

Habitus dan Modal Sosial dalam Kesuksesan dan Kegagalan Bisnis

M. Nur, Nirzalin, Alwi, Fakhurrrazi

Magister Sosiologi Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe

Email: *muhammad.nur75@icloud.com*

Abstract

Business is basically a social practice. This makes success or failure in running a business not only determined by financial capital, but also determined by things broader than that. This condition also applies to the furniture business in Lhokseumawe City where UD Bripo managed to dominate while Dek Gam failed to compete. This study tries to uncover the facts of the furniture business with the same type of business, but in the furniture business UD Bripo succeeded in developing its business, on the other hand the Dek Gam furniture business failed to develop its business. Data collection is done by using ethnographic methods. The results of this study are that habitus and social capital have a significant role in supporting the success of the UD Bripo furniture business. Habitus owned by UD Bripo furniture business owners are brave, honest, focused, frugal, caring and leader-minded, and always thinks systems. While UD Bripo's successfully utilized social capital consists of norms, trust and network dimensions. The failure of the Dek Gam furniture business is due to the inaccurate application of habitus and social capital in the business arena

Keywords: *Habitus, Social Capital, Business, Norms, Trust, Networking*

Abstrak

Bisnis pada dasarnya adalah sebuah praktik sosial. Hal ini membuat kesuksesan atau kegagalan dalam menjalankan sebuah bisnis tidak hanya ditentukan oleh faktor kekuatan modal finansial, melainkan juga ditentukan oleh hal-hal yang lebih luas daripada itu. Kondisi ini berlaku juga pada bisnis meubel di Kota Lhokseumawe dimana UD Bripo berhasil mendominasi sementara Dek Gam gagal berkompetisi. Studi ini mencoba menggambarkan mengapa usaha meubel dengan jenis usaha yang sama, namun pada usaha meubel UD Bripo berhasil mengembangkan usahanya secara signifikan, sebaliknya usaha meubel Dek Gam gagal mengembangkan usahanya. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode etnografi. Hasil penelitian ini yaitu habitus dan modal sosial memiliki peran signifikan dalam mendukung kesuksesan bisnis meubel UD Bripo. Habitus yang dimiliki oleh

pemilik usaha meubel UD Bripo diantaranya berani, jujur, fokus, hemat, peduli dan berjiwa pemimpin, serta selalu berpikir sistem. Sementara modal sosial UD Bripo yang berhasil didayagunakan terdiri atas dimensi norma, kepercayaan, dan jaringan. Adapun terjadinya kegagalan bisnis meubel Dek Gam disebabkan penerapan habitus dan modal sosial yang kurang tepat di dalam arena bisnis

Kata kunci: *Habitus, Modal Sosial, Bisnis, Norma, Kepercayaan, Jaringan*

* * *

A. Pendahuluan

Secara makro, Indonesia membutuhkan lebih banyak pengusaha dalam menggerakkan roda perekonomian. Pada saat ini jumlah pengusaha di Indonesia hanya sekitar 3,1 persen dari total penduduk, masih tertinggal dibandingkan negara tetangga seperti Malaysia (5 persen), Singapura (7 persen), dan Thailand (4,5 persen) (Warta Ekonomi, 2018).

Keenganan menggeluti dunia usaha biasanya diperkuat dengan alasan “tidak punya modal” yang dimaknai sebagai modal ekonomi (finansial). Memang tidak dapat dipungkiri bahwa modal finansial sangat penting dalam dunia bisnis. Namun ternyata modal finansial saja tidak cukup mumpuni dalam menjamin eksisnya seorang pengusaha dalam arena bisnis. Peneliti melakukan observasi awal di Kota Lhokseumawe, khususnya di kalangan pengusaha meubel, semuanya disokong oleh modal finansial yang cukup. Namun realitasnya tidak semua pengusaha meubel tersebut berhasil mengembangkan sayap bisnisnya.

Secara sosiologis, bisnis merupakan sebuah praktik sosial. Oleh sebab itu, terdapat faktor-faktor lain di luar modal finansial yang dapat membawa bisnis berjalan lancar dan mengalirkan kekayaan atau malah

sebaliknya. Hal ini dapat disimak pada usaha meubel UD Bripo dan usaha meubel Dek Gam yang terletak di Puenteut Kota Lhokseumawe.

UD Bripo sudah beroperasi selama 15 tahun. Saat pertama kali membuka lapaknya, UD Bripo melakukan pendekatan sosial dengan masyarakat. Hal ini membuat UD Bripo dapat bekerja tanpa ada masalah dengan lingkungan di sekitarnya, termasuk bekerja di malam hari guna mengejar target pesanan barang dari konsumennya. Dengan demikian, pelanggan semakin banyak karena puas dengan hasil kerja dan pekerjaan tepat waktu UD Bripo. Keuntungan pun lebih banyak mengalir sehingga usaha meubel UD Bripo semakin berkembang. Perusahaan ini berhasil mengembangkan sayap bisnisnya dalam beberapa tahun dengan indikasi yang tampak pada: (a) Omset usaha bertambah dari awalnya Rp. 5 juta menjadi Rp. 70 juta per bulan; (b) Usaha mengalami perluasan yang ditunjukkan dengan berdirinya cabang/anak usaha baru; (c) Jumlah tenaga kerja bertambah dari 6 orang menjadi 30 orang; (c) Neraca keuangan yang stabil dan terkelolanya keseluruhan proses produksi, termasuk ketertiban membayar upah tenaga kerja.

Sebaliknya, usaha meubel Dek Gam ibarat “hidup segan mati tak mau”. Ia tidak berhasil mengembangkan bisnisnya dengan indikasi yang kontradiktif dari usaha meubel UD Bripo. Menariknya, usaha meubel Dek Gam dimana pemilik usahanya merupakan orang asli Puenteut justru sering mendapatkan teguran dari masyarakat sekitar. Contohnya ketika perusahaan ini beroperasi pada malam hari, masyarakat protes dan meminta bisnis usaha meubel Dek Gam untuk tidak mengganggu ketenteraman di lingkungan sekitar. Hal ini

disinyalir karena pemilik usaha meubel Dek Gam mengalami jarak secara sosial dengan masyarakat.

Berdasarkan fenomena di atas, menarik dikaji mengapa usaha meubel dengan jenis usaha yang sama, namun pada usaha meubel UD Bripo berhasil mengembangkan usahanya secara signifikan, sebaliknya usaha meubel Dek Gam gagal mengembangkan usahanya.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode etnografi. Pada dasarnya metode etnografi adalah metode untuk memahami sudut pandang (*point of view*) suatu masyarakat mengenai dunianya. Dalam hal ini, peneliti melibatkan diri dalam aktivitas belajar. Artinya, dalam penelitian etnografi peneliti tidak hanya mempelajari masyarakat, tetapi lebih dari itu, belajar dari masyarakat (Spradley, 2007: 4).

Informan penelitian ini adalah pengusaha meubel sebanyak 2 (dua) orang, dimana dipilih seorang pengusaha yang berhasil dan seorang pengusaha yang kurang berhasil dalam membangun dan menjalankan bisnis meubel. Pengumpulan data tidak dilakukan dengan wawancara langsung, tetapi "mengobrol/berbincang" yang dilakukan dalam suasana akrab dan penuh dengan persahabatan

C. Pembahasan

Penelitian ini berada dalam ruang lingkup perspektif teori Bourdieu. Menurut Bourdieu (dalam Jenkins, 2016: 106), praktik sosial dapat dirumuskan sebagai: $(\text{Habitue} \times \text{Modal}) + \text{Ranah} = \text{Praktik}$. berdasarkan rumusan itu, Bourdieu dapat dilihat sebagai seorang pemikir sosial yang mencoba mendamaikan dikotomi antara objektivisme dan subjektivisme. Kedua kutub ekstrem pemikiran ini

diatasi dengan sebuah konsep yang disebut habitus (Jenkins, 2016: 106-107). Baik norma kolektif maupun motif individu, keduanya sama-sama dipandang penting dalam membantu terwujudnya tindakan aktor.

Menurut Bourdieu (dalam Riawati, 2017: 31), struktur yang membentuk suatu lingkungan tertentu menghasilkan habitus. Jadi habitus dapat didefinisikan sebagai : “sebuah sistem disposisi, yaitu pelbagai sikap permanen untuk menjadi, melihat, bertindak, dan berpikir, atau sebagai sistem skema atau skemata atau struktur jangka panjang (namun tidak “permanen”) dari persepsi, konsepsi, dan tindakan” (Bourdieu, 2018: 154). Definisi ini kelihatannya masih terlalu sulit untuk dicerna. Maka perlu dilihat definisi Ritzer dan Goodman (2012: 581) yang lebih sederhana: “habitus adalah struktur mental atau kognitif yang dengannya seseorang berhubungan dengan dunia sosial”.

Bourdieu dalam Harker, et. al. (2009: 13) mendefinisikan habitus sebagai “suatu sistem kecondongan (disposisi) yang berlangsung lama dan berubah-ubah yang berfungsi sebagai basis generatif bagi praktik-praktik yang terstruktur dan terpadu secara objektif”. Menurut Dwiningrum (2014: 2), habitus adalah produk sejarah yang terbentuk sejak manusia lahir dan berinteraksi dengan masyarakat dalam ruang dan waktu tertentu. Dalam hal ini, habitus adalah nilai-nilai sosial yang dihayati oleh manusia, dan tercipta melalui proses sosialisasi nilai-nilai yang berlangsung lama, sehingga mengendap menjadi cara berpikir dan pola perilaku yang menetap di dalam diri manusia tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa habitus adalah kesadaran

mental yang diperoleh melalui proses pembiasaan sehingga menjadi kebiasaan dan mendarah-daging di dalam diri seseorang.

Selain ide tentang “habitus”, Bourdieu juga menyampaikan ide tentang “ranah” atau “arena”. Ranah menurut Bourdieu (dalam Jenkins, 2016: 124) adalah “suatu ruang sosial yang di dalamnya perjuangan atau manuver terjadi untuk memperebutkan dan mempertaruhkan benda atau sumber (modal) yang terbatas”. Dalam hal ini, Amin (2018), mencontohkan beragam jenis ranah di dalam kehidupan masyarakat, seperti ranah akademis/pendidikan, ranah agama, ranah seni, ranah bisnis, dan ranah politik. Setiap ranah membutuhkan habitus dan modal yang berbeda-beda. Seseorang yang memiliki habitus dalam ranah yang tepat dan modal paling banyak akan memenangkan pertarungan dalam memperebutkan sumber daya yang diincar.

Selain gagasan tentang “habitus” dan “ranah”, Bourdieu juga menyampaikan gagasan tentang “modal”. Menurut Adib (2012: 107), modal adalah “sebuah konsentrasi kekuatan spesifik yang beroperasi dalam ranah”. Modal sosial sebagai salah satu jenis modal adalah sumber daya khusus yang terdapat dalam hubungan (relasi) antar manusia. Menurut Field (2011: 1), “relasi” adalah tesis sentral dari teori modal sosial. Bourdieu dalam sebuah tulisan yang berjudul “*The Forms of Capital*” (1986) mendefinisikan modal sosial sebagai keseluruhan sumberdaya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui (Syahra, 2003: 3).

Modal sosial merupakan sebuah piranti yang memungkinkan (*enabler*) untuk membangun modal manusia di sebuah perusahaan

(Galli, 2011: 20). Menurut Fukuyama (2010: 38-39), “modal sosial memiliki konsekuensi-konsekuensi utama bagi penentuan hakikat ekonomi industri”. Jika orang-orang mampu bekerjasama, saling mempercayai, dan bekerja menurut serangkaian norma-norma etis bersama, maka berbisnis hanya memerlukan sedikit biaya. Menurut Usman (2018: 5-6), relasi sosial memiliki sejumlah manfaat, antara lain memfasilitasi aliran informasi, memobilisasi dukungan, menebar *trust*, dan mempertegas identitas.

Selanjutnya, kiranya perlu menyimak bagaimana Coleman (1990: 302) memaknai modal sosial. Modal sosial adalah sebuah entitas majemuk yang mengandung dua elemen, yaitu: 1) beberapa aspek dari struktur sosial; dan 2) memfasilitasi tindakan aktor dalam struktur tersebut.

Modal sosial menurut Putnam dalam Field (2011:6) dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan terkoordinasi. Maka setidaknya terdapat tiga dimensi modal sosial, yaitu kognitif, relasional, dan struktural. Modal sosial dapat pula dilihat dari dua perspektif. Pertama, modal sosial dari perspektif masyarakat (*society's perspective*) yang dikonsepsikan oleh Putnam. Beberapa studi dalam perspektif ini pernah dilakukan diantaranya oleh Mahendra (2015), Syafitri dan Sudarwati (2015), Asytuti (2015), Harahap dan Agusta (2018), serta Gumilang, dkk (2018). Kedua, modal sosial dari perspektif pelaku (*actor's perspective*) yang diformulasikan oleh Bourdieu (Usman, 2018: 35). Perspektif pelaku tersebut dikembangkan dalam studi ini.

Hasbullah (2006: 5) mengungkapkan modal sosial berdasarkan karakter sosial budaya masyarakat terdiri dari dua jenis, yaitu modal

sosial terikat (*bonding social capital*) dan modal sosial yang menjembatani (*bridging social capital*). Bila modal sosial terikat dapat membantu memobilisasi resiprositas dan solidaritas, modal sosial yang menjembatani dapat digunakan untuk menghubungkan seseorang atau kelompok kepada manfaat eksternal dan menjamin kelancaran aliran informasi (Häuberer, 2011: 56-57).

Polanyi memelopori konsep penanaman sosial (*social embeddedness*) atau investasi sosial dalam menggambarkan pandangan relasional ekonomi dan sosial, dimana semua kegiatan ekonomi terjat dalam hubungan sosial, institusi, dan kondisi historis. Penanaman sosial mengacu pada “hubungan sosial yang sedang berlangsung” dan transaksi sosial yang menghasilkan manfaat, tanpa perlu kontrak formal melalui hubungan interpersonal (Lee, 2017: 20).

Berkaitan dengan dunia bisnis, pendayagunaan modal sosial dapat dilihat pada bagaimana orang-orang Tiongkok mengembangkan gagasan tentang *guanxi*. Gagasan Cina tentang *guanxi* lebih didasarkan pada pengembangan hubungan di tingkat pribadi. Dalam bahasa Cina, *guan* (关) berarti pintu, atau “untuk bergabung” dengan mereka yang berada di dalam grup, dan *xi* (系) dapat diartikan sebagai rantai gabungan. Dengan demikian, bersama-sama, *guanxi* dapat diterjemahkan sebagai hubungan dan koneksi (Meng, 2017: 92). Membangun kepercayaan dapat berakar pada interaksi sosial yang sering dan dekat (Galli, 2011: 21). Dalam bisnis orang-orang Cina, kepercayaan harus menjadi mekanisme utama dan pelumas dalam jaringan bisnis yang kompleks. Semakin tinggi tingkat kepercayaan antara dua pihak, semakin baik kualitas *guanxi*. Kepercayaan dapat secara signifikan meningkatkan hubungan pembeli-penjual di

kalangan pengusaha Cina. Hal ini karena kepercayaan diperlakukan sebagai kepentingan mendasar oleh orang Cina dan diperlukan pada tahap awal hubungan bisnis apa pun (Meng, 2017: 93-94)

1. Habitus dan Modal Sosial UD Bripo

Subjek pertama adalah pemilik UD Bripo yang bernama Ali Imran. Pada awalnya ia adalah seorang petani. Ia kemudian bekerja di salah satu panglong di daerah Geudong. Pada tahun 2007, Ali Imran membangun usaha meubel dengan nama UD Bripo. Setelah delapan tahun beroperasi, pada tahun 2015 Ali Imran berhasil membuka cabang usaha baru di daerah Alue Awe.

Keberhasilan Ali Imran membangun bisnis meubel tidak terlepas dari karakternya yang pemberani, dalam arti berani menerima pesanan meubel dengan sistem borongan. Setelah memperhatikan sistem kerja kontraktor di Aceh, Ali Imran berusaha beradaptasi. Walaupun jumlah pesanan banyak dan harus rampung dalam jangka waktu kurang dari tiga bulan, Ali Imran tetap berani mengerjakan proyek tersebut di saat kebanyakan panglong lain menolaknya. Keberanian ini muncul karena Ali Imran mampu membangun sistem produksi meubel. Kuncinya terletak pada kejujuran. Habitus jujur yang dimiliki oleh Ali Imran sudah diketahui sejak ia bekerja di panglong milik orang lain. Habitus tersebut membuat ia dengan mudah mendapatkan bahan baku kayu dari pemasok.

Keberanian Ali Imran menerima proyek-proyek besar membuat ia berpikir bahwa waktu adalah segalanya. Ia harus menuntaskan pesanan para kontraktor secepatnya. Oleh sebab itu, ia mengoperasikan industri meubelnya hingga malam hari. Hal ini tentunya berpotensi mengganggu kenyamanan di lingkungan sekitar

usaha. Namun usahanya tetap berjalan karena kemampuan melobi lingkungan sekitar.

Habitus lain yang dimiliki oleh Ali Imran adalah fokus. Supaya berhasil dalam menjalankan usaha, Ali Imran fokus dalam bisnis meubel saja, sebab dia sangat menguasai arena dalam jenis usaha ini. Habitus fokus ini membuat Ali Imran mampu mengkalkulasikan produksi meubel secara cermat.

Sementara itu, menjadi seorang pengusaha membutuhkan habitus hemat. Bila dihitung, pengeluaran pribadi Ali Imran untuk aktivitas konsumsi tidak lebih dari 30 persen penghasilannya. Sebagian penghasilan digunakan untuk kebutuhan secukupnya, kesenangan dan pengeluaran yang tidak perlu bisa ditunda dulu. Habitus hemat ini membuat Ali Imran memiliki simpanan modal finansial atau dana cadangan yang sangat besar peranannya dalam mengatur sistem kerja perputaran uang di dalam bisnis meubel yang sedang digelutinya. Sebagian dana cadangan juga digunakan sebagai dana jaga-jaga guna memelihara kepercayaan dengan para kliennya. Selain itu, Ali Imran juga melakukan investasi lagi terhadap bidang usaha yang sama (*reinvestment*).

Selain habitus yang baik, UD Bripo dibangun dengan mendayagunakan modal sosial yang dapat dilihat dari aspek norma, kepercayaan, dan jaringan. Aspek pertama bertautan dengan norma, pemilik UD Bripo tidak mau membuka usaha di dekat daerah Geudong agar tidak terjadi persaingan sempurna dengan pemilik panglong tempat dia bekerja dulu. Ali Imran merasa tabu untuk memprospek langganan UD Berkat Doa, walaupun secara personal Ali Imran kenal baik dengan mereka. Pelaksanaan norma ini membuat UD Berkat Doa

menjadi partner usaha bagi UD Bripo. Hubungan terjalin dengan baik berbentuk resiprositas yang saling menguntungkan.

Norma lain yang paling dijunjung tinggi oleh UD Bripo adalah “upah pekerja tidak boleh terlambat diberikan”. Ali Imran merasa para pekerjanya adalah sumber daya yang paling bernilai dalam bisnis meubel. Kepercayaan dan semangat pekerja harus dijaga. Oleh sebab itu, Ali Imran memastikan bila setiap pekerjaan meubel diselesaikan oleh pekerjanya, upahnya langsung diberikan.

Norma selanjutnya yang senantiasa ditegakkan di lingkungan UD Bripo adalah “kerapihan dalam mengerjakan pesanan” dan sangat mengutamakan kualitas. Setiap unit meubel yang diproduksi UD Bripo harus memenuhi standar. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas nomor satu. Dalam hal pengendalian kualitas (*quality control*), Ali Imran selalu menyempatkan diri memeriksa hasil pekerjaan bawahannya. Ia lebih memilih rugi daripada memberikan produk meubel yang jelek karena dapat berdampak rusaknya citra UD Bripo di mata pelanggan.

Norma UD Bripo selanjutnya ialah “tidak boleh berhenti berinovasi”. Dalam pasar meubel yang penuh dengan persaingan, Ali Imran senantiasa mengikuti perkembangan bisnis meubel. Pada saat ini, selain kombinasi bahan kayu dan besi, sedang trend di tengah masyarakat membuat dapur dari meubel dengan menggunakan keramik yang bermacam-macam warna, termasuk juga penggunaan triplek yang dilapisi kertas HPL pada perabotan lemari. Bahan-bahan itu ia beli dari Medan.

Walaupun UD Bripo sedang mengerjakan proyek besar, Ali Imran tidak menyepelekan pesanan meubel dari masyarakat dalam

bentuk satuan. Hal ini berarti UD Bripo memiliki norma “tidak boleh mendiskriminasi pelanggan”. Sementara di panglong lain kalau sudah mendapatkan pekerjaan besar, seringkali mereka menolak bila datang masyarakat memesan meubel secara satuan. Kalaupun diterima, waktu pengerjaannya lama. Sementara Ali Imran tetap mengerjakan pesanan seperti biasanya karena ia didukung pekerja harian lepas yang siap membantunya sewaktu-waktu khusus mengerjakan pesanan meubel secara satuan ini.

Aspek modal sosial kedua yang membuat UD Bripo bisa berkembang adalah kepercayaan (*trust*). Indikasi adanya *trust* dapat dilihat dari bahan baku pembuatan meubel dimana pemasok menerapkan sistem titip kayu. Kepercayaan ini sudah dibangun sejak Ali Imran bekerja di panglong milik orang lain. Dia dikenal sebagai seorang pekerja yang jujur dan pimpinannya pun memberikan banyak kepercayaan kepadanya. Selain itu, ketika Ali Imran memutuskan berhenti bekerja dengan meminta izin secara baik-baik. Ia bukan dikeluarkan secara tidak hormat pada saat itu. Citra ini juga penting dalam membangun kepercayaan.

Ketika membuat perjanjian dengan pemasok Ali Imran menerapkan strategi khusus. Bila diperkirakan dia memperoleh uang dari konsumennya dalam dua hari, dia akan mengatakan kepada pemasok untuk membayar kayu dalam lima belas hari. Di samping itu, Ali Imran saat ini juga sudah mempunyai dana cadangan yang melimpah. Ia pun akhirnya mampu menguasai dengan baik sistem produksi dan perputaran uang di dalam bisnis meubel ini. Hal itu sebagaimana kutipan pernyataan berikut:

“Kalau sekarang ini kendalanya sudah mulai susah dari bahan bakunya. Karena kan sekarang tidak dekat lagi masalahnya. Lebih jauh lagi dari Ujong Pase. Tapi kebanyakan pemasok itu bawa barang kemari karena kalau saya bilang Jum’at bayar, ga akan bergeser. Jadi orang udah datang jauh-jauh pun ga kecewa.” (Ali Imran, Pemilik UD Bripo, 16 Februari 2020)

Kejujuran juga membantu Ali Imran dalam mengembangkan jaringan dengan para pemasok bahan baku besi di Medan. Ketika pertama kali berurusan dengan para toke dari Medan, ia membayar kontan sebab toko-toko tersebut milik etnis Tionghoa dimana membangun kepercayaan mereka bukanlah perkara mudah. Tapi setelah lama berhubungan baik, mereka mengizinkan Ali Imran memesan barang dengan sistem utang. Alhasil yang dikelola adalah perputaran uang saja.

Jadi meskipun Ali Imran sebenarnya sudah memiliki sejumlah besar uang di rekeningnya, ia tetap mendayagunakan modal sosialnya. Tujuannya adalah untuk mengakumulasi kapital yang lebih besar, artinya biarkan uang orang lain bekerja untuk dirinya. Selain itu, fungsi “utang baik” ini adalah dalam rangka tetap menjaga kepercayaan dengan klien tersebut. Keberadaan dana cadangan tersebut membuat Ali Imran tidak pernah alpa dalam melunasi tagihan yang jatuh tempo bahkan di saat menghadapi situasi yang sangat sulit sekalipun. Jadi *trust* dengan klien dibangun tidak hanya karena Ali Imran jujur, tetapi pola pikir dan sistem yang berhasil dibangunnya membuat ia “senantiasa jujur”. Habitus jujur sebagai modal awal. Tetapi “sistem jujur” membantu memelihara kontinuitas dan konsistensi habitus jujur itu.

Selain itu, pengerjaan barang pesanan meubel selalu tepat waktu karena UD Bripo tidak pernah kekurangan pekerja. Ali Imran mudah mencari sumber daya manusia di lingkungan sekitarnya untuk menjadi pekerja harian lepas. Kemudahan mendapatkan pekerja karena Ali Imran membayar upah tepat waktu dan memiliki rasa sosial yang tinggi.

Aspek modal sosial ketiga terkait dengan jaringan (*networking*). Modal sosial UD Bripo menghasilkan jalinan yang menghubungkan UD Bripo dengan banyak kalangan dan memberikan dampak positif bagi masing-masing pihak. UD Bripo memiliki jaringan yang luas.

Jaringan dengan pemasok memastikan bahan baku meubel selalu tersedia. Bahan kayu dipesan dari pemasok lokal yang beroperasi di seputaran Gunung Pase. Jaringan dengan pemasok kayu dibangun sejak Ali Imran masih berstatus buruh meubel di daerah Geudong. Sedangkan bahan besi, triplek, keramik, dan kertas HPL dipesan dari Medan.

Jaringan dengan pelanggan dibangun dan dikembangkan dengan tindakan proaktif. Artinya relasi itu tidak ditunggu, tetapi dijemput. Tindakan ini tidak terlepas dari filosofi hidupnya sebagaimana petuah para endatu: "*Cabak jaroe meuraseuki, geuhon gaki hana sapee na*" (tangan yang rajin akan menghasilkan, kaki yang malas akan papa). Metode pemasaran dengan sistem jemput bola dipelajari sejak mengelola panglong milik orang lain di daerah Geudong. Ali Imran sudah mengetahui kemana produk meubel tersebut dipasarkan oleh pimpinannya dahulu. Hal itu sebagaimana petikan pernyataan di bawah ini:

“Di sana (UD Berkat Doa) saya belajar pengalaman pemasaran. Kemana sasaran pemasaran meubel yang dibuat di panglong itu, karena kan beda meubel yang di toko Cina dengan meubel yang dibuat di panglong, itu beda. Meubel yang di toko Cina itu pemasarannya dia menunggu pembeli datang ke toko. Tapi kalau meubel yang dibuat di panglong kayu itu harus mencari pemasaran. Pemasarannya dari sasarannya dulu. Sasarannya misalnya di rumah sekolah menawarkan bangku-bangku sekolah, mereka yang buat lemari-lemari pesantren, dan kontraktor-kontraktor yang lagi buat rumah, buat kusen-kusen. Nah gitu...” (Ali Imran, Pemilik UD Bripo, 17 Februari 2020)

Sementara itu, UD Bripo memiliki sumber daya manusia yang cukup. Hal ini dapat diwujudkan karena UD Bripo memiliki jaringan dengan pekerja. Pekerja UD Bripo dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu pekerja tetap dan pekerja harian lepas. Dalam hal ini, Ali Imran menerapkan strategi hubungan patron-klien dengan para pekerjanya. Artinya ia memosisikan diri seolah-olah sebagai orang tua bagi para pekerjanya. Maksudnya adalah ia mau melibatkan diri dalam menyelesaikan permasalahan anak buahnya seperti membantu acara pesta perkawinan sehingga para pekerjanya merasa terhormat dan diperhatikan oleh pimpinan. Ketika anak-anak pekerjanya sedang sakit, Ali Imran langsung datang menjenguk. Artinya memberikan perhatian yang tulus agar mengikat rasa sosial dengan para pekerjanya. Hasilnya para pekerja nyaman dan loyal karena mereka merasa UD Bripo adalah rumah dan menganggap pimpinannya sudah seperti keluarganya sendiri. Jadi Ali Imran ini adalah seorang kapitalis yang baik hati.

Kebanyakan pekerja UD Bripo adalah penduduk setempat. Dalam mengatur jalannya perusahaan, Ali Imran menerapkan

pembagian kerja agar berjalan secara lebih efektif dan efisien. Hal itu sebagaimana keterangan berikut:

“... kalau bagian besi sama yang pandai besi. Jadi diarahkan sesuai dengan kemampuan. Bagian kayu dikembalikan ke tukang kayu. Karena tukang besi dan tukang kayu beda-beda kemampuannya....” (Ramli, Pekerja UD Bripo, 2 Februari 2020)

Ali Imran juga memiliki jaringan dengan sesama pelaku usaha meubel, terutama sekali adalah mantan pimpinannya dulu di daerah Geudong. Hubungan yang harmonis ini membuat UD Bripo memiliki sekutu dalam berperang di arena bisnis meubel. Kedua sekutu ini bisa hadir saling memberikan dukungan di saat terjadi kesulitan di lapangan seperti stok bahan baku yang kurang atau pun beban pekerjaan yang terlalu besar.

Sementara itu, jaringan dengan masyarakat juga mendapatkan perhatian khusus dari Ali Imran. Bisnis meubel UD Bripo dapat berkembang dengan baik karena pemiliknya memiliki rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Kepedulian ini membuat usaha meubel UD Bripo bisa berjalan dengan tenang tanpa ada gangguan dan protes dari lingkungan pada saat mereka sedang bekerja, sebab pekerjaan ini sudah pasti menimbulkan suara bising yang berasal dari deru mesin yang tentunya bisa mengganggu ketenteraman. Hal pertama sekali yang dilakukan oleh Ali Imran adalah membuat pendekatan dengan Kepala Desa beserta perangkatnya, tetangga sekitar usaha, lalu karena banyak pekerja yang direkrut berasal dari warga sekitar, semakin meminimalisir keberatan warga karena mereka juga menggantungkan penghidupannya dari usaha meubel UD Bripo.

UD Bripo juga memelihara jaringan dengan aparat keamanan dalam menjalankan usaha meubelnya. Bisnis yang berhubungan dengan kayu rentan memperoleh gangguan berupa pemerasan dari oknum-oknum tertentu. Hal ini karena aturan hukum terhadap pemanfaatan hasil hutan di Indonesia tidak jelas penerapannya. Oleh sebab itu, dalam sebuah situasi dimana aturan tidak benar-benar dijalankan sebagaimana seharusnya, memelihara hubungan dengan aparat yang berwenang hendaknya senantiasa dijaga dan dipelihara.

2. Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Dek Gam

Subjek kedua adalah Dek Gam (identitas samaran). Ia memulai usaha meubel setelah kejadian tsunami yang memporak-porandakan Aceh pada tahun 2004 silam. Sebelum bencana tsunami, Dek Gam sudah bekerja dengan orang lain dalam bidang usaha yang sama (panglong kayu).

Berdasarkan pengalaman bergaul dengan Dek Gam, peneliti melihat sebetulnya Dek Gam ini memiliki habitus jujur karena semua pesanan konsumen dikerjakan. Tapi keadaan dapat membuat dia tidak membayar utang tepat waktu karena tidak memiliki modal simpanan. Jadi sejujur-jujurnya seseorang kalau dari langkah pertamanya sudah salah merintis dia dapat menjadi “tidak jujur”.

Selanjutnya peneliti melihat karakter Dek Gam tidak pandai dalam menjaga hubungan dengan lingkungannya. Kepedulian sosialnya mungkin agak rendah, sebab dia tidak terlalu peduli dengan apa yang sedang terjadi di sekitarnya. Hal ini dikarenakan Dek Gam merasa sebagai orang asli Puenteut. Perasaan ini membuat ia kerap kali menyepelekan pentingnya menjalin relasi terutama dengan perangkat

desa setempat. Alhasil karena reputasi buruknya itu, pekerjaan yang ada di desa itu sendiri tidak diberikan kepadanya.

Selain itu, kemampuan yang tidak dimiliki oleh Dek Gam adalah kemampuan dalam membangun sistem usaha. Di dalam kepala Dek Gam, bisnis meubel hanyalah urusan membuat produk. Sebaliknya, di dalam kepala pemilik UD Bripo, bisnis meubel bukan hanya urusan membuat produk, tetapi membangun sistemnya.

Bila melihat sejarahnya, Dek Gam dahulu mengalami nasib yang sama seperti Ali Imran. Sebelum membuka usaha sendiri, mereka menjadi buruh terlebih dahulu. Mereka berdua memperoleh keterampilan dalam membuat meubel di tempat kerjanya, bukan warisan dari orang tua atau tidak memiliki modal kultural dari orang tua. Namun pada saat Dek Gam mencoba berdiri sendiri kemampuan Dek Gam belum matang untuk mandiri seutuhnya terutama belum tahu membangun sistem usaha. Berbeda dengan Ali Imran yang sudah mempelajari tentang usaha meubel secara menyeluruh, kemana perputarannya, siapa pemasoknya, dimana pemasarannya. Jadi dampaknya ketika sama-sama menjalankan usaha sendiri, UD Bripo “memikirkan sistem”, sedangkan Dek Gam cuma “memikirkan produk”.

Dek Gam mengharapkan berkah dari proyek-proyek pasca tsunami, tetapi ia lupa bahwa kondisi semacam ini tidak abadi. Lebih celaka lagi, Dek Gam menjadi terbiasa atau bahkan terinstitusionalisasi dengan sistem kerja masa itu. Dulu permintaan barang-barang meubel sangat tinggi. Jadi dengan kebiasaannya itu, ketika proyek-proyek pasca tsunami sudah berakhir dan pesanan barang meubel menjadi berkurang, Dek Gam kesulitan beradaptasi dengan kondisi baru. Ia

tidak terbiasa memasarkan produknya kepada konsumen. Pengamatan penulis, Dek Gam juga tidak berusaha memasarkan produk meubelnya ke dayah karena mungkin merasa sudah terlambat terlebih arena tersebut hampir seluruhnya sudah dikuasai oleh UD Bripo. Melihat perkembangan pesat usaha meubel para pesaingnya membuat Dek Gam semakin tidak percaya diri.

Sementara itu, faktor lainnya adalah Dek Gam ini memiliki keyakinan dan filosofi hidup bahwa semua rezeki sudah ditentukan Allah SWT. Spiritualitas ini melahirkan tindakan pasif dalam mencari rezeki. Dek Gam tidak pernah berusaha mencari pelanggan karena ia senantiasa puas dengan situasi yang ada. Ia menerapkan metode perdagangan yang lamban. Sikap fatalistik ini adalah manifestasi bahwa Dek Gam adalah penganut aliran jabariyah di dalam Islam. Di sisi lain keyakinan pemilik usaha UD Bripo adalah hasil yang diusahakan hari ini akan mendapatkan rezeki dari Allah SWT untuk mencukupi kebutuhan di masa mendatang. Jadi jelaslah bahwa baik Dek Gam maupun Ali Imran sama-sama memiliki tindakan yang bernuansa religiusitas. Namun penafsiran terhadap nasib itu berbeda diantara keduanya yang akhirnya memotori atau menjadi spirit tindakan mereka dalam berbisnis.

Selanjutnya, secara mutu produk meubel Dek Gam terjamin, adapun keluhan konsumen pada umumnya lebih kepada waktu pengerjaan meubel yang kadangkala lebih lama dari yang dijanjikan dan ongkos pengerjaan meubel yang sedikit lebih mahal. Hal ini memiliki keterkaitan erat dengan modal sosial *trust* yang tidak mampu dioptimalkan oleh Dek Gam. Indikasinya Dek Gam harus membayar bahan baku kayu secara kontan kepada pemasok. Kondisi ini membuat

usaha meubel Dek Gam tidak pernah mampu mengerjakan proyek-proyek besar pesanan kontraktor.

Kalau mau membuat meubel, Dek Gam harus meminta panjar sebagai modal untuk membeli kayu di luar. Dampaknya Dek Gam baru bisa mencari bahan baku setelah menerima panjar dari pemesan. Namun pemasok tidak ada setiap hari. Akhirnya Dek Gam harus pergi ke panglong milik orang lain untuk membeli kayu. Hal itu otomatis membuat harga bahan bakunya menjadi lebih mahal. Kondisi ini membuat Dek Gam mematok harga hasil jerih payahnya sedikit lebih mahal.

Selain itu, Dek Gam tidak percaya dengan orang lain sehingga memilih bekerja sendirian saja. Kalaupun ada pekerja, ia lebih cenderung mempekerjakan satu atau dua orang, itu pun dari kalangan keluarganya sendiri (familisme). Alhasil usaha meubel Dek Gam tidak bisa berkembang. Dek Gam hanya menjadi pekerja untuk dirinya sendiri.

Dek Gam tidak memiliki jaringan yang luas dengan pemasok. Alhasil barang-barang meubel yang mampu diproduksi masih bergaya lama, tidak pernah dimodernisasi. Demikian pula halnya dengan jaringan pelanggan, Dek Gam tidak pernah berupaya memperluasnya. Dek Gam tidak melakukan promosi ke tempat-tempat potensial seperti sekolah atau pesantren.

Jaringan dengan pekerja sengaja tidak dikembangkan. Hal ini karena Dek Gam menerapkan sistem familisme dalam bisnis meubelnya. Ketidakpercayaan dengan pekerja ini pula yang membuat produk-produk meubel Dek Gam tidak pernah bisa dimodernisasi seperti yang dilakukan UD Bripo, sebab pengerjaan bahan baku besi

harus diakui hingga saat ini hanya mampu dilakukan oleh para pekerja dari Sumatera Utara. Sementara Dek Gam sendiri tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengerjakan inovasi terbaru dari produksi meubel tersebut.

Jaringan dengan sesama pelaku usaha meubel juga tidak berlangsung dengan baik. Indikasinya dapat dilihat pada saat tidak tersedia bahan baku kayu dari para pemasok. Dek Gam tidak diperbolehkan untuk meminjam kayu dari sesama pelaku usaha meubel. Dek Gam justru diharuskan membeli papan dengan harga yang lebih mahal yang berpengaruh pada mahalnya produk meubel Dek Gam.

3. Analisis Kesuksesan Bisnis UD Bripo dan Kegagalan Bisnis Dek Gam

Habitus dan modal sosial memungkinkan UD Bripo memiliki hak istimewa dalam menjalankan bisnis meubel. Habitus dan modal sosial yang dimiliki UD Bripo berhasil memaksimalkan potensi yang tersedia di sekitarnya untuk menghasilkan produktivitas bagi usaha meubelnya. Hal ini bertolakbelakang dengan usaha meubel Dek Gam yang menjalankan usaha dengan habitus yang tidak tepat dan nyaris tanpa modal sosial.

Pemilik UD Bripo dengan habitus pemberani, jujur, fokus, peduli, dan hemat berhasil mentransformasi habitus-habitus tersebut sebagai strategi dalam menghasilkan dan mengakumulasi modal. Habitus UD Bripo berhasil memberikan akses ke bentuk modal tertentu, sebab habitus merupakan prasyarat bagi modal. Habitus dan modal sosial adalah dua konsep yang berbeda tetapi saling bergantung

dan berinteraksi. Habitus pemilik UD Bripo mendukung dalam menumbuhkan hubungan atau relasi dan mendapatkan akses ke jejaring sosial tertentu yang dapat dikapitalisasi dan dengan demikian berubah menjadi modal sosial.

Habitus merupakan perilaku yang tidak disadari yang menjadi dasar perilaku sosial otomatis yang memungkinkan UD Bripo dan Dek Gam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Perilaku otomatis ini memfasilitasi atau bisa juga melemahkan semua bentuk hubungan sosial mereka. Habitus dapat membangun atau malah sebaliknya menghancurkan peluang untuk berkembang, menghasilkan manfaat atau kerugian. Pada kasus Dek Gam menunjukkan bahwa habitus yang kurang baik justru membatasi pergerakannya dan modal sosialnya kemudian berkurang drastis.

Menurut penulis, apa yang dimiliki Dek Gam bisa dikatakan sebagai "habitus kemiskinan", yang sebagian besar merupakan hasil dari bagaimana Dek Gam berpikir dan bertindak secara rasional dan/atau tidak rasional dalam konteks sosialnya. Dek Gam menjalankan praktik berpola berupa habitus kemiskinan sangat mempengaruhi reproduksi kecenderungan dan pola tindakan yang sama atau serupa sehingga menghambat perkembangan usahanya.

Sementara Ali Imran dengan habitus yang dimilikinya berhasil menyulap modal sosial menjadi modal ekonomi. Bourdieu (2016) telah menunjukkan bagaimana modal sosial ada di samping modal ekonomi dan modal budaya. Seluruhnya dapat menjadi bagian dari strategi individu dan kelompok dalam mereproduksi lebih banyak modal sosial dan/atau mengubahnya menjadi bentuk lain dari modal sosial. Dengan modal sosial yang kuat, UD Bripo dapat lebih mudah

mengembangkan bisnis dan memperoleh bentuk modal lainnya yang diperlukan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, seperti modal finansial (akses ke uang melalui bank), modal fisik (akses ke tanah dan bangunan melalui mertua), modal alami (akses ke bahan baku melalui pemasok bahan kayu dan besi), dan modal manusia (akses ke pekerja, pengetahuan, dan keterampilan). Modal sosial UD Bripo merupakan sumber daya strategis yang tersedia yang didayagunakan oleh UD Bripo dalam memproduksi modal lebih lanjut.

Pada awalnya Ali Imran memanfaatkan modal sosial berupa kepercayaan yang diberikan oleh pemilik UD Berkat Doa menjadi modal manusia (*human capital*) di kemudian hari. Kepercayaan terhadap Ali Imran membuat pemilik UD Berkat Doa bersedia menanamkan investasi pengetahuan dalam diri Ali Imran. *Trust* juga membuatnya memperoleh kesempatan dalam mengelola bisnis meubel milik orang lain secara langsung yang tentunya menjadi pengalaman berharga dalam merintis usaha sendiri di kemudian hari. Jadi Ali Imran berhasil mengubah kekayaan eksternal menjadi bagian integral dari dirinya. Modal manusia ini tertanam di dalam diri Ali Imran yang berguna sebagai landasan dalam merintis usaha baru di bidang meubel.

Dalam perkembangannya, setelah UD Bripo berdiri secara teknis perusahaan baru ini telah menjadi partner usaha bagi UD Berkat Doa karena komunikasi yang dipelihara dengan baik. Manfaat relasi ini adalah ketika salah satu diantaranya mengalami kendala, mereka tahu teman yang merupakan jaring pengaman yang bersifat resiprokal. Dengan demikian, UD Bripo dan UD Berkat Doa melibatkan

pembentukan ikatan diantara aktor yang horizontal, setara, dan serupa. Hal ini penting bagi keberlangsungan usaha karena memperkuat upaya saling mendukung.

Ikatan homogen dan interaksi yang intens diantara UD Bripo dan UD Berkat Doa sangat penting untuk pengembangan kepercayaan dan norma-norma tertentu. Hubungan pribadi dan kohesi diantara rekan kerja mendorong tindakan saling mendukung serta pertukaran informasi yang andal. Dalam lingkungan bisnis meubel yang digerakkan oleh pengetahuan kompleks dan berkembang, ikatan yang kuat, kohesi, dan jaringan mempromosikan kesempatan belajar dan berbagi pengetahuan yang berharga. Pertemanan antara pemilik usaha meubel UD Bripo dan UD Berkat Doa meningkatkan transfer pengetahuan sekaligus memperkuat komitmen diantara mereka.

Ali Imran juga berhasil menciptakan koneksi dengan pihak lain, dan koneksi itu digunakan dalam beberapa cara. Koneksi Ali Imran bukan hanya menghasilkan persahabatan, tetapi bagaimana hubungan sosial itu membantunya menghasilkan sesuatu yang bernilai. Sebab hal itu merupakan jalan menuju penemuan aset berharga. Aset yang dimiliki UD Bripo berdasarkan hubungan sosial yang dikembangkan dan dipelihara, serta nilai-nilai bersama yang muncul dari jaringan itu, membentuk modal sosial. Modal sosial ini bersifat non-institusional dan menjadi lem perekat yang memfasilitasi kerjasama, pertukaran, dan bahkan inovasi.

UD Bripo menunjukkan profesionalisme dalam mengelola bisnis meubel dalam rangka membangun *trust*. Menjadi andal, mengerjakan produk tepat waktu, memenuhi janji, dan memperlakukan orang lain dengan sopan dan penuh respek memberi

peluang banyak pihak mau menjadi kontributor bagi pengembangan usaha meubel UD Bripo secara langsung maupun tidak langsung. Modal sosial diakumulasikan oleh Ali Imran dan digunakan dalam produksi kekayaan UD Bripo.

Modal sosial UD Bripo sesungguhnya dibangun sebagai hasil desain, bukan suatu kebetulan belaka. Ali Imran sukses meningkatkan peluangnya berada di tempat yang tepat pada waktu yang tepat dengan membangun “struktur jaringan laba-laba”. Ia memahami betul bahwa jaringan akan runtuh tanpa kepercayaan. Kepercayaan UD Bripo dapat tumbuh selama ini karena reputasi yang diproduksi oleh habitus jujur pemiliknya. Ketika tidak ada kepercayaan, bisnis menjadi sulit karena kontrak (uang, janji, hutang) tidak dapat direalisasikan sebagaimana yang dialami oleh Dek Gam.

Pada tahap selanjutnya norma UD Bripo berkontribusi dalam membuat usaha meubel tersebut dihargai oleh kliennya karena mampu memelihara norma-norma di dalam dunia bisnis dan sosial. Sementara Dek Gam justru memperoleh sanksi karena reputasi buruknya. Alhasil sanksi sosial ini memperburuk keadaan yang membuat perkembangan usaha meubel Dek Gam semakin surut.

Norma penting dalam jejaring sosial adalah timbal balik atau resiprositas. Ketika Ali Imran memberikan manfaat kepada jaringannya, dia juga dapat mulai mengandalkan mereka saat membutuhkan dukungan. Jadi modal sosial UD Bripo memfasilitasi kerjasama yang saling menguntungkan antara dia dengan jaringannya. Berkebalikan dengan itu, resiprositas tidak terjadi pada usaha meubel Dek Gam, terutama sekali resiprositas dengan masyarakat di sekitarnya.

Modal sosial setidaknya memiliki dua dimensi, yaitu mengikat dan menjembatani. Dalam berhubungan dengan para pekerja, Dek Gam hanya mengembangkan modal sosial mengikat (*bonding social capital*), sedangkan UD Bripo mengembangkan kedua-duanya. Dalam modal sosial terikat misalnya, UD Bripo memelihara kontak sosial dengan teman, tetangga, dan keluarga yang terhubung dengan kegiatan awal perusahaan, dan membantu penjualan awal UD Bripo. Jadi kohesi dengan kelompok sosialnya berhasil menjaga keberlanjutan usaha yang masih kecil karena baru dirintis.

Sementara pada modal sosial yang menjembatani, pemilik usaha meubel UD Bripo juga berhasil mendayagunakannya. Akses informasi ke jaringan pemasoknya di Medan berhasil dioptimalkan sedemikian rupa oleh pemilik UD Bripo untuk memperkuat dominasinya di dalam dunia bisnis meubel di Kota Lhokseumawe. Ikatan sosial ke luar yang dimiliki oleh pemilik UD Bripo adalah saluran yang meningkatkan aliran peluang. Jaringan yang berbeda memberi keuntungan bagi UD Bripo untuk bisa kompetitif dalam persaingan bisnis meubel. Sebaliknya perusahaan meubel Dek Gam pada akhirnya kurang optimal dalam pendayagunaan modal sosial karena hubungan antara kolega yang terlalu melihat ke dalam keluarga (*familisme*) dan gagal memperhitungkan apa yang terjadi di dunia yang lebih luas.

Ali Imran juga berhasil membangun hubungan yang kuat, jujur, dan saling menguntungkan dalam dinding perusahaannya sendiri. Ia memastikan orang-orang kepercayaannya mampu mendukung kinerja perusahaan menjadi lebih baik untuk menghasilkan keuntungan bagi mereka semua. Sebab hubungan yang dikembangkan antara pemilik

UD Bripo dan pekerjanya bersifat resiprositas dan bahkan cenderung patron-klien.

Pembagian kerja juga diatur dengan baik oleh Ali Imran ketika menjalankan roda perusahaannya. Ia mengelompokkan buruh meubel berdasarkan kapabilitasnya masing-masing sehingga membuat pengerjaan meubel menjadi efektif dan efisien. Namun pembagian kerja ini sebenarnya juga membuat para pekerja menjadi tidak pernah berpikir untuk mengikuti jejak Ali Imran membuka usaha sendiri, sebab pengetahuan berada dalam kuasa penuh pemilik usaha meubel UD Bripo. Ali Imran juga berpikir bahwa sukses itu sosial. Ketika peduli dengan lingkungan sekitar tanpa mengharapkan manfaat secara langsung, Ali Imran sesungguhnya sedang menumbuhkan sekaligus memupuk modal sosial. Memberi dan mendukung orang lain membangun kualitas kepercayaan dan reputasi UD Bripo

D. Penutup

Habitus dan modal sosial memiliki peran signifikan dalam mendukung kesuksesan usaha meubel UD Bripo di Puenteut Kota Lhokseumawe. Habitus yang dimiliki oleh pemilik usaha meubel UD Bripo diantaranya berani, jujur, fokus, hemat, peduli dan berjiwa pemimpin, serta selalu berpikir sistem. Sementara modal sosial UD Bripo terdiri atas dimensi norma, kepercayaan, dan jaringan. Adapun penyebab terjadinya kegagalan usaha meubel Dek Gam di Puenteut Kota Lhokseumawe adalah habitus dan modal sosial yang kurang tepat di dalam arena bisnis yang digelutinya.

Daftar Pustaka

- Adib, M. 2012. Agen dan Struktur dalam Pandangan Piere Bourdieu. *BioKultur* I(2): 91-110.
- Amin, K. (09/05/2018). Memahami Positivisme Generatif Pierre Bourdieu. Diakses 20 April 2019. <http://www.braindilogsociology.or.id/2018/05/memahami-positivisme-generatif-pierre.html>
- Asyuti, R. 2015. Pengusaha Warung Tegal di Jakarta (Pendekatan Modal Sosial). *Jurnal Hukum Islam (JHI)* 13(1): 13-24.
- Bourdieu, P. 2016. *Arena Produksi Kultural : Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*. Terj. Yudi Santosa. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Bourdieu, P. 2018. Habitus: Sebuah Perasaan atas Tempat (penerjemah: Anton Novenanto). *Jurnal Kajian Ruang Sosial-Budaya* 1(2):153-159.
- Coleman, J. S. 1990. *Foundation of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Dwiningrum, S. I. A. 2014. *Modal Sosial dalam Pengembangan Pendidikan (Perspektif Teori dan Praktik)*. Yogyakarta : UNY Press.
- Field, J. 2011. *Modal Sosial*. Bantul : Kreasi Wacana.
- Fukuyama, F. 2010. *Trust : Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Terj. Ruslani. Yogyakarta : Qalam.
- Galli, E. B. 2011. *Building Social Capital in a Multibusiness Firm*. Wiesbaden: Gabler.
- Gumilang, J. S., dkk. 2018. Praktik Sosial Pedagang Sunggingan Boyolali (Studi Fenomenologi di Pasar Sunggingan Boyolali). *Jurnal Analisa Sosiologi* 7(2): 213-223.
- Harahap, D. Y. dan I. Agusta. 2018. Peran Modal Sosial terhadap Kesejahteraan Pengusaha Sektor Informal (Kasus Pengusaha Sektor Informal di Pasar Jl. Dewi Sartika, Bogor). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* 2(2): 207-222.
- Harker, R. et. al. 2009. *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik : Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*. Terj. Pipit Maizier. Yogyakarta : Jalasutra.

- Hasbullah, J. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta : MR-United Press.
- Häuberer, J. 2011. *Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation*. Prague: VS Research.
- Jenkins, R. 2016. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu*. Terj. Nurhadi. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Lee, R. 2017. *The Social Capital of Entrepreneurial Newcomers: Bridging, Status-Power and Cognition*. London: Palgrave Macmillan.
- Mahendra, S. 2015. Keterkaitan Modal Sosial dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal di Kawasan Waduk Mulur: Studi Kasus pada Pedagang Sektor Informal di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Analisa Sosiologi* 4(2): 10-30.
- Meng, Z. 2017. *Ownership of Trust Property in China: A Comparative and Social Capital Perspective*. Singapore: Springer.
- Pemerintah Kota Lhokseumawe. 2017. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota Lhokseumawe Tahun 2017-2022.
- Riawati, S. 2017. *Teori tentang Praktik : Saduran Outline of a Theory of Practice Karya Pierre Bourdieu*. Bandung : Ultimus.
- Ritzer, G. dan D. J. Goodman. 2012. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Spradley, J. P. 2007. *Metode Etnografi*. Yogyakarta : Tiara Wacana.
- Syafitri, A. dan L. Sudarwati. 2015. Pemanfaatan Modal Sosial dalam Sektor Perdagangan (Studi pada Etnis Tionghoa, Batak, dan Minangkabau di Kota Medan). *Perspektif Sosiologi* 3(1): 1-17.
- Syakra, R. 2003. *Modal Sosial : Konsep dan Aplikasi*. *Jurnal Masyarakat dan Budaya* 5(1): 1-22.
- Usman, S. 2018. *Modal Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Wartaekonomi.co.id (06/06/2018). HIPMI: Jumlah Pengusaha RI Tertinggal Jauh. Diakses 08 April 2019. <https://www.wartaekonomi.co.id/read183507/hipmi-jumlah-pengusaha-ri-tertinggal-jauh.html>