

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Permasalahan Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Signifikansi Penelitian	8
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis	9
1.6 Kerangka Konsep	
1.6.1 Modal Sosial	13
1.6.1.1 James S.Coleman	14
1.6.1.2 Robert D. Putnam	16
1.6.1.3 Francis Fukuyama	17
1.6.1.4 Bank Dunia	19
1.6.2 Pemberdayaan Perempuan	20
1.6.3 Sektor Informal	23
1.7 Hipotesis Penelitian	26
1.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	27
1.9 Metode Penelitian	27
1.9.1 Populasi dan Sampel	27
1.9.2 Konsep, Variabel dan Indikator Penelitian	27
1.9.3 Model Analisa	29
1.9.4 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data	31
1.9.5 Validitas dan Reliabilitas	33
1.10 Sistematika Penelitian	33
BAB II GAMBARAN LOKASI DAN DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	
2.1 Gambaran Umum Kelurahan Cipinang	35
2.1.1 Jumlah dan Mata Pencaharian Penduduk di Kelurahan Cipinang	37
2.1.2 Kondisi Ekonomi Penduduk di Kelurahan Cipinang	40
2.1.3 Kondisi Sosiologis Penduduk di Kelurahan Cipinang	42
2.2 Gambaran Umum Pedagang Jenis Makanan Matang	46
2.2.1 Jumlah dan Penghasilan per hari Pedagang	47

2.2.2 Usia dan Lamanya Pedagang Menjalankan Usaha	48
2.2.3 Suku Bangsa dan Pendidikan Pedagang	49
2.2.4 Jenis Barang Dagangan	51
2.2.5 Lokasi dan Status Hukum Usaha	52
2.2.6 Asupan Modal dan Pasokan Barang	53
BAB III HUBUNGAN MODAL SOSIAL DENGAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN	
3.1 Mengukur Modal Sosial	57
3.1.1 Keterikatan Norma	57
3.1.2 Tingkat <i>Trust</i>	58
3.1.3 Luas Jaringan	58
3.2 Mengukur Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	59
3.3 Hubungan Keterikatan Norma terhadap Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	60
3.4 Hubungan Tingkat <i>Trust</i> terhadap Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	62
3.5 Hubungan Luas Jaringan terhadap Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	64
BAB IV PERAN MODAL SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DI SEKTOR INFORMAL	
4.1 Keterikatan terhadap Aturan Informal di dalam Kelompok Pedagang	68
4.2 Implikasi <i>Trust</i> terhadap Pemberdayaan Perempuan	78
4.3 Jaringan Personal Pedagang Perempuan	87
4.4 Kekuatan Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan Berdagang	94
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	103
KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Persentase penduduk yang bekerja menurut status pekerjaan dan jenis kelamin tahun 2001 – 2004	2
Tabel I.2	Operasionalisasi Konsep	29
Tabel II.1	Mata Pencarian Penduduk Kelurahan Cipinang	38
Tabel II.2	Kategori Penghasilan Pedagang per harinya	47
Tabel II.3	Usia Pedagang	48
Tabel II.4	Lamanya Pedagang Menjalankan Usaha	49
Tabel II.5	Suku Bangsa/Daerah Asal	50
Tabel II.6	Pendidikan Terakhir Pedagang	50
Tabel II.7	Jenis Dagangan	51
Tabel II.8	Lokasi Usaha	52
Tabel II.9	Status Hukum Usaha	53
Tabel II.10	Asupan Modal	54
Tabel II.11	Tempat Perolehan Pasokan Barang	54
Tabel III.1	Keterikatan Norma	57
Tabel III.2	Tingkat <i>Trust</i>	58
Tabel III.3	Luas jaringan	59
Tabel III.4	Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	60
Tabel III.5	Hubungan Variabel Keterikatan Norma terhadap Variabel Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	61
Tabel III.6	Hubungan Variabel Tingkat <i>Trust</i> terhadap Variabel Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	63
Tabel III.7	Hubungan Variabel Luas Jaringan terhadap Variabel Kekuatan Pemberdayaan Perempuan	65
Tabel IV.1	Peran Norma dalam Pemberdayaan Perempuan di Sektor Informal	77
Tabel IV.2	Peran <i>Trust</i> dalam Pemberdayaan Perempuan di Sektor Informal	86
Tabel IV.3	Peran Jaringan dalam Pemberdayaan Perempuan di Sektor Informal	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Lapisan Sosial Berdasarkan Profesi	41
Gambar IV.1	Persaingan diantara sesama pedagang makanan	69
Gambar IV.2	Jumlah pedagang yang ditarik biaya retribusi	71
Gambar IV.3	Jumlah para pedagang yang membayar uang keamanan	73
Gambar IV.4	Para pelanggan dari pedagang makanan yang membayar jumlah makanan sesuai dengan harganya	74
Gambar IV.5	Pedagang makanan saling membantu satu sama lainnya (meminjam uang, barang, bahan-bahan baku)	81
Gambar IV.6	Pedagang mempercayai anggota keluarga dalam membantu menjalankan usahanya	82
Gambar IV.7	Keramahan pedagang kepada para pembeli	88
Gambar IV.8	Asupan modal	90
Gambar IV.9	Pola Jaringan Pedagang	91
Gambar IV.10	Berdagang menjadi salah satu sumber keuangan bagi perempuan	95
Gambar IV.11	Perempuan memiliki keputusannya sendiri dalam kegiatan berdagang	96
Gambar IV.12	Kepercayaan diri perempuan bertambah sejak terlibat dalam kegiatan berdagang	97