

DAFTAR ISI

	Halaman
INTISARI	i
MOTTO	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Fenomena Industri Kulit Keparakan Kidul dan Manding.....	4
1.1.2 Fakta Industri Kerajinan Kulit di Manding Setelah Tahun 2006.....	8
1.1.3 Fakta Industri Kerajinan Kulit di Keparakan Kidul Setelah Tahun 2006	10
1.1.4 Modal Sosial dalam Pemberdayaan di Kampung Keparakan Kidul	14
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.3 Manfaat Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Upaya Pemerintah Memanfaatkan Modal Sosial	19
2.1.1 Modal Sosial dan Kebijakan	21
2.2 Komitmen	23
2.2.1 Komitmen Organisasi	23
2.2.2 Faktor-Faktor Komitmen Organisasi	24
2.2.3 Bentuk-Bentuk Komitmen Organisasi.....	25
2.2.4 Keterlibatan Pemerintah Terhadap Pemberdayaan UMKM	26
2.4 Kepemimpinan	28
2.5 Koordinasi	32
2.6 Kerangka Berfikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	37

3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	40
BAB VI GAMBARAN WILAYAH DAN DINAMIKA EKONOMI		
OBJEK PENELITIAN		41
4.1	Gambaran Umum Kependudukan.....	41
4.2	Pertumbuhan UMKM	43
4.3	Kondisi Lingkungan di Kampung Keparakan Kidul.....	45
4.4	Prestasi Kelurahan Keparakan	49
4.5	Perkembangan Usaha Kerajinan Kulit di Keparakan Kidul	50
BAB V UPAYA PEMERINTAH MENGERAKKAN MODAL SOSIAL		
5.1	Kerangka Analisis.....	52
5.2	Social Trust.....	52
5.2.1	Tingkat Pemberian Kepercayaan Pemerintah Kepada UMKM.....	52
5.2.2	Tingkat Sikap Saling Percaya Antar Sesama UMKM.....	54
5.2.3	Tingkat Stereotip Antar Sesama Pengrajin UMKM.....	57
5.3	Jejaring Sosial	58
5.3.1	Sejauh Apa Relasi Pemasaran Yang Dibangun	58
5.3.2	Kualitas Jaringan Pemasaran	59
5.4	Norms	61
5.4.1	Beberapa Aturan Didalam Organisasi (KOKKMAS).....	62
5.4.2	Reward and Punishment Oleh Pemerintah dan KOKKMAS.....	64
5.4.3	Kelonggaran Aturan Tentang UMKM.....	65
5.4.4	Tumpang Tindih Aturan	67
5.5	Ikatan Sosial	71
Sikap Rasa Memiliki Oleh Pengrajin Terhadap Organisasi.....		71
5.6	Partisipasi Sosial	72
5.6.1	Antusiasme Masyarakat Dalam Kegiatan UMKM.....	72
5.6.2	Tingkat Keikutsertaan Masyarakat Dalam Kegiatan UMKM	73
BAB VI FAKTOR-FAKTOR PENGGERAK MODAL		
6.1	Kerangka Analisis.....	75
6.2	Komitmen	75
6.2.1	Loyalitas Masyarakat.....	75
6.2.2	Keterlibatan Masyarakat	76
6.2.3	Keterlibatan Pemerintah	78
6.4	Kepemimpinan	82

6.4.1 Gaya Kepemimpinan	82
6.4.2 Wewenang	83
6.4.3 Pengaruh	85
6.4.4 Visi Pemimpin	86
6.4.5 Pengambilan Keputusan	87
6.5 Koordinasi	89
6.5.1 Pengarahan.....	90
6.5.2 Standardisasi	94
6.5.3 Kontribusi	95
6.5.4 Sinergitas	96
BAB VII PENUTUP	100
7.1 Kesimpulan.....	100
7.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	108