

**MODAL SOSIAL PADA PASAR MUSTOKOWENI DALAM
MENGEMBANGKAN UMKM DI YOGYAKARTA**



Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh:

Muh. Syahlan Riswandi

20102030009

Pembimbing:

Halimatus Sa'diyah, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP: 198904252020122009

PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGASAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-869/Un.02/DD/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : MODAL SOSIAL PADA PASAR MUSTOKOWENI DALAM MENGEMBANGKAN
UMKM DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUH. SYAHLAN RISWANDI R
Nomor Induk Mahasiswa : 20102030009
Telah diujikan pada : Selasa, 28 Mei 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Halimatus Sa'diyah, S.LKom, M.LKom
SIGNED

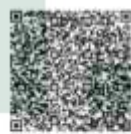
Valid ID: 98b6c8a27602



Penguji I

Siti Aminah, S.Sos.L, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68f6b0b6c6d



Penguji II

Ahmad Izudin, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 685f6b6726e



Yogyakarta, 28 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhamah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 685a6b67672

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta
Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muh. Syahlan Riswandi Risal
NIM : 20102030009
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Judul Skripsi : Modal Sosial Pada Pasar Mustokoweni Dalam Mengembangkan UMKM di Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 16 Mei 2024

Mengetahui:

Pembimbing



Halimatus Sa'diyah, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP: 198904252020122009

Ketua Prodi



Siti Aminah, S.Sos., M.Si

NIP: 19830811 201101 2 010

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh. Syahlan Riswandi R
NIM : 20102030009
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul; Modal Sosial Pada Pasar Mustokoweni Dalam Mengembangkan UMKM di Yogyakarta, adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 22 Mei 2024

; Menyatakan,



Muh. Syahlan Riswandi R

NIM. 20102030009

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kepada Ibu Halimatus Sa'diyah, S.I.Kom., M.I.Kom., (miss Diyah) dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih atas bimbingan, dukungan, dan inspirasi yang luar biasa sepanjang perjalanan penelitian ini. Tanpa bimbingan dan dorongan ibu, penelitian ini tidak akan mencapai titik ini.

Kepada Ibu Siti Aminah, S.Sos., M.Si., ketua prodi pengembangan masyarakat islam sekaligus dosen pembimbing akademik saya. Terima kasih atas panduan dan saran yang berharga dalam memandu langkah-langkah akademik saya di kampus. Kontribusi ibu telah memberikan arah yang jelas bagi saya sebagai mahasiswa.

Kepada seluruh bapak dan ibu dosen prodi pengembangan masyarakat islam yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu namanya. Terima kasih atas ilmu, wawasan, dan pengalaman yang telah bapak dan ibu bagikan. Kontribusi bapak dan ibu telah membantu memperkaya pengetahuan saya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

Kepada keluarga saya yang telah membesarkan dan selalu mendukung saya dengan segala cara. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan cinta tanpa syarat. Kalian adalah sumber kekuatan dan inspirasi yang tak ternilai harganya.

Kepada para sahabat, teman, serta rekan-rekan saya. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan humor yang telah menghidupkan perjalanan ini. Kalian telah membuat perjalanan ini menjadi lebih berwarna dan menyenangkan.

Semua yang tercantum di atas telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan penelitian ini. Tanpa kontribusi dan dukungan mereka, penelitian ini tidak akan terealisasi. Terima kasih atas segala yang telah kalian berikan.



MOTTO

“Masa-masa yang tidak bahagia ini menuntut pembangunan rencana yang dibangun dari bawah ke atas dan bukan dari atas ke bawah, yang menempatkan iman mereka sekali lagi pada orang yang terlupakan di dasar piramida ekonomi”¹

~Franklin D Roosevelt~

“Sebuah bisnis yang hanya menghasilkan uang adalah bisnis yang miskin”²

~Henry Ford~

“Hidup seperti sepeda, harus selalu dikayuh agar berjalan, dan jika engkau berhenti engkau akan terjatuh, maka hiduplah dengan produktif”³

~Prof. Dr.Ing. Ir. Bacharuddin Jusuf Habibie, FREng~

“You cannot grow what you don't measure”⁴

~Reymond Chin~

¹ Jagokata, “Pembangunan”, <https://Jagokata.com> diakses pada 28 Mei 2024.

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ Confrensi Binis online, dilihat kembali pada 5 Mei 2024.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah Tuhan alam semesta, ungkapan rasa syukur penulis atas segala nikmat serta hikmah yang dianugerahkan-Nya, segala hal yang penulis alami sampai saat ini merupakan pemberian yang tak ternilai harganya, membawa penulis sampai pada titik saat ini. Penelitian ini, Modal Sosial Pada Pasar Mustokoweni Dalam Mengembangkan UMKM di Yogyakarta, tidak akan berjalan dengan baik tanpa kemudahan dari-Nya. Tak lupa pula senandung sholawat dihaturkan kepada baginda nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan dan idola umat muslim.

Tulisan ini dibuat berdasarkan ketertarikan penulis terhadap dunia usaha, ketika proses menentukan judul, penulis sudah menetapkan hati untuk meneliti tentang dunia usaha atau UMKM. Setelah melewati berbagai proses seleksi dalam pemilihan judul, akhirnya diputuskan untuk memilih judul saat ini. Alasan penulis memilih Modal Sosial sebagai variabel independen dalam penelitian adalah karena ketertarikan penulis terhadap adanya prespektif modal yang unik dalam dunia usaha. Sedangkan alasan memilih Pasar Mustokoweni sebagai objek penelitian karena komunitas ini memiliki indikasi dominan memanfaatkan modal sosial dari pada modal finansial, sehingga penelitian terkait modal sosial dapat ditelaah lebih mendalam.

Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen pembimbing penulis sendiri Ibu Halimatus Sa'diyah, S.I.Kom., M.I.Kom. (miss Diyah) yang telah membimbing tulisan ini menjadi sangat lebih baik dari sebelumnya sampai pantas untuk dibaca oleh pembaca. Juga kepada mba Sarah Chandra sebagai pemimpin

Pasar Mustokoweni serta para pedagang didalamnya, yang menerima serta membantu berjalannya penelitian ini. Kepada keluarga penulis yang membantu memberika dukungan, kepada teman-teman yang saling berbagi ilmu pengetahuan, dan kepada seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini. Tanpa mengurangi nilai yang terkandung dalamnya, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, mohon maaf karena tidak menyebutkan nama secara rinci karena keterbatasan.

Terakhir penulis sadar betul bahwa tulisan ini memiliki banyak sekali kekurangan, karena itu penulis sangat berterima kasih atas kritik, saran, serta tanggapan dari para pembaca untuk membantu meluruskan serta mengembangkan penelitian ini.

Sekian, salam hangat dari penulis.

Yogyakarta, Mei 2024.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Muh. Syahlan Riswandi R, 20102030009. *Modal Sosial Pada Pasar Mustokoweni Dalam Mengembangkan UMKM di Yogyakarta, Skripsi*, Yogyakarta: Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pasar Mustokoweni adalah pasar mingguan di kota Yogyakarta. Pasar ini dapat bertahan setelah Covid-19, dimana beberapa pasar sejenis lain berhenti permanen, meski dengan finansial yang tidak banyak.

Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pasar ini dapat bertahan melalui perspektif modal sosial dan melihat bagaimana manajemen dalamnya, dengan menggunakan metode kualitatif studi kasus, analisis penjadwalan pola. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan rekam arsip. Validitas diuji dengan triangulasi sumber, teori, dan metode.

Hasil penelitian ini menunjukkan, dalam pengelolaan Pasar Mustokoweni pemimpinnya mengadopsi gaya kepemimpinan otokratik hal ini terlihat pada pemimpin yang menangani segala urusan manajerial seorang diri. Sedangkan untuk modal sosial yang nampak pada Pasar Mustokoweni, norma transparansi, jaringan kognitif, pola kepercayaan *ability trust*, resprosititas yang kurang nampak, dan sikap proaktif nampak pada pemimpin pasar.

Kata kunci: *Pasar, Pengembangan UMKM, Modal sosial.*

ABSTRAK

Muh. Syahlan Riswandi R, 20102030009. *Social Capital in Mustokoweni Market in Developing MSMEs in Yogyakarta, Thesis*, Yogyakarta: Islamic Community Development Study Program, Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Mustokoweni Market is a weekly market in the city of Yogyakarta. This market was able to survive after Covid-19, where several other similar markets stopped permanently, although with little financial.

Therefore, this study aims to find out how this market can survive through the perspective of social capital and see how its management, using qualitative methods of case studies, matchmaking analysis patterns. Data was collected through interviews, observations, documentation, and archival records. Validity is tested by triangulation of sources, theories, and methods.

The results of this study show, in the management of Mustokoweni Market the leader adopts an autocratic leadership style, this is seen in leaders who handle all managerial affairs alone. As for the social capital seen in the Mustokoweni Market, transparency norms, cognitive networks, *ability trust* patterns, less visible resprocity, and proactive attitudes appear in market leaders.

Keywords: *Market, MSME Development, Social capital.*

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGSAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| ABSTRAK | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I: PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| E. Kajian Pustaka | 7 |
| F. Kerangka Teori | 15 |
| G. Metode Penelitian | 40 |
| H. Sistematika pembahasan | 46 |
| BAB II: GAMBARAN UMUM PASAR MUSTOKOWENI | 47 |

| | |
|---|----|
| A. Kondisi Geografi | 47 |
| B. Profil Pasar Mustokoweni | 49 |
| BAB III: MODAL SOSIAL PADA PASAR MUSTOKOWENI DALAM | |
| MENGEMBANGKAN UMKM DI YOGYAKARTA | 53 |
| A. Pengelolaan Pasar Mustokoweni | 53 |
| B. Modal Sosial Pada Pasar Mustokoweni | 66 |
| BAB IV: PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 79 |
| B. Saran | 81 |
| Daftar pustaka | 82 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-------------------------------------|
| Gambar 1 Ilustrasi Modal Sosial..... | 39 |
| Gambar 2 Grafik analisis modal sosial | 40 |
| Gambar 3 Letak geografis Pasar Mustokoweni | 48 |
| Gambar 4 kegiatan grebeg pisang | 49 |
| Gambar 5 Kegiatan pasar rutin | 50 |
| Gambar 6 Denah letak stan pasar..... | 52 |
| Gambar 7 Poster kolaborasi dengan slowfood community..... | 61 |
| Gambar 8 Sarah sedang berada di stan pedagang..... | 64 |
| Gambar 9 Modal sosial pasar mustokoweni | 78 |
| Gambar 10 potret pedagang melayani pelanggan | Error! Bookmark not defined. |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1 Daftar unit usaha januari 2024 | 51 |
|--|----|

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar Mustokoweni adalah pasar bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) produk organik di daerah Yogyakarta. UMKM adalah unit usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu sesuai undang-undang tentang UMKM.¹ Ada tiga kategori unit usaha yang dibedakan berdasarkan omzet tahunan, yakni unit usaha mikro, kecil, dan menengah.² Pasar ini berdiri pada tahun 2016 dan menjadi ruang bagi UMKM yang masih berkembang atau belum memiliki toko fisik dengan berasosiasi bersama pedagang lainnya dan berinteraksi dengan konsumen secara langsung. Penggagas dari pasar ini adalah Sarah Chandra pengusaha yang awalnya berniat untuk membuat kegiatan khusus untuk mempertemukan konsumen dengan *supplier* atau pemasok bahan restoran miliknya. Hingga akhirnya dia membangun relasi dengan produsen produk-produk organik lainnya di Yogyakarta, dan terpikirkan untuk membentuk pasar produk organik yang awalnya berlokasi di daerah Sagan dan bernama Pasar Sagan, kemudian berpindah ke pelataran Mustokoweni The Heritage Hotel dan diberi nama Pasar Mustokoweni.³ Dengan hadirnya pasar ini, para pelaku UMKM memiliki

¹Asri Setiyani, T. Y, “Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo”, *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, (2022) hlm. 425-433.

² PP No 7 tahun 2021, tentang UMKM, Pasal 35 ayat 6.

³Akademi Kewirausahaan Masyarakat, “Pasar Mustokoweni: Wadah Sociopreneur Organik di Yogyakarta”, Diambil kembali dari AKM Indonesia:

wadah untuk bertemu dan dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen.

Setelah sekitar delapan tahun berjalan, Pasar Mustokoweni telah berkembang seiring dengan bertambahnya UMKM yang bergabung dan jumlah kosumen yang berdatangan. Dari data Januari 2024, yang diunggah di *social media* Pasar Mustokoweni, tercatat ada 21 unit usaha, seperti Agradaya, Dapur Sehat Artami, Kian Siomay, dan lainnya, yang bergabung dengan Pasar Mustokoweni. Tidak hanya menjadi tempat transaksi, Pasar Mustokoweni juga pernah menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti perlombaan dan konser untuk memeriahkan suasana pasar pada bulan Agustus 2019 lalu. Eksistensi Pasar Mustokoweni menjadi sarana bagi perkembangan UMKM di Yogyakarta.

Prestasi yang ditunjukkan Pasar Mustokoweni saat ini tidaklah mudah. Pasar yang awalnya terdiri dari 12 unit usaha, dengan mengandalkan sumber daya mandiri, bermitra dengan komunitas lain dalam menyelenggarakan kegiatan. Hingga puncaknya pada tahun 2020, Pasar Mustokoweni harus berhenti beroperasi karena adanya bencana Covid-19 dan kebijakan PPKM yang menghentikan seluruh aktivitas sosial masyarakat. Selama rentang tahun 2020-2022 inilah banyak UMKM dan komunitas sejenis yang berhenti

<https://akmindonesia.org/article/21/pasar-mustokowesi-wadah-sociopreneur-organik-di-yogyakarta#:~:text=Pasar%20Mustokoweni%20bukan%20dipandang%20sebagai%20bentuk%20sociopreneur%2C%20namun,menghidupkan%20ide%20dan%20isu%20organik%20dalam%20masyarakat%20Yog>, diakses pada tanggal 28 November 2023.

beroperasi dan bahkan tutup secara permanen, dan Pasar Mustokoweni yang juga terdampak, baru bisa pulih pada akhir tahun 2023.

Setidaknya Pasar Mustokoweni menghadapi tiga masalah seperti usaha pada umumnya, yakni permodalan, segmentasi pasar, dan regulasi. Umumnya pasar akan mendapat perhatian dari dinas daerah, dalam hal ini Disdag (dinas perdagangan), agar mendapat fasilitas, pelatihan, dan akses informasi sebagai bentuk perhatian pemerintah kepada pasar yang menonggak ekonomi daerah.⁴ Namun Pasar Mustokoweni tidak berada dibawah naungan Disdag, sehingga harus mengandalkan sumber daya mandiri. Modal finansial pun terbatas, yang hanya bersumber dari retribusi pedagang Rp.20.000 per kegiatan pasar,⁵ sehingga untuk menutupinya, segala bentuk operasional dijalankan sefisien mungkin atau dengan bermitra dengan berbagai pihak, seperti Hotel Mustokoweni, Slowfood Community, KIBOO, dan lainnya. Selain regulasi dan permodalan, penerimaan keberadaan mereka ditengah masyarakat umum masih asing karena wawasan terkait produk organik yang ramah lingkungan masih belum merata di masyarakat, yang akan berdampak pada jumlah konsumen yang belum maksimal.

Terdapat berbagai macam faktor yang memengaruhi keberhasilan perkembangan pasar pada umumnya, seperti dukungan pemerintah lokal yang

⁴Permendag No.23 tahun 2021, tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Pembelanjaan Dan Toko Swalayan.

⁵ Wawancara dengan Sarah Chandra, pemimpin Pasar Mustokoweni 13 Januari 2024.

diatur dalam regulasi daerah setempat, sumber daya manusia, sumber daya finansial, dan lainnya. Modal usaha diartikan sebagai sumber daya yang digunakan oleh wirausahawan untuk menjalankan usahanya, modal usaha akan sangat memengaruhi kelancaran operasional dan perkembangan usaha tersebut. Menurut Bambang dalam Purwanti, para konsultan bisnis membagi modal usaha menjadi dua secara umum, yaitu *tangible* dan *intangible* atau berwujud dan tidak berwujud.⁶ Secara rinci, modal yang berwujud (*tangible*) merupakan modal yang dapat diukur, dicermati, dan dihitung, umumnya modal ini disebut modal finansial. Modal berwujud bahkan memiliki cabang fokus sendiri, diantaranya modal kerja, yang merupakan sumber daya untuk membiayai operasional usaha, modal investasi yang merupakan biaya jangka panjang yang akan menyusut tiap tahunnya, dan struktur modal yang merupakan gabungan dari modal usaha dan hutang usaha. Sedangkan modal tak berwujud (*intangible*), merupakan sumber daya yang bersifat abstrak atau tidak memiliki standar perhitungan pasti, seperti modal intelektual, yang terdapat pada karyawan, tugas pemimpin atau pemilik usaha untuk menempatkan, serta mengembangkan modal tersebut secara maksimal.

Namun masih ada satu jenis modal yang berpotensi dapat menjadi faktor suatu usaha dapat berkembang meski dengan modal finansial yang

⁶Purwanti, E, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga", *Among Makarti*, . (2012) hlm.13-28.

terbatas, yakni modal sosial. Menurut Haridison modal sosial adalah sumber daya potensial yang terdiri dari beberapa aspek dari struktur sosial yang eksistensinya membantu individu yang tergabung dalam struktur sosial tersebut. Meliputi asosiasi yang bersifat horizontal, kemampuan komunitas dalam menjamin manfaat, informasi, norma, nilai, resiprositas, kerjasama, dan *network*.⁷ Sempelnya, modal sosial merupakan faktor dalam hubungan antara individu dalam suatu kelompok yang dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan masalah, mencapai tujuan, dan mendapatkan manfaat dari kerjasama.

Perjalanan Pasar Mustokoweni dapat bertahan selama delapan tahun dengan tekanan pandemi Covid-19 serta finansial yang terbatas, menarik minat peneliti untuk mengkaji faktor yang menyebabkan pasar ini masih dapat bertahan dan bahkan berkembang. Dilansir dari Databox, menurut survei Badan Pusat Statistik (BPS) persentase perusahaan yang berhenti karena terdampak Covid-19 sebesar 6,78 persen.⁸ Sedangkan untuk unit UKM (Usaha Kecil Menengah) dilansir dari *mediaindonesia.com*, survei BPS menunjukkan 24 persen melakukan pengurangan kapasitas, 10,1 persen berhenti beroperasi, dan 5,4 persen berjualan dari rumah.⁹ Data tersebut menunjukkan banyaknya

⁷ Haridison Anyualatha. "Modal Sosial Dalam Pembangunan". *JISPAR, FISIP Universitas Palangka Raya*, (2013) hlm. 1-10.

⁸Jayani, D. H, (2020, December 21), *Survei BPS: 6,78% Perusahaan Berhenti Beroperasi Terdampak Pandemi*. Diambil kembali dari *databoks.katadata.co.id*: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/21/survei-bps-678-perusahaan-berhenti-beroperasi-terdampak-pandemi>, diakses tanggal 15 november 2023.

⁹Machmudi, M. I. (2020, September 15). *Survei BPS: Mayoritas Pendapatan UMKM Anjlok Akibat Pandemi*. Diambil kembali dari *mediaindonesia.com*:

jumlah unit usaha yang terdampak Covid-19, di antaranya terpaksa melakukan pemotongan pengeluaran, beroperasi secara daring dari rumah, dan bahkan berhenti beroperasi. Tentunya hal ini juga berdampak pada Pasar Mustokoweni, namun proses pemulihan dan faktor yang membuat pasar ini dapat berkembang setelah melewati tekanan tersebut sangat menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Hal tersebutlah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam melalui prespektif modal sosial yang dimiliki Pasar Mustokoweni.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengelolaan Pasar Mustokoweni dalam mengembangkan UMKM di Yogyakarta?
2. Bagaimana modal sosial bekerja pada Pasar Mustokoweni dalam Mengembangkan UMKM di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjabarkan pengelolaan Pasar Mustokoweni dalam mengembangkan UMKM di Yogyakarta.
2. Mengetahui modal sosial pada Pasar Mustokoweni dalam mengembangkan UMKM di Yogyakarta.

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/345099/survei-bps-mayoritas-pendapatan-umkm-anjlok-akibat-pandemi>, diakses tanggal 15 november 2023.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis.

Penelitian ini dapat menjadi sumber acuan akademis mengenai isu pengembangan UMKM kedepannya. Khususnya dalam kajian modal sosial.

2. Manfaat praktis.

Penelitian ini menjadi salah satu tangga bagi komunitas bersangkutan atau komunitas lainnya untuk dapat berkembang lebih jauh, dengan mempertimbangkan aspek pembahasan dari penelitian ini untuk di aplikasikan kedalam bentuk program, strategi, atau misi.

E. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian yang relevan terkait peran modal sosial dalam dinamika pasar yang akan membantu penelitian ini sebagai rujukan adalah sebagai berikut:

1. Peran Modal Sosial pada Kontrak Pinjaman *Bank Thithil* dan Implikasinya Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi pada Pasar Blimbing Kota Malang). Jurnal artikel karya Bunga Hidayati (2013).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dari transaksi peminjaman kepada *Bank Thithil* dari aspek sosiologi, khususnya prespektif modal sosial. Latar belakang penelitian ini adalah karena adanya anomali dalam motif pedagang pasar blimbing kota malang ketika memutuskan untuk

meminjam pada *Bank Thithil* yang memiliki bunga relatif tinggi, dari pada meminjam pada bank atau lembaga lain. Pendekatan penelitian menggunakan paradigma fenomenologis dan metode kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pedagang untuk melakukan peminjaman pada *Bank Thithil* dilakukan secara sadar dan tanpa paksaan. Mereka juga tahu kalau bunga pinjaman *Bank Thithil* lebih tinggi dari pada lembaga lainnya. Berdasarkan pengakuan dari salah satu informan, salah satu alasan ia meminjam pada *Bank Thithil* adalah karena proses prosedural yang sederhana dan ringkas, sedangkan ketika dibandingkan dengan koperasi, yang menjadi permasalahan adalah biaya administrasi koperasi simpan pinjam.

Adapun dari aspek modal sosial, faktor yang menyebabkan keputusan peminjama adalah: *Pertama*, faktor jaringan. Sebelum transaksi, pedagang dan karyawan *Bank Thithil* sudah memiliki hubungan yang dekat, para karyawan melakukan pendekatan kepada banyak pedagang untuk membangun hubungan dengan mereka untuk menyebarkan (mensosialisasikan) jasa pinjaman dengan prosedural yang mudah, informasi tersebut meyebar secara *word of mouth* diantara pedagang pasar, sehingga hanya menunggu waktu pedagang datang untuk meminjam. Strategi pendekatan mereka terkadang melalui tempat perkumpulan (seperti arisan) atau secara personal di waktu senggang. *Kedua*, kepercayaan. Tidak hanya pedagang yang memperhatikan kredibilitas *bank Thithil*, bagi peminjam pun perlu melihat kredibilitas calon peminjam, maka dalam hal ini kedua pihak sama-sama melakukan survei dengan bertanya

kepada pedagang lain tentang kredibilitas masing-masing, dalam hal ini jaringan kembali berperan. *Ketiga*, nilai dan norma. Para pedagang merasa aman untuk meminjam pada *Bank Thihtil* karena baik dalam peminjaman maupun penagihan dilakukan dengan tetap menjunjung norma kesopanan. Selain itu, terdapat norma dalam pelunasan hutang yakni dapat ditunda dengan mengonfirmasi terlebih dahulu dan tidak ada sanksi hukum, melainkan sanksi sosial diantara para pedagang karena tidak dapat membayar.¹⁰

Persamaan penelitian Bunga Hidayati dengan penelitian kali ini terletak pada prespektif yang sama-sama menggunakan modal sosial sebagai interpretasinya. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi, metode, dan tujuan penelitian. Pada penelitian Bunga, latar belakang penelitiannya terletak di Pasar Blimbing Kota Malang, sedangkan penelitian ini terletak di Pasar Mustokoweni Kota Yogyakarta. Metode yang digunakan penelitian Bunga adalah kualitatif fenomenologis, sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif studi kasus. Tujuan penelitian Bunga adalah untuk mengetahui motif keputusan pedagang pasar, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penentu keberhasilan pasar.

¹⁰Hidayati Bunga, *Peran Modal Sosial Pada Kontrak Pinjaman Bank Thithil Dan Implikasinya Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi Pada Pasar Blimbing Kota Malang)*, Skripsi, (Malang: Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2014) hlm. 1-18.

2. Modal Sosial dan Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Legi Kotagede Yogyakarta). Skripsi karya Dwisara Ajeng Rahmawati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis modal sosial yang terdapat pada Pasar Legi Kotagede dan menjelaskan peran modal sosial terhadap keberlangsungan hidup para pedagang pasar tersebut. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor modal sosial yang dominan adalah kepercayaan dan norma para pedagang pasar. Para pedagang merasa tidak perlu memperluas jaringan mereka untuk mendapatkan konsumen atau mitra dalam berdagang, mereka sudah cukup puas dengan membuka kios dan menunggu pelanggan datang dengan sendirinya. Modal sosial pedagang Pasar Legi Kotagede memiliki karakteristik *bridging* dan *bounding*, hal ini terindikasi dengan adanya solidaritas kekeluargaan dalam komunitas pedagang dan adanya upaya menjalin kemitraan dengan pihak distributor.¹¹

Kesamaan penelitian Dwisara dengan penelitian ini adalah prespektif yang sama-sama melalui modal sosial, dan metode yang sama-sama menggunakan kualitatif studi kasus. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus objek pasar yang mana penelitian ini mengambil Pasar Mustokoweni, sedangkan Dwisara mengambil Pasar Legi Kotagedhe.

¹¹ Rahmawati Dwisara Ajeng. *Modal Sosial Dan Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta)*. Skripsi. (Solo: Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, 2017).

3. Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional. Jurnal karya Mira Fatimah, dan Muhammad Afifuddin.

Tujuan penelitian adalah untuk mengelaborasi strategi komunitas Forum Silaturahmi Paguyuban Pedagang Pasar Yogyakarta (FSP3Y) dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional melawan pasar ritel modern dengan memanfaatkan model sosial pasar. Metode penelitian kualitatif studi kasus dengan prespektif fenomenologis.

Hasil penelitian, strategi yang dilakukan: *pertama*, Promo pasar melalui kemitraan antara pedagang dan pengelola pasar. Lomba ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. Selain untuk membangun lingkungan pasar yang nyaman, lomba ini juga dimaksudkan untuk membangun relasi dengan pihak luar, baik sesama pelaku pasar maupun pihak lainnya. *Kedua*, Belanja berhadiah, adopsi strategi pemasaran modern. Promo periodikal yang menjadi event andalan pasar modern juga diadopsi menjadi strategi pasar tradisional. Permasalahan yang dihadapi adalah perbedaan *budget* yang dimiliki pasar tradisional dengan modern jauh berbeda. Karena itu, FSP3Y melakukan pendekatan negoisasi kepada pemerintah untuk memasang iklan reklame mengenai *event* promo ini, sehingga para pedagang dapat mengoptimalkan *budget* yang ada untuk kupon promo dll. Tentunya *event* ini tidak dapat berjalan sesering pasar modern, karena masalah *budget*, namun

event dilakukan secara konsisten dalam setahun, sehingga *event* ini melekat pada masyarakat sebagai promo tahunan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan kepada pasar. *Ketiga*, Penerbitan Warta Pasar Jogja (WPJ). Sejatinya upaya hanya merupakan revitalisasi warta pasar yang dahulu pernah aktif dan dalam kondisi vakum saat ini. WPJ dijadikan sebagai media utama dalam menyebarkan informasi mengenai pasar, terutama *event* yang ada. Tujuan revitalisasi ini bukan untuk mencari keuntungan, melainkan hanya untuk menghidupkan kembali keberlangsungan media tersebut.¹²

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian Mira, sama-sama melihat dari prespektif modal sosial, dan metode penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaannya adalah latar belakang lokasi dan jenis objek penelitian, dimana Mira mengambil FSP3Y sebagai objek, sedangkan penelitian ini mengambil Pasar Mustokoweni.

4. Solidaritas dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern. Jurnal karya Ghoni Arifin, Yosafat Hermawan Trinugraha, Nurhadi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana modal sosial dapat membantu komunitas Ikatan Keluarga Pedagang Pasar Legi

¹² Mira Fatimah dan Mohammad Afifuddin, “Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional”, *JKAP: Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*, Vol 17: 2 (November 2013), hlm. 4-19.

(IKKAPAGI) dalam menghadapi tantangan pasar. Metode penelitian menggunakan kualitatif melalui pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian, IKKAPAGI menjadi wadah bagi para pedagang Pasar Legi baik dalam menyampaikan aspirasi secara internal maupun eksternal. Terdapat *event* tertentu dimana IKKAPAGI memfasilitasi para pedagang untuk bermusyawarah dengan badan pengelola pasar, selain itu, juga terdapat *event* yang sama dengan skala eksternal antara komunitas pedagang pasar. Hal itu menjadi kesempatan bagi para pedagang untuk memperluas jaringan dan bertukar informasi. IKKAPAGI juga menjadi wajah bagi pedagang Pasar Legi ketika dilakukan pertemuan dengan pemerintahan, dimana utusan yang dikirim akan menyampaikan seluruh aspirasi yang telah dikumpulkan sebelumnya.¹³

Penelitian ini juga melihat melalui prespektif modal sosial dan juga menggunakan studi kasus sebagai metode. Perbedaannya terletak pada latar belakang lokasi dan objek penelitian, di mana penelitian Ghoni dkk. mengambil Pasar Legi Surakarta, sedangkan penelitian ini mengambil Pasar Mustokoweni Yogyakarta.

5. Modal Sosial Dalam Dinamika Perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo. Jurnal Karya Mit Witjaksono.

¹³Ghoni Arifin dan Yosafat Hermawan, "Solidaritas dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern". *Jurnal Sosiologi Andalas*, (2021) hlm. 112-126.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran modal sosial dalam dinamika perkembangan SILOW (Sentra Industri Logam Waru) sejak dirintis sampai lahirnya ASPILOW (Asosiasi Pengusaha Industri Logam Waru) secara teoritis dan konseptual. Metode yang digunakan Kualitatif-Interpretif melalui pendekatan studi kasus, dengan paradigma ekonomi kelembagaan baru.

Hasil penelitian, dari sisi historis perkembangan SILOW sejak masih tahap “pandai besi” sampai transformasinya menjadi komunitas “ASPILOW” terbagi menjadi 5 fase. Fase pertama “rintisan” (1939-1950). Fase kedua “pembentukan sentra pande besi waru” (1950-1977). Fase ketiga “lahirnya SILOW” (1978-1994). Fase keempat “sinergi tahap awal” bersama UIUKK (Unit Informasi Usha Kecil dan Koperasi), KKB (Klinik Konsultasi Bisnis), dan LPB (Lembaga Pengembangan Bisnis). Fase terakhir “sinergi tahap dua” bersama lembaga SENADA, PT. DMN, dan pemerintah kabupaten. Dari analisis melalui prespektif modal sosial, fase pertama termasuk dalam tahap komunitarian, fase kedua masuk dalam tahap jaringan, fase ketiga masuk dalam tahap jaringan dan kelembagaan, sedangkan dua fase terakhir dalam tahap sinergi. Secara peranan, implikasi modal sosial semakin optimal setiap fasenya, dan mencapai puncaknya pada dua fase terakhir.¹⁴

¹⁴Witjaksono, M, “Modal Sosial Dalam Dinamika Perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, (2010), hlm. 266-291.

Penelitian ini menambahkan paradigma ekonomi kelembagaan baru dalam metodenya, juga bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara teoritis dan konseptual perkembangan SILOW menjadi ASPILOW. Namun penelitian ini sama-sama melihat melalui prespektif modal sosial dengan metode studi kasus.

F. Kerangka Teori

1. Pasar

Umumnya pasar merupakan tempat berpusatnya transaksi jual beli masyarakat. Pasar menjadi wadah bertemunya *supply and demand* terpenuhi. Namun, perkembangan definisi pasar terdiktomikan menjadi pasar tradisional dan modern. Definisi pasar tradisional disebutkan dalam Permendag (peraturan menteri perdagangan) No. 23/M-DAG/PER/12/2021, pasar tradisional (rakyat) adalah tempat usaha yang ditata, dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, BUMN (badan usaha milik negara), dan BUMDES (badan usaha milik desa) dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta UMK-M dengan proses jual beli barang melalui tawar menawar. Sedangkan definisi pasar modern, menurut Sinaga dalam Sarwoko, pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, yang umumnya berlokasi di pusat kota dan menyasar segmentasi pasar masyarakat menengah keatas. Perbedaanya adalah pasar modern memiliki label harga pasti sehingga

tidak ada tawar menawar dalam transaksi, namun barang yang dijual biasanya eceran.¹⁵

Umumnya tata kelola pasar akan mengikuti regulasi yang berlaku di daerahnya masing-masing, baik pasar tradisional/rakyat maupun pasar modern, yang didalamnya terdapat hal-hal terkait administrasi pasar, fasilitas, penetapan harga, pengelola & penanggung jawab pasar, serta retribusi. Hal ini berdasarkan Permendag No.23 tahun 2021 tentang pedoman pengembangan, penataan, dan pembinaan pusat pembelanjaan dan toko swalayan, serta perubahannya Permendag No.18 tahun 2022, sedangkan mengenai retribusi didasarkan pada PP No.35 tahun 2023 tentang ketentuan umum pajak daerah dan retribusi daerah, sedangkan untuk wilayah Kota Jogja sendiri diatur dalam Perda Kota Yogyakarta No.6 tahun 2018 tentang retribusi pelayanan pasar. Tujuan dibuatnya regulasi yang mengatur tata kelola pasar adalah untuk menjamin kemakmuran serta ketertiban pasar beserta pelaku yang terlibat didalamnya, selain itu, juga untuk merawat dan membangun fasilitas umum khususnya fasilitas pasar dan pembangunan nasional.

Pengelolaan pasar tidak hanya tentang proses jual beli antara pedagang dan pembeli terjadi, pengelola pasar juga mengatur fasilitas yang ada demi kenyamanan pelaku pasar, serta memberikan pelatihan kepada pedagang

¹⁵ Sarwoko, Endi. “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang”. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, (2008), hlm. 97-115.

sebagai bentuk pengembangan sumber daya manusia, dan masih banyak lagi hal-hal yang diatur dalam renstra guna mengembangkan pasar sebagai pilar ekonomi masyarakat.¹⁶ Dalam hal pengelolaan pasar, dinas yang bertanggung jawab akan berkerja sama dengan asosiasi pedagang pasar sebagai pengguna fasilitas, perguruan tinggi atau LPK dalam pengembangan kapasitas pedagang, serta pihak lainnya yang berkolaborasi dalam rangka merealisasikan renstra yang telah disusun. Sehingga pasar tidak semata hanya menjadi tempat jual beli, tapi memiliki nilai tertentu yang bermanfaat bagi masyarakat.

Sejak dahulu, pasar telah menjadi pusat ekonomi suatu daerah. Menurut Geertz dalam Ariyani, pasar tidak hanya melingkupi perdagangan saja, tetapi juga menjadi pranata kehidupan masyarakat yang mencerminkan peradaban masyarakatnya.¹⁷

2. Manajemen

Menurut Dr. Alexander Khian, manajemen merupakan proses dalam mengkoordinir segala aspek dalam pekerjaan, secara efektif dan efisien, melalui beberapa tahapan proses, mulai dari, perencanaan, mengorganisasi, pengarahan, hingga mengendalikan.¹⁸ Beberapa ahli memandang manajemen menjadi dua, yakni sebagai ilmu (*science*) dan seni (*art*), berikut beberapa

¹⁶Yogyakarta, D. P. (2022). *Rencana Kerja Perangkat Daerah Tahun 2022*. Yogyakarta: Pemerintah Daerah Yogyakarta.

¹⁷Nur Indah Ariyani dan Okta Hadi Nurcahyono. "Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial". *Jurnal Analisa Sosiologi*, (2014), hlm. 1 - 12.

¹⁸Dr. Alexander Thian, M, *Pengantar Manajemen Bisnis*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021).

kutipan para ahli yang berbeda pendapat, menurut Frederick Wislow “*management as knowing what you want to do and then seeing that they do it in the best and cheapest way*” “Manajemen adalah mengetahui apa yang ingin Anda lakukan dan kemudian melihat bahwa mereka melakukan itu dengan cara terbaik dan termurah”, sedangkan menurut Horold Koontz dan Cyril O’donnel, “*management is art of getting thing done through the effort of the other people*” “Manajemen adalah seni menyelesaikan sesuatu melalui upaya orang lain (dalam hal ini karyawan)”.¹⁹

Terdapat beberapa macam manajemen, seperti manajemen sumber daya manusia, manajemen organisasi, manajemen bisnis, manajemen keuangan, manajemen resiko, dll. Tiap jenis manajemen memiliki tahapan yang berbeda pula, sesuai dengan kebutuhan dan situasi yang ada, namun secara umum, manajemen memiliki empat tahapan, yang hampir selalu dibutuhkan pada setiap kondisi dan situasi, yakni perencanaan, pengoorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan aktivitas penetapan tujuan seta menyusun strategi terbaik untuk mencapai tujuan tersebut. Fungsi utama dari tahap ini adalah mengarahkan sumber daya serta kinerja organisasi untuk mencapai tujuan, pemantapan komitmen dan konsistensi, serta rencana pengendalian

¹⁹Suprihanto, J, *Manajemen*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, (2014).

dan evaluasi progress dari kinerja organisasi. Pengambilan keputusan secara mufakat sangat diperlukan di tahap ini, sebagai tahap awal, manajer harus yakin seluruh elemen dalam organisasi setuju serta memahami rencana yang telah dibuat dan bersedia untuk melaksanakannya. Hasil dari tahap ini dapat berupa renstra, renja, *blueprint*, dll.

b. Pengoorganisasian (*organizing*)

Pengoorganisasian merupakan tahap pembagian tugas kepada elemen organisasi sesuai topiksi yang berlaku. Pembagian tugas dilakukan untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada secara efisien dan efektif agar mendapat hasil yang memuaskan. Pada organisasi dengan struktur yang jelas, biasanya tidak memiliki permasalahan dalam pembagian tugas karena karyawan telah ditempatkan pada divisi sesuai dengan keahlian dan minat mereka. Namun pada organisasi yang lunak, atau masih baru, atau berbasis mekanik seperti pada masyarakat umum, pembagian tugas perlu dilakukan dalam rapat bersama untuk menentukan dan menetapkan anggota pada minat mereka.

c. Pengarahan (*leading*)

Pengarahan merupakan tahap pemberian instruksi, motivasi, serta pengaruh kepada para anggota agar berkerja sesuai dengan rencana dan tupoksi mereka masing-masing. Secara umum, pengarahan tidak hanya terbatas dalam bentuk verbal atau perkataan, dalam beberapa kasus manajer perlu membuat suatu peraturan tertulis yang ketat sebagai

ultimatum agar kedisiplinan anggota terjaga, dan dalam kasus lain manajer hanya perlu menyiapkan fasilitas serta suasana yang nyaman bagi anggota dalam melaksanakan tugasnya, biasanya terjadi pada industry kreatif. Karena itu penting bagi menejer untuk mengenali karakter karyawannya agar dapat memberikan pengarahan yang sesuai untuk karyawan tersebut.

d. Pengendalian (*controlling*)

Pengendalian merupakan tahap bagi menejer untuk mengontrol, memantau, memonitori, atau mengevaluasi kinerja dan progress organisasi. Pada tahap ini, manajer harus memerhatikan kembali apakah kinerja organisasi sudah sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, atau apakah progress organisasi telah sesuai *timeline* yang telah dibuat. Bukan hanya mengenai pemantauan, manajer juga harus mengambil keputusan di saat kinerja organisasi keluar dari tujuan awal, atau ketika progress terhambat akibat suatu masalah. Selain itu manajer juga harus membuat standarisasi yang jelas dalam melakukan evaluasi, agar keputusan yang dikeluarkan bersifat objektif dan transparan. Dalam tahap akhir, setelah tujuan telah tercapai, dan hasil evaluasi telah keluar, maka baiknya manajer juga memberlakukan penghargaan kepada karyawan berprestasi berdasarkan hasil evaluasi tersebut.²⁰

²⁰ Prof. Dr. Mamduh M. Hanafi, M, *Manajemen*. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, (2021).

3. Kepemimpinan

Menurut Kartono dalam Syaiful, kepemimpinan merupakan kemampuan personal untuk mendominasi orang lain sehingga mampu memberikan dorongan kepada orang lain untuk bertindak secara berkelompok atau menempatkan individu dengan keahlian khusus pada bagian atau situasi yang tepat. Karena peran pemimpin sangat krusial bagi keberhasilan kelompok, maka seorang pemimpin harus memiliki setidaknya empat keterampilan dasar, yakni kemampuan konseptual, administratif dan teknis, manajemen kelompok, serta komunikasi efektif.²¹

Dalam melaksanakan tugasnya, seorang pemimpin memiliki karakter tersendiri dalam menghadapi situasi dan kondisi dilapangan. Hal ini disebut gaya kepemimpinan, gaya kepemimpinan yang dianut oleh seorang pemimpin ditentukan oleh tingkat kapabilitas dirinya dan timnya, sehingga pemimpin yang baik akan memilih gaya kepemimpinan yang dapat menciptakan kestabilan dalam mencapai tujuan.²² Beberapa gaya kepemimpinan antara lain:

a. Kepemimpinan Transaksional

²¹Febrianto, S. E. “Aktor-Faktor Yang Mempengaruhikepemimpinan Dan Kerjasama Tim: Kepemimpinan,Komunikasi Efektif,Pendekatan Kepemimpinan Tim, Dan Efektivitas Tim(Suatu Kajian Studi Literature Reviewilmu Manajemen Terapan)”. *Jmpis Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, (2021), hlm. 598-609.

²²Agus Purwanto, M. T, “Model Kepemimpinan Di Lembaga Pendidikan:A Schematic Literature Review”, *Ournal Of Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*, (2020), hlm. 255-266.

Kepemimpinan Transaksional merupakan gaya kepemimpinan yang berorientasi pada kepuasan kerja karyawan, dengan menciptakan lingkungan kerja yang positif, membangun motivasi kerja, serta menanamkan nilai-nilai dalam pekerjaan. Tujuan gaya kepemimpinan ini adalah untuk membentuk *work engagement* atau dorongan kerja pada karyawan, sehingga muncul antusiasme dalam diri karyawan untuk melaksanakan tugasnya dan berkeinginan secara psikologis untuk memberikan yang terbaik, hal ini karena sudah tertanam bahwa kinerjanya akan kembali pada dirinya sendiri dan organisasi.²³

b. Kepemimpinan Demokratis

Gaya kepemimpinan demokratis merupakan gaya kepemimpinan yang melibatkan anggota dalam setiap kebijakan organisasi, baik dalam tahap perencanaan, pengorganisasian, implementasi, sampai evaluasi. Inti dari gaya kepemimpinan ini adalah mendelegasikan otoritas kepada karyawan karena dinilai karyawan memiliki hak dalam pengambilan keputusan untuk organisasi.²⁴ Menurut Susanti dalam Rosiana, indikator gaya kepemimpinan demokratis adalah terdorongnya karyawan untuk menggunakan daya kognitif dan nalarnya dalam pemecahan masalah,

²³ Insan, A. N, "Pengaruh Kepemimpinan Transaksional Terhadap Motivasi Intrinsik, Work Engagement Dan Kinerja Karyawan", *Journal Of Business Studies*, (2017), hlm. 1-18.

²⁴ Agus Purwanto, M. T, "Model Kepemimpinan Di Lembaga Pendidikan: A Schematic Literature Review". *Journal Of Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*, (2020), hlm. 255-266.

pemimpin mendorong kreativitas dan Inovasi dari karyawan, keterlibatan semua pihak secara adil dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah, terjalinnya hubungan yang setara antara pemimpin dengan bawahan.²⁵

c. Kepemimpinan Otokrat

Kepemimpinan otokratis adalah gaya kepemimpinan yang tidak melibatkan anggota dalam pengambilan keputusan, keseluruhan kebijakan diambil oleh pemimpin, dan anggota hanya bertugas untuk melaksanakan tugas yang diberikan pemimpin. Gaya kepemimpinan seperti ini tidak memberikan ruang kreativitas dan inovasi bagi anggota, sehingga ini akan menghambat perkembangan anggota. Namun kepemimpinan ini memberikan beberapa dampak positif diantaranya seperti cocok dalam menyelesaikan proyek yang sudah ditentukan waktunya dalam waktu singkat, selain itu kepemimpinan otokratis juga memberi dampak positif pada penampilan organisasi.²⁶ Menurut Suwandi dkk, gaya kepemimpinan otokratis berorientasi pada penyelesaian tugas, dan menjunjung tinggi

²⁵Rosiana Natalia Djunaedi, d. L, “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis Terhadap Kinerja Karyawan”. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, (2018), hlm. 400-408.

²⁶Rokhani, C. T, “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Sekolah SDN Dengkek 01 Pati”, *Journal Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*, (2020), hlm. 1-8.

disiplin, sehingga gaya kepemimpinan ini pada akhirnya akan memengaruhi kinerja anggota secara disiplin.²⁷

d. Kepemimpinan Transformatif

Kepemimpinan transformasional merupakan kepemimpinan yang berkerja mencapai tujuan dengan tindakan yang mengarahkan organisasi pada tujuan yang belum pernah tercapai sebelumnya, pemimpin ini mengarahkan organisasi menuju arah yang baru.²⁸ Menurut Fatuh Rusydi Syadzili, terdapat empat dimensi perilaku pemimpin transformasional.

Pertama, *idealized influence* atau pengaruh idealisme pemimpin. Kedua, *inspirational motivation* atau motivasi yang menginspirasi. Ketiga, *intellectual stimulation* atau stimulasi intelektual. Keempat, *individual consideration* atau pertimbangan individu, di mana pemimpin akan membangun rasa percaya diri karyawan dengan mengembangkan keterampilan mereka, dan diikuti sertakan dalam berbagai kebijakan organisasi, sehingga para karyawan menjadi mandiri dan berkomitmen untuk mencapai tujuan organisasi.²⁹

e. Kepemimpinan Laissez-Faire

²⁷Suwandi, R. R. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Otokratis Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt.Pegadaian (Persero) Cp Kedaton Bandar Lampung". *Jkpm : Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, (2023), hlm. 57-69.

²⁸Sukarti Nengsih, R. G. "Kepemimpinan Transformatif Di Lembaga Pendidikan Islam". *Produ: Prokurasi Edukasi Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (2023), hlm. 38-54.

²⁹Syadzili, M. F, "Polarisasi Tahapan Kepemimpinan Transformatif Pendidikan Islam", *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (2019), hlm. 55-81.

Gaya kepemimpinan Laissez Feire adalah gaya kepemimpinan yang berorientasi pada pembangunan hubungan atau relasi. Menurut Avolio dalam Nugroho, karakter kepemimpinan Leissez Feire adalah tidak adanya batasan bagi karyawan dalam berkreasi menyelesaikan tugas mereka, pengambilan keputusan, serta penyelesaian masalah, diserahkan kepada karyawan dan pemimpin hanya berperan sebagai penasehat atau pengawas.³⁰

4. Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan / pengembangan / pemberdayaan masyarakat, merupakan upaya yang dilakukan untuk memfasilitasi masyarakat dalam memetakan, merencanakan, dan mengelola sumber daya mereka sehingga menciptakan kapasitas untuk berdaya secara mandiri dalam ekonomi, ekologi, maupun sosial serta berkelanjutan. Konsep pemberdayaan merupakan manifestasi dari paradigma pembangunan yang berpusat pada masyarakat (*people centered*). Gagasan ini sudah lama diperkenalkan dalam dunia akademis, namun butuh waktu dan momentum untuk mengaktualisasikan konsep tersebut dalam pembangunan negara. Indonesia sendiri baru mengadopsi gagasan pemberdayaan secara resmi setelah runtuhnya orde baru, dengan mengeluarkan

³⁰Nugroho, S, *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kerja Laissez-Faire, Pengawasan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Cv. Samyo Makmur AbadiKota Cimahi)*, Skripsi, (Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2021).

UU No. 32 tahun 2004 tentang pemerintah daerah, sekaligus mengganti sentralisasi pembangunan menjadi desentralisasi.³¹

Menurut Noor secara umum kajian terkait pemberdayaan dapat dipetakan menjadi tiga elemen: pertama *enabling*, yaitu menciptakan suasana, situasi, dan kesempatan bagi masyarakat untuk mengembangkan diri, dengan asumsi bahwa setiap individu dan komunitas memiliki potensi, sedangkan fungsi pemberdayaan adalah untuk mendorong dan memotivasi agar potensi tersebut terasah. Kedua *empowering*, yakni peningkatan kapasitas masyarakat, idealnya proses ini ditempuh dengan jalur pendidikan formal, semakin tinggi jenjang pendidikan masyarakat, semakin tinggi pula kesempatan untuk berdaya. Namun realitanya tidak semua individu dapat menempuh jalur formal, maka strategi yang umumnya digunakan adalah pelatihan dan sosialisasi. Ketiga *protecting* yakni perlindungan dan advokasi terhadap masyarakat beserta hak dan kepentingannya.³² Salah satu faktor ketidakberdayaan adalah marginalisasi atau diskriminasi, hal itu membuat masyarakat tidak dapat keluar dari statusnya saat ini, sehingga salah satu elemen penting dalam pemberdayaan adalah mengadvokasi masyarakat.³³

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu

³¹ UU No. 32 tahun 2004, tentang pemerintah daerah.

³² Noor Munawar. "Pemberdayaan Masyarakat". *Jurnal Ilmiah CIVIS*, (2011), hlm. 87-99.

³³Ibid, hlm 87-99.

sesuai peraturan yang berlaku. Kementerian UMKM mengelompokkan UMKM menjadi tiga kelompok berdasarkan total asset, penjualan tahunan, dan status usaha mereka, ketiga kategori tersebut adalah:

- a. Usaha mikro, yakni unit usaha berskala kecil, dan bersifat informal, belum terdaftar, atau terdata dalam badan hukum. Batas penjualan usaha mikro paling tinggi Rp.100juta pertahunnya.
- b. Usaha kecil, yakni usaha yang beroperasi secara mandiri atau tidak terafiliasi oleh perusahaan besar. Unit usaha kecil dapat dimiliki secara perorangan, kelompok, atau badan hukum seperti koperasi. Skala pendapatan tahunan unit usaha ini dari Rp.100juta sampai Rp.1Milyar dengan total kekayaan bersih maksimal Rp.200juta.
- c. Usaha menengah, yakni usaha yang dimiliki seseorang, kelompok, atau badan hukum yang tidak terafiliasi oleh perusahaan besar. Skala kekayaan bersih unit usaha menengah, dari Rp.200juta sampai Rp.10Milyar.

UMKM memiliki peran signifikan terhadap pembangunan ekonomi negara. Pasalnya, penyerapan tenaga kerja terbesar di Indonesia adalah sektor UMKM, sebesar 97persen penyerapan tenaga kerja Indonesia berasal dari

sektor UMKM.³⁴ Karena itu pendampingan dan pemberdayaan terhadap sektor UMKM di Indonesia sangat penting dan menjadi tanggung jawab nasional, tidak hanya menjadi tanggung jawab pelaku UMKM sendiri.

Model pemberdayaan UMKM yang ideal menurut Zulkarnain dkk. memiliki tiga faktor, eksternal, internal, dan pendukung. Ketiga faktor tersebut meliputi berbagai aspek, seperti, permodalan, manajemen, perizinan, produksi, pemasaran dll. Masing-masing faktor melibatkan pihak tertentu untuk berperan di dalamnya, secara rinci, dijelaskan berikut:

a. Faktor eksternal

Faktor eksternal melibatkan pihak luar UMKM untuk berperan dalam pemberdayaan UMKM. Berikut tokoh serta perannya:

- 1) Pemerintah: Permodalan, Pengembangan akses teknologi, Regulasi yang mendukung, Perizinan.
- 2) BUMN/BUMS: Peminjaman, Pembinaan.
- 3) Lembaga keuangan seperti Bank/Koperasi: Pemberian Kredit dan pembinaan keuangan
- 4) Perguruan tinggi: Pendampingan dan Pelatihan.

b. Faktor internal

³⁴Hidranto, F. (2023, September 19). *Menuju Data Tunggal UMKM*. Retrieved from INDONESIA.GO.ID: <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/7525/menuju-data-tunggal-umkm?lang=1>, diakses pada, 20 februari 2024.

Faktor internal hanya melibatkan pihak pelaku UMKM, berikut perannya:

- 1) Finansial, pelaku sendiri bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya finansial mereka untuk kepentingan usaha mereka sendiri.
- 2) Pemasaran, pelaku usaha perlu dengan kreatif memasarkan produknya untuk bersaing secara lebih profesional dan kompetitif dengan competitor lainnya.
- 3) Produksi, pelaku usaha harus memerhatikan kualitas produk usaha mereka sendiri, serta segala aspek dalam produksi, seperti teknologi produksi, kuantitas, bahan baku, dll.
- 4) Sumber daya manusia, pelaku usaha juga harus terus mengembangkan kualitas SDMnya dengan mengikuti pelatihan untuk mengembangkan skill mereka.

c. Faktor pendukung

Faktor pendukung merupakan faktor bayangan untuk menguatkan kedua faktor sebelumnya dalam mengembangkan usaha:

- 1) Sistem informasi manajemen, kehadiran sistem yang kokoh dapat menjaga kestabilan usaha, sekaligus menjadi penopang operasional usaha. Perkembangan

usaha sangat bergantung pada seberapa cepat informasi menyebar dan bagaimana tim menanggapi informasi tersebut.

- 2) Sumber daya alam, tidak hanya terbatas dalam SDA, yang dimaksud adalah sumber daya utama suatu usaha dikembangkan dan optimalkan oleh usaha untuk digunakan dalam menjalankan usaha. Sehingga bagi usaha jasa, maka perlu mengembangkan skill dari SDM mereka untuk mengembangkan usaha mereka, dan bagi usaha produksi, perlu memerhatikan penggunaan dan pengelolaan bahan baku mereka.³⁵

5. Modal Sosial

Modal sosial adalah sumber daya potensial oleh seseorang yang berasal dari jaringan yang terlembaga serta konsisten dalam bentuk pengakuan dan perkenalan timbal balik.³⁶ Menurut Fukuyama dalam Raisya modal sosial merupakan segala hal yang mampu membuat masyarakat bersatu untuk mencapai tujuan bersama, atas dasar kebersamaan, dan diikat oleh nilai dan norma yang dipatuhi.³⁷ Sedangkan menurut Haridison modal sosial adalah

³⁵ Zulkarnain, S. I, *Pemberdayaan UMKM*. (Yogyakarta: expert, Graha Ilmu, 2022).

³⁶ Anshori Mohammad Niam, *Analisis Pengaruh Modal Finansial Dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Santri Pada Komunitas Santripreneur Di Kabupaten Temanggung*, Skripsi, (Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang, 2020).

³⁷ Raisya Nur Pratisthita, M. M, "Peran Modal Sosial dalam Menunjang Dinamika Kelompok Peternak Sapi Perah (Studi Kasus di Kelompok 3 TPK Pulosari Pangalengan)", *Jurnal Ilmu Ternak*, (2014), hlm. 52 – 57.

sumber daya potensial yang terdiri dari beberapa aspek dari struktur sosial yang eksistensinya membantu individu yang tergabung dalam struktur sosial tersebut. Meliputi asosiasi yang bersifat horizontal, kemampuan komunitas dalam menjamin manfaat, informasi, norma, nilai, resiprositas, kerjasama, dan *network*.³⁸

Simpelnya, modal sosial membicarakan tentang pengaruh hubungan antara individu dalam suatu kelompok untuk menyelesaikan masalah, mencapai tujuan, dan mendapatkan manfaat dari kerjasama mereka. Pada dasarnya modal sosial terbentuk dari adanya kepercayaan, jaringan, dan norma.

Kajian terkait dinamika sosial melalui prespektif modal sosial, tidak lepas dari pembahasan kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*), dan norma (*norm*), tiga unsur dasar yang dipetakan oleh ilmuwan konvensional seperti Coleman dan Putnam. Coleman menganggap bahwa dalam pembangunan ekonomi, ada faktor di luar aspek finansial dan marketing yang memengaruhi tingkat penjualan. Sedangkan Putnam melihat adanya aspek dalam suatu organisasi yang membuat kinerja mereka lebih produktif, dia akhirnya merumuskan tiga aspek secara umum yang memengaruhi peningkatan produktivitas organisasi, yakni kepercayaan, jaringan, dan norma, "*features of social organisation, such as networks, norms, and trust, that facilitate co-*

³⁸ Haridison Anyualatha. "Modal Sosial Dalam Pembangunan". *JISPAR, FISIP Universitas Palangka Raya*, (2013) hlm. 1-10.

ordination and co-operation for mutual benefit".³⁹ Jika dirincikan, ketiga unsur berkaitan dengan pola dan motif tertentu.

- a. Kepercayaan. Menurut Mayer dalam Witjaksono, manusia pada umumnya membangun kepercayaan atas tiga hal, *benevolence*, *ability*, dan *integrity*. *Benevolence trust* atau *affective trust*, adalah kepercayaan yang didasari oleh keuntungan atau kepentingan bersama sehingga melahirkan kerjasama. *Ability trust / cognitive trust / competence trust*, merupakan kepercayaan berdasarkan kemampuan seseorang sehingga dapat dipercayai untuk menyelesaikan suatu masalah. *Integrity trust* merupakan kepercayaan yang didasari oleh loyalitas seseorang sehingga tidak mungkin berkhianat.⁴⁰ Tingkat homogenitas, komposisi populasi, dan pluralitas juga menjadi faktor determinan kepercayaan.⁴¹ Kepercayaan penting dalam kinerja kelompok, pasalnya komunikasi antar personal berbanding lurus dengan tingkat kepercayaan antar individu, komunikasi dalam kelompok pada akhirnya akan memengaruhi kesediaan mereka untuk berkerja sama.
- b. Jaringan. Jaringan sosial merupakan sebuah hubungan sosial yang berpola atau disebut juga pengorganisasian sosial, yang menggambarkan hubungan

³⁹Syahra, R, "Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi ", *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, (2023), hlm. 1-22.

⁴⁰Witjaksono, "Modal Sosial Dalam", hlm. 266-291.

⁴¹Kresna. (2019, November 15). *Dimensi Modal Sosial*. Diambil kembali dari NAMAHA Olah Data dan Pendampingan Penyusunan Artikel Ilmiah: <https://konsultasiskripsi.com/2019/11/15/dimensi-modal-sosial-skrpsi-dan-tesis/>, diakses tanggal 23 november 2023.

interpersonal baik *direct* atau *indirect* (langsung maupun tidak langsung) utamanya dalam pertukaran informasi. Pola yang biasanya terdapat pada jaringan sosial antara lain: pertama, jaringan struktural, jaringan yang memiliki sistem tertentu dalam proses keluar masuknya informasi, sebagai contoh sekretaris yang memegang hak untuk mengelola surat keluar dan masuk dalam suatu organisasi. Kedua, jaringan relasional, ikatan kasual yang tidak memiliki sistem tertentu dalam pertukaran informasi, namun memiliki ikatan khusus dalam Penyebaran informasi, seperti menceritakan masalah pribadi hanya kepada keluarga atau sahabat. Ketiga, jaringan kognitif, ikatan yang berdasar pada nilai atau tujuan tertentu untuk dicapai bersama, seperti kolaborasi pecinta hewan, alam, atau pebisnis.⁴²

- c. Norma. Norma merupakan peraturan tak tertulis yang sengaja dibuat untuk mendukung adanya kerjasama.⁴³ Menurut Dr. Fitri Wulandari, pada dasarnya norma merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh anggota suatu komunitas secara spontan, sehingga menjadi sebuah peraturan tak tertulis dalam komunitas tersebut, norma itulah yang kemudian menjadi dasar suatu komunitas untuk membuat peraturan tertulis.⁴⁴ Urgensi eksistensi norma dalam suatu komunitas ada dua, yakni sebagai identitas bersama dan

⁴²Haridison, “*Modal Sosial Dalam*”, hlm. 1-10.

⁴³Puspita, Nindya Triya. *Modal Sosial Masyarakat Pengelola Hutan Kemasyarakatan Di Kesatuan Pengelolaan Hutan Batutege*. Skripsi. (Lampung: Universitas Lampung, 2019).

⁴⁴Dr. Fitri Wulandari, S. M, *Middle Range Theory Dalam Ilmu Manajemen Sdm*, (Yogyakarta: Gerbang Media, 2021).

memupuk kepercayaan. Eksistensi norma memberikan rasa aman dan nyaman dalam suatu komunitas, norma memainkan peran dalam mengontrol perilaku individu dalam berinteraksi dalam suatu komunitas. Contoh pola norma yang sering terlihat adalah norma kooperatif yang dipatuhi individu (biasanya pedagang) dalam bernegosiasi atau bermitra dan norma solidaritas, yang menuntut anggota komunitas untuk peduli terhadap kondisi sesama anggota komunitas (biasa terjadi pada komunitas RT).

Para sosiolog kontemporer juga menambahkan beberapa unsur pada modal sosial. Penambahan unsur tersebut berdasarkan perkembangan penelitian mengenai fenomena modal sosial pada komunitas masyarakat. Seperti Jousary Hasbullah dalam Supono yang menambahkan unsur lain dalam modal sosial, yakni:

- a. *Reciprocity*. Yakni hubungan timbal balik dalam suatu kelompok. Namun hubungan timbal balik ini tidak selalu dalam bentuk fisik, dalam beberapa kasus dorongan untuk menolong berasal dari *altruism* atau kecenderungan untuk menolong tanpa pamrih.⁴⁵ Penambahan ini berlandaskan argument dari ilmuan konvensional, seperti Fukuyama yang mengatakan bahwa lembaga akan berfungsi dengan baik jika terdapat suatu budaya atau tradisi yang baik, namun kontrak dan peraturan tertulis tidak akan cukup untuk

⁴⁵Supono, B. "Peranan Modal Sosial Dalam Implementasi Manajemen Dan Bisnis". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, (2011), hlm. 10-16.

menjaga kestabilannya, maka dari itu dibutuhkan nilai-nilai resiprositas, tanggung jawab moral, serta kewajiban sosial untuk memupuk kepercayaan yang berlandaskan budaya dari pada pertimbangan rasional.⁴⁶ Unsur resiprositas dalam masyarakat sangat berpengaruh sebagai perekat keguyuban. Para ahli sosiologi konvensional melihat masyarakat perkotaan cenderung individualis namun lebih terorganisir dari pada masyarakat pedesaan yang lebih solid namun masih awam dalam pengoorganisasian, mereka menyebutnya masyarakat organik dan mekanik. Masyarakat organik adalah masyarakat yang dari luar terlihat individualis, namun mereka menunaikan peran dan kewajiban mereka, biasanya solidaritas masyarakat seperti ini ditemukan di perkotaan yang telah memahami konsep pembagian tugas, sehingga mereka bergerak berdasarkan tupoksi masing-masing. Sedangkan masyarakat mekanik adalah masyarakat dengan empati yang tinggi, jiwa gotong royong yang melekat, serta keguyuban seperti keluarga dalam bermasyarakat. Solidaritas masyarakat seperti ini biasanya ditemukan di pedesaan, mereka tidak memahami prinsip pembagian tugas, sehingga bergerak berdasarkan rasa empati dalam diri mereka, karena itu mereka lebih sering bergotong royong dalam menyelesaikan sesuatu dibanding membagi tugas pada orang tertentu.⁴⁷

⁴⁶Syahra, "Modal Sosial", hlm. 1-22.

⁴⁷Setiyawati, R. *Peranan Dukun Bayi Dalam Perspektif Masyarakat Jawa Terhadap Proses Persalinan Di Dusun Nolo Prayan Desa Jatirejo Kabupaten Semarang Jawa Tengah*

b. Tindakan yang proaktif. Suatu perilaku inisiatif yang dimulai dalam oleh individu atau kelompok, yang kemudian menginspirasi anggota lainnya. Perilaku ini tidak hanya terbatas pada inisiatif untuk melakukan hal baru, insiatif untuk berkontribusi dalam kegiatan, kebersihan, dan taat juga masuk dalam kategori ini.⁴⁸ Unsur kali ini memiliki banyak perdebatan, apakah masuk dalam unsur modal sosial, atau sebagai atribut karakter individu. Perilaku proaktif atau inisiatif juga dibahas dalam kajian psikologi dan masuk dalam materi kepribadian individu. Bateman dan Crant dalam Bonyta, menafsirkan perilaku proaktif sebagai kecenderungan pada individu untuk tidak terkekang oleh situasi dan mempengaruhi perubahan dalam lingkungan sekitar.⁴⁹ Dalam kajian psikologi perilaku proaktif diidentifikasi untuk menemukan seseorang dalam organisasi yang memiliki kepribadian positif dalam berkerja dan dapat memengaruhi rekan-rekannya yang lain untuk lebih produktif. Fuller dan Meller dalam Retno menjelaskan bahwa karyawan yang memiliki kepribadian proaktif cenderung termotivasi untuk berinisiatif mengambil peluang yang ada dan cepat dalam merespon situasi disekitarnya, karena itu individu dengan karakter proaktif lebih mudah untuk menularkan ide-idenya kepada tim dan

(Melalui Pendekatan Teori Solidaritas Mekanik dan Organik Emile Durkheim). Skripsi. (FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014).

⁴⁸Supono, "Peranan Modal", hlm. 10-16.

⁴⁹Bonyta Ermintika Rizkiani, D. R. "Kepribadian Proaktif Dan Keterikatan Kerja Pada Karyawan Pt Pln (Persero) Distribusi Jawa Tengah Dandaerah Istimewa Yogyakarta". *Jurnal Empati*, (2015), hlm. 38-43.

merealisasikannya, dibanding individu tanpa karakter ini, meski memiliki gagasan yang baik, namun tanpa kemampuan untuk menularkan gagasan mereka akan sulit untuk direalisasikan.⁵⁰

Namun demikian, karakteristik individu merupakan faktor internal yang dimiliki setiap orang, bisa saja karakter individu berubah atau dipendam demi alasan tertentu, karena itu dibutuhkan faktor dari luar untuk memicu atau memfasilitasi bangkitnya kepribadian positif seperti ini, dalam literatur psikologi, hal ini disebut faktor situasional, di mana faktor dari luar seperti seperti afirmasi, budaya, serta dukungan dapat memengaruhi muncul atau terpendamnya karakter individu. Menurut Tett dan Burnett dalam Mona, karakter atau kepribadian seseorang dapat diaktivasi dengan memadukan ekspresi kepribadian seseorang dengan isyarat situasional yang relevan, isyarat situasional tersebut berasal dari tugas (prosedur & autonomi kerja), kebutuhan sosial (motivasi dan harapan), dan organisasi (iklim dan budaya).⁵¹ Sehingga untuk menumbuhkan potensi karakter proaktif dalam diri karyawan, dibutuhkan pemimpin yang mampu menciptakan situasi yang mendukung tumbuhnya

⁵⁰Retno Windiarsih, A. E, “Hubungan Antara Kepribadian Proaktif Dan Perilaku Kerja Inovatif Di BUMN X”, *Jurnal Psikogenesis*, (2017), hlm. 123-134.

⁵¹Mustika, M. S, “Pengaruh Kepribadian Proaktif Pada Kreativitas Karyawan Dengan Kepemimpinan Transformasional Dan Autonomi Kerjasebagai Variabel Pemoderasi”. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, (2017), hlm. 126-145.

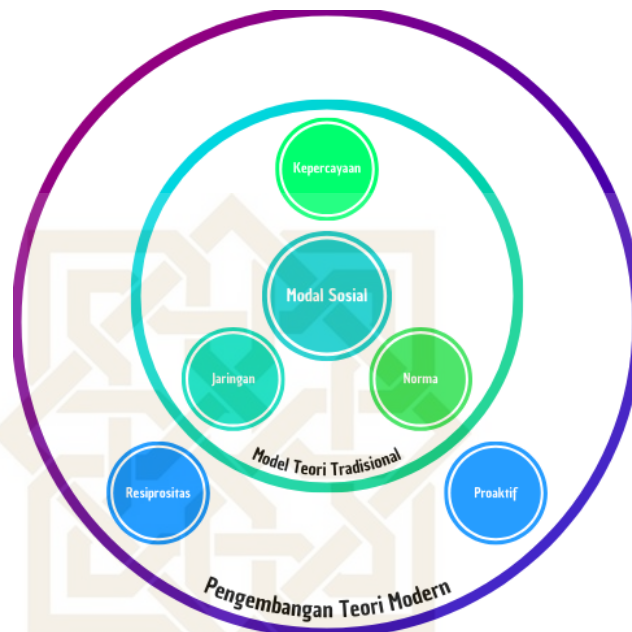
potensi dalam individu tersebut, serta keleluasaan atau autonomi bagi individu tersebut untuk berekspresi.

Dalam prespektif modal sosial, individu yang memiliki perilaku proaktif sangat berperan untuk memengaruhi motivasi serta produktivitas kelompok. Mereka sangat aktif dalam membangun relasi, hubungan, jaringan, serta memupuk kepercayaan orang lain terhadap dirinya, sehingga individu tersebut mendapat dukungan serta rasa hormat dari orang lain. Sehingga jika dipandang dari sisi mikro modal sosial, individu tersebutlah yang berperan dalam menggerakkan dan memengaruhi kinerja suatu kelompok, dengan memanfaatkan hubungan, serta kepercayaan yang ia dapatkan dari perilakunya kepada orang lain.

Ringkasnya ada lima elemen dalam modal sosial. Diagram dibawah merangkum kelima elemen tersebut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 1 Ilustrasi Modal Sosial



Sumber: Mandiri

Menurut Akdere untuk menganalisa modal sosial, kita perlu membaginya dalam tiga dimensi, berdasarkan level objek penelitiannya, level yang dimaksud adalah makro, meso, dan mikro. Makro merujuk pada hubungan sosial yang luas, meliputi lingkungan, sosial, dan politik, modal sosial dalam hal ini akan dianggap sebagai norma umum yang harus dianut semua orang secara universal. Meso menginvestigasi dinamika modal sosial dalam skala komunitas, seperti kelompok atau organisasi, bagaimana hubungan antar organisasi, secara horizontal maupun vertikal. Sedangkan mikro hanya terbatas pada individu, hubungan personal antar individu dalam satu kelompok, sifatnya homogen. Tujuan dari dikotomi level analisa modal sosial adalah untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih terfokus. Dalam menganalisa modal sosial, terdapat dua

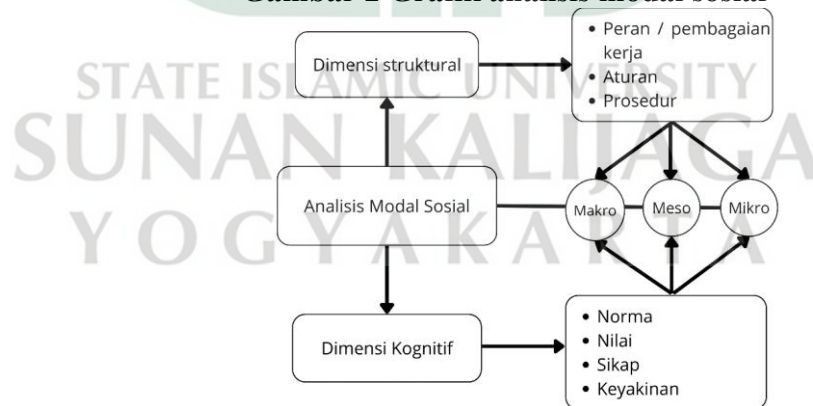
dimensi secara umum yang dibentuk sebagai upaya untuk menganalisis eksistensi modal sosial:

- a. Dimensi struktural. Yakni modal sosial nampak secara wujud dalam bentuk herarki sosial organisasi atau lembaga. Manifestasinya berupa aturan tertulis, prosedural, dan pembagian kerja.
- b. Dimensi kognitif. Yakni dimensi abstrak yang meliputi norma, nilai, keyakinan, dan sikap. Orientasi dari dimensi ini adalah kepercayaan, solidaritas, kerjasama, dan kedermawanan.

Keduanya diperlukan dan saling bersinergi dalam menganalisa modal sosial dalam suatu komunitas. Struktur diperlukan untuk mendeteksi pola modal sosial berkerja, kemudian kognitif menginvestigasi secara lebih mendalam bagaimana modal sosial berkerja.

Dalam grafik analisa modal sosial dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 2 Grafik analisis modal sosial



Sumber: Mit. Witjaksono

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-studi kasus, untuk mengeksplorasi secara mendalam tentang suatu gejala sosial, fakta, dan fenomena dari prespektif masyarakat sendiri. Menurut Robert K. Yin, metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk dapat memaknai secara holistik karakteristik dalam kehidupan masyarakat. Seperti kehidupan perseorangan, perilaku komunitas, proses manajemen organisasi, perubahan lingkungan, perkembangan industri dan hubungan internasional.⁵²

Metode studi kasus ideal digunakan pada kondisi yang unik atau terdapat anomali pada sebuah kasus tertentu yang perlu diteliti. Keunikan yang dimaksud berupa: ciri khas kasus tersebut, latar belakang historis kasus, konteks secara umum, kondisi fisik, memiliki kasus yang serupa, informan yang menjadi narasumber kasus.⁵³

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berfokus pada pasar Mustokoweni, yang terletak dipelataran Mustokoweni the Herritage Hotel, Jl. Mengkubumi No. 72, Jetis, Kota Jogja. Pasar Mustokoweni merupakan pasar bagi UMKM yang diadakan setiap pekan genap setiap bulannya. Pasar Mustokoweni tidak hanya menjadi lokasi pasar bagi perdagangan produk-produk organik, tapi juga sebagai komunitas bagi UMKM di Jogja.

⁵²Yin, R. K, *Case Study Research: Design and Methods*, (California: SAGE. Inc 2009).

⁵³Asmara, Dani, *Pengembangan Keterampilan Sosial Bagi Calon Guru*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2013).

3. Waktu penelitian

Peneliti turun ke lapangan untuk melakukan pengambilan data yang intens dalam rentang waktu desember 2023 sampai dengan februari 2024, tiga bulan tersebut berfokus pada data lapangan, sedangkan untuk data pendukung, seperti informasi dari website, dan media sosial dilakukan pada bulan setelahnya. Kemudian peneliti masih sesekali kembali turun lapangan untuk melakukan triangulasi dalam rentang sampai bulan April 2024.

4. Penentuan Informan

Penentuan Informan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana informan ditentukan secara sengaja oleh peneliti berdasarkan asumsi bahwa informan tersebut memiliki pengetahuan yang baik dan mendalam mengenai kondisi Pasar Mustokoweni.

- a. Penggagas Pasar Mustokoweni, dengan asumsi bahwa penggagas pasar ini memiliki pandangan atau visi kedepannya terhadap Pasar Mustokoweni.

Selain itu penggagas juga mengikuti perkembangan pasar paling lama, mulai dari awal dirintisnya sampai saat ini. Penggagas sekaligus pemimpin Pasar Mustokoweni saat ini adalah Sarah Chandra.

- b. Pelaku UMKM di Pasar Mustokoweni, dengan asumsi bahwa pelaku UMKM sendiri yang merasakan langsung situasi yang terjadi dari dalam internal pasar. Adapun UMKM yang diwawancara adalah:

- 1) Dapur Sehat Artami
- 2) Es Putar Mulia

3) Kian Siomay

4) MilMil Kitchen

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Fadhallah wawancara adalah komunikasi *face to face* dimana salah satu pihak berperan sebagai *interviewer* dan satunya lagi sebagai *interviewee* dengan tujuan tertentu seperti menggali informasi.⁵⁴ Jenis wawancara yang dilakukan adalah *open-ended* atau terfokus, terstruktur.

b. Observasi

Observasi merupakan metode untuk menghimpun informasi atau data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis suatu fenomena yang sedang terjadi.⁵⁵ Jenis Observasi yang digunakan adalah observasi langsung dan *participant*. Tujuannya untuk merasakan secara langsung konteks atau fenomena sosial dalam masyarakat

c. Dokumentasi

Dokumentasi berarti juga mengabadikan suatu peristiwa dalam bentuk foto, dokumen inheren, proposal, dan lainnya.⁵⁶ Tujuannya untuk

⁵⁴Dr. R. A. Fadhallah, S. M, *Wawancara*, (Jakarta: UNJ Press, 2020).

⁵⁵Mania, Sitti, "Evaluasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran", *Jurnal Lentera Pendidikan*, (2008), hlm. 220-233.

⁵⁶Sudarsono, Blasius, "Dokumentasi, Informasi Dan Demokratisasi", *Jurnal Baca*, (2003), hlm. 7-14.

mengklarifikasi penggunaan ejaan dalam judul dan nama yang benar, serta menambah rincian spesifik dan membuat referensi.

d. Rekaman arsip

Rekaman arsip merupakan berita atau informasi yang disimpan sebagai *database* atau memorial. Dapat berupa sensus, karakteristik geografi atau demografi, rekaman pribadi, peta, dll.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Robert K. Yin Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian studi kasus adalah:

- a. Penjodohan pola, untuk mengidentifikasi adanya pola variable non equivalen, eksplanasi tandingan, dan pola lainnya yang lebih sederhana.
- b. Pembuatan eksplanasi (penjelasan).
- c. Analisis deret waktu, seperti kronologis, kompleks, maupun sederhana.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan teknik penjodohan pola sebagai teknik analisis data. Teknik penjodohan pola digunakan ketika data dan hasil penelitian studi kasus bersifat deskriptif dengan pola atau variable yang telah ditentukan.

Penjodohan pola merupakan salah satu model analisis dalam studi kasus yang mengelompokkan hasil temuan menjadi suatu pola empiris, kemudian

membandingkan dan mengaitkan pola tersebut dengan pola teori, proses ini disebut penjodohan “*matching*”, untuk melihat hasil yang keluar.⁵⁷

7. Teknik Uji Keabsahan Data

Teknik uji keabsahan data pendekatan studi kasus bersifat fleksibel, sehingga peneliti dapat menggunakan Teknik uji keabsahan data lainnya dalam penelitian kualitatif. Maka peneliti menggunakan Teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data.

a. Triangulasi sumber

Menguji reliabilitas atau kekonsistenan data dengan menggali informasi dari berbagai informan, hal ini bertujuan untuk memperkuat kredibilitas data penelitian. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan bertanya pada kedua kategori narasumber, penggagas dan pedagang.

b. Triangulasi teori

Untuk mendapat hasil yang mendalam, peneliti membandingkan data dengan teori yang ada, agar peneliti mendapat pemahaman teoretik sebagai dasar.

c. Triangulasi metode

Dilakukan dengan membandingkan informasi atau data yang didapat dengan metode pengumpulan data yang berbeda. Dalam penelitian ini,

⁵⁷ Yin, R. K., *Case Study Research*, (2009).

peneliti akan membandingkan data yang didapat melalui rekaman arsip dari *website* dan media sosial, dengan data yang didapat melalui wawancara, obeservasi, dan dokumentasi.

H. Sistematika pembahasan

Bab I, berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan metode penelitian. Bab ini menjelaskan basis dari penelitian ini.

Bab II, berisikan gambaran umum mengenai pasar mustokoweni, dari sisi historis, geografis, visi dan misi, serta ruang lingkup operasinya.

Bab III, berisikan hasil dari penelitian yang akan menjawab rumusan masalah pada bab pertama.

Bab IV, penutup yang berisikan kesimpulan dan saran, kemudian ditutup dengan daftar pustaka.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Eksistensi Pasar Mustokoweni yang menjadi wadah bagi UMKM, utamanya yang masih berkembang, membantu UMKM dengan memfasilitasi mereka untuk dapat berjualan secara langsung membuat ‘*webrooming*’ untuk UMKM, dan membentuk perkumpulan atau asosiasi untuk UMKM dapat bertukar informasi. Dengan demikian peluang untuk membangun hubungan dengan pelanggan ataupun pihak komunitas serta kegiatan lainnya yang dapat dimanfaatkan UMKM makin besar.

Pengelolaan Pasar Mustokoweni tidak sekompleks organisasi besar pada umumnya, yang memerlukan pembagian kerja dan birokrasi tertentu. Manajemen Pasar Mustokoweni terorganisir secara organik namun tetap mengikuti tahapan manajemen. Pada tahap perencanaan, Pasar Mustokoweni menentukan visi mereka yakni menciptakan suasana pasar yang interaktif dan tidak hanya sebatas wadah jual beli, kemudian membangun komitmen untuk bersikap transparan, serta konsisten dalam mengikuti kegiatan pasar, dan terakhir ditahap ini menjadwalkan agenda pasar. Pada Tahap pengorganisasian, Menyusun tata letak pedagang dalam pasar, mengelola *social media*, dan bermitra atau berkolaborasi untuk membuat kegiatan tertentu di pasar. Tahapan pengarahan, berjalan secara informal tanpa perlu ada prosedur khusus, namun bagi pedagang

reguler yang telah secara konsisten ikut bergabung dengan Pasar Mustokoweni digabungkan dalam grup khusus untuk berkomunikasi. Dan tahapan terakhir pengendalian, terlihat pada adanya kurasi secara berkala dengan standarisasi yang sama dengan tahap perencanaan. Dalam tahap manajemen ini, kolaborasi dan kemitraan yang dilakukan dalam tahap pengoorganisasian menjadi kunci perkembangan Pasar Mustokoweni.

Modal sosial yang terlihat pada Pasar Mustokoweni dan berperan dalam perkembangan mereka adalah, norma transparansi atau keterbukaan yang membuka interaksi dan hubungan yang intens dengan pelanggan. Jaringan kognitif yang menyatukan atau menghubungkan para pedagang dan sesama komunitas pasar sehat di Yogyakarta dengan keinginan atau visi yang sama. *Ability trust* atau kepercayaan yang terbangun antara pedagang dengan Pasar Mustokoweni atas kredibilitas dalam memfasilitasi mereka, menciptakan rasa aman dan nyaman untuk berinteraksi. Terakhir sikap proaktif Sarah sebagai pemimpin yang telaten membangun manajemen serta modal sosial Pasar Mustokoweni sehingga dapat berkembang sampai saat ini. Pada modal sosial, jaringan kognitif menjadi poin penting yang membantu Pasar Mustokoweni untuk berkolaborasi dan bermitra dengan berbagai pihak.

Satu lagi poin penting yang peneliti temukan dalam perkembangan Pasar Mustokoweni. Yakni kepemimpinan Sarah yang meski tergolong

otokratik, namun dengan pengalaman dan kapasitasnya, terbukti berhasil membangun modal sosial dan manajemen Pasar Mustokoweni yang membawa Pasar Mustokoweni sampai titik saat ini.

B. Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan pendekatan dari prespektif lainnya agar mendapat wawasan yang lebih luas, ataupun dapat melakukan penelitian dengan prespektif modal sosial namun berbasis kuantitatif untuk mendapat pandangan secara keseluruhan mengenai fenomena komunitas Pasar Mustokoweni.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Ulil Albab, S. N. (2023). Sustainable Business Exelance. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 113-130.
- Agus Purwanto, M. T. (2020). Model Kepemimpinan Di Lembaga Pendidikan:A Schematic Literature Review. *Ournal Of Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*, 255-266.
- Akademi Kewirausahaan Masyarakat. (2019, Desember 3). *Pasar Mustokoweni: Wadah Sociopreneur Organik di Yogyakarta*. Retrieved from AKM Indonesia: <https://akmindonesia.org/article/21/pasar-mustokowesi-wadah-sociopreneur-organik-di-yogyakarta#:~:text=Pasar%20Msutokoweni%20bukan%20dipandang%20sebagai%20bentuk%20sociopreneur%2C%20namun,menghidupkan%20ide%20dan%20isu%20organik%20dalam%20masyarakat%20Yog>
- Alfan Fauzi, M. M. (2023). Peran Total Quality Manajemen Dalam Meningkatkan Kualitas Output Madrasah Melalui Sistem Kontrol Mutu. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 191-201.
- Ananta Heri Pramono, A. S. (2011). *Menahan Serbuan Pasar Modern: Strategi Perlindungan dan Pengembangan Pasar Tradisional*. Yogyakarta: Lembaga Ombudsman Swasta DIY.

- Anastasya, A. (2023, July 8). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. Retrieved from UMKMINDONESIA.ID: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Anshori, M. N. (2020, August 7). Analisis Pengaruh Modal Finansial Dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Santri Pada Komunitas Santripreneur Di Kabupaten Temanggung. *Skripsi*. Magelang, Jawa Tengah, Indonesia: Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Arianto, J. C. (2007). *Jurus Menembus Pasar Ekspor*. Yogyakarta: MedPress.
- Asmara, D. (2013). *Pengembangan Keterampilan Sosial Bagi Calon Guru*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Asri Setiyani, T. Y. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 425-433.
- Bonyta Ermintika Rizkiani, D. R. (2015). Kepribadian Proaktif Dan Keterikatan Kerja Pada Karyawan Pt Pln (Persero) Distribusi Jawa Tengah Dandaerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Empati*, 38-43.
- Citra Leoni Tumbol, B. T. (2014). Gaya Kepemimpinan Otokratis, Demokratik Dan Laissez Faire Terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Karyawan Pada Kpp Pratama Manado. *Jurnal EMBA*, 38-47.

- Dharmayanti, G. F. (2015). Pengaruh Implementasi Total Quality Management Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Kualitas Kinerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 68-78.
- Diah Ajeng P, P. . (2018). Tantangan Sociopreneurs Yogyakarta Di Era . *Profetik Jurnal Komunikasi*, 12-25.
- Dr. (Cand) Suhardi, S. M. (2018). *Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Dr. Alexander Thian, M. (2021). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dr. Fitri Wulandari, S. M. (2021). *Middle Range Theory Dalam Ilmu Manajemen Sdm*. Yogyakarta: Gerbang Media.
- Dr. R. A. Fadhallah, S. M. (2020). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Dra. L.V.Ratna Devi S., M. D. (2012). *Pendekatan Manajemen Komunitas Untuk Meningkatkan Ketahanan Usaha Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Surakarta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Repository.
- Febrianto, S. E. (2021). Aktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepemimpinan Dan Kerjasama Tim: Kepemimpinan, Komunikasi Efektif, Pendekatan Kepemimpinan Tim, Dan Efektivitas Tim (Suatu Kajian Studi Literature

- Review ilmu Manajemen Terapan). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 598-609.
- Ghoni Arifin, Y. H. (2021). Solidaritas dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 112-126.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UM Press.
- Haridison, A. (2013). Modal Sosial Dalam Pembangunan. *JISPAR, FISIP Universitas Palangka Raya*, 1-10.
- Herry Porda Nugroho Putro, R. E. (2022). Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Umkm Kerajinan Di Kampung Purun. *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*, 203-209.
- Hidayati, B. (2014). Peran Modal Sosial Pada Kontrak Pinjaman Bank Thithil Dan Implikasinya Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi Pada Pasar Blimbing Kota Malang). *Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1-18.
- Hidranto, F. (2023, September 19). *Menuju Data Tunggal UMKM*. Retrieved from INDONESIA.GO.ID: <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/7525/menuju-data-tunggal-umkm?lang=1>
- Indonesia, K. P. (2021, April 1). Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat

Perbelanjaan. *Permendag No 23 tahun 2021*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Insan, A. N. (2017). Pengaruh Kepemimpinan Transaksional Terhadap Motivasi Intrinsik, Work Engagement Dan Kinerja Karyawan . *Journal Of Business Studies*, 1-18.

Jayani, D. H. (2020, December 21). *Survei BPS: 6,78% Perusahaan Berhenti Beroperasi Terdampak Pandemi*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/21/survei-bps-678-perusahaan-berhenti-beroperasi-terdampak-pandemi>

Kementerian Perdagangan RI. (2021, April 1). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2021 . *Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Pembelian dan Toko Swalayan*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Kresna. (2019, November 15). *Dimensi Modal Sosial*. Retrieved from NAMAHA Olah Data dan Pendampingan Penyusunan Artikel Ilmiah: <https://konsultasiskripsi.com/2019/11/15/dimensi-modal-sosial-skrpsi-dan-tesis/>

Laily, E. I. (2015). Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan Pembangunan Partisipatif. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 299-303.

- Lubis, A. (2009). Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan. *Jurnal Tabularasa Pps Unimed*, 181-190.
- Machmudi, M. I. (2020, September 15). *Survei BPS: Mayoritas Pendapatan UMKM Anjlok Akibat Pandemi*. Retrieved from [mediaindonesia.com: https://mediaindonesia.com/ekonomi/345099/survei-bps-mayoritas-pendapatan-umkm-anjlok-akibat-pandemi](https://mediaindonesia.com/ekonomi/345099/survei-bps-mayoritas-pendapatan-umkm-anjlok-akibat-pandemi)
- Mania, S. (2008). Evaluasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan*, 220-233.
- Mira Fatimah, M. A. (2013). Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*, 4-19.
- Mustika, M. S. (2017). Pengaruh Kepribadian Proaktif Pada Kreativitas Karyawan Dengan Kepemimpinan Transformasional Dan Autonomi Kerjasebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 126-145.
- Noor, M. (2011). Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 87-99.
- Nugroho, S. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kerja Laissez-Faire, Pengawasan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Cv. Samyo Makmur AbadiKota Cimahi). *Skripsi*, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesia, Bandung.
- Nur Indah Ariyani, O. H. (2014). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 1 - 12.

- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *Inersia*, 92-104.
- Philip Kotler, H. K. (2019). *Marketing 4.0: bergerak dari tradisional ke digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prof. Dr. Mamduh M. Hanafi, M. (2021). *Manajemen*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka .
- Purhantara, W. (2010). Kepemimpinan Bisnis Indonesia di Era Pasar Bebas. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 18-33.
- Purwaningsih, E. (2008). Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa. *Jantra*, 443-452.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkmdi Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 13-28.
- Puspita, N. T. (2019, July 26). Modal Sosial Masyarakat Pengelola Hutan Kemasyarakatan Di Kesatuan Pengelolaan Hutan Batutegei. *Skripsi*. Lampung, Sumatra Selatan, Indonesia: Universitas Lampung.
- Rahmawati, D. A. (2017, Juni 2). Modal Sosial Dan Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Legi Kotagede Yogyakarta). *Skripsi*. Solo, Central Java, Indonesia: Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.

- Raisya Nur Pratisthita, M. M. (2014). Peran Modal Sosial dalam Menunjang Dinamika Kelompok Peternak Sapi Perah (Studi Kasus di Kelompok 3 TPK Pulosari Pangalengan). *JURNAL ILMU TERNAK*, 52 - 57.
- Retno Windiarsih, A. E. (2017). Hubungan Antara Kepribadian Proaktif dan Perilaku Kerja Inovatif di BUMN X. *Jurnal Psikogenesis*, 123-134.
- Rokhani, C. T. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Sekolah di SDN Dengkek 01 Pati. *Journal Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*, 1-8.
- Rosiana Natalia Djunaedi, d. L. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis Terhadap Kinerja Karyawan. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 400-408.
- Sari, Y. K. (2019). Kepemimpinan Pendidikan. *Judul Artikel Padang*, 1-5.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang. *Urnal Ekonomi Modernisasi*, 97-115.
- Setiyawati, R. (2014). Peranan Dukun Bayi Dalam Perspektif Masyarakat Jawa Terhadap Proses Persalinan Di Dusun Noloprayan Desa Jatirejo Kabupaten Semarang Jawa Tengah (Melalui Pendekatan Teori Solidaritas Mekanik dan Organik Emile Durkheim). *Skripsi FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1-69.

- Setyolelono, D. (2012). Studi Kelayakan Investasi Hartono Lifestyle Mall di Solo Baru. *Skripsi*. Surakarta, Jawa Tengah: UNS-F. Teknik Jur. Teknik Sipil-I.0105064-2012.
- Sitanggang, D. (2022, 10 18). *Umkm: Data Perkembangan Jumlah Umkm Di Indonesia 2022*. Retrieved from Pintar Peluang: <https://pintarpeluang.com/jumlah-umkm-di-indonesia-2022/>
- Soendari, T. (2020). *Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif*. File.upi.edu.
- Statistik, B. P. (2023, February 6). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 tumbuh 5,31 Persen*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>
- Sudarsono, B. (2003). Dokumentasi, Informasi Dan Demokratisasi. *Jurnal Baca*, 7-14.
- Sujarwo. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat "sebuah kajian teoritis"*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sukarti Nengsih, R. G. (2020). Kepemimpinan Transformatif Di Lembaga Pendidikan Islam. *Produ: Prokurasi Edukasi Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 38-54.
- Supono, B. (2011). Peranan Modal Sosial Dalam Implementasi Manajemen Dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* , 10-16.
- Supriharto, J. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Suwandi, R. R. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Otokratis Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt.Pegadaian (Persero) Cp Kedaton Bandar Lampung. *Jkpim : Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 57-69.
- Syadzili, M. F. (2019). Polarisasi Tahapan Kepemimpinan Transformatif Pendidikan Islam. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 55-81.
- Syahra, R. (2003). Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi . *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 1-22.
- Venkatesh Shankar, G. S. (2012). *Handbook Of Marketing Strategy*. Cheltenham: Edward Elgar Publisher.
- Witjaksono, M. (2010). Modal Sosial Dalam Dinamika Perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 266-291.
- Yasin, N. A. (2022). Perkembangan Pasar Legi Di Kabupaten Ponorogo Tahun 2002-2019. *Avatara, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 1-12.
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. California: SAGE. Inc.
- Yogyakarta, D. P. (2022). *Rencana Kerja Perangkat Daerah Tahun 2022*. Yogyakarta: Pemerintah Daerah Yogyakarta.
- Zulkarnain, S. I. (2022). *Pemberdayaan UMKM*. Yogyakarta: expert, Graha Ilmu.