



## Modal sosial upaya peningkatan kinerja usaha kecil mikro keripik tempe sanan kota Malang

Fitrotun Nikmah<sup>1</sup>, Farida Rahmawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

<sup>1</sup>[fitrotun.nikmah.1804326@students.um.ac.id](mailto:fitrotun.nikmah.1804326@students.um.ac.id), <sup>2</sup>[farida.rahmawati.fe@um.ac.id](mailto:farida.rahmawati.fe@um.ac.id)

### Info Artikel

#### Sejarah artikel:

Diterima 1 Februari 2022

Disetujui 6 Februari 2022

Diterbitkan 20 Februari 2022

#### Kata kunci:

Modal Sosial, Kinerja Usaha, UKM

#### Keywords:

Social Capital, Business

Performance, SMEs

### ABSTRAK

Tujuan penelitian yang dilakukan guna mengidentifikasi bentuk..penerapan modal sosial dan hambatan pelaku usaha mikro kecil keripik tempe sanan dalam peningkatan kinerja usaha untuk keberlangsungan usahanya. Penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang di peroleh dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang didapatkan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Sumber data berasal dari informan pelaku UMK makan ringan khas malang yaitu keripik tempe sanan sejumlah 8 orang. Informan telah bergabung dalam sektor ini sekurang-kurangnya 2 tahun sebagai pekerjaan utama. Didapatkan hasil penelitian yang dianalisa bahwa terdapat modal sosial yang dimiliki kelompok industri keripik tempe sanan berupa kepercayaan, jaringan sosial, dan norma. Kepercayaan dan norma merupakan hal yang paling besar mempengaruhi UMK adanya rasa percaya dan norma dengan pelaku usaha lainnya, dan pihak eksternal seperti pelanggan, supaliyer, dan masyarakat lainnya. Pelaku usaha memiliki jaringan sosial yang sangat bagus dan luas untuk mendukung kegiatan usahanya. Akan tetapi, masih ada berbagai keterbatasan dan hambatan bagi pelaku baik secara eksternal maupun internal.

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to identify the forms of application of social capital and the barriers to micro and small businesses of Sanan tempe chips in improving business performance for the sustainability of their business. Qualitative research used in this study. The data obtained in this study are qualitative data obtained through in-depth interviews, observation and documentation. The source of the data came from the informants of the UMK perpetrators of Malang's typical light meal, namely tempeh chips, Sanan as many as 8 people. Informants have joined this sector for at least 2 years as their main job. The results of the research analyzed that there is social capital owned by the tempe-sanan chip industry group in the form of trust, social networks, and norms. Trust and norms are the things that most influence MSEs, the existence of trust and norms with other business actors, and external parties such as customers, suppliers, and other communities. Business actors have a very good and wide social network to support their business activities. However, there are still various limitations and obstacles for actors both externally and internally.*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Sektor informal adalah sektor yang mampu menekan angka pengangguran atau setengah pengangguran di Indonesia karena bisa memberdayakan tenaga kerja dengan keterampilan yang tinggi namun pendidikan rendah (Suradi, 2011). Menurut (Nainggolan, 2020) Pada tahun 2018, pelaku usaha di Indonesia kisaran 64,2 UMKM atau 99,99% . Dengan 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja UMKM dunia usaha. Selanjutnya kisaran 61,1% kontribusi UMKM pada ekonomi nasional (PDB) dan sisanya pelaku usaha besar dengan 38,9% dengan jumlah 5.550 atau hanya 0,01% dari total pelaku usaha. Yang menjadi salah satu peluang yang menjanjikan di Indonesia adalah UMKM, sehingga perlu perhatian dari pemerintah. Menurut (Hadiyati, 2011) Terdapat kelemahan dan masalah pada UMKM yaitu modal yang kurang, pemasaran yang sempit, daya saing yang ketat, minimnya bahan baku produksi, tenaga ahli produksi yang kurang kompeten, ketrampilan manajerial (SDM) yang belum memenuhi, dan pengelolaan manajemen akuntan bidang keuangan dan akuntansi yang masih belum tepat.

Usaha kecil mikro menjadi tolak ukur ekonomi suatu daerah, salah satu daerah adalah Kota Malang menjadikan sebuah UMKM berkembang begitu pesat. Pengolahan data yang di sampaikan oleh Dinas koperasi perindustrian dan perdagangan usaha mikro kecil di Kota Malang yang berkembang memperlihatkan fluktuatif tiap tahunnya. Pada tahun 2021 tercatat 9000 lebih usaha mikro kecil telah terdaftar. Salah satu UMKM yang berkembang dan bertahan di kota Malang adalah sentra industri keripik tempe sanan. Dimana UMKM ini sudah dikenal luas bahkan sampai keluar kota, dimana adanya kesamaan produk yang diperjual belikan oleh pelaku usaha di kampung sanan, maka dari itu menimbulkan persaingan yang kompetitif dalam penjualan. Dalam mempertahankan usaha dengan jumlah pesaing yang meningkat tidak hanya butuh modal finansial. Peningkatan jumlah UMKM harus disertai dengan peningkatan kinerja bisnis oleh UMKM maka berbagai potensi para pelaku usaha tumbuh dan juga pengembangannya menjadi bisnis besar. Kinerja bisnis dipengaruhi oleh banyak faktor (Felicio et al., 2014). Salah satu faktor yang memberi pengaruh kinerjanya yaitu modal sosial. Karena modal sosial sebagai modal entitas yang dapat dimanfaatkan dalam mendorong produktivitas (Wibowo, 1997)

(Andriani et al., 2020) mendefinisikan modal sosial sebagai keseluruhan hubungan jaringan sebuah perusahaan dengan perusahaan lain. Dalam suatu organisasi modal sosial mempunyai bagian yang besar dalam peningkatan usaha dalam rangka menambah jiwa kewirausahaan guna usahanya dapat terus berjalan. Oleh karena itu, modal sosial adalah suatu modal yang wajib dimiliki pelaku UMKM. (Bontis, 1998) secara keseluruhan dalam dunia bisnis modal sosial merupakan modal yang menghubungkan keseluruhan stakeholder seperti konsumen, distributor, komunitas dan pemerintahan. Modal sosial jaringan hal yang penting dikembangkan dalam usaha mikro kecil (UMK) untuk keberlangsungan usahanya. Karena jaringan merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi untuk menambah inovasi yang diterapkan dan berdaya saing usaha dengan beragam industri. Modal sosial akan mempengaruhi produktivitas, daya saing dalam meningkatkan kinerja UMK karena mampu menggerakkan sumber daya fisik, sumberdaya keuangan, sumberdaya manusia. Putnam menjelaskan mempertahankan usaha butuh modal, tetapi juga yang berperan penting yaitu modal sosial (Field, 2010).

Sesuai dengan uraian yang dijelaskan, maka peran modal sosial sangat diperlukan segala kegiatan dalam bidang perekonomian. Sebagaimana pada sentra industri keripik tempe sanan, Kota Malang. Penelitian ini akan mengidentifikasi bentuk penerapan modal sosial dan hambatan pelaku usaha mikro kecil keripik tempe sanan dalam peningkatan kinerja usaha untuk keberlangsungan usahanya.

## **KAJIAN TEORI**

Kemampuan masyarakat dalam berbagai kelompok untuk berupaya menjalankan usahanya, guna mendapatkan tujuan yang diinginkan bersama. Oleh karena itu, salah satu faktor utama modal sosial dalam membangun mobilitas ide, kebersamaan, saling percaya dan memberi keuntungan guna kenajuan usahanya. Kebudayaan menjadikan aspek manusia tidak terkecuali aspek ekonomi tidak dapat dipisahkan dari Kehidupan ekonomi (Suharto, 2008) menguraikan modal sosial sebagai sumber yang muncul dari adanya hubungan antara manusia dalam suatu masyarakat. Modal sosial sebagai sumber daya didapatkan dari hasil interaksi dan kerjasama organisasi secara individu ataupun institusi yang mengakibatkan adanya ikatan emosional seperti rasa percaya, toleransi dan saling menghormati, hubungan sosial, norma masyarakat sebagai koordinasi dan kerjasama dalam meraih tujuan bersama. Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai jaringan norma kepercayaan sangat efektif digunakan untuk mencapai tujuan, rasa kebersamaan yang lebih diutamakan. Kebersamaan merupakan hal yang penting dalam modal sosial karena menjadikan seseorang yang berpartisipasi berusaha dalam mendapatkan tujuan yang diinginkan bersama.

Dalam penelitian (Putri, 2019) Menjelaskan bahwa modal sosial terbentuk karena hubungan yang sudah lama terjalin dan saling mengenal satu sama lain sejak lama. Hubungan ini dibangun karena di latar belakang dengan kejujuran, norma yang baik dan kepercayaan antar aktor didalamnya. Manfaat yang dirasakan pelaku usaha berupa jaringan sosial sangat berguna dalam keberlangsungan usaha kerajinan furniture karena dapat memperluas relasi, mempermudah pemasaran, mempermudah dalam hal mendapatkan bahan baku, serta hubungan antara individu terjalin dengan baik. Manfaat norma kualitas rotan terjamin dan persaingan berjalan dengan sehat, petani akan lebih berhati-hati

dalam mencari dan memperoleh bahan baku. Manfaat kepercayaan transaksi dan negosiasi antara pelaku usaha dan konsumen menjadi lancar serta bahan baku yang di dapatkan sangat memuaskan.

Hasil penelitian (Prasetyo & Harjanti, 2013) terhadap UMK di Jawa Timur menunjukkan bahwa UMK akan mudah memperoleh dukungan finansial dan nonfinansial dalam pengembangan usahanya apabila memperoleh bantuan maksimal dari berbagai pihak dalam modal sosial seperti kepercayaan dan jaringan. Dalam penelitian (Analia et al., 2019) menjelaskan bahwa modal sosial memberi pengaruh yang positif pada kinerja usaha mikro modal sosial jaringan (network) merupakan suatu kemampuan yang dimiliki setiap orang yang bersangkutan dengan jumlah relasi pelaku usaha. Sementara pada penelitian (Reny Dwi Astuti, Bambang Mursito, 2019) dan (Khoironi & Saskara, 2015) memperlihatkan modal sosial memberi pengaruh positif pada kinerja pemasaran.

(Lestari et al., 2018) meneliti modal sosial untuk kesejahteraan masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat modal sosial berupa jaringan (*Network*) desa donowarih mempunyai jaringan-jaringan dinas terkait dalam pengembangan wisata, dari indikator kepercayaan (*Trust*) masyarakat percaya bahwa wisata ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dari indikator norma (*norms*) belum ada norma yang mengatur tentang intraksi masyarakat dalam pengembangan wisata tersebut. (Andriani et al., 2020) menunjukkan bahwa modal sosial berpengaruh parsial terhadap kinerja bisnis UMKM.

(Stam et al., 2014) yang meneliti modal sosial UMKM. Dalam penelitian ini mereka berfokus terhadap analisa pengusaha dari tingkat individu. Bila dibanding perusahaan yang besar, pelaku usaha lebih terlibat langsung pada kegiatan perusahaan kecil sehari-hari, jadi pengusaha mempunyai peran utama serta dalam mengambil keputusan memiliki kuasa lebih besar. Modal sosial yang ada dalam individu setiap pengusaha dalam jaringan pribadi akan mempengaruhi kinerja UMKM.

Kinerja perusahaan merupakan factor umum yang menjadi ukuran dari pengaruh sebuah keputusan dan kebijakan perusahaan. Keputusan dan kebijakan selalu bertujuan untuk menghasilkan kinerja usaha yang baik. Dalam pengukuran kinerja usaha kita dapat mengetahui dari sisi jumlah dan ukuran yang sudah ditetapkan sesuai ukuran atau standart perusahaan atau organisasi. Karena hal tersebut berkaitan dengan peran organisasi dan pelakunya, lain hal kinerja organisasi adalah hasil yang dicapai dalam indikasi tingkat kinerja serta perilaku anggota organisasi. Untuk mengukur kinerja bisnis bisa dilihat dari banyak aspek-aspek, yaitu kinerja operasional, kinerja pemasaran, kinerja keuangan, dan kinerja sumberdaya manusia.

## **METODE PENELITIAN**

Metode kualitatif yang digunakan pada penelitian yang dilakukan berlokasi di Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Penelitian kualitatif adalah sebuah human instrument, dengan fungsinya penelitian yang dilakukan terfokus sesuai dengan yang sudah ditetapkan, dengan memilih narasumber atau informan dalam mendapatkan data observasi, metode pengumpulan data yang didapatkan dalam observasi, mengolah kualitas data, menganalisis dan mendapatkan kesimpulan dari objek yang diteliti, menurut Sugiyono (2010). Objek penelitian adalah pelaku usaha mikro kecil (UKM) pedagang makanan khas malang yaitu keripik tempe. Sumber data berasal dari 8 informan dengan kriteria UKM makanan ringan khas malang yaitu keripik tempe yang berada di industri keripik tempe sanan, dan informan telah berdagang dalam sektor usaha mikro tersebut sekurang-kurangnya selama dua tahun sebagai pekerjaan utama. Dengan melakukan wawancara guna mendapatkan data primer oleh pihak terkait seperti pedagang dan para karyawan yang direkam, kemudian dicatat. Dalam mendapatkan data informasi yang dibutuhkan, Ketika melakukan observasi dan pengumpulan data perlu adanya dokumentasi sebagai bukti terlampir bahwasanya kegiatan penelitian berjalan dengan berbagai keadaan.

Hasil data yang didapatkan dari informan akan dianalisa dengan teknik analisis interaktif dengan tiga tahap berupa reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Pada tahap reduksi data peneliti akan mengumpulkan semua data lalu akan diseleksi. Tahap kedua peneliti akan menyeleksi data yang sudah direduksi selanjutnya dianalisa menjadi sebuah deskripsi data dengan dasar teori modal sosial. Selanjutnya tahapan ketiga peneliti mengambil inti dari hasil penelitian yang dilakukan dengan data-data yang didapatkan dan dianalisa dalam bentuk deskripsi berupa kesimpulan. Maka Langkah berikutnya dilakukan verifikasi guna menguji validitas data yang didapatkan. Maka peneliti untuk lebih menyakinkan akan mengecek kembali catatan lapang yang tujuannya untuk penelusuran dan pematapan data kembali.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Bentuk Penerapan Modal Sosial dalam Kinerja UKM Keripik Tempe Sanan

Modal sosial UMKM keripik tempe sanan dibangun dengan hubungan yang terjalin antara pedagang dengan stakeholder lain yang saling berkepentingan. Modal sosial, sama halnya dengan modal lain, untuk mempertahankan usaha butuh modal, tetapi tidak modal sumberdaya dan finansial saja. Modal sosial mempunyai peranan terpenting kaitannya dengan dunia usaha dan aktivitas usaha. sesuai dengan dengan penjelasan Putnam modal sosial, salah satu sifat modal sosial adalah ketika modal itu bersifat produktif dan memungkinkan untuk mencapai tujuannya (Robert M.Z. Lawang, 2005)

Peranan modal sosial sangat penting untuk muncul ke permukaan. Modal sosial merupakan indikator dari kepercayaan (*trust*), norma, dan jaringan yang dibentuk dalam kegiatan ekonomi dengan pelaku usaha. yangmana akan menjembatani pelaku usaha dan kolega, pekerja dan konsumen dalam berhubungan dan bekerjasama untuk meningkatkan keberlangsungan usahanya. Sehingga modal sosial merupakan suatu modal UKM sentra industri keripik tempe sanan karena dengan adanya modal sosial kuat akan memberi keuntungan pada peningkatan kinerja usahanya.

Dalam melakukan aktivitas ekonomi pelaku usaha tentu mempunyai tujuan yang ingin diraih. Ketika pelaku usaha melakukan kegiatan usaha keuntungan adalah alasan yang ingin dicapai seluruh pengusaha. Sebagaimana juga usaha keripik tempe sanan, dalam menjalan usahanya setiap hari pelaku usaha menerapkan indicator modal sosail kepercayaan, norma dan jaringan dalam membantu dalam peningkatan kinerja usahanya.

#### 1. Kepercayaan

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada indikator modal sosial kepercayaan, sebagaimana pelaku usaha dengan pekerjanya memiliki sifat saling percaya satu sama lain. Dimana pelaku usaha mempercayai pekerjanya. Hal ini bisa dilihat ketika pemilik usaha tidak dirumah tetapi para pekerja tetap bekerja, bahkan para pekerja juga ada yang dipercaya untuk mengontrol pekerja lain. Jadi pemilik usaha tidak perlu mengontrol usahanya setiap hari. Mengenai harga keripik tempe pelaku usaha bersifat terbuka dan transparan dengan mitra usahanya. Mereka akan menginformasi mengenai perkembangan harga keripik tempe. Mereka juga memperkuat modal sosial kepercayaan dengan membuat keripik tempe dengan kualitas premium. Adanya produk yang diciptakan dengan berkualitas, dengan perlahan akan menumbuhkan citra merek dan secara langsung dapat meningkatkan kinerja bisnisnya masing-masing. Dyang menjadikan perusahaan memiliki nilai “jual” di mata rekan kerja. Maka baik konsumen atau kolega punya dasar sendiri kenapa mereka belakukan kerja sama usaha. indicator modal sosial kepercayaan menjadi hal yang penting untuk pelaku usaha dalam menjalin kerjasama dengan rekan kerjanya maupun konsumennya. Seperti yang dijelaskan Putnam bahwa kepercayaan atau rasa percaya merupakan poin penting dalam hidup bermasyarakat, guna mendapatkan suatu kepentingan dan tujuan yang sama, setidaknya atas dasar sikap bekerja sama dengan proses bersama saling mendorong serta tidak ada niatan untuk merugikan berbagai pihak yang bersangkutan (Hasbullah, 2006)

#### 2. Norma

Hasil penelitian dilihat terlihat ada indicator modal sosial berupa norma pelaku usaha ditunjukkan dari indikator norma, pengusaha keripik tempe memiliki nilai mengerti dengan para pekerja dalam pengolahan keripik tempe. Kasus hal ini dapat dilihat dengan adanya hadiah dan hukuman yang diberlakukan pengusaha keripik tempe kepada para pekerja, yangmana hadiah dan hukumannya itu memiliki bagian yang sama. Hal ini terbukti dengan adanya aturan seperti aturan pelanggaran oleh pekerja dan jam kerja yang semuanya bersifat lunak, Sanksinya hanya berupa teguran dan nasehat. Di sisi lain, pelaku usaha semaksimal mungkin untuk menggaji tepat waktu para pekerja, memberikan jaminan kesehatan setiap bulannya seperti cek kesehatan atau memberi uang untuk membeli obat, serta memberikan bonus kepada pekerja. Dalam hal urusan keluarga, ibadah dan sakit pelaku usaha juga memberikan kebebasan bagi pekerja. Dalam kondisi lain, pelaku usaha juga membuat prosedur atau peraturan yang bersifat tidak tertulis yang harus dipahami bersama antara *suplaiyer* dan konsumennya. Seperti kesepakatan tertentu tentang harga barang dan pengiriman barang sebelum transaksi penjualan. Pelaku usaha akan memberi jaminan waktu pengiriman atau distribusi produk keripik tempe ke pelanggan. Di sisi lain, pelaku usaha juga memberikan pemahaman kepada konsumen sebelumnya bahwa apabila sudah terjadi transaksi pembelian keripik tempe maka pembelian tidak bisa dibatalkan.

### 3. Jaringan Sosial

Dilihat dari kinerja usaha melalui indikator jaringannya, pengusaha keripik tempe mengerti pentingnya sebuah hubungan atau jaringan pada kegiatan usahanya. Dengan begitu terbukti pengusaha mempunyai jaringan dengan berbagai pihak rekan kerja. Jaringan sosial pelaku usaha dalam mempermudah pertukaran informasi tentang kesempatan kerja. Penguatan jaringan juga terlihat dari keikutsertaan pelaku usaha dalam organisasi. Keikutsertaan ini dapat memperluas pertemanan dan memperkuat jalinan persaudaraan. Dihasilkan suatu data dan penyelesaian dari penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa terbangun modal sosial jaringan mikro dan meso pada pelaku usaha sentra industri keripik tempe sanan.

Dalam indikator jaringan mikro dapat kita lihat dari kinerja produksi dan pemasaran. Jaringan mikro ini bersifat pribadi antara individu dengan individu, atau bisa dikatakan hubungan personal antara pelaku usaha dengan tetangga (sesama pelaku usaha keripik tempe) dan konsumennya. Di mana jaringan dengan pelaku usaha Keripik tempe sanan terbilang kuat. Karena ada empat sampai lima orang mereka dianggap teman baik yang dapat membantu mereka dan bekerja sama dalam hal apapun. Seperti kapan mereka memerlukan sesuatu seperti peralatan produksi keripik tempe dan masalah keuangan, mereka saling tolong menolong kepada mereka yang membutuhkan bantuan. Sama dengan jaringan dengan mitra bisnis bisa dikatakan cukup kuat karena mitra bisnis mereka terdiri dari berbagai latar belakang, apakah itu dari keluarganya yang tersebar dalam dan luar kota Malang. Dalam hal itu tidak mendajikan permasalahan, karena pelaku usaha adalah figur yang ramah dengan pihak lain yang mau bekerja sama memasarkan keripik tempe. Dalam kinerja produksi pengusaha memiliki supaliyer khusus untuk bahan baku keripik tempe mereka. Dari hasil penelitian mereka mengambil bahan baku dari koperasi "bangkit usaha" dan mereka mendapat kemudahan, karena pesanan mereka akan diantar sampai rumah. Di samping itu, jaringan pelaku usaha dalam kinerja pemasaran dapat dilihat dari hubungan konsumen dengan pelaku usaha terbilang kuat. Bisa dilihat dari tingkat pencapaian pelaku usaha mengutamakan kepuasan dari pelanggan. Mereka menyakini bahwa apabila mereka memberikan respon atau pelayanan yang baik, ramah dan cepat kepada konsumen dan pelanggan, tentu akan berdampak baik dan positif untuk keberlangsungan usahanya. Apabila pelanggan mereka puas, maka kemungkinan untuk menjadi pelanggan tetap mereka semakin besar. Sebagian dari mereka, juga menyakini bahwa apabila konsumen sudah berlangganan kepada mereka, yang selanjutnya mereka akan mempromosikan produk keripik tempe mereka terhadap orang terdekat. Maka akan memiliki efek jangka panjang berupa sikap kerjasama pembuatan jaringan baru dengan konsumen. dengan adanya penerapan prinsip kepuasan konsumen

Jaringan meso adalah hubungan yang dibangun antara pelaku usaha atau individu dengan stakeholder yang membantu kehadiran usaha kecil mikro (UKM) dalam hal ini dengan Lembaga pemerintahan dan organisasi-organisasi yang diikuti pelaku usaha. Jaringan sosial ini dapat dilihat dari hubungan pelaku usaha dengan koperasi yang ada wilayahnya sendiri yang baik dimana sebagian besar informan mengaku mengikuti organisasi seperti koperasi, paguyuban, pokdarwis disana sanan. Demikian halnya, hubungan antara pelaku usaha dengan pemerintah (Diskoperindag) Kota Malang, pemerintah telah memberikan bantuan peralatan dan pengembangan berupa pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Diskopindag serta mereka juga mengikuti pameran-pameran UKM yang diadakan oleh pemerintah dalam rangka untuk pengembangan usahanya.

#### **Hambatan Usaha Kecil Mikro Keripik Tempe Sanan Malang**

Meskipun dalam kehidupan sehari-hari pengusaha keripik tempe melakukan usahanya mempunyai modal sosial dengan cukup tinggi. Tetapi, penelitian ini ditemukan bahwa, modal sosial pelaku usaha kurang baik yang *pertama*, dalam kinerja pemasaran disebabkan, pelaku usaha sebagian besar menjualnya dengan dititipkan di tempat lain tanpa memanfaatkan media online untuk memasarkan produk keripik tempennya. Mereka hanya berjualan dirumah dan di toko masing-masing karena mereka beranggapan bahwa mereka sudah memiliki pelanggan tetap. Sesuai keterangan informan bahwa mereka hanya berjualan secara konvensional untuk memasarkan keripik tempe mereka.

*Kedua*, dalam kekuatan organisasi, jaringan sosial ini dapat dilihat dari hubungan pelaku usaha dengan koperasi yang ada wilayahnya sendiri itu baik tapi kurang optimal. Pelaku usaha sebagian besar mengaku mengikuti organisasi seperti paguyuban, pokdarwis dan koperasi. Tetapi

faktanya, dimana pelaku usaha bergabung di koperasi berlawanan tentang keanggotaan mereka dengan tingkat keterlibatan dan level keaktifitasan mereka dalam kegiatan koperasi. Hal ini disebabkan karena keanggotaan mereka statusnya anggota biasa tidak berada di level manajemen inti dari koperasi, sehingga keterlibatan mereka tidak terlalu terlihat. Kurangnya kesadaran tentang modal sosial dari anggotanya mengakibatkan kurang efektifnya kelompok ini dalam memanfaatkan anggotanya. Dalam hal lain Ada interaksi yang kurang baik hubungan antara palaku usaha dan diskopindag sebagai salah satu badan pemerintahan yang dapat diundang untuk bekerja sama dengan usaha keripik tempe mereke, mereka cenderung acuh tak acuh terhadap keberadaan pemerintah. Dimana sebagian besar pelaku usaha tidak pernah memberikan pendapat dan harapan atau perkembangan produknya juga pada pemerintah. Tidak hanya keengganan mereka untuk mengajukan bantuan dan berhadapan dengan pemerintah. Pelaku usaha menanti memberikan sosialisasi langsung, mereka juga beranggapan bahwa rumitnya semua prosedur dan persyaratan yang berhubungan dengan pihak pemerintah dan swasta.

*Ketiga*, Selain itu dalam kinerja keuangan, pelaku usaha juga tidak berani untuk meminjam uang dibank untuk pengembangan usaha karena skala usaha mereka kecil dan mereka mereka beralasan bahwa khawatir tidak bisa membayar setiap bulannya. Sebagian juga beralasan bahwa anak mereka sudah mengambil pijaman di bank, jadi mereka tidak mengambil pinjaman di bank. Menurut (Davidsson & Honig, 2003) mengatakan atas berlandasan kepercayaan seorang ibu akan memberikan informasi tentang pelanggan baru dan memberikan pinjaman dana yang potensial ke pada anaknya. Seharusnya pelaku usaha memanfaatkan dengan baik hubungan dengan pihak swasta dan pemerintah karena dengan itu pelaku usaha akan semakin berkembang dan dengan jaringan ini bisa menambah informasi dan inovasi produk mereka. Semakin kuat dan luas jaringan maka akan semakin besar manfaat dalam mendapat dukungan bisnis dari relasinya.

## KESIMPULAN

Modal sosial menjadi sumberdaya produktif bagi UKM Keripik Tempe untuk mencari berbagai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan dalam rangka pengembangan usahanya. Modal sosial dapat meningkatkan produktivitas dan efektivitas kinerja usaha, dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa modal sosial UKM keripik tempe sanan cukup tinggi meliputi kepercayaan, norma dan jaringan. Kepercayaan dan norma indicator modal sosial yang sangat berpengaruh dalam peningkatan kinerja UKM. Tetapi mereka tidak memanfaatkan dengan baik modal sosial tersebut diketahui masih ada hambatan untuk pengembangan usahanya. Modal sosial dapat memperluas pangsa pasar, mengakses informasi, membantu mendapatkan dan bekerjasama dengan Lembaga financial seperti bank, dan membantu mendapatkan sumber daya manusia. Jaringan mempunyai manfaat dalam mengembangkan kinerja usaha UKM. Semakin besar atau luas modal sosial yang di milikinya maka mereka akan mendapatkan manfaat atau kekuatan yang lebih dari relasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Analia, D., Syaukat, Y., Fauzi, A., & Rustiadi, E. (2019). Modal Sosial Modal sosial. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 3, 108–117.
- Andriani, F., Meilani, R., Pardede, C., & Ginting, W. (2020). COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 4, 274–281.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63–76. <https://doi.org/10.1108/00251749810204142>
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Felício, J. A., Couto, E., & Caiado, J. (2014). Human capital, social capital and organizational performance. *Management Decision*, 52(2), 350–364. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2013-0260>
- Field, J. (2010). *Modal Sosial* (I. R. Mudzir (ed.)). Kreasi Wacana.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>

- Hasbullah, J. (2006). *Sosial Kapital Menuju Keunggulan Budaya Manusia*. MR-United Press.
- Khoironi, F. E., & Saskara, I. A. N. (2015). Analisis Pengaruh Kurs Dollar, Inflasi, dan Produksi terhadap Ekspor Ikan Hias di Provinsi Bali. *E-Journal EP Unud*, 6(3), 337–361.
- Lestari, R. P., Nur, S., Musyaffa, L., & Latifatulhanim, Z. (2018). Analisis Modal Sosial untuk Kesejahteraan Masyarakat Lokal ( Studi pada Wisata Petik Jeruk di Dusun Borogragal , Desa Donowarih , Kecamatan Karangploso , Kabupaten Malang ) Social Capital Analysis For Welfare Local Community ( Study on the Tours Pick Oran. *Cakrawala Jurnal Litbang Kebijakan*, 12(1), 85–96.
- Nainggolan, E. U. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. djkn.kemenkeu.go.id.
- Prasetyo, T., & Harjanti, D. (2013). Modal Sosial Pengusaha Mikro Dan Kecil Sektor Informal Dan Hubungannya Dengan Kinerja Bisnis Di Wilayah Jawa Timur. *Agora*, 1(3), 1–4.
- Putri, R. A. (2019). Jaringan Sosial Antara Pengrajin Furniture Dengan Distributor Bahan Baku Rotan Di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 6, 12.
- Reny Dwi Astuti, Bambang Mursito, R. W. (2019). ANALISIS ORIENTASI PASAR, MODAL SOSIAL DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PEDAGANG DI PUSAT GROSIR SOLO No Title. *edunomika*, 03, NO 1, 7.
- Robert M.Z. Lawang. (2005). *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi*. FISIP UI Press.
- Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152–173. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002>
- Suharto. (2008). *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Alfa beta.
- Suradi, S. (2011). Peranan Sektor Informal Dalam Penanggulangan Kemiskinan. *Sosio Informa*, 16(3), 221–234. <https://doi.org/10.33007/inf.v16i3.50>
- Wibowo, R. H. (1997). Identifikasi peran modal sosial terhadap keberlanjutan usaha (Studi Kasus UMKM Keramik Dinoyo, Kota Malang). *ekonomi*, 15.