

# PEMANFAATAN MODAL SOSIAL PRODUSEN KOPERASI INTAKO DALAM RANGKA PENGEMBANGAN USAHA

Indah Putri Fauziah<sup>1</sup> dan Pambudi Handoyo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH-Unesa

indah.17040564019@mhs.unesa.ac.id

## Abstrak

*The bag and luggage industry is a center for producing the largest bags and suitcases that are popular in Indonesia with their products successfully penetrating the international market. However, during this pandemic, the bag and suitcase industry experienced a decline in revenue turnover. The decline in income turnover has resulted in producers experiencing anxiety in doing business development. Therefore, in the process of business development, producers seek to expand social relations in order to maximize business productivity. Social capital plays an important role in building social networks by utilizing existing resources. This study discusses the utilization of social capital of INTAKO cooperative producers in the context of business development which is motivated by the many productive business activities that require the development of business quality and quantity productivity. The purposes of this study are 1) to describe the objective conditions of the Intako cooperative community in Kedensari village, 2) to identify the behaviour of the Intako cooperative business actors in the context of business development, 3) to identify the social network of producers of the Intako cooperative in the context of business development, 4) to identify the trust of the Intako cooperative business development, 5) Analyzing the problems of Intako cooperative business actors in the context of business development. This study uses qualitative research methods, with the perspective of Pierre Bourdieu's Social Capital Theory. The research results obtained explain that the use of social capital is built through: 1) The behaviour of business actors or producers in developing businesses trying to improve the quality and quantity of goods produced, 2) The formation of social networks and trust is carried out by being serious and responsible in developing business productively, 3) Adjustment to problems in conducting business development, business actors or producers seek to optimize online sales (marketplace) in order to maintain the image of Intako.*

Industri Tas dan Koper merupakan sebuah sentra produsen tas dan koper terbesar yang populer di Indonesia dengan produknya yang berhasil menembus pasar Internasional. Namun selama masa pandemi industri tas dan koper ini mengalami penurunan omset pendapatan. Penurunannya omset pendapatan tersebut mengakibatkan produsen mengalami kecemasan dalam melakukan pengembangan usaha. Oleh karena itu, dalam proses pengembangan usaha produsen berupaya memperluas relasi sosial untuk dapat memaksimalkan produktivitas usaha. Modal sosial menjadi peranan penting dalam membangun jaringan sosial dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada. Penelitian ini membahas tentang Pemanfaatan Modal Sosial Produsen Koperasi INTAKO dalam Rangka Pengembangan Usaha yang dilatarbelakangi oleh banyaknya aktivitas usaha produktif yang memerlukan pengembangan produktivitas kualitas dan kuantitas usaha. Tujuan penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan kondisi objektif masyarakat koperasi intako desa Kedensari, 2) Mengidentifikasi Perilaku pelaku usaha koperasi Intako dalam rangka pengembangan usaha, 3) Mengidentifikasi Jaringan Sosial produsen koperasi Intako dalam rangka pengembangan usaha, 4) Mengidentifikasi Kepercayaan pelaku usaha koperasi Intako dalam rangka pengembangan usaha, 5) Menganalisis Problematika Pelaku usaha koperasi Intako dalam rangka pengembangan usaha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan perspektif teori Modal Sosial Pierre Bourdieu. Hasil penelitian yang didapat menjelaskan bahwa Pemanfaatan modal sosial dibangun melalui: (1) Perilaku Pelaku usaha atau produsen dalam mengembangkan usaha berupaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi barang (2) Pembentukan jaringan sosial dan kepercayaan adalah dilakukan dengan tetap bersungguh-sungguh dan bertanggung jawab dalam mengembangkan usaha secara produktif (3) Penyesuaian diri atas problematik dalam melakukan pengembangan usaha, pelaku usaha atau produsen berupaya mengoptimalkan penjualan online (marketplace) dalam rangka mempertahankan citra intako.

*Keywords: Social capital, Producer productivity: Social networks, Business development, Bag and luggage industry cooperative.*

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki banyak sekali sentra Industri UMKM, seperti Sidoarjo. UMKM teramat sangat memberikan potensi di bidang ekonomi masyarakat [1]. Menurut Bappenas UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang cukup besar untuk peluasan kesempatan kerja, katub penyelamat masyarakat yang memiliki pendapatan rendah, dan Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) [2]. UKM di Sidoarjo yang terkenal yaitu Sentra Industri Tas dan Koper Tanggulangin (INTAKO). INTAKO mempunyai 5 cabang yang tersebar di wilayah desa yaitu Kedensari, Kalisampurno, Kludan, Ketegan, dan Randegan. Desa Utama yang menjadi cikal bakal berdirinya sentra kerajinan kulit tanggulangin ini ialah Desa Kedensari.

INTAKO Tanggulangin berdiri sejak tahun 1939, namun baru mendirikan Koperasi INTAKO pada tahun 1976, yang saat itu hanya beranggotakan 27 orang [3]. Showroom Intako yang berdiri berjumlah sekitar 350 showroom. Lambat laun dalam perjalanannya intako mengalami perkembangan yang semakin pesat. Pada tahun 1980-2000 mengalami kemajuan omset hingga mencapai milyaran rupiah. Namun, pada tahun 2001 mulai bermunculan berbagai pengusaha baru di daerah tanggulangin dan menyebabkan pengrajin Intako merasa goyah. Sentra Industri di wilayah Tanggulangin ini berhasil terpilih sebagai sentra produsen tas terbesar di Indonesia yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata Jawa Timur. Produknya yang berhasil tembus pasar internasional menjadikan masyarakat tertarik untuk melakukan kunjungan. Harga yang ditawarkan pun beragam, sesuai dengan kualitas produknya. Menariknya, Intako ini juga berhasil membuat rancangan konsep 3 in 1 yang tidak hanya sebagai tujuan wisata belanja saja, melainkan terdapat wisata budaya dan kuliner serta wisata edukasi.

Dalam merintis sebuah usaha tentu mengalami pasang surut, dan tentu sudah menjadi hal wajar untuk diterima oleh para pelaku usaha. Begitu pula dengan industri tas dan koper ini, setelah meraih masa kejayaannya hingga dapat meraup omset pendapatan senilai milyaran rupiah, namun saat bencana lumpur lapindo datang. Intako yang berdiri di daerah yang berdekatan lumpur lapindo ikut terdampak dari munculnya bencana lumpur lapindo tersebut. Intensitas pengunjung intako mengalami penurunan, dan tentu berdampak pula pada omset pendapatan yang diterima intako. Namun, pelaku usaha tidak hanya berhenti dan menyerah begitu saja. Produsen intako tetap berupaya penuh memperjuangkan usaha intako dengan menyewa stan di mall dan juga mengikuti berbagai event pameran. Beruntungnya, dengan adanya kiat produsen dalam memperjuangkan usaha, pengunjung lambat laun mulai berdatangan dan kembali normal.

Pada tahun 2019 terjadi pandemi covid'19. Pandemi ini terjadi di seluruh dunia yang menyebabkan segala sektor perekonomian negara mengalami penurunan yang cukup drastis. Berbagai upaya terus dilakukan dalam mengurangi resiko terdampak pandemi covid-19. Dalam melakukan peningkatan stabilisasi sektor perekonomian, negara melakukan pembatasan social atau social distancing. Pembatasan sosial ini sangat berdampak terhadap sektor perekonomian, akibatnya interaksi jual beli berkurang, beberapa toko memberikan batasan kunjungan, dan jam operasional. Intako yang merupakan bagian dari usaha yang terdampak pandemi covid'19. Produsen Industri Tas dan Koper (INTAKO) Tanggulangin ini menjadi mengalami kekhawatiran dalam proses pengembangan usaha untuk dapat mempertahankan usahanya. Berbagai upaya terus dilakukan untuk mempertahankan citra INTAKO.

Dalam situasi pandemi covid saat ini, pembaruan sistem mengajak masyarakat untuk menjalankan aktivitas sosial menggunakan media online atau media sosial. Dalam pemanfaatan modal sosial, produsen berupaya untuk dapat memanfaatkan sumber daya yang ada dengan menjalin

kerjasama dengan aktor pendukung dalam mencapai keberhasilan pengembangan usaha. Namun, kenyataannya perjalanan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha, bahkan ketua intako sendiri menyatakan kewalahan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi terlebih dalam upaya mempertahankan citra usaha [4]. Penelitian ini membahas mengenai Pemanfaatan Modal Sosial Produsen INTAKO dalam Rangka Pengembangan usaha. Berbekal pengalaman yang dialami oleh para pelaku usaha INTAKO mulai dari datangnya bencana lumpur lapindo dan juga pandemi covid'19. Peneliti berusaha mengupas pemanfaatan modal sosial yang dilakukan produsen koperasi intako dalam menjalin kerjasama untuk keberlangsungan pengembangan usaha intako.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bukan merupakan penelitian baru, namun merupakan penelitian lanjutan dari penelitian terdahulu, perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, objek kajian, tujuan penelitian maupun metode yang digunakan. Penelitian ini membahas mengenai Pemanfaatan Modal Sosial Produsen Intako Dalam Rangka Pengembangan Usaha. Penelitian ini menggunakan teori Pierre Bourdieu menyatakan modal sosial merupakan bentuk pengalokasian sumber daya yang didasarkan pada aspek sosial dan budaya yang melembaga dan didasarkan pada hubungan kekerabatan yang saling mengenal dan mengakui. Modal sosial menurut Pierre Bourdieu ialah pemanfaatan modal sosial bersifat relative dan fleksibel sebagai energi sosial untuk membentuk struktur sosial. Keberadaan modal sosial pada aktivitas pengembangan usaha yang dilakukan oleh produsen koperasi intako bertujuan untuk memperkuat hubungan sosial seseorang dalam mengatur strategi pengembangan usaha yang hendak dicapai berdasarkan pengetahuan yang telah diperolehnya[5].

### 2.2 Industri Kecil Menengah (IKM)

Menurut Menteri Perindustrian, Airlangga Hartanto bahwa Industri Kecil Menengah (IKM) berperan penting dalam menstabilkan pembangunan nasional dalam negeri. IKM dan UKM saling berkesinambungan dalam hal pengembangan sektor produksi[6]. Menurut BPS, IKM merupakan kegiatan usaha yang melakukan aktivitas produksi. Menurut Disperindag Pengertian Industri Kecil Menengah (IKM) adalah suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan suatu badan atau perseorangan dalam rangka memproduksi barang dan jasa secara komersial [7].

Pada UU No.3 Tahun 2014 tentang Perindustrian menjelaskan bahwa Industri berperan penting dalam menghasilkan barang yang *bervalue added* atau yang mampu memberikan manfaat di bidang jasa industri. Masyarakat harus dapat untuk senantiasa aktif dalam mendayagunakan kemampuan keterampilan secara optimal untuk memajukan indonesia supaya dapat berkembang atas kekuatannya sendiri [8]. Perkembangan IKM di Indonesia khususnya di pulau Jawa cukup besar dibandingkan di luar Jawa. Industri Kecil Menengah (IKM) di Indonesia menjadi angin segar bagi perekonomian nasional, terlebih pasca krisis menerpa Indonesia pada tahun 1997 silam. Kementerian Perindustrian berharap kepada pelaku Industri kecil menengah untuk mampu berdaya saing dalam menghadapi persaingan global [9]. Pembangunan industri akan dapat tercapai apabila tujuan pembangunan nasional mampu dilaksanakan dengan baik berdasarkan pancasila dan undang-undang dasar. Dengan demikian, masyarakat industri yang dibangun harus dapat menjamin terwujudnya masyarakat Indonesia yang berkepribadian, maju, adil dan sejahtera berlandaskan pancasila.

Menurut data Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) tahun 2018, kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1% dan sisanya

disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha dan didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89% dan juga sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8% (Kemenkeu, 2020). Berdasarkan survei LPEM UI dan UNDP 2020 terdapat lebih dari 88% UMKM mengalami penurunan ekonomi selama masa pandemi covid-19. Namun LPEM UI mencatat terdapat upaya pemulihan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha UMKM dengan melakukan penjualan yang berkaitan dengan alat perlindungan diri dalam kesehatan pada masa pandemi covid-19. Hal ini tentunya perlu diimbangi dengan pengetahuan ICT untuk mempertahankan omset pendapatan di masa pandemi [11].

### 2.3 Koperasi

Pengertian koperasi berasal dari kata *Co dan Operation*, *Co* artinya bersama, dan *operation* artinya bekerja. Secara leksikologi koperasi merupakan kumpulan kerjasama individu atau bisnis yang dapat memberikan kebebasan untuk berpartisipasi sebagai anggota berdasarkan azas kekeluargaan [12].

Menurut UU N0.17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian Indonesia menyatakan bahwa koperasi Indonesia merupakan sekelompok orang yang mengutamakan pelayanan kebutuhan ekonomi anggotanya secara sehat dan terpercaya [13]. Koperasi terdiri dari badan hukum koperasi, artinya koperasi yang telah disahkan dan didirikan oleh badan hukum ini harus mempunyai pengurus, dan pemeriksa sendiri serta mempunyai hak atas harta benda dan hutang yang terpisah dari anggotanya.

### 2.4 Pemanfaatan Modal Dalam Pengembangan Usaha

Pemanfaatan modal ialah proses pendayagunaan sumber daya dalam memperoleh keuntungan dalam mencapai keberhasilan usaha. Konsep modal sosial muncul dari pemikiran yang mengatakan bahwa pada dasarnya manusia tidak dapat menyelesaikan permasalahannya secara mandiri dan tentunya memerlukan kerjasama dari berbagai pihak (Syahra, 2003).

Menurut Bourdieu menjelaskan perbedaan konsep modal terdiri dari modal ekonomi, modal sosial, dan modal budaya. Pada dasarnya konsep besaran modal yang dimiliki tergantung pada kuantitas dan kualitas jaringan hubungan yang diciptakan. Sehingga hal ini sesuai dengan pernyataan dari beberapa teori bahwa jaringan hubungan dapat mempercepat perbaikan kondisi ekonomi masyarakat di suatu Negara, Pilar daripada konsep modal sosial ini ialah terdapatnya jaringan sosial, norma-norma dan kepercayaan yang menjadi perekat dalam membangun hubungan dengan sesamanya. Konsep teori Modal Pierre Bourdieu tersebut antara lain, modal ekonomi, modal sosial, modal kultural, dan modal simbolik [15]. Prinsip teori Bourdieu tentang modal menghubungkan tendensi perbedaan distribusi dengan teori-teori reproduksi sosial (social reproduction) dan ruang sosial (social space). Modal memiliki peranan yang sama pentingnya dengan modal finansial, modal fisik, modal keterampilan, modal kepandaian dan modal kecerdasan.

Pemilihan teori yang digunakan untuk mengkaji fenomena ini didasarkan pada kesesuaian teori modal oleh Pierre Bourdieu yang mengatakan bahwa pada dasarnya teori modal oleh Pierre Bourdieu menjelaskan bahwa bentuk pengalokasian sumber daya yang dimiliki oleh aktor didasarkan pada terdapatnya kerja sama aktor dalam mendayagunakan jaringan yang dimiliki dalam memperoleh pengetahuan. Perbedaan teori modal Pierre Bourdieu dengan teori modal Putnam bahwa teori modal Pierre Bourdieu ini pengalokasian sumber daya yang dimiliki lebih kepada wujud pengadaan kerjasama antar aktor dalam membentuk sebuah jaringan atau relasi dalam menggali pengetahuan

yang lebih banyak lagi untuk bisa dikembangkan secara mandiri oleh individu maupun sekelompok orang.

## 2.5 Produsen INTAKO Dalam Perspektif Moral Ekonomi Pedagang

Moral Ekonomi merupakan tata aturan yang mengatur pola kehidupan ekonomi. Pada dasarnya Teori Moral Ekonomi terbagi menjadi 2, yaitu Teori Moral Ekonomi James C.Scott, dan Teori Moral Ekonomi Pedagang H.D. Evers. Teori Moral Ekonomi James C.Scott ini membahas Etika Subsistensi dan Resiprositas (dahulukan keselamatan), sedangkan Teori Moral Ekonomi H.D.Evers ini membahas kedilemaan pedagang. Teori moral ekonomi pedagang H.D.Evers menjelaskan bahwa pedagang merupakan seorang yang penuh dilema dalam mengambil keputusan dan cenderung tidak bertumpu pada norma yang ada didalam masyarakat [16]. Kedua teori mempunyai tujuan yang berbeda, yaitu mencari aman bagi kelangsungan hidup mereka dalam aktivitas memenuhi kebutuhan ekonomi didalam menghadapi persaingan yang ada.

Menurut Evers (1994) tentang moral ekonomi pedagang Evers menjelaskan permasalahan yang muncul dalam dunia perdagangan yakni munculnya dilema para pedagang dalam mengatur sebuah perencanaan ekonomi. Dilema itu berupa kebimbangan seorang pedagang dalam mengatur pendistribusian keuntungan. Manusia merupakan manusia yang kreatif dan dinamis. Dengan itu Evers memunculkan solusi dari, antara lain melakukan imigrasi dengan minoritas, Pembentukan Kelompok-Kelompok Etnis atau Religius, akumulasi Status Kehormatan (Modal Budaya), munculnya perdagangan kecil “ada uang, ada barang”, Dipersonalisasi Hubungan-Hubungan Ekonomi [17].

## 3. METODE PENELITIAN

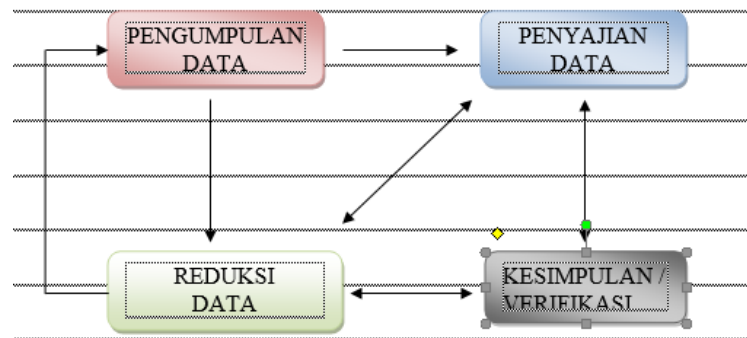
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan perspektif Modal Sosial Pierre Bourdieu. Metode kualitatif digunakan untuk menggambarkan, serta menjelaskan mengenai pemanfaatan modal sosial dalam rangka pengembangan usaha [18]. Penelitian ini dilakukan pada bulan September-Oktober 2021. Lokasi penelitian dilakukan di Koperasi INTAKO Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan Modal Sosial Produsen INTAKO Dalam Pengembangan Usaha.

Subyek penelitian adalah seorang produsen INTAKO yang aktif pada aktivitas INTAKO. Subjek penelitian dalam penelitian menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* adalah sebuah teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan pada sebuah pertimbangan yang berkaitan dengan studi kasus yang akan diteliti (Sugiyono,2009). Penggunaan teknik tersebut bertujuan agar mendapatkan gambaran terkait realitas fenomena yang akan diangkat dalam penelitian secara obyektif dan akurat sesuai kriteria yang ditetapkan [19].

Teknik pengumpulan data menggunakan pengumpulan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan data primer ditengah situasi pandemi ini diperoleh melalui proses pendekatan atau *getting in*, Observasi Partisipatif, Wawancara Mendalam (In-depth Interview), serta dokumentasi. Sedangkan pengambilan data sekunder diperoleh peneliti dari buku panduan, jurnal maupun referensi, website, artikel sebagai pendukung tahap analisis data penelitian yang dihasilkan melalui media cetak ataupun media elektronik. Teknik Pengambilan data primer yang digunakan, meliputi *Getting In*, Observasi, Wawancara Mendalam (In-depth Interview), dan Dokumentasi.

Teknik analisis data merupakan upaya menata hasil temuan di lapangan. Analisis Data dilakukan bertujuan untuk memperjelas data yang dihimpun. Proses analisis data peneliti menggunakan konsep dari Miles dan Huberman yang terbagi dalam tiga tahapan, yakni proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Hariyanti dan Mey, 2015). Teknik analisis data ini dilakukan dengan cara menyeleksi data yang tidak diperlukan secara terus-menerus hingga tuntas yang kemudian diklasifikasikan data-data pentingnya hingga dapat menghasilkan kesimpulan akhir (sugiyono, 2009).

Gambar 1. Bagan Analisis Data Kualitatif [21]



#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap usaha memerlukan modal atau sumber daya dalam mengembangkan usahanya. Dalam penelitian ini berusaha membedah upaya pengembangan usaha melalui marketplace demi keberlangsungan usaha agar lebih baik lagi. Bourdieu menyebutkan bahwa modal sosial tercipta melalui hubungan saling mengenal dan mengakui dalam memperoleh dukungan secara kolektif. Dengan itu Koperasi Intako sebagai Industri tas dan koper ternama yang telah berhasil terpilih sebagai tujuan wisata belanja populer yang saat ini sedang berusaha bertahan ditengah masa pandemi. Besar harapan bisa mendapatkan perhatian dari pihak terkait dalam mendukung pengembangan usaha industri.

Peneliti berusaha menggali terkait bagaimana kondisi sosial, ekonomi, pendidikan masyarakat Intako, yang nantinya berhubungan dengan membangun pola pembentukan jaringan sosial dan kepercayaan dengan pihak institusi atau pemerintahan dalam mengatasi problematika proses pengembangan usaha intako yang terdampak pandemi.

##### 4.1 Kondisi objektif masyarakat Industri Tas dan Koper (INTAKO) Tanggulangin.

Desa Kedensari merupakan Desa kerajinan atau industri kecil. Sebagian besar penduduk Desa Kedensari memiliki latar belakang sebagai pengrajin. Berdirinya Koperasi Intako bertujuan untuk dapat menyatukan pengrajin dalam usaha patungan termasuk pemasaran. Produk ini dipasarkan hingga tembus pasar Internasional. Celaknya, peristiwa pandemi covid'19 menyebabkan produsen koperasi intako mengalami kemerosotan omset pendapatan, sehingga mengalami kecemasan dalam memperjuangkan usaha.

Berdasarkan temuan yang didapat menjelaskan bahwa penghasilan masyarakat industri hanya berkisar Rp.1.000.000-Rp.1.500.000, Namun selama masa pandemi penghasilan yang didapat produsen intako hanya sekitar Rp.300.000-Rp.500.000 saja. Penghasilan tersebut jauh di bawah UMK (Upah Minimum Kota) wilayah Sidoarjo Rp. 3.270.000,00.

Kualitas Pendidikan di desa Kedensari ini relatif baik dan sudah nampak sadar pendidikan, walaupun terdapat pengusaha sukses di Desa Kedensari yang masih buta huruf. Dengan demikian, pemerintah memberikan beberapa program yang dapat membantu mengatasi masyarakat buta huruf di desa Kedensari. Penyediaan lembaga pendidikan di Desa Kedensari ini sudah cukup baik, tersedia lembaga pendidikan formal maupun non formal.

Kondisi sosial masyarakat desa Kedensari mayoritas memeluk agama Islam. Masyarakat desa Kedensari merupakan masyarakat modern dengan pola kehidupan konsumtif, namun masih antusias dalam melaksanakan aktivitas keagamaan. Sifat gotong royong dan rasa kesatuan dalam menjalin hubungan antar satu dan lainnya sangat dijunjung tinggi, ditunjukkan dengan wujud saling memberikan motivasi, khususnya pelaku usaha yang sedang berupaya memperjuangkan usaha ditengah masa pandemi. Berikut tabel Kondisi objektif masyarakat Industri tas dan koper (INTAKO) Tanggulangin.

Tabel 4.1. Kondisi objektif masyarakat Industri Tas dan Koper (INTAKO) Tanggulangin.

Kondisi Objektif masyarakat Industri Tas dan Koper Tanggulangin		
Kondisi Ekonomi	Kondisi Pendidikan	Kondisi Sosial
Mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai pengrajin pada industri kerajinan kulit.	Kualitas pendidikan di Desa Kedensari ini relatif baik dan sudah nampak sadar pendidikan.	Kondisi sosial masyarakat Industri tas dan koper mayoritas memeluk agama islam
Masyarakat menengah bawah yang berpenghasilan sekitar Rp.1jt-1,5jt (Jauh dari UMK Sidoarjo).	Tersedianya lembaga pendidikan yang memadai seperti lembaga pendidikan Formal dan Nonformal.	Masyarakat modern yang masih kental adat dan budayanya. Serta masyarakat yang mengutamakan kerukunan dan kebersamaan dalam menjalin hubungan sosial.

Sumber: Hasil Olah data Penelitian

#### 4.2 Perilaku Pelaku Usaha dalam melakukan pengembangan usaha.

Perilaku merupakan hasil interaksi manusia dengan segala macam pengalaman di lingkungannya yang diwujudkan dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Sedangkan perilaku pelaku usaha merupakan pertimbangan yang dilakukan seseorang dalam mendayagunakan sumberdaya untuk meningkatkan mutu produksi guna memperoleh keuntungan yang optimal. Proses pengembangan usaha yang dilakukan pelaku usaha ialah menciptakan transformasi dalam kegiatan produksi guna menambah nilai (value added) agar dapat menghasilkan output produk yang lebih baik.

Menurut ide dasar bourdieu tentang modal sosial menjelaskan bahwa, pada dasarnya modal sosial terbentuk melalui besaran ukuran jejaring koneksi dalam mendayagunakan sumberdaya secara efektif[22], Maka semakin luas relasi sosial yang dibangun, terbentuknya relasi tersebut akan dapat menjadi daya tarik bagi produsen untuk bertindak merealisasikan usaha secara

produktif dan sungguh-sungguh. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha yaitu: Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, Pengendalian. Berikut perilaku yang dilakukan produsen koperasi Intako dalam rangka pengembangan usaha, antara lain:

1. Perencanaan, dalam hal ini produsen koperasi intako bersama pihak pemerintah dan dinas perindustrian berusaha merealisasikan program yang terencana sebelumnya yakni melakukan pembaruan sistem penjualan melalui marketplace.
2. Pengorganisasian, dalam hal ini proses pengorganisasian dilakukan dengan memberikan tanggung jawab berupa pembagian kerja kepada karyawan dan anggota dalam mengelola sumberdaya yang ada secara maksimal.
3. Pengarahan, dalam hal ini mengadakan rapat kerja bersama anggota guna membahas upaya pengembangan usaha intako. Karyawan atau anggota terus diberikan motivasi untuk konsisten dalam mengembangkan kualitas produksi barang agar tidak kalah saing dengan pasar bebas. Walaupun dalam prosesnya terdapat pro dan kontra antara pengurus dan anggota.
4. Pengendalian, dalam hal ini pengurus senantiasa bertanggung jawab melakukan pendampingan atau pengawasan terhadap pencapaian tujuan yang hendak dicapai.

Perilaku produsen atau pelaku usaha dalam hal ini dipengaruhi untuk terus aktif dan kreatif dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada melalui kepemilikan jaringan hubungan yang dibangun. Pada dasarnya ide dasar pemikiran Bourdieu tentang modal sosial menjelaskan bahwa pada hakikatnya modal sosial terbentuk melalui tindakan saling memberi perhatian antar aktor dalam ruang sosial untuk mengoptimalkan sumberdaya[22]. Dengan demikian proses pembentukan relasi antar aktor perlu dukungan dalam mendayagunakan sumberdaya agar lebih optimal proses pengembangan usaha intako. Berikut ini tabel perilaku pelaku usaha dalam melakukan pengembangan usaha.

Tabel 4.2. Perilaku Pelaku Usaha Dalam Mengembangkan Usaha.

NO	Pelaku Usaha	Perilaku Aktor
1.	Pengurus	1. mengajukan rencana kerja, 2. Menyelenggarakan rapat anggota dan mempertanggung jawabkan pelaksanaan tugas kepengurusan, 3. Mengendalikan seluruh kegiatan koperasi, 4. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan koperasi, 5. Memberikan penjelasan dan transparansi tentang jalannya organisasi



		usaha koperasi.
2.	Karyawan atau Anggota	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaksana pekerjaan sesuai dengan tugas dan perintah yang diberikan,</li> <li>2. Bertanggung jawab pada kualitas dan kuantitas produksi,</li> <li>3. Menjaga stabilitas pekerjaan,</li> <li>4. Kreatif dan inovatif,</li> <li>5. Mampu menjalin kerjasama yang baik.</li> </ol>

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa aktivitas para pelaku usaha koperasi intako dalam melakukan pengembangan usaha saat ini, antara lain :

1. Mengoptimalkan penjualan melalui marketplace,
2. Memaksimalkan proses produksi agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi,
3. Memotivasi satu sama lain untuk terus bersungguh-sungguh dalam mengembangkan usaha intako,
4. Menjaga stabilitas produksi pabrik jasa (bordir)

Jika dianalisis menggunakan konsep perilaku aktor ekonomi dalam perspektif sosiologi, perilaku aktor ekonomi merupakan proses bertindak individu dengan pilihan rasionalnya dalam menciptakan sesuatu yang bermanfaat yang ditunjang melalui dukungan dari berbagai faktor. Dalam hal ini, produsen koperasi intako berusaha menggali pengetahuan dengan menciptakan produk yang berkualitas untuk memperoleh keuntungan barang dan jasa pada kegiatan ekonomi, guna memperbaiki kualitas citra intako.

Berdasarkan data yang didapat menjelaskan bahwa pengembangan usaha intako menggunakan sistem online pada masa pandemi saat ini kurang memperoleh hasil yang efektif, karena masyarakat sedang dihadapkan pada proses bertahan hidup memenuhi kebutuhan untuk makan sehari-hari, sehingga mengesampingkan berbelanja kebutuhan barang mewah.

Dengan demikian produsen koperasi intako berupaya memperjuangkan usaha yang dianggap berpeluang dengan konsisten, agar tetap dapat memperoleh pendapatan. Karena faktanya, berbagai upaya yang telah dilakukan produsen dalam mengelola manajemen pengembangan usaha, mulai dari melakukan promosi melalui facebook, wa dan marketplace serta menerapkan sistem kerja multitasking dan tetap produktif, sampai pada memberikan motivasi pada anggota dalam meningkatkan kualitas produksi barang lebih baik lagi, namun intako tetap saja sepi pengunjung dan mengakibatkan produsen kewalahan dalam menangani permasalahan yang terjadi.

#### 4.3 Pembentukan Jaringan Sosial.

Dalam sebuah usaha tentunya memerlukan jaringan sosial yang dapat mendukung berjalannya suatu usaha. Menurut Damsar, jaringan sosial merupakan ikatan antar individu dalam menjalin hubungan kerjasama yang kompleks dalam mencapai suatu tujuan[23]. Dengan demikian pola ikatan jaringan produsen intako dalam memperjuangkan usahanya tidak hanya berasal dari keanggotaan intako intern saja, melainkan juga menjalin hubungan kerjasama dengan pengrajin diluar intako yang mampu mendukung keberlangsungan pengembangan usaha intako dengan tujuan mempermudah akses produsen dalam mempromosikan hasil produksi, meski didalamnya terdapat bermacam-macam kepentingan yang tercipta. Oleh karena itu, Bourdieu dalam teori Modal Sosial menegaskan bahwa hubungan aktor dalam mendayagunakan sumberdaya bersifat kompleks dengan bermacam-macam keinginan, keyakinan dan kepentingan[22]. Dengan demikian, yang terpenting bagi produsen koperasi intako ialah berupaya menjaga citra intako agar tetap populer dengan produknya yang tetap berkualitas dan bermutu.

Tabel 4.3 Pembentukan Jaringan Sosial Pengembangan Usaha Intako

Pembentukan Jaringan Sosial Pengembangan Usaha Intako		
	Komponen	Peran
Jaringan Proses Produksi	1. Pengrajin Intako	Meningkatkan mutu atau kualitas produksi barang asli buatan Intako.
	2. Pengrajin Luar daerah	Menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pengrajin intako.
Jaringan Proses Pemasaran	1. Pemasaran Door to Door	Menciptakan hubungan transaksi jual beli yang menyenangkan bersama pembeli.
	2. Pemasaran Marketplace	Memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi jarak jauh melalui digital.

Sumber: Hasil olah data penelitian

Pembentukan hubungan jaringan yang dibangun oleh koperasi intako dalam rangka pengembangan usaha yakni membangun jaringan proses produksi dan jaringan proses pemasaran:

#### 1.) Jaringan Proses Produksi

Dalam menjalankan proses produksi, produsen koperasi intako tidak hanya bekerjasama dengan karyawan atau anggotanya saja, melainkan juga menjalin kerjasama dengan pengrajin di luar daerah untuk menambah daya tarik masyarakat. Berikut peran pembentukan jaringan yang dilakukan produsen koperasi intako dalam menjalankan proses produksi untuk mengembangkan usaha intako.

Berdasarkan tabel diatas, proses produksi barang yang dilakukan koperasi intako melibatkan jaringan, yaitu:

a. Hubungan jaringan pengurus dengan anggota koperasi intako. Dalam hal ini terbentuknya hubungan jaringan antara pengurus dan anggota didasarkan pada upaya saling menggali potensi dalam mengoptimalkan proses pengembangan usaha intako.

b. Hubungan jaringan antar produsen dengan pengrajin di luar keanggotaan intako. Dalam hal ini peran pengrajin non keanggotaan intako berperan sebagai jaringan kerja sama dalam memperoleh keuntungan. Namun selama masa pandemi, pengurus intako mengalami kecemasan dalam memperjuangkan keberlangsungan usaha intako, sehingga proses pengembangan usaha dengan meningkatkan mutu produksi dimaksimalkan secara intern oleh pengurus intako.

## 2.) Jaringan Proses Pemasaran

### a.) Jaringan pemasaran offline/ door to door

Proses pemasaran offline / door to door selama masa pandemi covid'19 memang dianggap cukup memprihatinkan bagi kelangsungan usaha intako. Selama masa pandemi proses pemasaran produk berupa tas, koper melalui door to door hanya sebagian kecil saja yang laku terjual, sehingga produsen intako berupaya mengoptimalkan proses produksi pada pabrik jasa bordir, karena pabrik bordir yang dianggap mampu memberikan pemasukan untuk intako, namun melayani pesanan berupa tas dan koper maupun dompet dsb sebagai pemasukan bagi koperasi.

### b.) Jaringan pemasaran online

Sejak datangnya peristiwa pandemi covid'19 yang cukup memprihatinkan baik bagi kesehatan maupun bagi perekonomian masyarakat. Sejak saat itu pula segala aktivitas manusia dialihkan menggunakan teknologi atau melalui online agar tetap dapat berjalan produktif. Begitu pula dengan intako, dalam situasi pandemi saat ini, disperindag dan dinas koperasi mendukung penuh pelaksanaan marketplace. Disperindag turut andil menjadi tangan penggerak keberlangsungan usaha marketplace pada koperasi intako. Namun sayangnya penerapan sistem jual beli melalui marketplace dianggap belum dapat memberikan hasil yang signifikan terhadap pengembangan usaha intako, dikarenakan terdapat perbedaan kepentingan antara produsen dan konsumen.

Celakanya, selama masa pandemi covid'19, Koperasi Intako yang sedang berusaha memperjuangkan usaha, tidak mendapatkan kontribusi apapun dari pihak dinas perindustrian, dan program marketplace untuk intako tidak lagi mendapatkan perhatian, marketplace pun mengalami minim orderan dan intako tetap saja mengalami sepi penjualan dan minus pendapatan yang luar biasa. Kelirunya, produk yang dijual pada marketplace merupakan produk unggulan intake berupa kulit asli yang harga jualnya mahal, sehingga penjualan melalui marketplace pun belum cukup mampu dalam meningkatkan omset pendapatan intako. Hal tersebut justru menjadikan produsen intako mengalami kecemasan berkepanjangan dalam mengembangkan usaha intako. Omset pendapatan intako tidak kunjung mengalami peningkatan walau diberlakukan marketplace.

Menurut teori Jaringan Sosial Granovetter menjelaskan bahwa prinsip jaringan sosial menjadi modal utama keterlekatan hubungan sosial dalam kehidupan ekonomi yang memiliki nilai. semakin kuat ikatan antar kelompok aktor, semakin besar pula kepercayaan dan motivasi untuk saling membantu antar satu sama lain[24]. Dalam hal ini, produsen berusaha menjalin

hubungan baik dengan distributor dan konsumen dengan berusaha selektif dalam menjalin hubungan agar proses pengembangan usaha intako dapat berlangsung maksimal. Prinsip jaringan sosial tersebut menjelaskan bahwa pada dasarnya hubungan jaringan sosial yang dibangun berperan mempengaruhi tingkah laku dalam mempelajari pola-pola ikatan dalam suatu jaringan serta menyediakan kesempatan dan batasan yang signifikan terhadap sumber daya, kekayaan dan kekuasaan.

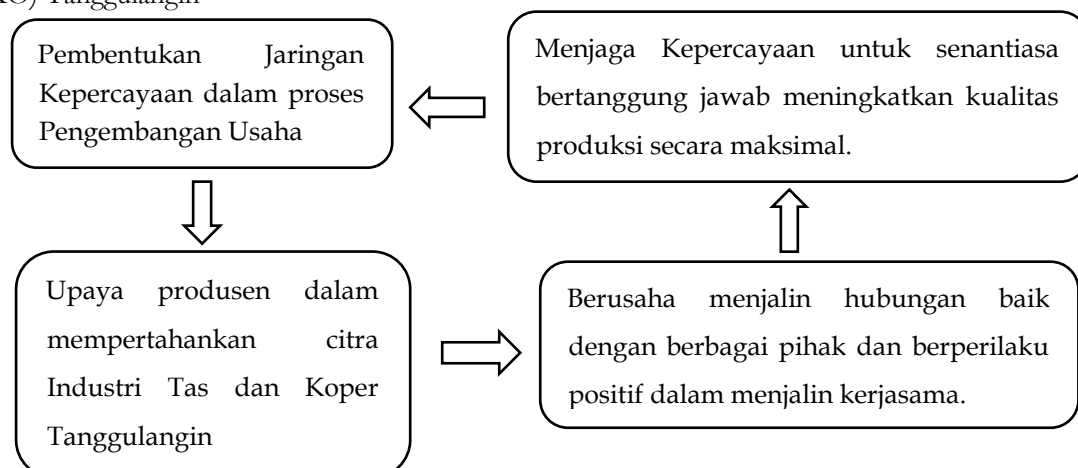
#### 4.4 Pembentukan Kepercayaan.

Tingkat kepercayaan, hubungan kerjasama dan saling membantu menjadi hubungan melembaga yang dapat meningkatkan modal sosial. Dengan demikian, peran kepercayaan menjadi penggerak produsen dalam mendayagunakan modal sosial untuk menyelesaikan permasalahan pengembangan usaha industri. Elemen kepercayaan tersebut antara lain Integritas, Kompetensi, dan Keterbukaan atau kebaikan hati.

Elemen kepercayaan yang menjadi media dalam membangun proses interaksi melakukan pengembangan usaha yakni Integritas, Kemampuan, Keterbukaan atau kebaikan hati, menjadi hubungan saling ketergantungan dalam melakukan komitmen. Kepercayaan tidak hanya tumbuh dan berasal dari lingkup intern perusahaan saja, melainkan lingkup ekstern juga perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Selain berupaya untuk senantiasa konsisten dalam memperjuangkan keberlangsungan pengembangan usaha, pun juga perlu konsisten dalam menjaga hubungan baik dengan konsumen yang saling menguntungkan[25].

Berdasarkan hasil yang didapat bahwa pelaku usaha koperasi intako ini pada dasarnya berasal dari persaudaraan yang sudah terbentuk sejak lama. Pada hakikatnya faktor pembentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain, terdiri atas kemampuan (ability), kebaikan hati (Benevolence), dan Integritas. Maka karyawan, anggota dan pengurus secara keseluruhan berusaha mengupayakan proses pengembangan usaha sebaik mungkin. Namun kepercayaan yang saat ini terjalin hanya sebagai pemenuhan kebutuhan dalam memperoleh pendapatan saja. Upaya pengembangan usaha intako yang dilandaskan atas dasar ikatan persaudaraan rasa kepercayaan tinggi menjadi kesulitan untuk bisa dioptimalkan di tengah masa pandemi ini, namun pelaku usaha tetap menjaga kepercayaan dengan baik dalam menjalankan pekerjaannya agar koperasi intako dapat meraih tujuan yang hendak dicapai. Berikut bagan pembentukan kepercayaan proses pengembangan usaha Industri Tas dan Koper (INTAKO) Tanggulangin.

6.4. Bagan Pembentukan Kepercayaan pada proses pengembangan usaha Industri Tas dan Koper (INTAKO) Tanggulangin



Sumber: Hasil olah data penelitian

Berdasarkan temuan yang didapat, produsen telah berupaya penuh untuk bisa mengembangkan usaha intako, mulai dari pengurus yang tanpa henti menghadiri sosialisasi UMKM guna menjalin jaringan kepercayaan antar satu dan lainnya. Pada dasarnya kepercayaan menjadi penggerak dasar dalam membangun produktivitas industri agar tetap berjalan mencapai tujuan. Kepercayaan timbul dari hati nurani yang kemudian menjadi stimulus bagi para pekerja industri maupun pihak industri. Bila kepercayaan itu dibangun secara positif, dapat dipastikan proses pengembangan sebuah usaha pada industri dapat berjalan dengan baik. Menurut Fukuyama, mendefinisikan modal sosial dalam hal kepercayaan ialah bila dalam masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, aturan-aturan sosial akan cenderung bersifat positif dan hubungan yang tercipta dapat menghasilkan kerjasama yang baik, sehingga dapat menjadikan masyarakat saling bersatu, dengan demikian pelaku usaha berusaha menjaga kepercayaan sebaik mungkin agar masyarakat lain turut mendukung dan senantiasa berkontribusi dalam meningkatkan penghasilan untuk keberhasilan intako dalam melakukan pengembangan usaha[26].

#### **4.5 Problematika Pengembangan usaha**

Problematika adalah suatu masalah yang menghalangi pencapaian tujuan, sehingga menjadikannya kurang maksimal. Pada umumnya faktor penghambat yang menyebabkan usaha sulit berkembang ialah menyangkut proses produksi dan pemasaran, diantaranya ialah :

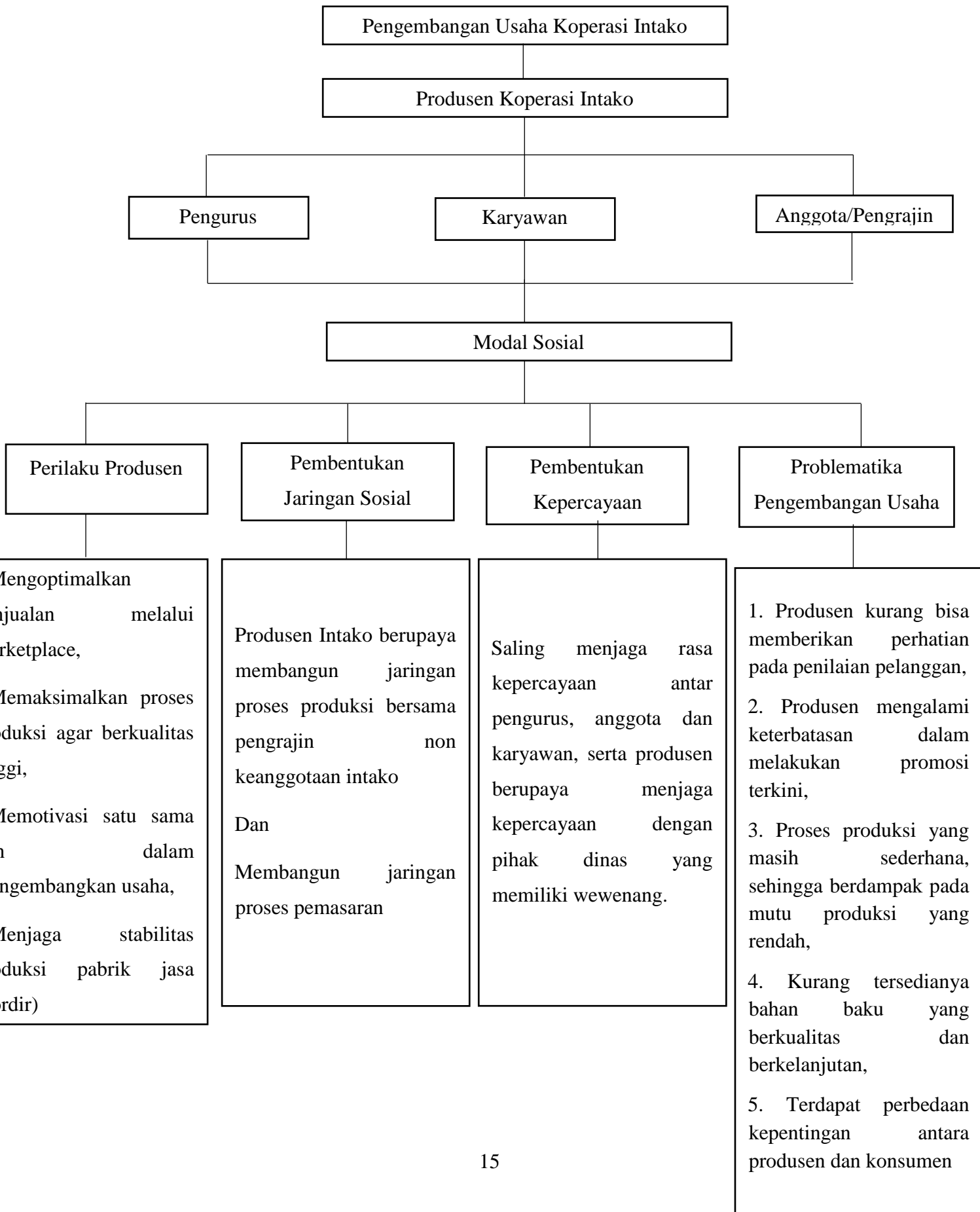
1. Kurang tersedianya sumber bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan,
2. Proses produksi yang sederhana sehingga berdampak pada mutu produksi yang rendah,
3. Kurang memberikan perhatian terhadap penilaian pelanggan,
4. Terbatasnya kemampuan melakukan promosi terkini,
5. Terdapat perbedaan kepentingan antar produsen dan konsumen,
6. Stabilitas dan kontinuitas produk sebagai pemenuhan permintaan pasar kurang terjaga.

Berdasarkan data yang didapatkan menghasilkan data yang menyatakan bahwa pelaku usaha koperasi intako sedang mengoptimalkan pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi sebagai sarana untuk membangkitkan citra usaha intako. Terbatasnya modal dalam memperjuangkan proses pengembangan usaha menyebabkan rutinitas koperasi intako tidak dapat berjalan secara efektif. Pelaksanaan pameran yang sebelumnya menjadi agenda rutin koperasi intako dalam mempromosikan produknya pun juga tidak dapat terselenggara dengan baik selama pandemi ini. Bahkan, upaya realisasi pembaruan sistem penjualan melalui marketplace yang bertujuan untuk membangkitkan perkembangan usaha dan mempermudah transaksi jual beli di masa pandemi, kenyataannya belum dapat memberikan pemasukan dikarenakan produk yang ditawarkan melalui marketplace harganya relatif mahal, sedangkan kondisi ekonomi masyarakat pada masa pandemi mengalami kekalutan.

Dalam meningkatkan pendapatan, Intako hanya bergantung pada penerimaan pesanan serta mengandalkan pabrik jasa bordir yang dianggap masih menjadi kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini hubungan saling mengenal dan mengakui pada proses pengembangan usaha intako sebatas penyediaan showroom bahan baku tas dan koper serta pabrik bordir. Intensitas kunjungan

konsumen pun hanya sebatas kunjungan masyarakat sekitar intako saja. Akibat dari menurunnya intensitas kunjungan konsumen menyebabkan citra koperasi intako buruk, selain itu produk yang tersedia hanya produk display yang kurang memuaskan menyebabkan nilai barang menjadi rendah dan menjadikan produk sulit terjual. Minat beli konsumen menjadi menurun, sehingga mengakibatkan produsen koperasi intako mengalami kesulitan dalam mengembalikan masa kejayaannya.

❖ **Bagan Pemanfaatan Modal Sosial Produsen Koperasi Intako Dalam Rangka Pengembangan Usaha**



## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil, didapatkan sebuah kesimpulan yang menyatakan bahwa pemanfaatan modal sosial Koperasi Intako dalam rangka pengembangan usaha adalah upaya produsen dalam mendayagunakan sumberdaya yang ada dengan mempertahankan atau memperkuat hubungan sosial bersama para aktor dalam menggapai tujuan perusahaan. Industri Tas dan Koper Tanggulangin yang merupakan sentra produsen tas terbesar dan populer di Indonesia, tentu telah menggandeng banyak relasi atau memiliki relasi yang luas dalam mensukseskan usaha. Tingginya solidaritas dalam lingkup intern keanggotaan koperasi intako menjadi kunci utama dalam menjalin kerjasama. Dinas Perindustrian dan dagang ialah salah satu komponen penting yang turut andil dalam mendukung penuh kesuksesan usaha, dibuktikan dengan produk yang dibuat oleh produsen industri tas dan koper yang berhasil tembus pasar internasional, dengan pengunjung yang tidak hanya berasal dari wisatawan lokal saja melainkan wisatawan mancanegara. Tentu usaha tersebut membutuhkan dukungan penuh dari berbagai pihak terkait yang juga perlu di imbangi dengan kekonsistenan produsen dalam mengembangkan usahanya.

Celaknya, perjuangan Produsen atau pelaku usaha dalam memperjuangkan usaha dipatahkan oleh suatu peristiwa pandemi covid'19 yang cukup mengkhawatirkan keberadaannya. Pandemi covid'19 selain membahayakan bagi kesehatan, juga melemahkan perekonomian masyarakat indonesia. Banyak usaha yang mengalami kekhawatiran dalam melakukan pengembangan seperti halnya yang dialami oleh Industri Tas dan Koper Tanggulangin. Industri Tas dan Koper Tanggulangin mengalami sepi pengunjung dan omset pendapatan mengalami penurunan yang cukup serius, sehingga menjadikan produsen mengalami kecemasan dalam melakukan proses pengembangan usaha. Tentu sangat disayangkan apabila citra industri tas dan koper menghilang hanya karena ketidakmampuan produsen dalam memperjuangkan usaha. Oleh karena itu, produsen berusaha untuk terus belajar dan mengembangkan potensinya agar tidak tertinggal oleh perkembangan zaman. Peristiwa pandemi yang memaksa masyarakat usaha untuk tetap produktif melalui online, dengan demikian Intako berusaha memaksimalkan proses pelaksanaan jual beli melalui marketplace, walaupun hasil yang didapat belum maksimal dalam mengembalikan stabilitas pendapatan intako. Namun, produsen berupaya untuk terus meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi dan juga mengoptimalkan pabrik jasa (bordir) yang saat ini dianggap mampu memberikan pemasukan untuk intako. Produsen tanpa henti berupaya mengoptimalkan sumberdaya secara maksimal dengan memanfaatkan hubungan jaringan kelembagaan agar intako dapat kembali berjaya dengan produknya yang berkualitas dan membanggakan.



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Rohmania, "Usaha Kecil Menengah," *LAIN Tulungagung*, 2019. [Online]. Available: <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/10493/5/BAB II.pdf>.
- [2] Sutrisni, "Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia," *Kompas.com*, 2019.
- [3] Redaksibisnisukm, "Industri Tas dan Koper Tanggulangin tetap eksis," *bisnisukm.com*, 2010. [Online]. Available: <https://bisnisukm.com/industri-tas-dan-koper-tanggulangin-tetap-eksis.html>. [Accessed: 17-Nov-2020].
- [4] R. Pratimi, "Penjualan Menurun Drastis, Intako Tanggulangin Terancam Kolaps," *radarsurabaya*, 2021. [Online]. Available: <https://radarsidoarjo.jawapos.com/ekonomi-bisnis/10/08/2021/penjualan-menurun-drastis-intako-tanggulangin-terancam-kolaps/>. [Accessed: 01-Dec-2021].
- [5] pierre bourdieu, *Outline of A Theory of Practice*, Cambridge. university of cambridge, 1995.
- [6] Rahayu;Ning, "Perbedaan UKM dan IKM," *republika.co.id*, 2019.
- [7] Ratnasari;Andri, "Peranan Industri Kecil Menengah (IKM) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten PONOROGO," *UNESA*, p. 5.
- [8] PresidenRI, "UU RI No.3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian," *kemenperin.go.id*, 2014. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/download/5181/Undang-Undang-No-3-Tahun-2014-Perindustrian>.
- [9] A. Asmara, "Meningkatkan Daya Saing IKM melalui Inovasi dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran dari Klaster Industri Software di India," *articlejournal*, p. 2, 2013.
- [10] "UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit," *DJKN article*, 2020. [Online]. Available: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>. [Accessed: 10-May-2021].
- [11] D. Hariyanti, "2021 Usaha Mikro dan Kecil Bangkit," *katadata*, 2021. [Online]. Available: <https://katadata.co.id/ariemega/berita/6028c295b01cd/2021-usaha-mikro-dan-kecil-bangkit>. [Accessed: 05-May-2021].
- [12] T. Budirahayu, "Perkembangan koperasi di Jawa Timur," *Soc. Polit.*, vol. 13, no. 1, p. 88, 2018.
- [13] E. Yuliatwati, "PEMBERDAYAAN KAUM PEREMPUAN DALAM MENUNJANG PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA MELALUI HOME INDUSTRY DI

- DUSUN PELEMADU, DESA SRIHARJO, KECAMATAN IMOIRI, KABUPATEN BANTUL, D.I.Y.,” *univeritas negeri yogyakarta*, 2012.
- [14] R. Syahra, “Modal Sosial: Konsep dan Aplikasinya,” *Masy. dan budaya*, vol. 5, no. 1, p. 2, 2003.
- [15] N. Krisdinanto, “Pierre Bordieu, Sang Juru Damai,” *Researchgate*, p. 203, 2016.
- [16] Florence, “Moral Ekonomi Pedagang Komunitas Etnik India,” *ilmu Sos.*, 2008.
- [17] R. Solicha, “Moral Ekonomi dan Tindakan Ekonomi Dalam Penerapan Sosiologi Ekonomi,” *academia.edu*, pp. 21–23, 2019.
- [18] L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2015.
- [19] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta, 2016.
- [20] Hariyanti; Mey, “Analisis Data Kualitatif Miles dan Huberman,” *kompasiana.com*, 2015. [Online]. Available: <https://www.kompasiana.com/meykurniawan/556c450057937332048b456c/analisis-data-kualitatif-miles-dan-huberman>. [Accessed: 19-Jan-2021].
- [21] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*. Bandung: alfabeta, 2017.
- [22] S. Usman, *Modal Sosial*. Yogyakarta, 2018.
- [23] Damsar, “Jaringan Sosial,” p. 157, 2002.
- [24] M. Granovetter, “Economic Action and social structure: the problem of Embeddedness,” *Am. J. Sociol.*, vol. 91, no. 3, 1985.
- [25] Mayer, “Faktor Pembentuk Kepercayaan,” *Univ. darma persada*, p. 29, 2014.
- [26] F. Fukuyama, “Modal Sosial ‘Kepercayaan,’” *Univ. kristen petra*, 1985.