Pedagang dan Pemasok (Studi Pada Pedagang Sayur di Pasar Blimbing-Kota Malang)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya*.
- Penyuluh Pertanian Lapangan. 2016. *Pertumbuhan Pedagang Sayuran Desa Balunijuk*. Desa Balunijuk Kecamatan Merawang.
- Perkins, H. W. & Berkowitz, A. D. 1986. *Perceiving the community norms of alcohol use among students*. Some research implications for campus alcohol education programming. *Int. J. Addict.* 21: 961-976.
- Putnam, R. D. 1993. *Social capital and public life*. *The American Prospect: The prosperous community*.
- Rinda, R. M. 2014. *Peran Modal Sosial Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya*.
- Riyanto, S. 2016. *Peran Modal Sosial Dalam Aktivitas Pemasaran Komoditas Sayuran*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.