

**EFEKTIVITAS MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN
UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH)
DI DESA KLOROGAN KECAMATAN GEGER
KABUPATEN MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Jauzatus Sholihah

NIM 401180228

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

ABSTRAK

Sholihah, Jauzatus. Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Mansur Azis, Lc., M.S.I.

Kata kunci: UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), Modal Sosial, Pengembangan UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting terhadap sektor perekonomian di Indonesia, karena sumbangsih dan perkembangannya yang pesat terhadap kesejahteraan kehidupan masyarakat. Seperti UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang ada di Desa Klorogan ini sebagian masyarakat menggantungkan kehidupannya dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) ini. Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) perlu ditingkatkan guna dapat terus menyejahterakan dan berkontribusi pada kehidupan masyarakat. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi modal sosial yang dilakukan pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan dan bagaimana efektivitas modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk modal sosial yang dilakukan dan apakah modal sosial yang dilakukan sudah efektif.

Jenis penelitian ini adalah *field research* atau penelitian lapangan, dengan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 6 responden.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil penelitian bahwa modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) berpengaruh efektif dan tidak efektif, modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) kerajinan kulit dan keripik tempe belum berdampak efektif karena jaringan yang dilakukan belum optimal serta dalam memasarkan produk masih mengalami kesulitan karena kerajinan yang diproduksi bukan produk yang diminati oleh semua orang, produk keripik tempe mengalami persaingan usaha dengan produk yang sama.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Jauzatus Sholihah	402180228	Ekonomi Syariah	Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM di Desa Klorogan Kecamatan Geger Kabupaten Madiun

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 18 April 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,


Mansur Azis, Lc., M.S.I
NIDN. 2024068601



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan Kecamatan Geger Kabupaten Madiun
Nama : Jauzatus Sholihah
NIM : 401180228
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007
Penguji I :
Unun Roudlotul Janah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004
Penguji II :
Mansur Azis, Lc., M.S.I.
NIDN. 2024068601

Ponorogo, Selasa 07 Juni 2022
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo
Dr. H. Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jauzatus Sholihah
NIM : 401180228
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan
UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa
Klorogan Kecamatan Geger Kabupaten Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh Dosen Pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses di (<http://etheses.iainponorogo.ac.id>) adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 07 Juni 2022



Jauzatus Sholihah

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Jauzatus Sholihah

NIM : 401180228

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI DESA
KLOOROGAN KECAMATAN GEGER KABUPATEN MADIUN

Secara keseluruhan merupakan hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Madiun, 21 Maret 2022

Pembuat Pernyataan



Jauzatus Sholihah

NIM: 401180228

PONOOGO

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	9
F. Metode Penelitian.....	12
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	12
2. Kehadiran Peneliti	14
3. Lokasi Penelitian	14
4. Data dan Sumber Data	15
5. Teknik Pengumpulan Data.....	16
6. Teknik Pengolahan Data	18
7. Analisis Data	20

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	20
G. Sistematika Pembahasan.....	22
BAB II. MODAL SOSIAL DAN PENGEMBANGAN UMKM.....	24
A. Modal Sosial.....	24
B. Efektivitas	34
C. Pengembangan UMKM	36
D. Hubungan Modal Sosial dengan Pengembangan Usaha	43
BAB III. IMPLEMENTASI MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI DESA KLOROGAN.....	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
C. Implementasi Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM	53
D. Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM.....	62
BAB IV. ANALISIS MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI DESA KLOROGAN.....	67
A. Analisis implementasi modal sosial pelaku UMKM.....	67
B. Analisis efektivitas modal sosial dalam pengembangan UMKM	71
BAB V. PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran/Rekomendasi	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa ini dalam menyelesaikan suatu masalah terutama tentang perekonomian tidak hanya bisa didapatkan dari luar seperti bank dan pemerintah, tetapi bisa diselesaikan dengan lingkungan sekitar karena kita hidup berdampingan dengan masyarakat maka untuk mengatasi permasalahan ekonomi akan lebih mudah jika diselesaikan secara bersama-sama dan mencari solusi yang terbaik dengan mengerahkan segala sumber daya yang dimiliki. Kegiatan ekonomi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dengan cara memulai bisnis tentunya memerlukan modal, namun modal tidak selamanya tentang uang, terdapat modal sosial di dalamnya.

Modal sosial sendiri memiliki pengertian yaitu, sumber interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas, termasuk interaksi yang terjadi pada skala individu dan institusional, seperti pemeliharaan kepercayaan, kohesifitas, altruisme, gotong royong, dan kolaborasi yang terjadi antar komponen membentuk suatu komunitas atau publik.¹ Tiga dimensi modal sosial yang berhubungan dengan kelas sosial adalah modal ekonomi, modal kultural, dan modal sosial.²

¹ Sri Sumarni, "Modal Sosial Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Sekolah," *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Volume 8, Nomor 1, (2011), 1.

² John Field, *Social Capital*, terj. Nurhadi, (Bantul: Kreasi Wacana Offset, 2011), 21.

Modal sosial ini membuat masyarakat bekerjasama guna mencapai tujuan bersama dalam hal berwirausaha untuk memajukan dan mengembangkan usaha yang dijalankan serta memperbaiki kualitas hidupnya. Pada waktu melakukan pengembangan, pengusaha senantiasa terikat dengan sebuah aturan dan norma-norma yang dijadikan sebagai acuan untuk bertindak dan bersikap serta menjalin hubungan dan membentuk jaringan dengan pihak lain. Jaringan sangat diperlukan untuk mengembangkan suatu usaha supaya lebih banyak orang yang mengenal produk yang dijual.

Dalam agama Islam juga menganjurkan ummatnya untuk saling bekerjasama dalam menyelesaikan berbagai permasalahan sehingga menjadi agama yang di rahmati Allah demi kebaikan bagi seluruh alam semesta. Islam berkomitmen terhadap kontrak sosial dan norma yang disepakati bersama membangun dengan masyarakat muslim dan ciri dasarnya antara lain التعاون (tolong-menolong), تكافل (saling menanggung) dan تادومون (memiliki solidaritas).³ Proses terbentuknya jaringan antar individu yang terjadi di Desa Klorogan adalah melalui pertemuan rutin seperti acara arisan, pengajian rutin seminggu sekali, senam pagi, kerja bakti dan istighosah karena pada dasarnya kita juga hidup berdampingan dan akan membutuhkan satu sama lainnya.

UMKM sendiri berperan sangat penting dalam menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja, mengurangi angka

³ Nana Mintarti, Modal Sosial, Pembangunan Komunitas Madani dan Peran Amilin, 2003, <http://www.masyarakatmandiri.org/>, (diakses pada tanggal 15 Januari 2022, jam 10.20).

kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia.⁴

Desa Klorogan adalah salah satu desa yang memiliki beberapa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang bisa menambah penghasilan sehari-hari. Diantara usaha tersebut adalah kopi bubuk murni, rengginang, *laundry* pakaian, peternakan dan perdagangan lainnya. Sebelum memulai suatu usaha tentunya akan membutuhkan modal, modal untuk memulai suatu usaha tidak hanya berupa uang tetapi terdapat juga modal sosial dimana modal sosial tersebut memiliki interaksi antar komponen modal sosial yaitu berupa kepercayaan (*trust*), norma (*norms*), jaringan (*networking*) dimana unsur tersebut diharapkan dapat membantu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sehingga dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitarnya.

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ditengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat para pelaku usaha harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi

⁴ <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>, (diakses pada tanggal 16 Januari 2022, jam 18.05).

produk, jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Kemampuan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) menghadapi gelombang persaingan global itu memang perlu perbaikan lebih lanjut untuk bertahan hidup dan perekonomian Indonesia stabil. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), utamanya agar dapat bersaing dengan produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia.⁵ Hubungan yang dibangun dapat membantu pengusaha mengatasi keterbatasan individu dan sanggup memberikan keuntungan pendapatan (manfaat ekonomi) bagi pengusaha melalui interaksi kerjasama melalui berbagai macam pihak. Selain itu, melalui interaksi kerjasama yang dibangun, individu bisa menemukan solusi terhadap masalah yang dihadapi.

Adapun alasan pemilihan tempat di UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Desa Klorogan adalah karena beberapa tempat usaha memiliki ciri khas tersendiri seperti usaha kopi bubuk yang menggunakan kopi panggang dan di giling secara halus serta tanpa menggunakan campuran apapun, jadi produknya adalah kopi murni. Seperti yang disampaikan bapak Mujiyanto sebagai berikut: “Kopi saya ini adalah kopi panggang yang saya giling secara halus jadi setelah di seduh tidak ada ampasnya.

⁵ Sudaryanto, “The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income : Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness,” *International Journal of Education and Development, JEDICT*, Volume, 7 Nomor 1, (2011), 56-67.

Dan produk saya ini sudah saya pasarkan ke semua warung di sekitar sini dan toko grosir milik teman saya.”⁶

Fakta yang ditemukan di lapangan setelah melakukan wawancara dengan pemilik usaha di Desa Klorogan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Klorogan adalah pemasaran hasil produksi, dimana proses pemasaran yang sudah melakukan kerjasama dengan pedagang, warung, toko-toko, grosir tetapi masih belum optimal dan kurang luas jaringan pasarnya apalagi terhadap produk kerajinan yang tidak semua orang membutuhkan sehingga menyebabkan usaha yang lambat untuk berkembang, padahal dalam menjalin suatu hubungan kerjasama juga tidaklah mudah karena harus mempunyai kepercayaan satu sama lain. Kerjasama itu sendiri bisa mendukung suatu usaha untuk berkembang seperti mendapatkan modal berupa uang dan sumber daya manusia yang kompeten. Selain itu permasalahan lain adalah persaingan yang ketat antara produk serupa dengan pengusaha lainnya. Seperti yang disampaikan oleh bapak Ratno selaku pemilik UMKM kerajinan kulit sebagai berikut: “Usaha saya ini kan kerajinan kulit mbak yang tidak semua orang membutuhkan jadi ya saya tidak setiap hari bikin, paling ya kalau ada pesanan saja soalnya saya nggak kerjasama dengan pedagang lain soalnya agak sulit mbak kerajinan gini persaingan dengan pengrajin lain yang lebih bagus juga banyak”⁷

⁶ Mujianto, *Wawancara*, 14 Januari 2022

⁷ Ratno, *Wawancara*, 14 Januari 2022

Pernyataan responden diatas tentu saja bertolak belakang dengan teori yang dikemukakan oleh ahli bahwa modal sosial dapat membantu dalam hal kerjasama dan berhubungan baik dengan untuk mencapai hal-hal yang tidak dapat dicapai sendirian⁸ baik dalam mendapatkan modal, tenaga kerja kompeten, maupun modal lainnya.

Secara objektif pemilihan lokasi ini karena UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu motor penggerak roda perekonomian Indonesia, maka perlu dilakukan penelitian untuk menyelesaikan permasalahan yang ditemukan supaya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dapat berkembang dengan baik yang akhirnya dapat mendukung keuangan masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada usaha tersebut. Sedangkan secara subjektif alasan pemilihan tempat di Desa Klorogan ini adalah dengan ditemukannya permasalahan yang menarik untuk di teliti yaitu tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang merupakan salah satu sumber dari penghasilan rumah tangga. Jika pemasaran hasil produksi dapat dilakukan dengan baik, pengusaha memiliki kepercayaan antara pelanggan, toko, agen dan menjalin hubungan atau membuat jaringan kerjasama pemasaran dengan para pembeli serta pemilik toko swalayan maka dari hubungan tersebut diharapkan bisa membuat peningkatan penjualan dan dapat mengembangkan usaha.

⁸ John Field, *Social Capital*, terj. Nurhadi, (Bantul: Kreasi Wacana Offset, 2010), 1.

Dari pernyataan diatas, maka peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian pada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Klorogan serta akan mengambil judul “Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan Kecamatan Geger Kabupaten Madiun”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana implementasi modal sosial yang dilakukan oleh pengelola UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun?
2. Bagaimana efektivitas modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis implementasi modal sosial yang dilakukan dalam pengembangan UMKM di desa Klorogan, Kecamatan Geger Kabupaten Madiun.
2. Untuk menganalisis apakah penggunaan modal sosial dalam pengembangan UMKM di desa Klorogan, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun sudah efektif.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi bagi para pencari ilmu dan peneliti selanjutnya serta seorang pengelola bisnis maupun UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) bahwa modal tidak hanya berupa uang melainkan modal sosial juga sangat penting dalam keberlangsungan dan perkembangan sebuah usaha.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Desa Klorogan

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah masukan, wawasan baru, arahan serta dukungan agar pengelola usaha atau bisnis baik yang sudah berkembang maupun rintisan di Desa Klorogan bahwa modal sosial juga sangatlah penting untuk diperhatikan karena berhubungan langsung dengan lingkungan sekitar.

b. Bagi Peneliti

- 1) Peneliti memperoleh wawasan yang lebih luas terkait dengan modal sosial yang berperan dalam pengembangan ekonomi.

- 2) Memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung dilapangan bahwa terdapat unsur-unsur yang berpengaruh dalam pengembangan UMKM.
- 3) Berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

c. Bagi Perguruan Tinggi

- 1) Berguna sebagai rujukan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah apabila penelitiannya terkait dengan permasalahan yang sama.
- 2) Sebagai bahan referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Dengan adanya pencantuman dengan penelitian sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat menutupi kekurangan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta memberikan gambaran tentang perbedaan antar penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Pertama, skripsi yang berjudul, “Analisis Modal Sosial: Peran Kepercayaan, Jaringan, Dan Norma Terhadap Inovasi UMKM Batik” karya Yosef Galih Widyawan dari Universitas Sanata Dharma pada tahun 2020. Skripsi ini ingin mengetahui seberapa efektif pengaruh modal sosial terhadap inovasi UMKM batik.⁹ Persamaan skripsi diatas dengan peneliti adalah sama membahas tentang modal sosial dan menggunakan metode

⁹ Yosef Galih Widyawan, “Analisis Modal Sosial: Peran Kepercayaan, Jaringan, Dan Norma Terhadap Inovasi UMKM Batik,” *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2020).

deskriptif kualitatif, perbedaannya adalah waktu dan lokasi yang digunakan. Pada penelitian karya Yosef Galih Widyawan dilaksanakan pada tahun 2020 di Yogyakarta sedangkan peneliti dilakukan pada tahun 2022 di Kota Madiun. Kedua, fokus penelitian Yosef Galih Widyawan terhadap inovasi produk UMKM batik sedangkan peneliti terhadap pengembangan UMKM.

Kedua, skripsi yang berjudul “Identifikasi Modal Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Watu Ledhek” karya Galuh Astika Riyanti dari Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pada tahun 2020. Skripsi ini ingin mengetahui hubungan empiris modal sosial dan pengembangan desa wisata Watu Ledhek.¹⁰ Persamaan skripsi diatas dengan peneliti adalah sama membahas modal sosial dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaannya adalah waktu dan lokasi yang dilakukan Galuh Astika Riyanti pada tahun 2020 di Yogyakarta sedangkan peneliti pada tahun 2022 di Madiun. Perbedaan kedua yaitu pada fokus penelitian Galuh Astika Riyanti terhadap pengembangan desa wisata sedangkan peneliti terhadap pengembangan UMKM.

Ketiga, skripsi yang berjudul “Variabel *Determinant* Pengembangan UMKM di Pasar Srandol” karya Pariyem dari Universitas Negeri Semarang pada tahun 2019. Skripsi ini ingin mengetahui secara simultan variabel *determinant* terhadap pengembangan UMKM.¹¹

¹⁰ Galuh Astika Riyanti, “Identifikasi Modal Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Watu Ledhek,” *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2020).

¹¹ Pariyem, “Variabel *Determinant* Pengembangan UMKM di Pasar Srandol,” *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2019).

Persamaan skripsi diatas dengan peneliti adalah sama membahas tentang pengembangan UMKM. Sedangkan perbedaannya skripsi karya Pariyem menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan kedua yaitu waktu dan lokasi yang digunakan, skripsi karya Pariyem dilakukan pada tahun 2019 di Semarang sedangkan peneliti dilakukan pada tahun 2022 di Madiun.

Keempat, skripsi yang berjudul, “Hubungan Modal Sosial (*Social Capital*) Kelompok Tani dengan Produktivitas Petani Padi” karya Nurul Hafnida Saragih dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan pada tahun 2018. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik modal sosial (kepercayaan, partisipasi, jaringan, norma sosial) pada kelompok tani sepakat dan hubungan sosial (kepercayaan, partisipasi, jaringan, norma sosial) yang terdapat pada kelompok tani sepakat terhadap produktivitas petani.¹² Persamaan skripsi diatas dengan peneliti adalah sama membahas tentang modal sosial (*social capital*) dan analisis deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi diatas adalah waktu dan lokasi penelitian, pada penelitian karya Nurul Hafnida Saragih dilakukan tahun 2018 di Medan sedangkan peneliti dilakukan pada tahun 2022 di Madiun. Perbedaan kedua yaitu fokus penelitian Nurul Hafnida Saragih terhadap produktivitas kelompok tani sedangkan peneliti terhadap pengembangan UMKM.

¹² Nurul Hafnida Saragih, “Hubungan Modal Sosial (*Social Capital*) Kelompok Tani dengan Produktivitas Petani Padi,” *Skripsi* (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2018).

Kelima, skripsi yang berjudul. “Pemanfaatan Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang Sekitar Kalijodo Pasca Penggusuran” karya Atikah Marwa Nasution dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2018. Skripsi ini bertujuan menganalisa pemanfaatan modal sosial sebagai strategi pedagang sekitar kalijodo pasca penggusuran.¹³ Persamaan skripsi diatas dengan peneliti adalah pembahasan tentang modal sosial dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya, skripsi diatas dilakukan pada tahun 2018 di Jakarta sedangkan peneliti dilakukan pada tahun 2022 di Madiun. Perbedaan kedua yaitu fokus penelitian Atikah Marwa Nasution yaitu pemanfaatan modal sosial terhadap strategi pedagang pasar pasca penggusuran sedangkan peneliti yaitu modal sosial terhadap pengembangan UMKM.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.¹⁴ Sedangkan menurut Sugiyono metode penelitian

¹³ Atikah Marwa Nasution, “Pemanfaatan Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang Sekitar Kalijodo Pasca Penggusuran,” *Skripsi* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

¹⁴ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2014), 43.

kualitatif adalah metode postpositivistik karena penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), di mana peneliti adalah instrumennya yang terpenting, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (kombinasi), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil temuan kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.¹⁵

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dikarenakan penelitian dilakukan secara langsung di lapangan dan berhubungan dengan objek yang akan diteliti yaitu para pelaku usaha dan beberapa pembeli yang ada di Desa Klorogan. Menurut Bogdan dan Taylor bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan maupun ucapan dan perilaku orang yang diamati. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memahami sebuah fenomena dengan cara memaparkan hasil dalam bentuk rangkaian kata sehingga menghasilkan teori.¹⁶ Oleh karena itu dengan kata lain penelitian ini terjuan dan melihat secara langsung fenomena dan kondisi modal sosial yang dilakukan pelaku usaha di Desa Klorogan.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2019), 18.

¹⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 21.

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti sebagai pengamat atau pencari informasi yang paling lengkap, peneliti melakukan observasi, mengumpulkan data dan melakukan wawancara untuk memperoleh informasi di Desa Klorogan dengan pihak-pihak yang terkait dengan modal sosial dalam pengembangan UMKM di Desa Klorogan, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun. Fokus penelitian yang dilakukan penulis adalah pada penelitian, observasi, dan pemilihan responden yang diminta untuk memberikan data dan informasi kemudian menarik kesimpulan melalui hasil wawancara, pengumpulan data dan informasi yang diperoleh selama penelitian lapangan.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan peneliti adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan Kecamatan Geger Kabupaten Madiun. Peneliti memilih objek di Desa Klorogan karena mayoritas penduduk selain bekerja sebagai petani atau lainnya juga memiliki sebuah usaha yang menjadi mata pencaharian. Selain itu juga terdapat permasalahan yang menarik untuk diteliti yaitu hubungan modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) karena UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang belum bisa berkembang karena kurang efektifnya jaringan sosial yang telah dilakukan.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah suatu keterangan atau bahan tentang suatu objek dalam penelitian. Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah, data mengenai praktik bentuk modal sosial yang dilakukan oleh pelaku usaha di Desa Klorogan, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun.

b. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi pada penelitian terkait. Dalam penelitian ini data yang akan digunakan oleh peneliti adalah data primer dan data sekunder, dan informan berasal dari para pengelola UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Klorogan.

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang datanya diperoleh secara langsung dari sumber data (tanpa ada perantara).¹⁷

Peneliti mengumpulkan data langsung dari sumbernya atau tempat melakukan penelitian. Peneliti menggunakan hasil wawancara mendalam yang diperoleh dari responden tentang topik penelitian. Data primer ini diperoleh dari hasil wawancara dengan para informan yaitu dengan beberapa pemilik usaha di Desa Klorogan.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2019), 296.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.¹⁸ Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Data sekunder ini diperoleh dari hasil studi pustaka dari sumber-sumber lain seperti jurnal, artikel, buku, web resmi dan lain sebagainya guna mendukung data informasi yang dibutuhkan dalam penelitian sebagai nilai realistik dan fakta.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi (pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data dengan karakteristik tertentu dibanding teknik yang lain. Observasi atau pengamatan dilakukan dengan melihat langsung di lapangan, seperti kondisi ruang kerja dan lingkungan kerja, yang bisa digunakan sebagai penentuan faktor yang memungkinkan untuk mendapatkan dukungan dengan adanya wawancara dan kuesioner tentang analisis pekerjaan.¹⁹ Jadi peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung pada tempat usaha untuk memahami lebih dalam tentang permasalahan yang terjadi.

¹⁸ Ibid., 296.

¹⁹ Ibid., 297.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk pengumpulan data dan menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan jika peneliti juga ingin belajar lebih banyak tentang berbagai hal secara mendalam tetapi jumlah responden sedikit.²⁰ Peneliti akan melakukan wawancara langsung secara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.²¹

c. Dokumen

Dokumen adalah catatan peristiwa yang telah diteliti. Dokumentasi dapat berupa teks, gambar atau karya dari seseorang.²² Jadi tentang teknik pengumpulan data melalui dokumentasi ini, peneliti mengumpulkan dan menulis atau melaporkan beberapa dokumen sebagai kutipan dan dituliskan dalam penelitian. Peneliti akan turut mengambil dan mendokumentasikan data-data di lapangan yang berkaitan dengan fokus penelitian seperti dokumentasi lokasi usaha, dokumentasi produk dan dokumentasi saat wawancara.

²⁰ Ibid., 304.

²¹ Ibid., 306.

²² Ibid., 314.

6. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, teknik pengolahan data yang digunakan peneliti meliputi beberapa langkah-langkah berikut:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi, atau bahkan gabungan dari ketiganya (triangulasi).²³

b. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal utama, fokus pada hal-hal penting, mencari tema dan pola. Oleh karena itu, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data lebih lanjut dan mencarinya bila diperlukan.²⁴ Data yang direduksi adalah seluruh data mengenai permasalahan penelitian, yang berkaitan dengan penerapan modal sosial dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan dampak dari penerapan modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Klorogan.

c. Penyajian Data

Penyajian data bisa dalam bentuk deskripsi atau narasi singkat, diagram, hubungan antara kategori, diagram alur. Dengan menampilkan data akan lebih mudah bagi peneliti untuk

²³ Ibid., 322.

²⁴ Ibid., 323.

memahami apa yang terjadi ketika lokasi.²⁵ Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis sesuai dengan pendekatan kualitatif. Data tersebut diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dari para pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Klorogan.

d. Penarikan Kesimpulan

Penelitian kualitatif diakhiri dengan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan bisa dalam bentuk deskriptif atau gambar objek yang sebelumnya masih redup atau gelap. Dengan cara ini, setelah penelitian menjadi jelas bahwa itu bisa menjadi hubungan sebab akibat, atau bisa juga interaksi, hipotesis atau teori maka kesimpulan yang disajikan adalah kesimpulan yang kredibel.²⁶

Makna penting dalam penelitian kualitatif. Peneliti harus berusaha mencari makna berdasarkan data yang telah diteliti secara menyeluruh dan lengkap. Cara menarik kesimpulan untuk memahami makna acara yang dia pelajari membutuhkan pertimbangan yang matang. Menarik kesimpulan merupakan kegiatan yang menafsirkan hasil analisis dan interpretasi data.

7. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan

²⁵ Ibid., 325.

²⁶ Ibid., 329.

dokumentasi memecah data menjadi unit dengan mengelolanya dalam kategori unit, digabungkan, disusun menjadi pola, yang mana yang harus dipilih belajar, dan menarik kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri dan orang lain. Adapun teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah bersifat induktif, yaitu teknik analisis berdasarkan data yang telah diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan dari data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul menggunakan teknik triangulasi.²⁷

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

a. Perpanjangan Pengamatan

Dengan memperpanjang pengamatan berarti peneliti berinteraksi dengan narasumber dan akan membentuk hubungan semakin dekat, semakin terbuka, saling percaya sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Jika hubungan telah terbentuk, maka itu sudah terjadi kewajaran penelitian, kehadiran peneliti tidak lagi mengganggu perilaku yang dipelajari.²⁸ Pada perpanjangan pengamatan ini peneliti akan mengamati kegiatan-kegiatan yang ada pada beberapa lokasi usaha mikro, kecil dan menengah di Desa Klorogan.

²⁷ Ibid., 320.

²⁸ Ibid., 365.

b. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan pengamatan merupakan melakukan pengamatan secara cermat dan berkelanjutan.²⁹ Maka dengan melakukan ketekunan pengamatan ini dapat meningkatkan kredibilitas data karena peneliti dapat melakukan pengecekan kembali terhadap data lapangan yang sesuai dengan fokus penelitian secara mendalam.

c. Triangulasi

1) Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2) Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.³⁰

Dalam teknologi pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknologi pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknologi pengumpulan data dan sumber data yang ada. Saat peneliti melakukan pengumpulan data triangulasi, sebenarnya data yang dikumpulkan oleh peneliti juga menguji kredibilitas data, yaitu menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data untuk mengecek kredibilitas data.

²⁹ Ibid., 367.

³⁰ Ibid., 369.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi pembahasan sistematis menjadi lima bab. Semua bab ini saling terkait dan saling mendukung. Gambarang dari bab-bab ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Ikhtisar bab ini memberikan cara berpikir untuk keseluruhan penelitian, termasuk latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini merupakan landasan teoritik tentang pengertian modal sosial, unsur-unsur modal sosial, efektivitas, pengembangan usaha, hubungan modal sosial dengan pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

BAB III : PAPARAN DATA

Bab ini merupakan hasil penelitian tentang gambaran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Desa Klorogan, implementasi modal sosial yang dilakukan pemilik UMKM di Desa Klorogan dan efektivitas modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan.

BAB IV : PEMBAHASAN/ANALISIS

Bab ini merupakan analisis data yang meliputi implementasi modal sosial yang dilakukan para pelaku usaha dan efektivitas modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam mengestrak intisari hasil penelitian.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Modal Sosial

1. Pengertian Modal Sosial

Dalam pemikiran ekonomi, istilah ‘modal’ pada awalnya berarti sejumlah uang yang diakumulasikan, yang dapat diinvestasikan dengan harapan akan memperoleh hasil yang menguntungkan di masa yang akan datang.¹ Menurut John Field inti dari teori modal sosial adalah teori yang paling tegas. Tesis sentralnya dapat diringkas dalam dua kata yaitu masalah hubungan. Dengan membangun hubungan dengan orang lain dan mempertahankannya agar terus berkelanjutan dari waktu ke waktu, orang dapat bekerja sama untuk mencapai hal-hal yang tidak dapat mereka lakukan sendiri, atau yang dapat mereka capai tetapi dengan susah payah. Jadi jika semakin banyak mengenal orang dan memiliki cara pandang yang sama maka semakin kaya modal sosial yang dimiliki.² Menurut Bourdieu, modal sosial adalah jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan.³

¹ John Field, *Social Capital*, terj. Nurhadi, (Bantul: Kreasi Wacana Offset, 2010), 19.

² *Ibid.*, 1.

³ *Ibid.*, 23.

Pengertian lain menjelaskan bahwa modal sosial adalah bentukan dari hubungan yang lebih menekankan pada nilai-nilai kebersamaan dan kepercayaan baik dalam suatu komunitas maupun antar komunitas. Nilai-nilai tersebut merupakan suatu modal dalam membentuk masyarakat yang kuat dan berkepribadian, dimana saat ini sangat penting karena ketika suatu komunitas atau masyarakat dihadapi dengan suatu masalah maka akan cepat diatasi tanpa harus ada yang dirugikan.⁴

Ahli lain mendefinisikan modal sosial mengacu pada hubunganantara individu-individu serta jaringan sosial dan norma-norma jugakepercayaan sehingga ia beranggapan bahwa jejaring sosial memiliki nilaidan kontak sosial yang dapat mempengaruhi produktivitas individu dan kelompok.⁵

Modal sosial adalah energi untuk pembangunan. Ini karena modal sosial yang akan mempengaruhi masyarakat dan fondasi masyarakat memecahkan masalah yang muncul. Modal sosial akan memberikan dorongan sukses untuk semua pihak karena bisa mandiri mendorong masyarakatmencapai tujuan yang maksimal. Jadi dapat disimpulkan bahwa modal sosial adalah kemampuan manusia untuk bekerjasama dalam masyarakat maupun bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, dan ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi

⁴ Agus Suryono, *Peranan dan Pemanfaatan Modal Sosial dalam Pengembangan Klaster Studi Pada Klaster Cor Logam Ceper-Klaten Jawa Tengah*, Disertasi Universitas Kristen Satya Wacana , 2012.

⁵ Robert D Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, (New York: Simon and Schuster, 2006), 18-19.

unsur-unsur utamanya seperti kepercayaan (*trust*), aturan-aturan kolektif atau norma dalam masyarakat atau bangsa dan sejenisnya untuk membentuk suatu kualitas dan kuantitas hubungan sosial yang baik. Dimana kepercayaan ini berisikan harapan-harapan terhadap keteraturan, kejujuran, dan perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah masyarakat yang didasarkan pada norma-norma yang dianut bersama oleh para anggota di dalamnya. Selain dengan adanya norma-norma sebagai pembatas antar hubungan tersebut diharapkan hubungan dapat berjalan dengan baik dan tujuan dari hubungan sosial tersebut dapat tercapai.

Dalam pandangan secara Islam modal sosial adalah kumpulan nilai, norma dan jaringan yang sesuai dengan syari'at Islam, yang tumbuh dari pondasi ukhuwah Islamiyah yang dapat mendorong masyarakat untuk menghasilkan kesuksesan di dunia maupun di akhirat serta membentuk ummat yang baik.⁶

Bagi umat Islam, agama Islam adalah ajaran yang damai, bersih dan lurus. Islam sendiri mengajarkan ummatnya untuk senantiasa berbuat kebaikan, jujur, saling tolong menolong, mengingatkan dalam kebaikan, mempercayai satu sama lain dan membangun jaringan dengan sesama. Seorang ahli menyatakan bahwa berusaha, bekerja, silaturahmi, berinteraksi dan bekerjasama merupakan api modal sosial

⁶ Jousairi Hasbullah, *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*, (Jakarta: MR-United Press, 2006), 95.

Islam yang menyalah.⁷ Islam menganjurkan ummatnya untuk saling bekerjasama dalam menyelesaikan berbagai permasalahan sehingga menjadi agama yang di rahmati Allah demi kebaikan bagi seluruh alam semesta.

Dan modal sosial secara Islam selalu menekankan rasa amanah, percaya (*trust*), التعاون (tolong menolong), تعرف (saling mengenal), perbanyak silaturahmi (*networking*) dan sebagainya.⁸ Jadi modal sosial merupakan kemampuan manusia untuk bekerja sama dalam suatu masyarakat untuk mencapai kehidupan yang lebih baik, didukung oleh nilai dan norma yang unsur utamanya adalah kepercayaan, aturan norma kolektif masyarakat atau negara, membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial yang baik.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian adalah teori modal sosial yang dikemukakan oleh John Field, beliau adalah seorang profesor di Institut Pendidikan, Universitas Stirling Britania Raya dan menjabat hingga saat ini sebagai wakil rektor pro untuk penelitian. Beliau telah menerbitkan secara luas tentang aspek sosial ekonomi dari pembelajaran seumur hidup, termasuk studi spesialis sebelumnya tentang modal sosial dan pembelajaran orang dewasa. Beliau adalah profesor kehormatan

⁷ Ibid, 95.

⁸ Asyari Hasan, *Peran Dan Fungsi Modal Sosial Dalam Pengembangan Bank Perbankan Syariah*, JURIS Volume 10, Nomor 1, (2011), 23.

pendidikan berkelanjutan di Universitas Warwick Inggris Raya dan profesor tamu di Universitas Cologne Jerman.

2. Unsur-unsur Modal Sosial

Modal sosial terdiri dari 3 unsur yaitu kepercayaan (*trust*), norma (*norms*), jaringan (*networking*).

a. Kepercayaan (*trust*)

Menurut Putnam yang dikutip oleh Thomas Santoso dalam bukunya yang berjudul memahami modal sosial, diketahui bahwa kepercayaan adalah suatu jenis pelumas yang memungkinkan partisipasi volunter dalam suatu produksi dan perdagangan.⁹ Kepercayaan (*trust*) adalah pernyataan individual dari seseorang terhadap orang lain yang berisi penilaian bahwa orang lain akan bertindak dengan benar. Karenanya, *trust* berkaitan dengan persepsi dan penilaian individual terhadap individu lainnya. Penilaian positif yang berarti tingkat kepercayaan yang tinggi akan didorong oleh membaiknya interaksi antar anggota organisasi, sedangkan kualitas dan kuantitas interaksi yang kurang akan menimbulkan penilaian yang negatif terhadap individu lain.¹⁰

Kepercayaan sesama pengusaha dan pembeli serta pengetahuan yang luas diharapkan dapat melindungi dari perilaku yang tidak bisa dikendalikan oleh pembeli, selain akibat dari tingginya harga

⁹ Thomas Santoso, *Memahami Modal Sosial*, (Surabaya: CV Saga Jawadwipa, 2020), 7.

¹⁰ McElroy, Mark W., Jorna, Rene J., and Engelen, Jo Van, *Rethinking Social Capital Theory: A Knowledge Management 16 Perspective*, Journal of Knowledge Management, Volume 10, Nomor 5, (2006), 124-136.

pilihan tindakan hukum, pengetahuan luas juga sangat diperlukan. Hubungan berbasis kepercayaan antara pengusaha dapat membantu mengimbangi risiko ini dan dapat mengurangi berbagai biaya transaksi terutama biaya hukum untuk perlindungan paten, dan biaya penelitian untuk mengidentifikasi teknologi yang relevan, dan biaya untuk menjadi barang yang dapat digunakan.¹¹

Kepercayaan adalah dasar dari perilaku etis modal sosial dibuat. Etika memberikan arahan untuk kerjasama dan koordinasi sosial semua kegiatan agar manusia dapat hidup dan berinteraksi bersama satu dengan yang lain. Membangun kepercayaan adalah bagian dari proses ikatan yang telah dibangun dalam keluarga sejak awal. Meyakini kerjasama maka semakin dalam kepercayaan semakin kuat kerjasama yang terjadi antar sesama. Jadi kepercayaan terhadap orang lain baik antar pemilik usaha maupun pekerja, pedagang dan pembeli sangatlah penting karena hal itu bisa membuat kemajuan dalam usaha dengan mempercayai produk yang dijual dan pemilik yang memiliki tindakan benar dan positif.

b. Norma (*norms*)

Secara umum norma adalah nilai yang bersifat abstrak. Norma diciptakan sebagai pedoman bagi setiap individu untuk berperilaku sesuai dengan aturan yang telah disepakati bersama-sama dan berlaku pada masyarakat. Norma adalah suatu nilai tidak tertulis

¹¹ John Field, *Social Capital*, terj, Nurhadi, (Bantul: Kreasi Wacana Offset, 2010), 87.

yang ada pada masyarakat yang mengatur perilaku individu dalam suatu masyarakat atau kelompok. Norma sosial adalah sekumpulan aturan yang diperlukan dipatuhi diikuti oleh anggota masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Contoh norma sosial yaitu bagaimana cara menghormati pendapat orang lain, kebiasaan berbuat sehat, norma untuk tidak mencurangi orang lain.¹² Norma menyediakan seperangkat aturan dan sanksi yang memungkinkan individu bekerjasama untuk memperoleh manfaat timbal balik, dan dengan sedikit saja atau tanpa sama sekali sisi gelap.¹³

Norma yang diterapkan dalam suatu organisasi biasanya berisi sanksi sosial yang dapat mencegah seseorang melakukan sesuatu penyimpangan dari kebiasaan umum di dalam organisasi dan di dalam komunitas yang ada. Ketika norma-norma yang efektif terbentuk, mereka bisa menjadi bentuk modal sosial yang kuat tetapi terkadang rapuh. Norma normatif merupakan bentuk modal sosial yang sangat penting dalam kolektif, dan merupakan norma yang membuat orang mengorbankan kepentingannya sendiri dan bertindak untuk kepentingan kolektif.¹⁴ Jadi norma adalah seluruh kaidah dan peraturan yang diterapkan melalui lingkungan sosialnya.

¹² Boedyo Supono, "Peranan Modal Sosial dalam Implementasi Manajemen dan Bisnis," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Volume 11, Nomor 1, (2011), 10 – 16.

¹³ John Field, *Social Capital*, terj, Nurhadi, (Bantul: Kreasi Wacana Offset, 2010), 45.

¹⁴ James S. Coleman, *Foundations of Social Theory*, terj, Imam Muttaqien (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2008), 429.

c. Jaringan (*networking*)

Jaringan mencakup area yang luas. Jaringan ini terjalin erat seperti keluarga inti dan seluas organisasi sukarela.¹⁵ Jaringan sosial adalah hubungan-hubungan yang tercipta antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan antar individu dalam suatu kelompok juga disebut suatu jaringan. Kelompok yang dimaksud dimulai dari yang terkecil yaitu: keluarga, kelompok kekerabatan, komunitas tetangga, kelompok-kelompok asosiasi, organisasi formal dan bentuk-bentuk lainnya. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja sama antar satu sama lain dan tidak sekadar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik.¹⁶ Keanggotaan jaringan, dan seperangkat nilai bersama, menjadi inti dari konsep modal sosial.¹⁷ Jaringan kerja pada awalnya merupakan sistem saluran komunikasi melindungi dan mengembangkan hubungan. Jaringan berperan dalam membangun aliansi dan koordinasi. Jaringan membuat individu memiliki akses ke informasi yang berpotensi dan berguna bagi mereka.

Melalui jaringan ini para pedagang tentunya akan saling membantu serta memberikan informasi dan saling mengingatkan.

Jaringan yang dilakukan dengan pedagang lain biasanya membantu

¹⁵ Thomas Santoso, *Memahami Modal Sosial*, (Surabaya: CV Saga Jawadwipa, 2020), 9.

¹⁶ John Field, *Social Capital*, terj, Nurhadi, (Bantul, Kreasi Wacana Offset, 2010), 18.

¹⁷ Ibid, 5.

untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan serta meringankan dalam hal harga pembayaran. Selain itu jaringan juga berfungsi sebagai informasi untuk mendapatkan tempat berjualan, membentuk suatu kelompok, membantu mendapatkan kerjasama dengan lembaga keuangan seperti koperasi dan bank untuk hal peminjaman modal finansial, serta mempermudah mendapatkan sumberdaya yang dibutuhkan.

3. Bentuk Modal Sosial Berdasarkan Jenis Ikatan Sosial Dapat dibedakan Sebagai Berikut:¹⁸

a. Modal sosial yang mengikat (*bonding social capital*)

Mewakili ikatan antara orang-orang dalam situasi serupa, seperti keluarga dekat, teman dekat dan tetangga yang baik lingkup komunitas.

b. Modal sosial yang menjembatani (*bridging social capital*)

Yang meliputi adalah yang memiliki jaringan yang lebih luas dari beberapa orang, seperti teman jauh dan kolega.

c. Modal sosial yang menghubungkan (*linking social capital*)

Artinya adalah mungkin untuk mencapai seseorang dari suatu tempat berbeda, seperti itu sepenuhnya di luar komunitas, jadi mendorong anggotanya untuk memanfaatkan sepenuhnya sumber daya daripada yang tersedia dalam komunitas.

¹⁸ Ibid, 68.

4. Fungsi Modal Sosial

Modal sosial merupakan suatu komitmen dari setiap individu untuk saling terbuka, saling percaya, dan memberikan kewenangan bagi setiap orang yang dipilihnya untuk berperan sesuai dengan tanggung jawabnya. Modal sosial menghasilkan adanya rasa kebersamaan, kesetiakawanan, dan tanggung jawab akan kesejahteraan bersama. Diantaranya fungsi modal sosial sebagai berikut:

- a. Alat untuk menyelesaikan masalah (konflik) yang ada di dalam masyarakat.
- b. Memberikan kontribusi tersendiri bagi terjadinya kemajuan sosial.
- c. Membentuk solidaritas sesuai masyarakat dengan pilar kesukarelaan.¹⁹

5. Bentuk-bentuk Modal Sosial yang ada dalam Masyarakat:

- a. Ideologi dan tradisi lokal yang mengacu pada paham tertentu dalam menyikapi hidup dan menentukan tatanan sosial. Hal ini dapat berupa kepercayaan setempat yang merupakan basis bagi legitimasi tindakan sosial, ajaran yang menjadi sistem acuan dalam tingkah laku yang terwujud, etika sosial yang mengatur hubungan antar manusia dengan manusia atau lingkungan, etos kerja, nilai tradisi, dan norma yang merupakan perangkat aturan tingkah laku.

¹⁹ Muchlisin Riadi, "Pengertian, Komponen, Fungsi Dan Jenis Modal Sosial", diakses <https://kajianpustaka.com/>, (diakses pada tanggal 07 April 2022, jam 7.49).

- b. Hubungan dan jaringan sosial yang merupakan pola-pola hubungan antara orang dan ikatan sosial dalam suatu masyarakat seperti kerabat atau ikatan bertetangga.
- c. Jaringan terdapat dalam masyarakat, menjangkau institusi lokal yang berfungsi bagi kepentingan kelompok dan masyarakat. Ini dapat berupa kelembagaan adat atau pranata sosial yang berperan secara langsung ataupun tidak langsung. Dari ketiga bentuk modal sosial yang ada, dapat disimpulkan bahwa semua bentuk modal sosial berjalan bersama dan saling melengkapi. Konsep modal sosial merujuk pada hubungan sosial, institusi, norma sosial dan saling percaya antara orang atau kelompok lain serta mempunyai dampak positif terhadap peningkatan kehidupan dalam komunitas.²⁰

B. Efektivitas

Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar di tetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti makin tinggi efektivitasnya.²¹ Pengertian lain efektivitas adalah hubungan antara keluaran dan tujuan atau sasaran yang juga dapat

²⁰ Suwartiningsih, *Peran Modal Sosial Pada Buruh Gendong Dengan Pedagang Dan Pembeli Di Sub Terminal Agribisnis Jetis Bandungan*, Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin KRITIS Vol 26, No 2, (2017), 43

²¹ Sondang P Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 24.

dikatakan untuk mengukur tingkat keluaran (*output*), kebijakan dan prosedur organisasi. Efektivitas juga terkait dengan tingkat keberhasilan beroperasinya sektor publik sehingga suatu kegiatan disebut efektif bila ini memiliki dampak yang signifikan pada kemampuan untuk memberikan layanan komunitas adalah target yang ditetapkan.²²

Dalam suatu usaha, agar pelaksanaan kerja dapat mencapai prestasi dan tujuan yang diinginkan, yang terlibat tidak hanya sekedar sekumpulan orang saja, melainkan juga melibatkan perlengkapan, termasuk alat-alat, mesin, metode kerja, waktu, material, yang umumnya disebut sebagai sumber. Setiap organisasi menginginkan agar pelaksanaan kerja dan penggunaan sumber tersebut benar-benar dapat berdaya guna. Dengan demikian, perlu adanya pengaturan, pengarahan, dan pendayagunaan. Usaha mengatur dan mengarahkan sumber daya ini, baik manusia maupun peralatannya disebut manajemen.

Efektivitas organisasi mencakup dari individu itu sendiri maupun kelompok. Efektivitas individu menekankan hasil kerja karyawan atau anggota dalam organisasi atau perusahaan. Tugas yang harus dilakukan biasanya ditetapkan sebagai bagian dari pekerjaan atau posisi dalam organisasi. Efektivitas kerja diketahui lewat hasil kerjanya. Efektivitas kelompok adalah jumlah kontribusi dari semua anggotanya. Dalam beberapa hal efektivitas kelompok lebih besar daripada jumlah kontribusi tiap individu.

²² Beni Pekei, *Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi*, (Jakarta Pusat : Taushia, 2016), 69.

Berikut empat faktor yang mempengaruhi efektivitas organisasi yaitu:

1. Karakteristik organisasi terdiri dari struktur organisasi dan teknologi struktur adalah cara organisasi untuk menyusun orang-orang untuk menciptakan sebuah organisasi.
2. Karakteristik lingkungan memiliki dua aspek yang saling berhubungan yaitu lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal yaitu semua lingkungan kekuatan yang timbul diluar batasan batasan organisasi. Lingkungan internal pada umumnya dikenal sebagai iklim organisasi yang meliputi bermacam-macam atribut-atribut lingkungan saja.
3. Karakteristik lingkungan dalam bekerja memiliki pandangan tujuan kebutuhan dan kemampuan yang berbeda-beda individu ini memiliki pengaruh langsung terhadap rasa keterkaitan pada organisasi dan prestasi kerja.
4. Kebijakan dan praktek manajemen dibutuhkan suatu organisasi untuk mewujudkan suatu keberhasilan melalui perencanaan, koordinasi sehingga dapat memperlancar kegiatan yang dituju kearah sasaran.²³

C. Pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

1. Pengertian Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.²⁴ Pengembangan

²³ Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi Kaidah Perilaku*, terjh. Magdalena, (Jakarta: Erlangga, 1985), 205.

adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan latihan.²⁵

2. Pengertian Pengembangan UMKM

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1:²⁶

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Pengembangan suatu usaha adalah tanggungjawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.²⁷ Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan

²⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, 2014), 201.

²⁵ Malayu Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Askara, 2011), 69.

²⁶ Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

²⁷ Anoraga Pandji, *Manajemen bisnis*. Cetakan keempat (Jakarta: ReinekaCipta, 2007),

dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan suatu proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha.²⁸ Jadi pengembangan usaha adalah suatu aktivitas bagi seorang wirausaha untuk menjadikan usahanya menjadi lebih baik, lebih besar dan lebih luas dari sebelumnya, serta mampu mengembangkan usahanya dan mampu meningkatkan kemampuan produksi dan pemasaran, permodalan yang dapat meningkatkan daya saing produknya dengan produk dari produsen lain.

3. Faktor-faktor Penghambat Pengembangan UMKM

Adanya peluang atau kekuatan pada sebuah usaha, pasti ada hal yang menjadi penghambat usaha tersebut. Menurut Bank Indonesia, kendala UMKM dibagi menjadi 2 aspek, yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor dari dalam usaha tersebut berada, berikut yang termasuk faktor internal yang menghambat UMKM:

²⁸ Kartika Putri, dkk, "Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentral Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur, " *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Universitas Diponegoro Semarang, 2014, 4.

a. Faktor Internal

1) Modal

Sebanyak 60%-70% UMKM di Indonesia belum mendapatkan pembiayaan perbankan. Hal ini dikarenakan belum banyak perbankan yang mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil, kendala dalam manajemen keuangan juga menjadi pemicu tidak adanya modal dari perbankan karena manajemen keuangan kebanyakan UMKM masih sangat tradisional sehingga pengelola atau pengusaha susah membedakan uang operasional perusahaan dan uang pribadi atau rumah tangga.

2) Sumber daya manusia

Kurangnya pengetahuan tentang teknologi baru yang dapat mempercepat produksi, serta minimnya pengetahuan untuk tetap bisa mengontrol kualitas produk yang ada. Pemasaran terhadap suatu produk masih mengandalkan teknik *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut) media sosial yang ada belum menjadi strategi pemasaran utama. Dari segi kuantitas pekerja, UMKM belum berani mempekerjakan banyak tenaga kerja karena keterbatasan dalam menggaji. Selain itu, para pelaku UMKM lebih sering terlibat dalam hal teknis sehingga kurang memperhatikan tujuan jangka panjang usahanya.

3) Hukum

Umumnya pengusaha UMKM masih berbadan hukum perorangan.

4) Akuntabilitas

Pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia belum mampu dalam hal manajemen perusahaan yang baik dan belum cakap dalam hal administrasi.

d. Faktor Eksternal

1) Iklim usaha masih belum kondusif

Kurang adanya koordinasi antar pengelola/pengusaha UMKM. Lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan dan lembaga-lembaga keuangan yang ada berjalan sendiri-sendiri tanpa adanya koordinasi. Penanganan yang lambat terhadap aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi/usaha tinggi, infrastruktur, kebijakan dalam aspek pendanaan dalam UMKM.

2) Infrastruktur

Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi, sehingga UMKM pada umumnya menggunakan teknologi yang sederhana.

3) Akses

Keterbatasan UMKM untuk mengakses bahan baku yang bagus dan berkualitas. Akses untuk mendapatkan

teknologi yang terbaru juga susah didapat, sehingga pasar dikuasai oleh perusahaan atau grup bisnis yang lebih besar. Belum mampunya UMKM menyeimbangi selera konsumen yang cepat berubah, terutama bagi konsumen.

4. Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Definisi UMKM Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1:²⁹

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
- b. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

²⁹ Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

5. Kriteria UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Kriteria UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab IV Pasal 6:

a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

C. Hubungan Modal Sosial dengan Pengembangan Usaha

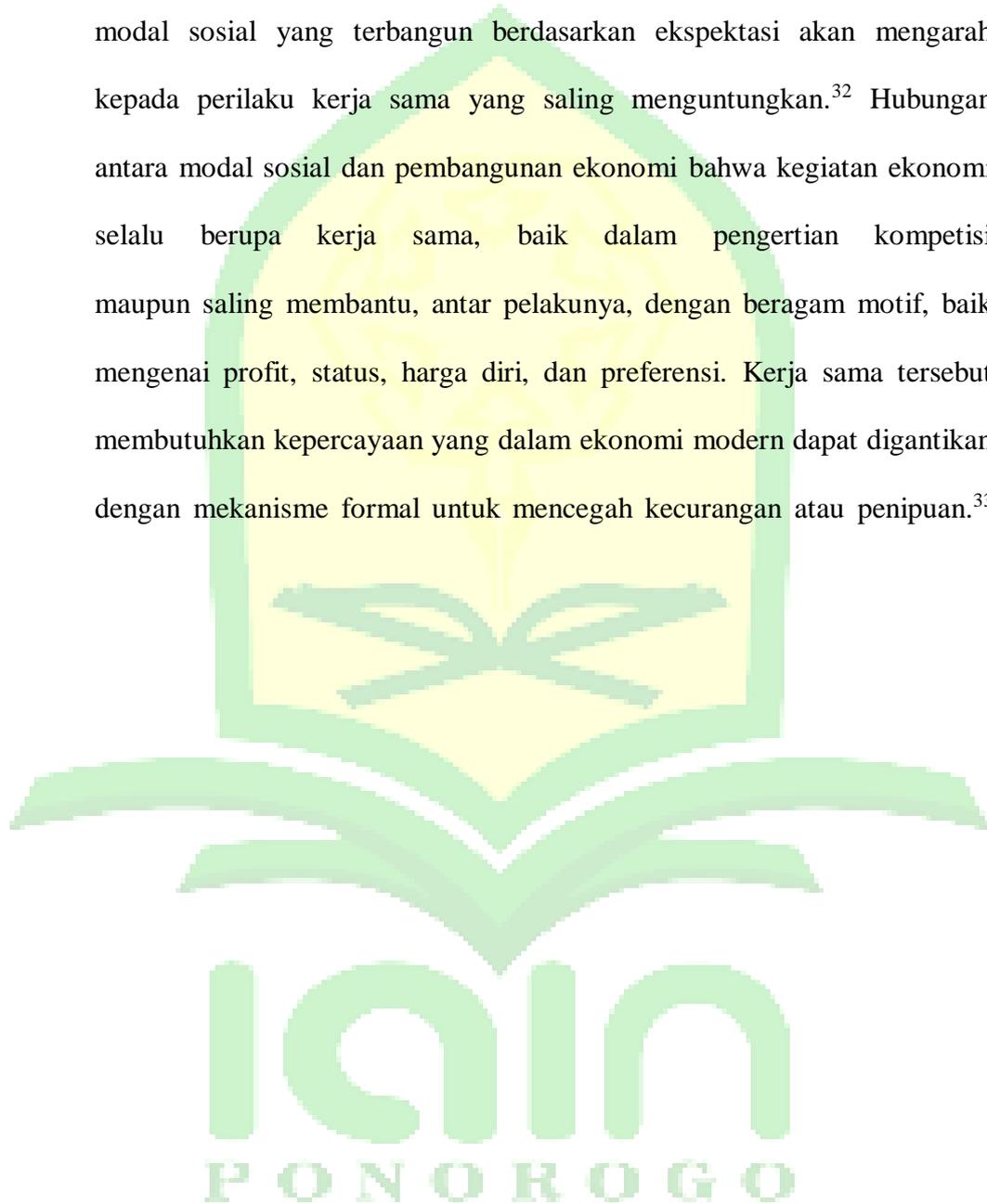
Modal sosial merupakan salah satu faktor penting yang menentukan pertumbuhan ekonomi masyarakat, tanpa adanya sebuah hubungan kerukunan dan kerjasama yang tersinergi maka akan semakin sulit berkembangnya ekonomi pada masyarakat.³⁰ Modal sosial penting dilaksanakan untuk pengembangan suatu usaha, interaksi sosial antar sesama individu maupun kelompok diperlukan untuk menghasilkan perasaan percaya dan membuat suatu jaringan serta mampu berkontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat baik di bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Dapat dikatakan modal sosial merupakan salah satu alat yang digunakan bersama-sama untuk mencapai tujuan.

Hubungan sosial yang terjadi dalam partisipasi jaringan ini pada akhirnya akan menimbulkan kerjasama satu sama lain dalam segala hal, baik itu secara sosial maupun secara ekonomi, wujud dari kerjasama yang terjadi diawali dengan tindakan-tindakan proaktif yang dilakukan oleh pedagang.³¹

³⁰ Mirsa Istiharoh, "Peran Modal Sosial Pada Masyarakat Industri Rumahan Kerajinan Bandol Di Desa Kabunan, Kecamatan Dukuhwaru, Kabupaten Tegal", *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016).

³¹ Suka Mahendra, "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*, Volume 3, Nomor 2, (2015), 1-16.

Modal sosial akan memberikan dorongan keberhasilan bagi berbagai pihak karena dapat mendorong masyarakat secara swadaya untuk mencapai tujuan yang maksimal. Coleman menyatakan bahwa struktur modal sosial yang terbangun berdasarkan ekspektasi akan mengarah kepada perilaku kerja sama yang saling menguntungkan.³² Hubungan antara modal sosial dan pembangunan ekonomi bahwa kegiatan ekonomi selalu berupa kerja sama, baik dalam pengertian kompetisi maupun saling membantu, antar pelakunya, dengan beragam motif, baik mengenai profit, status, harga diri, dan preferensi. Kerja sama tersebut membutuhkan kepercayaan yang dalam ekonomi modern dapat digantikan dengan mekanisme formal untuk mencegah kecurangan atau penipuan.³³



³² Ahmad Erani Yustika, *Ekonomi Kelembagaan (Definisi, Teori dan Strategi)*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2008), 185.

³³ *Ibid.*, 201.

BAB III

IMPLEMENTASI MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI DESA KLOOROGAN KECAMATAN GEGER KABUPATEN MADIUN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Desa Klorogan

Menurut cerita pada jaman dahulu, Desa Klorogan ini dikenal dengan nama "gothak", mengapa demikian dikarenakan desa ini terbagi menjadi beberapa bagian berbentuk kotak-kotak yang dibatasi oleh alam, atau bisa dibilang kelompok, dan dari situ ada beberapa yang bergabung dengan Desa Banaran, beberapa bergabung ke Desa Sumberejo. Pada suatu waktu, bagian-bagian tersebut digabung menjadi satu atau dilurukan (bersatu/disatukan) baik yang telah bergabung dengan Desa Banaran maupun Desa Sumberejo diluruskan ke Gothak. Karena bagian yang dilurukan tersebut maka desa ini disebut desa "lurukan" dan saat ini dikenal dengan Desa "klorogan". Desa Klorogan adalah nama desa yang terletak di Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun, Provinsi Jawa Timur. Dengan kode pos 63171, dan memiliki luas wilayah keseluruhan dengan total 239.150 hektar, dimana 74.900 hektar adalah perumahan penduduk, selebihnya merupakan lahan kering dan sawah.¹

¹ Observasi, 1 Maret 2022.

2. Batas Administrasi Kelurahan Desa

Secara geografis, desa Klorogan adalah wilayah tanpa pegunungan sebagian besar merupakan dataran rendah. Namun secara administratif, Desa Klorogan terdiri dari 03 RW dan 16 RT. Lokasi Desa Klorogan berada di antara 4 desa lainnya dan terletak pada ketinggian 500 m di atas permukaan laut. Adapun batas wilayah Desa Klorogan adalah:

- 1) Sebelah barat berbatasan dengan Desa Singgahan.
- 2) Sebelah timur berbatasan dengan Desa Slambur.
- 3) Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Banaran.
- 4) Sebelah utara berbatasan dengan Desa Sumberejo.

3. Kependudukan

Jumlah penduduk Desa Klorogan pada tahun 2022 sebanyak 3.068 jiwa. Laki-laki sebanyak 1.509 jiwa (49,18%) dan perempuan sebanyak 1.559 jiwa (50,81%). Kepala keluarga sebanyak 1.097 jiwa.

Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin yaitu:

Tabel 3.1

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	RT	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	01	160	149	309
2.	02	136	157	293
3.	03	125	115	240
4.	04	75	84	159
5.	05	87	93	180
6.	06	123	124	247
7.	07	103	102	205
8.	08	71	79	150
9.	09	92	106	198
10.	10	93	93	186
11.	11	69	84	153

12.	12	83	91	174
13.	13	92	91	183
14.	14	58	67	125
15.	15	95	78	173
16.	16	47	46	93
Jumlah Penduduk				3.068

Sumber: Profil diolah dari Kantor Desa Klorogan

Tabel 3.2

Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1.	Tidak/belum sekolah	603
2.	Tidak tamat SD/ sederajat	556
3.	Tamat SD/ sederajat	484
4.	SLTP/ sederajat	568
5.	SLTA/ sederajat	755
6.	Diploma I/II	3
7.	Akademi/ Diploma III/ Sarjana Muda	15
8.	Diploma IV/ Strata I	72
9.	Strata II	12
Jumlah		3.068

Sumber: Profil diolah dari Kantor Desa Klorogan

4. Sumber Daya Manusia

Tujuan akhir dari setiap pengembangan adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia adalah suatu subjek dan objek utama pembangunan meliputi seluruh daur hidup manusia, karena dari kandungan hingga akhir hayat. Jadi pengembangan kualitas orang harus menjadi isu penting. Sumber daya manusia saat ini dibandingkan dengan era sebelumnya, Desa Klorogan tidak buruk.

5. Kehidupan Beragama

Penduduk Desa Klorogan 99.9% memeluk agama Islam dan 0.09% memeluk agama Kristen. Dalam kehidupan beragama kesadaran dalam

menjalankan ibadah saling toleransi diantara mereka dan khususnya pemeluk agama Islam dikembangkan dengan baik.

6. Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan standar secara umum seperti kesejahteraan dan terutama untuk meningkatkan perekonomian. Tingkat pendidikan yang tinggi dapat menaikkan tingkat kecakapan. Kemahiran seseorang juga berpengaruh untuk mendorong pertumbuhan keterampilan kewirausahaan dan mendorong mendapatkan pekerjaan baru. Hal ini bisa membantu pemerintah dalam hal mengatasi pengangguran. Pendidikan dapat melengkapi sistem dan cara berpikir seseorang, dimana cara berpikir yang mudah menerima informasi dan lebih maju. Pendidikan para pelaku usaha di Desa Klorogan ini rata-rata hanya SD (Sekolah Dasar) atau SMP (Sekolah Menengah Pertama).

7. Pemerintahan

Seperti desa lainnya, Desa Klorogan juga memiliki sistem pemerintahan yang sesuai dengan peraturan undang-undang dan adat istiadat setempat. Pemerintah Desa Klorogan mulai terbentuk sejak tahun 1824, dan berubah menjadi Desa Klorogan pada tahun 1945, dengan kepala pemerintahan sebagai berikut:

a) Bapak Sumo Rahardjo

Tahun 1945 sampai dengan 1955

b) Bapak Soewandi

Tahun 1955 sampai dengan 1968

c) Bapak Moeslim

Tahun 1968 sampai dengan 1989

d) Bapak Ngabdul Rochim

Tahun 1989 sampai dengan 2008

e) Bapak Purnomo

Tahun 2008 sampai dengan 2017

f) Bapak Juprianto

Tahun 2017 sampai sekarang

8. Sarana dan Prasarana

Mengenai sarana dan prasarana yang ada di Desa Klorogan, sudah termasuk ke dalam kategori bagus, baik dari segi sarana dan prasarana seperti pendidikan, agama, kesehatan, pemerintahan, olahraga serta sarana prasarana dan infrastruktur lainnya. Di Desa Klorogan ini terdapat satu lapangan olahraga, dua Sekolah Dasar, yaitu SDN Klorogan 1 dan SDN Klorogan 2, dua Taman Kanak-kanak, dan adanya TPA (Taman Pendidikan Al-Qur'an) yang dilakukan di masjid-masjid setempat.

Sarana dan prasarana sosial lainnya juga sudah bagus seperti di bidang pemerintahan, karena di Desa Klorogan sudah memiliki kantor kepala dan staf bawahannya, pada bidang kesehatan sudah memiliki kantor sendiri dan tempat beribadah juga tersedia.

Dalam hal transportasi, desa Klorogan terhubung dengan baik melalui jalan darat dan sudah dikatakan bagus karena semua jalan di aspal yang sangat memudahkan dan nyaman untuk transportasi menuju daerah lain.

9. Potensi Sumber Daya Alam

Adapun potensi Sumber Daya Alam yang terdapat di Desa Klorogan ini dapat dilihat sebagai berikut:

a) Pertanian

Pertanian ini menempati urutan yang pertama, karena hasil pertanian terbesar yaitu padi. Selain menghasilkan padi juga terdapat jagung dan sayur-sayuran.

b) Peternakan

Sektor peternakan yang memiliki potensi untuk dikembangkan terutama untuk jenis peternakan berskala besar seperti ayam, kambing, sapi, dan burung puyuh.

c) Perkebunan

Jenis tanaman perkebunan yang banyak ditanam oleh masyarakat di Desa Klorogan adalah tomat, cabai, mentimun, terong, kangkung, sawi, dan kacang panjang.

10. Program Pemberdayaan dan Organisasi Sosial

Program pemberdayaan dan beberapa organisasi yang terdapat di Desa Klorogan ini antara lain Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan), Program Nasional Pemberdayaan Mandiri (PNPM) dan koperasi. Dan

untuk organisasi sosial antara lain PKK, posyandu, karang taruna, senam dan Majelis Ta'lim.

B. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Data Pelaku Usaha di Desa Klorogan

Berdasarkan hasil observasi atau temuan di lapangan, pelaku usaha di Desa Klorogan menerapkan hubungan dan kerjasama dengan lingkungan untuk mengembangkan usahanya.² Adapun daftar pelaku usaha berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di lapangan oleh peneliti pada tanggal 1 Maret 2022 sebagai berikut:

Tabel 3.3

Data Pelaku Usaha Desa Klorogan

No	Nama Pemilik	Bidang Usaha
1.	Yosep Toriq	Ternak ayam joper
2.	Dwi Amrodin	Anyaman bambu
3.	Wahyu Listyowati	Laundry
4.	Robingatun	Laundry
5.	Lami	Pembuat tempe
6.	Mujianto	Produksi kopi bubuk murni
7.	Denis	Ternak burung puyuh
8.	Sutianik	Pedagang tempe
9.	Uswatun Khasanah	Toko klontong
10.	Masun	Meubel
11.	Susiani	Pedagang jamu
12.	Supijati	Produksi rengginang
13.	Praptiwi	Pedagang degan
14.	Muti'atin	Produksi rengginang, kerupuk
15.	Mardiyah	Produksi batu bata
16.	Shinta Ayu Widya Astari	Usaha buah
17.	Sri Wahyuni	Pembuat susu kedelai
18.	Isaroh	Produksi batako
19.	Turmudi	Produksi mracan
20.	Erika Wahyudi	Perias

² Observasi, 1 Maret 2022.

21.	Erny Wijayanti	Catering
22.	Lilik Fachrudin	Bengkel las
23.	Samilah	Produksi bibit padi
24.	Utaminingsih	Produksi bibit padi
25.	Warsito	Penjual martabak
26.	Imam Mustofa	Bengkel mobil
27.	Ahmad Dardiri	Usaha jamur
28.	Romadhon	Peternak lele
29.	Daryanti	Pengrajin batik
30.	Marsini	Penjahit
31.	Solikatun	Pedagang rempeyek
32.	Ichwanudin	Toko kelontong
33.	Nur Fathoni	Toko pertanian
34.	Tasir	Agen gas elpiji
35.	Mansur	Penyewaan sound system
36.	Khoirudin	Tambang pasir
37.	Sunaryo	Reparasi eletronik
38.	Rohmat	Gergaji
39.	Pamuji	Reparasi HP
40.	Suwandi	Cukur
41.	Joko	Counter dan pulsa
42.	Andik Suryono	Mie ayam dan bakso
43.	Siti Asiyah	Pedagang sayur
44.	Iwan	Pedagang ayam potong
45.	Eko	Pedagang mainan anak
46.	Ari	Pedagang alat terapi
47.	Sukarno	Pembuat gypsum
48.	Zainal	Pedagang ikan laut
49.	Pamuji	Selep keliling
50.	Imron	Shooting
51.	Alfian	Pedagang ayam goreng
52.	Djumadi	Jual kelapa
53.	Slamet	Pengepul buah
54.	Wijianto	Reparasi meja bilyard
55.	Parmi	Produksi keripik tempe
56.	Tohari	Jual beli kayu bangunan
57.	Supatmi	Pedagang obat pertanian
58.	Hariyadi	Jual pasir
59.	Sutris	Las
60.	Musringah	Pedagang beras
61.	Idon	Pedagang pentol
62.	Ratno	Pengrajin kulit
63.	Fery Riski	Peternak burung

Sumber: Profil diolah dari kantor Desa Klorogan

Berdasarkan tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa data warga Desa Klorogan yang melakukan usaha sebanyak 63 orang. Dari data diatas juga dapat diketahui bahwa masyarakat Desa Klorogan melakukan usaha dalam berbagai macam bidang. Dalam praktiknya di lapangan para pelaku usaha menjalin hubungan dengan lingkungan sekitar seperti mengikuti arisan, pengajian, senam, kerja bakti, posyandu, PKK, dan kegiatan sosial yang lainnya. Dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat diharapkan dapat memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan sehingga masyarakat mengetahui informasi tentang produk dan berakhir pada proses pembelian.

C. Implementasi Modal Sosial yang dilakukan Pelaku Usaha di Desa Klorogan

Dapat diketahui bahwa modal sosial adalah kemampuan manusia untuk bekerjasama dalam masyarakat maupun bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, dan ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti kepercayaan (*trust*), aturan-aturan kolektif atau norma dalam masyarakat atau bangsa dan sejenisnya untuk membentuk suatu kualitas dan kuantitas hubungan sosial yang baik. Unsur-unsur dari modal sosial adalah kepercayaan, norma dan jaringan. Berikut ini bentuk modal sosial yang dilakukan oleh pengelola UMKM di Desa Klorogan berdasarkan unsur-unsur tersebut:

1. Kepercayaan (*trust*)

Setelah melakukan observasi langsung di lapangan dan melihat lokasi usaha ditemukan bentuk modal sosial kepercayaan yang dilakukan antar pengusaha dan pembeli seperti yang disampaikan ibu Supijanti selaku pemilik UMKM rengginang, sebagai berikut:

Biar pelaku usaha lain percaya ya saya kalau pesan bahan seperti ketan itu ya saya langsung bayar mbak supaya usaha saya tetap jalan dan ada bahan terus buat produksi. Kalau untuk pembeli di produk saya ada labelnya sama dapat informasi dari orang-orang yang sudah pernah beli kalau produk saya memang bagus. Kalau mitra dekat sini jelas bisa memantau langsung, kalau jauh itu karena kerabat saya.³

Hal yang hampir sama juga disampaikan pemilik UMKM lain bapak Mujianto selaku pemilik usaha kopi bubuk yaitu, sebagai berikut:

Kalau saya kan usaha kopi bubuk ya mbak jadi saya butuh bahan dan alat untuk membuatnya seperti kopi mentah jadi saya beli ke distributor lain dan sebisa mungkin menciptakan kepercayaan dengan cara kalau membeli bahan ya saya bayar langsung. Dan saya memberi tahu pada pelanggan sesuai fakta mbak kalau kopi saya itu produknya kopi murni tanpa campuran lainnya dan saya juga sudah memberi label kopi murni di kemasan produknya. Untuk pelanggan jauh itu kebanyakan teman saya dari lama jadi kepercayaan antar teman itu juga sudah terjalin dari lama. Kalau dengan mitra dekat sini mudah untuk dipantau kalau yang jauh dengan perjanjian mbak.⁴

³ Supijanti, *Wawancara*, 14 Maret 2022

⁴ Mujianto, *Wawancara*, 14 Maret 2022

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Ratno selaku pemilik UMKM kerajinan kulit sebagai berikut:

“Kalau antar pelaku usaha ya biasanya saya membayar tepat waktu kalau beli bahan mbak. Saya bikin kerajinan saya kerjakan sendiri mbak jadi dan ini kan lumayan lama pengerjaannya ya saya usahakan memberikan waktu yang tepat untuk pengambilan barangnya supaya pelanggan tidak kecewa.”⁵

Disampaikan juga pernyataan yang sama oleh bapak Denis selaku pemilik UMKM ternak burung puyuh sebagai berikut:

Antar pelaku usaha ya saya kan butuh pakan buat burung puyuhnya mbak itu saya beli, kalau minta di kirim ya saya bayar langsung supaya tetap percaya dan tetap mau mengirim pakan ternak ke saya. Kalau dengan pembeli dan mitra saya mengirim telur yang benar-benar bagus dan terbuka sola harga mbak kalau misal ada naik turunnya supaya pelanggan tidak kecewa. Kebanyakan mitra yang jauh itu sodara dan teman yang sudah kenal dari lama mbak, biasanya tempat *catering* itu ada kesepakatan untuk mengirim barang berapa hari sekali gitu.⁶

Pernyataan yang hampir sama juga disampaikan oleh ibu Parmi selaku pemilik UMKM keripik tempe sebagai berikut:

“Kepercayaan yang saya terapkan antar pelaku usaha ya kalau beli bahan kedelai ya saya bayarnya langsung pas waktu beli itu juga kan jadinya pedagangnya percaya buat ngasih kedelainya ke saya. Kalau antar pembeli ya saya jujur soal produk saya mbak tanpa campuran bahan lain seperti karak itu saya nggak pakai mbak sama pembeli itu emang udah lama langganan sama saya.”⁷

⁵ Ratno, *Wawancara*, 14 Maret 2022

⁶ Denis, *Wawancara*, 15 Maret 2022

⁷ Parmi, *Wawancara*, 15 Maret 2022

Ibu Wahyu selaku pemilik UMKM *laundry* mengatakan bahwa kepercayaan yang beliau terapkan adalah sebagai berikut:

Dengan pelaku usaha ya saya kan ambil sabun, pelembut pakaian, pewangi pakaian gitu mbak itu saya bayar langsung tunai supaya kalau saya mau beli lagi pedagangnya percaya. Kalau dengan pembeli karena orang tua saya guru dan saya membuktikan dengan hasil jasa usaha saya kalau di spanduk kan saya kasih slogan bersih dan rapi, jadi saya harus mengerjakan pakaian pelanggan saya sesuai dengan slogan supaya pelanggan puas, tidak kecewa jadi tetap mempercayai usaha jasa saya.⁸

Dari pernyataan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa dari hasil wawancara dengan para pelaku UMKM salah satu unsur modal sosial yaitu kepercayaan (*trust*) sudah dilakukan dengan baik seperti menjalin kepercayaan dengan para pelaku usaha, mitra dagang, pemasok bahan bakudan pembeli.Selain itu untuk mitra jauh banyak yang menggunakan pola kepercayaan teman lama serta kenalan dari orang tua, dan untuk mitra dekat mudah untuk dipantau.

2. Norma (*norms*)

Secara umum norma adalah nilai yang bersifat abstrak. Norma diciptakan sebagai pedoman bagi setiap individu untuk berperilaku sesuai dengan aturan yang telah disepakati bersama-sama dan berlaku pada masyarakat. Setelah melakukan observasi langsung di lapangan dan melihat lokasi usaha ditemukan bentuk modal sosial norma yang diterapkan dan kegiatan sosial yang diikuti untuk menjalin kerjasama

⁸ Wahyu, *Wawancara*, 16 Maret 2022

oleh pemilik UMKM seperti yang disampaikan ibu Supijati selaku pemilik UMKM rengginang, sebagai berikut:

Saling menghormati saja mbak, menghargai pendapat tiap orang, menghormati sesama masyarakat dan antar pelaku usaha, terus bersikap jujur terutama tentang produk yang saya buat bahwa saya benar-benar menggunakan bahan-bahan yang berkualitas mbak. Kalau kegiatan sosialnya ya saya ikut ibu-ibu pengajian tiap minggu kayak rutinan gitu mbak, trus arisan rutinan tiap bulan sama kalau ada ziarah gitu saya juga ikut, kalau tidak ikut bisa jadi jauh sama tetangga mbak soalnya kaya tidak mau berbaur gitu.⁹

Disampaikan juga pernyataan yang sama oleh bapak Mujiyanto selaku pemilik UMKM kopi bubuk murni sebagai berikut:

Normanya ya saling menghormati saja mbak kan saya dalam menggiling kopi menggunakan mesin yang lumayan keras suaranya jadi ya saya menggiling pada saat diluar jam istirahat seperti waktu pagi antara jam 7-8 kalau malam ya habis maghrib supaya tidak mengganggu tetangga. Di Desa kan biasanya ada kegiatan kerja bakti ya sebisa mungkin saya ikut mbak, kalau tidak ikut nanti bisa di kucilkan sama bapak-bapak disini, terus yasinan rutin tiap malam jumat itu juga ikut. Lalu untuk mitra yang ingin kerjasama sebisa mungkin saya bikin kesepakatan seperti tanggal jatuh tempo bayar atau saya setor.¹⁰

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Ratno selaku pemilik UMKM kerajinan kulit sebagai berikut:

Saya saling menghormati sesama masyarakat sekitar dan menghargai perbedaan pendapat terus patuh sama aturan-aturan yang biasanya emang sudah diterapkan sejak dahulu seperti saling

⁹ Supijati, *Wawancara*, 14 Maret 2022

¹⁰ Mujiyanto, *Wawancara*, 14 Maret 2022

menyapa kalau tidak menyapa nanti dibilang sombong. Kegiatannya di Desa biasanya ya mengikuti kegiatan yang ada di Desa aja mbak, ya ikut yasinan rutin, kerja bakti, kadang ya ikut kumpul-kumpul gitu ngobrol-ngobrol sama tetangga.¹¹

Hal yang hampir sama juga disampaikan pemilik UMKM lain bapak Denis selaku pemilik usaha ternak burung puyuh yaitu, sebagai berikut:

Saling menghormati saja mbak dan mengikuti aturan yang berlaku di masyarakat. Kalau sama warga sini ya ikut pengajian rutin tiap malam jumat itu mbak, sama kalau ada kerja bakti, kalau dulu ya acara tahunan seperti tujuh belas agustus itu terus untuk lebih menghormati antar sesama masyarakat kan usaha saya menghasilkan limbah yaitu kotoran burung puyuh, nah itu saya taruh di sebuah tempat khusus untuk pembuangan kotoran kalau saya buang sembarangan nanti dimarahi tetangga tetapi sebagian juga ada yang dibeli untuk pupuk.¹²

Pernyataan yang hampir sama juga disampaikan oleh ibu Parmi selaku pemilik UMKM keripik tempe sebagai berikut:

“Normanya sesuai aturan yang ada di masyarakat aja mbak ya saling menghormati, selalu bersikap baik kepada semua orang, jujur. Kegiatan di Desa ini yang saya ikuti ya sama dengan ibu-ibu yang lain seperti yasinan rutin, arisan, rewang kaya gitu mbak nanti kalau tidak ikut berbaur malah dijauhi sama tetangga misalnya saya punya hajatan nanti dibalas dengan tidak datang.”¹³

Ibu Wahyu selaku pemilik UMKM *laundry* mengatakan bahwa normayang beliau terapkan adalah sebagai berikut:

¹¹ Ratno, *Wawancara*, 14 Maret 2022

¹² Denis, *Wawancara*, 15 Maret 2022

¹³ Parmi, *Wawancara*, 15 Maret 2022

“Menghargai pendapat setiap orang, menghormati kepada yang lebih tua dan sesama masyarakat sekitar. Kegiatannya kebetulan saya menjadi ketua arisan ibu-ibu di lingkungan mbak, terus kegiatan lainnya ada yasinan, rewang di tempat orang hajatan, senam dan posyandu. Saya usahakan untuk rutin mengikuti kegiatan itu mbak supaya tetap menjaga hubungan baik dengan tetangga kalau tidak mengikuti nanti jadi jauh sama tetangga.”¹⁴

Dari hasil wawancara dengan para pelaku UMKM dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu unsur modal sosial yaitu norma (*norms*) telah dilakukan dengan baik seperti saling menghormati antar sesama masyarakat, menghormati perbedaan pendapat, berkata dan berperilaku jujur, saling tegur sapa. Hal itu dilakukan supaya tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan tidak dikucilkan jika tidak dilakukan dan mengikuti kegiatan yang ada.

3. Jaringan (*networking*)

Setelah melakukan observasi langsung di lapangan dan melihat lokasi usaha ditemukan bentuk modal sosial jaringan yang dibentuk untuk kelangsungan usaha oleh pemilik UMKM seperti yang disampaikan ibu Supijati selaku pemilik UMKM rengginang, sebagai berikut:

Jaringan pemasaran yang saya bentuk itu menjalin kerjasama dengan toko-toko dekat sini ada sekitar 15 toko klontong, dan saya juga punya kerjasama dengan mitra di luar daerah sekitar 3 mitra yang tiap habis nanti selalu ambil kesini, sama biasanya ada orang yang pesan buat hajatan atau buat oleh-oleh gitu. Kalau untuk

¹⁴ Wahyu, *Wawancara*, 16 Maret 2022

bahan produksi saya beli di toko langganan saya dekat sini mbak soalnya kualitas bahan dan harganya bagus dan cocok buat usaha saya mbak.¹⁵

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh bapak Mujianto selaku pemilik UMKM kopi bubuk murni, sebagai berikut:

Saya awalnya ya keliling mbak tiap warung-warung, toko kelontong itu saya berhenti terus menawarkan kalau mau ambil dan bayar tunai alhamdulillah kalau belum ya titip dulu trus sebisa mungkin saya membuat perjanjian dengan mitra ini, tapi ya gitu mbak agak susah kalau toko atau warungnya itu sudah ada yang nyetori kopi dari merk lain. Untuk sekarang jaringan pemasaran kerjasama dengan warung kopi dan toko kurang lebih ada 40 mbak di Madiun sini sama grosir itu hanya 2 saja. Kalau untuk beli bahan kopi saya cuma ambil dari Nganjuk saja mbak.¹⁶

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Ratno selaku pemilik UMKM kerajinan kulit sebagai berikut:

Jaringan mitranya itu saya kalau ada orang pesan mbak, biasanya setahun 3-4 orang aja karena tidak semua orang membutuhkan produk kerajinan kulit ini, hanya orang tertentu aja yang butuh, dan ini biasanya saya buat juga kalau ada orang yang pesan saja nanti kalau ada sisa bahan saya bikin lagi buat di pajang gitu. Agak susah mbak kalau mau kerjasama dengan pengepul gitu soalnya kualitas juga bersaing. Kalau bahan saya ambil dari masjid biasanya waktu Idul Adha dan ambil dari tempat penyembelihan hewan.¹⁷

Disampaikan hal yang sama oleh bapak Denis selaku pemilik UMKM ternak burung puyuh:

¹⁵ Supijati, *Wawancara*, 14 Maret 2022

¹⁶ Mujianto, *Wawancara*, 14 Maret 2022

¹⁷ Ratno, *Wawancara*, 14 Maret 2022

“Kalau pemasarannya ini ya lewat *WhatsApp* aja mbak, trus kerjasama dengan warung-warung, toko kurang lebih sekitar 30 toko/warung buat rutin setor telur puyuh. Sama yang banyak sih ya rumah-rumah tetangga gini kalau buat konsumsi sehari-hari sama kalau ada pesenan buat hajatan pasti beli disini.”¹⁸

Pernyataan yang hampir sama juga disampaikan oleh ibu Parmi selaku pemilik UMKM keripik tempe sebagai berikut:

“Saya jual tempe keripik ini ke toko sekitar mbak sekitar 20 toko sama jualan di pasar besar Madiun kadang juga orang pesan keripik tempe ke saya tapi ya agak susah mbak biasanya kalau naruh ke warung soalnya banyak produk yang sama dan lebih dari punya saya mulai rasa dan kualitasnya.”¹⁹

Ibu Wahyu selaku pemilik UMKM *laundry* juga mengatakan hal yang hampir serupa dengan pelaku UMKM lainnya sebagai berikut:

“Saya punya pelanggan tetap mbak seperti pekerja kantoran yang tiap hari dinas kaya PNS tapi banyak juga pelanggan saya yang pebisnis gitu sekitar 40 lebih mbak, jadi ya jaringannya melalui pelanggan tersebut tiap minggu *laundry* ke tempat saya. Kalau untuk jaringan beli bahan saya ada langganan 1 toko saja, dan untuk mendapatkan modal keuangan awalnya usaha saya ini juga pinjam modal ke bank.”²⁰

Setelah melakukan wawancara dengan para pelaku UMKM dan didapatkan hasil sebagaimana yang tertulis diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu unsur dari modal sosial yaitu jaringan

¹⁸ Denis, *Wawancara*, 15 Maret 2022

¹⁹ Parmi, *Wawancara*, 15 Maret 2022

²⁰ Wahyu, *Wawancara*, 16 Maret 2022

(*networking*) sudah dilakukan dengan baik antara lain seperti melakukan kerjasama dan perjanjian dengan toko-toko, warung, mitra, dan bank. Namun masih terdapat beberapa UMKM yang belum berlaku dengan baik seperti UMKM kerajinan kulit jaringannya masih belum luas dan optimal karena hanya mengandalkan pesanan saja, lalu untuk UMKM keripik tempe juga hampir sama ditambah dengan persaingan dengan produk lain yang serupa.

Dari keseluruhan hasil wawancara di lapangan dengan para pelaku usaha ditarik kesimpulan terdapat tiga unsur modal sosial yang dilakukan yaitu kepercayaan terhadap teman, kerabat dan kekeluargaan, kedua norma saling menghormati dengan sesama, berperilaku baik, jujur, menerapkan kesepakatan kerja serta, mematuhi peraturan tidak tertulis yang ada di lingkungan, ketiga jaringan berupa memudahkan mendapatkan bahan, modal finansial, kemitraan dan keagenan dagang.

D. Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM di Desa Klorogan

Efektivitas sendiri memiliki pengertian yaitu suatu ukuran yang telah dicapai dan sesuai dengan tujuan atau sasaran yang telah direncanakan. Suatu tujuan atau sasaran jika hasilnya semakin besar maka dapat dikatakan efektif, tetapi jika belum sesuai dengan tujuan yang diinginkan dapat dikatakan belum efektif.

Dalam mencapai tujuan yang diinginkan untuk menjawab rumusan masalah disini peneliti memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan efektivitas modal sosial dalam pengembangan UMKM. Pertanyaan tersebut antara lain apakah para pelaku usaha sudah melakukan inovasi terhadap usahanya dan inovasi seperti apa yang telah dilakukan sebelum dan sesudah adanya modal sosial. Pertanyaan kedua yaitu bagaimana penghasilan yang didapatkan sebelum dan sesudah adanya modal sosial ini. Berikut adalah hasil wawancara dengan ibu Supijati selaku pemilik UMKM rengginang, sebagai berikut:

Awal berdiri itu saya bikin rengginang ketan hitam aja mbak, terus lama-lama produk saya laku banyak pesanan juga dari tetangga buat hajatan sama mitra-mitra dari luar yang sering ngambil kesini akhirnya saya bikin rasa-rasa lain, kayak rasa manis pakai gula kelapa, rasa terasi, rasa bawang, rengginang merah gitu mbak. Terus penghasilan saya itu dari awalnya jual rengginang ketan hitam aja per bulan 30 kilogram terus sekarang udah ada berbagai macam rasa ini jadi meningkat sampai 40 kilogram per bulan. Per ½ kilogram itu harganya Rp. 11.000 mbak jadi per bulan sekarang kurang lebih penghasilannya ya sekitar Rp. 880.000.²¹

Hal serupa juga disampaikan oleh bapak Mujiyanto selaku pemilik UMKM kopi bubuk murni sebagai berikut:

Kalau untuk inovasi saya lebih ke sistem pemasarannya aja sih mbak dulu awalnya ya cuma keliling tiap warung terus promosi dari mulut ke mulut, nah sekarang mulai menggunakan pemasaran secara online lewat media sosial kaya *Facebook*, *WhatsApp* gitu sama bisa kirim lewat ekspedisi juga jadi buat pembeli yang rumahnya jauh tinggal pesan dan kirim lewat ekspedisi. Kalau

²¹ Supijati, *Wawancara*, 14 Maret 2022

untuk kemasan produk gitu belum ada inovasi mbak, dari awal saya bikin desain untuk kemasannya supaya lebih menarik dan pembeli juga langsung tau kopi ini produk saya terus membuat orang percaya kalau kopi saya kopi murni karena saya juga memberi tulisan 100% kopi murni, sama saya kasih sendok di kemasannya untuk menambah nilai jual dan ketertarikan pembeli ke produk saya. Kalau awalnya itu saya per bulan menggiling kopi sekitar 70 kilogram sekarang per bulannya bisa menggiling 90 kilogram. Dan untuk harganya sendiri 1 ons itu Rp. 8.000, ¼ kilogram Rp. 17.500.½ kilogram Rp. 35.000 jadi sekarang penghasilan per bulannya sekitar Rp. 6.000.000 mbak.²²

Hal lain juga disampaikan oleh bapak Ratno selaku pemilik UMKM kerajinan kulit tentang inovasi dan penghasilannya sebelum dan sesudah diterapkannya modal sosial sebagai berikut:

Inovasinya belum ada mbak dari awal buat yang biasa pakai pola terus di cat pakai cat kayu yang mengkilap itu. Kalau penghasilan itu saya kan buatnya satu tahun sekali mbak karena usaha saya kan juga masih terbilang kecil dan hanya membuat kalau ada orang pesan aja, 1 produk wayang kulit itu saya jual sekitar Rp. 250.000 paling murah tergantung bentuk, warna dan kesulitannya mbak. 1 tahun terjual 2 sampai 4 buah saja mbak tergantung pesanan tapi ya banyak sepinya mbak.²³

Disampaikan juga hal yang hampir serupa oleh bapak Denis selaku pemilik UMKM ternak burung puyuh sebagai berikut:

Kalau inovasi itu saya lebih ke kandangnya mbak awalnya dulu cuma pakai kandang yang tidak terpakai jadi seadanya dulu dan terlalu sempit yang cuma bisa menampung sekitar 1.000 ekor burung puyuh, terus lama-lama ada rejeki sedikit bikin kandang baru yang lebih layak dan luas sekarang bisa menampung 2.000 ekor lebih burung puyuh. Inovasi ke kandang ini supaya bisa

²² Mujiyanto, *Wawancara*, 14 Maret 2022

²³ Ratno, *Wawancara*, 14 Maret 2022

menampung lebih banyak burung puyuh lagi mbak dan untuk mendapatkan kualitas telur burung puyuh yang bagus. Kalau penghasilan sih awalnya sekitar 3 jutaan mbak, kalau sekarang per bulan 4,5 juta itu sudah bersih mbak di potong biaya listrik untuk lampu, kipas 24 jam dan pakan.²⁴

Hasil wawancara dengan pelaku UMKM keripik tempe ibu Parmi tentang inovasi sebelum dan sesudah dilakukannya modal sosial adalah sebagai berikut:

Inovasi saya nggak ada mbak kemasannya cuma pakai plastik bening biasa aja, kalau produknya awalnya cuma keripik tempe aja terus tambah lempeng gaplek dan beras. Saya sekarang produksinya 1 minggu sekali mbak untuk keripik tempe sekitar 2 kilogram aja. Untuk penghasilannya nggak bisa ngitung mbak soalnya ya cukup buat produksi lagi, kalau biasanya keripik tempe 1 minggu terjual 2 kilogram, lempeng gaplek 40 bungkus, lempeng beras, 60 bungkus. Dan tidak pasti mbak kalau agak banyak itu ya kalau ada orang pesan.

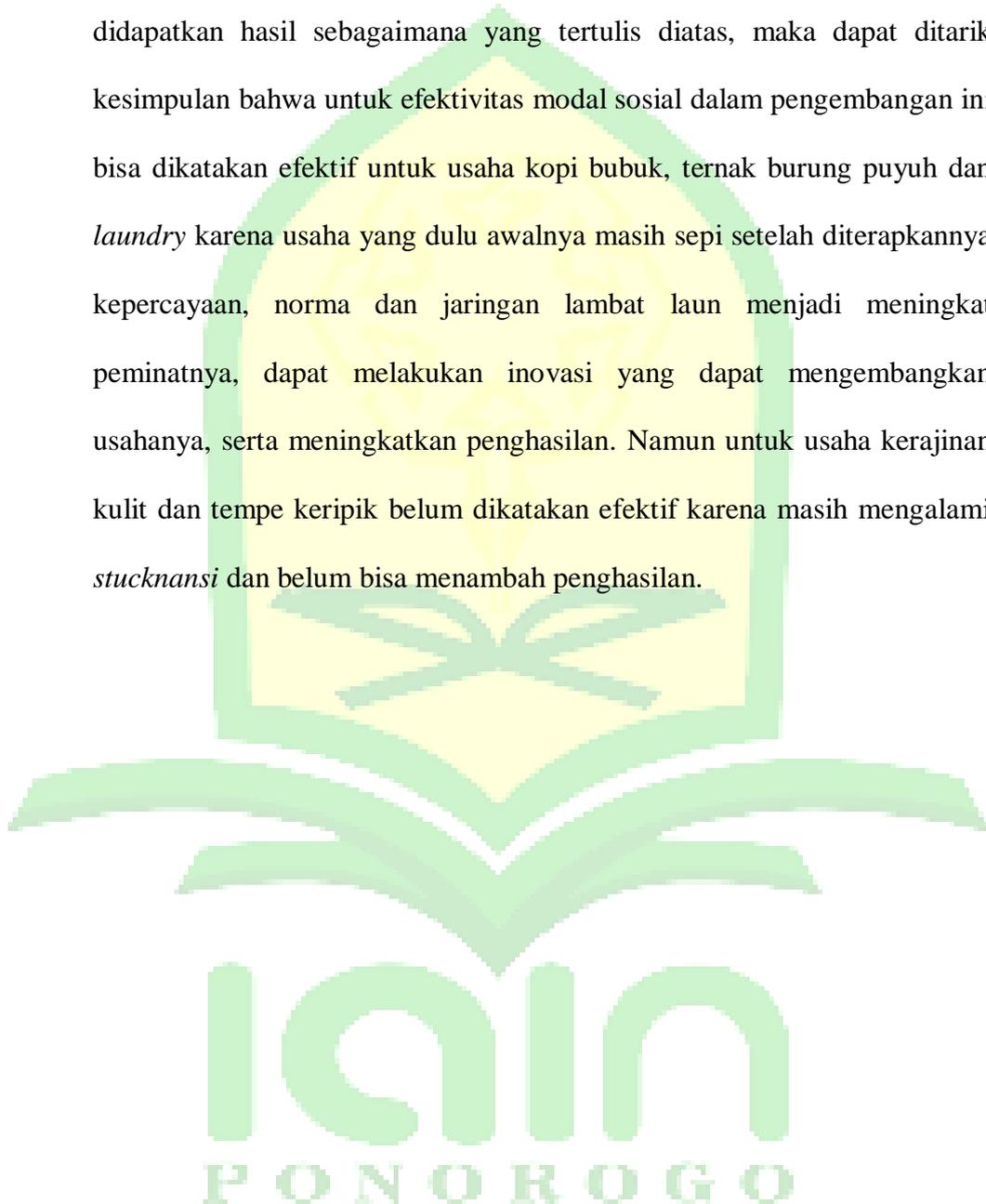
Ibu Wahyu selaku pemilik UMKM *laundry* juga menyampaikan pendapatnya tentang inovasi yang dilakukan sebelum dan sesudah adanya modal sosial sebagai berikut:

Usaha jasa saya ini saya buka di rumah mbak dan awalnya hanya saya dan suami saja yang mengerjakan semua pekerjaan, lambat laun dengan adanya jaringan dan mitra yang menjadi pelanggan usaha saya sedikit-sedikit mulai ramai konsumen, sampai akhirnya saya dan suami tidak sanggup mengerjakannya sendiri atau kewalahan mbak akhirnya saya memperkerjakan karyawan dari luar daerah dan tetangga saya sendiri. Dulu menggunakan sistem pelanggan datang mengantar baju dan mengambilnya sendiri, tetapi sekarang saya juga menyediakan jasa antar dengan tambahan biaya tentunya jika jaraknya cukup jauh.

²⁴ Denis, *Wawancara*, 15 Maret 2022

Untuk penghasilannya bersih dulu sekitar 1,5 juta mbak per bulansekarang 2,5 juta per bulan.²⁵

Setelah melakukan wawancara dengan para pelaku UMKM telah didapatkan hasil sebagaimana yang tertulis diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk efektivitas modal sosial dalam pengembangan ini bisa dikatakan efektif untuk usaha kopi bubuk, ternak burung puyuh dan *laundry* karena usaha yang dulu awalnya masih sepi setelah diterapkannya kepercayaan, norma dan jaringan lambat laun menjadi meningkat peminatnya, dapat melakukan inovasi yang dapat mengembangkan usahanya, serta meningkatkan penghasilan. Namun untuk usaha kerajinan kulit dan tempe keripik belum dikatakan efektif karena masih mengalami *stucknansi* dan belum bisa menambah penghasilan.



²⁵ Wahyu, Wawancara, 16 Maret 2022

BAB IV

ANALISIS MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI DESA KLOROGAN KECAMATAN GEGER KABUPATEN MADIUN

A. Analisis Implementasi Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM di Desa Klorogan

Modal sosial merupakan salah satu instrumen penting yang sangat memiliki pengaruh terhadap kehidupan masyarakat secara sosial dan ekonomi. Modal sosial sendiri merupakan sebuah modal selain dalam bentuk uang yang berpengaruh dalam pengembangan usaha dan pertumbuhan ekonomi. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Fadilla Azhari bahwa modal sosial selalu memiliki hubungan baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap suatu keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha ini tidak hanya dapat dilihat dari peningkatan perekonomian saja namun juga dapat dilihat dari pengembangan usaha, keberlanjutan usaha, pemberdayaan anggota dan kesejahteraan anggota.¹

Para pelaku usaha di Desa Klorogan ini berusaha melakukan berbagai upaya dalam melakukan pengembangan usahanya guna dapat lebih menarik lagi para konsumen untuk membeli produk yang dibuat maupun jasa yang ditawarkan. Dengan banyaknya konsumen yang membeli dan menggunakan jasa dari UMKM yang ada di Desa Klorogan ini diharapkan dapat mengembangkan usaha tersebut dan menyejahterakan

¹ Fadilla Azhari, Skripsi: “Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah”, (Malang: UB, 2017), 67.

perekonomian masyarakat. Para pelaku UMKM ini sedang melakukan beberapa unsur dari modal sosial antara lain kepercayaan (*trust*), norma (*norms*) dan jaringan (*networking*).

Hal ini sesuai dengan pernyataan John Field bahwa unsur-unsur modal sosial adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan (*trust*)

Hubungan berbasis kepercayaan antara pengusaha dapat membantu mengimbangi risiko ini dan dapat mengurangi berbagai biaya transaksi terutama biaya hukum untuk perlindungan paten, dan biaya penelitian untuk mengidentifikasi teknologi yang relevan, dan biaya untuk menjadi barang yang dapat digunakan.²

Hasil yang didapat dari penelitian lapangan dengan menggunakan teknik wawancara kepada para pelaku UMKM di temukan bahwa modal sosial kepercayaan ini berupa kepercayaan terhadap sesama pelaku usaha atau pemasok bahan baku dengan cara membayar bahan-bahan yang dibutuhkan secara tepat waktu, kedua yaitu kepercayaan kepada pemasok bahan baku bahwa bahan yang dijualnya jelas bahan yang terbaik untuk mendukung proses produksi usaha, ketiga kepercayaan berupa kejujuran kepada pembeli terhadap produk yang dihasilkan seperti menggunakan bahan-bahan murni tanpa campuran hal itu pemilik UMKM akan membuktikan kepada pembeli bahwa produk yang dijual adalah sesuai dengan yang disampaikan pada saat

² John Field, *Social Capital*, terj. Nurhadi, (Bantul: Kreasi Wacana Offset, 2010), 87.

tawar-menawar, ketika pembeli sudah mencoba dan merasa percaya dengan produk yang dijual maka pembeli merasa percaya dan akan melakukan pembelian ulang hal itu pun dapat menambah pelanggan di pasaran dan merk usaha dagang pun semakin dikenal, keempat percaya dengan hubungan antar teman lama serta percaya melalui hubungan keluarga.

Rasa saling percaya merupakan elemen modal sosial yang paling berpengaruh dalam terciptanya kerjasama dan informasi serta ketaatan pada aturan atau norma yang telah disepakati bersama. Hal ini disebabkan para pelaku usaha merasa saling terbantu, aman, saling memberi informasi, merasa percaya. Rasa saling percaya dalam suatu komunitas merupakan harapan yang tumbuh dalam masyarakat yang ditunjukkan dengan adanya perilaku jujur, kerjasama, saling percaya, sepeham, dan adanya norma-norma yang diyakini. Rasa percaya akan memudahkan terjalinnya kerjasama.

2. Norma (*norms*)

Norma menyediakan seperangkat norma dan sanksi yang memungkinkan individu bekerjasama untuk memperoleh manfaat timbal balik, dan dengan sedikit saja atau tanpa sama sekali sisi gelap.³ Bentuk norma yang dilakukan oleh para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan ini antara lain saling menghormati, saling menghargai, kesopanan, kejujuran, ramah tamah

³ Ibid., 45.

baik kepada masyarakat, sesama pelaku usaha maupun karyawan serta mengikuti kegiatan yang ada pada masyarakat untuk tetap menjaga hubungan baik dan tidak dikucilkan oleh masyarakat.

Norma terhadap sesama masyarakat sudah dilakukan dengan cukup baik karena kita hidup berdampingan, dari hasil penelitian pada bab sebelumnya ada usaha yang proses produksinya menggunakan mesin, maka dalam proses produksi menggunakan mesin juga harus tepat waktu supaya tidak mengganggu kenyamanan masyarakat sekitar.

Norma memiliki akibat jika aturan dilanggar maka akan berpengaruh terhadap keberlangsungan dan hasil produksi perusahaan. Jika norma lemah maka perkembangan perusahaan tidak optimal. Aturan tidak membatasi ruang pengusaha untuk bisa bergerak, tetapi aturan telah menjadi lebih terstruktur daripada sewenang-wenang.

3. Jaringan (*networking*)

Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja sama antar satu sama lain dan tidak sekadar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik.⁴ Dari hasil wawancara dengan para pelaku UMKM di Desa Klorogan diperoleh hasil bahwa unsur jaringan ini memberikan peluang untuk melakukan kerjasama dan memperluas jaringan pasarnya, kedua jaringan ini memanfaatkan hubungan teman dan kekeluargaan bagi teman atau keluarga yang sedang membutuhkan

⁴ Ibid., 18.

pekerjaan jadi dapat digunakan juga sebagai wadah penyerapan tenaga kerja serta untuk memperluas jaringan informasi, ketiga sebagai penetapan mitra usaha dan pemasok ini memudahkan bagi pemilik UMKM untuk mendapatkan bahan baku dalam proses produksi.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa implementasi modal sosial yang dilakukan oleh para pelaku usaha di Desa Klorogan berupa kepercayaan terhadap teman, kerabat, kekeluargaan, norma berupa saling menghormati antar sesama, berperilaku jujur, menjalin kesepakatan kerjasama, yang terakhir adalah jaringan berupa kemitraan dan keagenan.

B. Analisis Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM di Desa Klorogan

Efektivitas adalah hubungan antara keluaran dan tujuan atau sasaran yang juga dapat dikatakan untuk mengukur tingkat output, kebijakan dan prosedur organisasi. Efektivitas juga terkait dengan tingkat keberhasilan beroperasinya sektor publik sehingga suatu kegiatan disebut efektif bila ini memiliki dampak yang signifikan pada kemampuan untuk memberikan layanan komunitas adalah target yang ditetapkan.⁵

Modal sosial yang sudah dimiliki oleh kelompok masyarakat memberikan dorongan bagi kelompok usaha itu sendiri untuk menjadi lebih berkembang. Pinjaman modal dan solidaritas tinggi para pelaku usaha memang membantu anggota secara finansial, baik untuk kebutuhan

⁵ Beni Pekei, *Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi*, (Jakarta Pusat : Taushia, 2016), 69.

mereka modal usaha pribadi atau tambahan. Modal finansial ini dapat digunakan dalam hal menginovasi produk-produk usaha yang diharapkan dapat lebih menarik pelanggan dan bertambahnya pesanan. Modal sosial adalah ukuran kompetensi, solidaritas dan kemampuan individu atau masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam hal kerjasama pelaku UMKM di Desa Klorogan ini saling melibatkan seluruh masyarakat, termasuk pelaku usaha, pembeli, pemasok bahkan keluarga dan teman. Kegiatannya erat kaitannya dengan modal sosial yang tertanam. Pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran interaksi itu sendiri.

Hasil dari interaksi antar warga tersebut seperti terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Secara individual, interaksi terjadi jika relasi intim antar individu terbentuk satu sama lain yang kemudian melahirkan ikatan emosional. Individu-individu yang ada di Desa Klorogan ini mempunyai modal sosial masing-masing yang dapat digunakan untuk mencapai kepentingan pribadinya melalui suatu perkumpulan sosial yang ada di masyarakat. Seperti kegiatan rutin yang dilakukan oleh para pelaku usaha yaitu mengadakan arisan, yasinan rutin, senam pagi, kerja bakti dan saling tolong menolong bila ada anggota yang terkena musibah. Dalam kegiatan sosial yang ada di Desa Klorogan ini, kepercayaan muncul karena hubungan keluarga, teman, sesama pedagang dan lain sebagainya. Ini sudah membentuk kepercayaan tersendiri bagi

para pelaku usaha. Struktur sosial yang telah terjalin antar sesama anggota dijadikan sebagai modal sosial bagi individu.

Dilihat dari hasil yang didapatkan dari wawancara langsung dengan para pelaku UMKM di Desa Klorogan ini bahwa modal sosial sudah dilakukan dengan cukup baik, seperti saling percaya dengan antar pelaku usaha, pemasok bahan baku dan pembeli. Hal itu dapat menjadikan perkembangan usaha karena pembeli percaya dan akan melakukan pembelian dan menggunakan ulang jasa dan usaha yang ada, serta akan meningkatkan penghasilan pemilik usaha maka lama-kelamaan akan melakukan inovasi produk dan jasa yang digeluti guna menambah nilai jual, menarik pembeli dan daya saing yang tinggi di pasaran.

Namun juga terdapat beberapa usaha yang jaringannya belum terlaksana dengan efektif dikarenakan menurut peneliti untuk usaha kerajinan kulit kulit dari usaha dan produknya sendiri masih kurang dibanding dengan usaha lainnya seperti kerapian dan kreatifitasnya jadi kurang menarik dari UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) lainnya. Seharusnya lebih meningkatkan lagi kualitas dan kuantitas produknya agar bisa bekerjasama dengan para pengepul atau pengrajin lain. Dan untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) keripik tempe agar bisa memberikan sebuah inovasi terhadap produk maupun kemasannya, kemasan yang berlabel tentu akan mudah dikenali oleh para konsumen di pasaran. Maka untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang belum terlaksana dengan efektif untuk lebih ditingkatkan lagi kerjasama

dan menjalin hubungan dengan baik antara pemasok bahan baku, pembeli dan pelaku usaha lainnya serta lebih meningkatkan lagi kualitas dan kuantitas UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang dimiliki.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa bentuk modal sosial dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Klorogan adalah kepercayaan, norma dan jaringan. Kepercayaan yaitu berupa percaya terhadap antar pelaku usaha, percaya terhadap pembeli, percaya terhadap pemasok, percaya dengan mitra dekat karena mudah dipantau, percaya dengan mitra jauh karena hubungan teman dan keluarga. Norma yaitu berupa norma kesopanan, saling menghormati, saling menghargai perbedaan pendapat, kejujuran, serta mematuhi peraturan yang ada walaupun tidak tertulis dan mengikuti kegiatan masyarakat supaya tetap menjaga hubungan baik. Jaringan yaitu berupa memperluas jaringan pemasaran, jaringan mitra usaha, jaringan kekeluargaan untuk penyerapan tenaga kerja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah peneliti lakukan pada bab sebelumnya dan setelah dilakukannya penelitian mengenai Efektivitas Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM di Desa Klorogan, Kecamatan Geger, Kabupaten Madiun, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Implementasi modal sosial yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Desa Klorogan, yaitu pertama kepercayaan dalam membantu menjaga hubungan dengan baik antar mitra dagang, antar pelaku usaha, pembeli serta memudahkan dalam hal pengadaan bahan baku berdasarkan hubungan teman, kerabat dan keluarga. Kedua norma tidak tertulis yang berpengaruh terhadap kelancaran kerjasama antara pemilik usaha dengan karyawan, pemasok bahan baku dan mitra dagang. Ketiga jaringan berperan dalam hal membantu proses pemasaran, memberi kontribusi dalam proses produksi, memudahkan mendapatkan tambahan modal finansial dari lembaga keuangan.
2. Untuk UMKM lain sudah efektif karena usaha bisa meningkatkan pendapatan mereka melalui unsur kepercayaan, norma dan jaringan yang telah dilakukan, tetapi masih ada beberapa yang belum efektif dikarenakan belum optimalnya penggunaan jaringan karena produk yang dihasilkan

adalah kerajinan yang tidak semua orang membutuhkan, dan produk makanan yang mengalami persaingan dengan produk yang sama.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai modal sosial dalam pengembangan UMKM di Desa Klorogan maka penulis ingin mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini mengkaji bentuk modal sosial yang dimiliki para pelaku usaha karena suatu kesamaan sehingga modal sosial dapat dijadikan alat dalam mengembangkan usaha mereka. Karena dengan adanya modal sosial maka para pelaku usaha ini akan semakin kuat dan efektif dalam mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat membahas fenomena yang sama dengan perspektif yang lain.

2. Bagi para pelaku usaha di Desa Klorogan

Bagi para pelaku usaha di Desa Klorogan akan lebih baik jika saling memberikan dan menuangkan ide-ide yang baru dalam hal mengembangkan dan inovasi produk-produk yang dibuat dengan harapan agar usaha dan produknya lebih dilirik dan diminati oleh konsumen sehingga memiliki daya saing tinggi.

P O N O R O G O

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku:

- Coleman, James S. 2008. *Foundations of Social Theory*, Terjemahan Imam Muttaqien. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Field, John. 2010. *Social Capital*, Terjemahan Nurhadi. Bantul: Kreasi Wacana Offset.
- Hasbullah, Jousairi. 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya ManusiaIndonesia)*. Jakarta: MR-United Press.
- Hasibuan, Malayu. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2014. Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Pandji, Anoraga. 2007. *Manajemen bisnis*. Cetakan keempat. Jakarta: Reineka Cipta.
- Pekei, Beni. 2016. *Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerahdi Era Otonomi*. Jakarta Pusat : Taushia.
- Putnam, Robert D. 2006. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Santoso, Thomas. 2020. *Memahami Modal Sosial*. Surabaya: CV Saga Jawadwipa.
- Siagian, Sondang P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Steers, Richard M. 1985. *Efektivitas Organisasi Kaidah Perilaku*, Terjemahan Magdalena. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Yustika, Ahmad Erani. 2008. *Ekonomi Kelembagaan (Definisi, Teori dan Strategi)*. Malang: Bayumedia Publishing.

Referensi Jurnal dan Artikel Ilmiah:

Azhari, Fadilla. 2017. Skripsi: "Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah". Universitas Brawijaya Malang.

Hasan, Asyari. 2011. *Peran Dan Fungsi Modal Sosial Dalam Pengembangan Bank Perbankan Syariah*. JURIS Volume 10, Nomor 1.

Istiharoh, Mirsa. "Peran Modal Sosial Pada Masyarakat Industri Rumahan Kerajinan Bandol Di Desa Kabunan, Kecamatan Dukuhwaru, Kabupaten Tegal", *Skripsi* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016).

Mahendra, Suka. 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, Volume 3, Nomor 2.

Mc Elroy, Mark W., Jorna, Rene J., and Engelen, Jo Van. 2006. Rethinking Social Capital Theory: A Knowledge Management 16 Perspective. *Journal of Knowledge Management*. Volume 10. Nomor 5.

Nasution, Atikah Marwa. 2018. *Pemanfaatan Modal Sosial Sebagai Strategi Pedagang Sekitar Kalijodo Pasca Penggusuran*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Pariyem. 2019. *Variabel Determinant Pengembangan UMKM di Pasar Sronдол*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang.

Putri, Kartika, dkk. 2014. *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentral Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo Jawa Timur)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Riyanti, Galuh Astika. 2020. *Identifikasi Modal Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Watu Ledhek*. Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Saragih, Nurul Hafnida. 2018. *Hubungan Modal Sosial (Social Capital) Kelompok Tani dengan Produktivitas Petani Padi*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Sudaryanto. 2011. *The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income : Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness*. International. Journal of Education and Development JEDICT, Volume 7. Nomor 1.

Sumarni, Sri. 2011. *Modal Sosial Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Sekolah*. Jurnal Pendidikan Agama Islam. Volume 8. Nomor 1.

Supono, Boedyo. 2011. *Peranan Modal Sosial dalam Implementasi Manajemen dan Bisnis*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Volume 11. Nomor 1.

Suryono, Agus. 2012. *Peranan dan Pemanfaatan Modal Sosial dalam Pengembangan Klaster Studi Pada Klaster Cor Logam Ceper-Klaten Jawa Tengah*. Disertasi Universitas Kristen Satya Wacana.

Suwartiningsih. 2017. *Peran Modal Sosial Pada Buruh Gendong Dengan Pedagang Dan Pembeli Di Sub Terminal Agribisnis Jetis Bandungan*, Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin KRITIS. Volume 26. Nomor 2.

Widyawan, Yosef Galih. 2020. *Analisis Modal Sosial: Peran Kepercayaan, Jaringan, Dan Norma Terhadap Inovasi UMKM Batik*. Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Referensi Internet:

Hartarto, Airlangga. 2021. Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat->

[umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/](#). (diakses tanggal 16 Januari 2022, jam 18.05).

Mintarti, Nana. Modal Sosial, Pembangunan Komunitas Madani dan Peran Amilin. 2003. <http://www.masyarakatmandiri.org/>. (diakses pada tanggal 15 Januari 2022, jam 10.20).

Riadi, Muchlisin. Pengertian, Komponen, Fungsi Dan Jenis Modal Sosial. <https://kajianpustaka.com//>. (diakses pada tanggal 07 April 2022, jam 7.49).

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008.

Wawancara

Observasi, 1 Maret 2022.

Mujianto, *Wawancara*, 14 Januari 2022, 14 Maret 2022.

Supijati, *Wawancara*, 13 Januari 2022, 14 Maret 2022.

Ratno, *Wawancara*, 14 Januari 2022, 14 Maret 2022.

Denis, *Wawancara*, 15 Maret 2022.

Parmi, *Wawancara*, 15 Maret 2022.

Wahyu, *Wawancara*, 16 Maret 2022.

