
ANALISA MODAL SOSIAL DAN KINERJA BISNIS PADA INDUSTRY RUMAHAN MAKANAN RINGAN DI KOTA CILEGON PROVINSI BANTEN**Oleh****Khaerul Saleh****Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten****E-mail: Khaerul1963@untirta.ac.id****Abstrak**

Keberadaan Industri rumahan memberikan arti penting dalam pembangunan perekonomian perdesaan, keberhasilan industri rumahan tidak terlepas dari peran modal sosial yang diyakini mampu berperan sebagai linking, binding, bahkan lebih jauh lagi sebagai bonding dalam mengurai permasalahan yang muncul apalagi saat pandemi demic saa itni. Tujuan penelitian ini adalah melihat sejauhmana modal sosial bekerja dalam meningkatkan kinerja ekonomi khususnya industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dikelola oleh perempuan perdesaan. Peneliian ini dilakukan di Kota Cilegon Provinsi Banten, dipilihnya daerah tersebut karena Cilegon merupakan dalahsatu sentra industry Makanan Ringan Kue Gipang. esain penelitian menggunakan studi cross sectional dimana variable variable yang diamati dilakukan pengamatan secara bersamaan. Modal sosial diukur dengan 3 variabel yaitu kepercayaan, jaringan, dan norma. Kinerja bisnis diukur dengan kinerja finansial, kinerja operasional, kinerja dan kinerja Pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja bisnis industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dikelola Perempuan perdesaan. Variabel modal sosial yang memiliki hubungan signifikan dengan kinerja bisnis industry rumahan. Dari lima variable kinerja bisnis industry rumahan, variable dukungan finansial, dukungan jaringan dan dukungan moril memiliki hubungan yang nyata dan positif terhadap kinerja modal social sedangkan variable jaringan pasar dan tingkat upah tidak berhubungan dengan kinerja modal social. Secara umum modal social pelaku industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang berada pada kategori baik.

Kata Kunci: Modal Sosial, Kinerja Bisnis, Industry Rumahan, Makanan Ringan**PENDAHULUAN**

Pandemic Covid 19, merubah tatanan kehidupan sosial dan budaya tak terkecuali juga terjadi pada sekor perekonomian, pertumbuhan Perekonomian Indonesia tahun 2020 mengalami tekanan sebesar minus 4,3 sampai 5,3 persen [1] akibatnya aktifitas ekonomi baik makro maupun mikro mengalami devisa.

Sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (mengalami imbas yang cukup signifikan dibanding sector korporasi. Pada kuartal ke III diprediksi penurunan pendapatan sector UMKM mencapai angka 5-7 persen. Namun demikian kontribusi UMKM terhadap PDRB selama kuartal III masih cukup tinggi yakni sebesar 60,3 %. [2].

Peran perempuan dalam bidang ekonomi (Industri rumahan) bukan sebatas mengisi waktu luang namun lebih pada penyelamatan pendapatan terlebih di masa pandemi Covid 19. Data KPPA 2020 pada triwulan tiga menunjukkan bahwa 64 juta UMKM yang ada di Indonesia 50 persennya adalah dikelola perempuan [3]. Lebih dari 55 persen dikuasi perempuan perdesaan dengan tingkat Pendidikan 36 persen adalah Tamatan Sekolah Dasar [4].

Industry rumahan yang secara umum digolongkan kedalam UMKM memiliki ciri khas yaitu modal yang kecil, resiko yang kecil tetapi *return* yang tinggi dan membentuk jiwa kewirausahaan bagi pemiliknya, dilakukan

secara paruh waktu dan berbasis sumberdaya local [5].

Industry rumahan merupakan industry keluarga, keberlanjutan industri ini lebih dipengaruhi oleh peran individu dan keluarga dengan latar belakang bisnis yang dapat diwariskan secara turun temurun, [5] kepada generasi selanjutnya.

Hubungan Kerjasama, saling percaya serta kebersamaan mewarnai keberhasilan kerja Industri Rumahan yang dikelola perempuan [5] namun terkadang usaha yang dilakukan perempuan masih belum memperhatikan prinsip-prinsip usaha sebagaimana layaknya kegiatan usaha UMKM [6].

Sehingga tidak jarang perjalanan usaha yang dilakukan oleh perempuan mengalami fluktuasi yang relating tinggi [7,8], upaya untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja usaha yang dilakukan perempuan dari berbagai aspek yang ada seperti ketersediaan sumberdaya, pasar dan pangsapasar, pleksibilitas teknologi, serta evaluasi kinerja usaha yang dijalankan diharapkan akan berimbas pada usaha dijalankan semakin berkembang melalui dukunang keberadaan modal sosial sebagai wisdom yang dimiliki perempuan perdesaan.

Rumusan Masalah

Bagaimanakah gambaran modal sosial dan kinerja bisnis yang terjadi pada usaha industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dijalankan oleh perempuan perdesaan di Kota Cilegon Provinsi Banten?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: mengetahui gambaran modal sosial yang ada pada perempuan pelaku industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon Provinsi Banten, serta bagaimana kinerja bisnis yang dilanjakan perempuan dalam mengembangkan industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon Provinsi Banten, mengetahui keberadaan modal sosial dan kinerja bisnis perempuan pelaku industri

rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon Provinsi Banten.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Entrepreneur

Pengusaha atau dewasa ini sering disebut entrepreneur adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan memanfaatkan kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan keberhasilan usaha [9].

Entrepreneur merupakan suatu proses kreativitas inovasi dalam menjalankan suatu aktivitas untuk mencari dan menemukan peluang sehingga terhundur dari masalah yang dihadapi, interpreneur merupakan kemampuan yang dimiliki oleh setiap orang dalam menjalankan usaha maupun untuk membuat ide baru dengan mengkombinasikan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide lama [9]. Sedangkan inovasi merupakan penerapan dari penemuan suatu proses produksi baru atau pengenalan akan suatu produk baru [10]. Entrepreneur berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprendre* yang berarti mengambil pekerjaan (*to undertake*), konsep ini memberikan arti bahwa entrepreneur merupakan tindakan seseorang untuk membuat organisasi, mengelolanya, dan menentukan risiko sebuah bisnis [10].

Dengan demikian, pengertian entrepreneur adalah orang yang memiliki keberanian memulai melakukan aktivitas bisnis dengan kekuatan sendiri, yang pada gilirannya tidak saja menguntungkan pribadinya, tetapi juga menguntungkan masyarakat, karena dapat menyerap tenaga kerja baru.

b. Modal Sosial

Terdapat tiga dimensi hubungan antara modal sosial dengan kewirausahaan yaitu antara lain : (1) Kepercayaan (*trust*) (2) Jejaringan sosial (*social networking*) dan (3) nilai dan norma (*civic norm*) [11,5].

1. Kepercayaan (*trust*)

Merupakan perilaku seseorang untuk bersandar (rely on) kepada reliabilitas dan integritas orang lain dalam memenuhi harapannya dimasa yang akan datang, [9]. membagi kepercayaan dalam dua tipe, yang pertama adalah *generalized trust*, dan *institutional trust*, tipe- tipe tersebut terkait dengan seberapa besar rasa saling percaya yang dimiliki komunitas.

Tipe pertama ini menggambarkan aspek kepercayaan *interpersonal*, dengan meningkatkan rasa saling percaya sehingga dapat meningkatkan interaksi dan komunikasi antara satu dengan lainnya. Tipe kedua yaitu *institutional trust*, seberapa besar tingkat kepercayaan komunitas pada perusahaan atau organisasi. Tipe ini menggambarkan aspek *deferrent* dari *trust*, tipe ini terkait dengan kepercayaan bahwa mekanisme sanksi yang efisien membuat pelanggaran kontrak antar anggota saling menguntungkan.

2. Jejaring sosial (Social Networking)

Jaringan sosial (social network) merupakan infrastruktur dinamis yang berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia. Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, yang saling memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat Kerjasama, [12,13] menyatakan kedekatan dalam jejaring sosial yang erat berdampak positif dalam mempromosikan lingkungan normatif serta menghasilkan kepercayaan, kerjasama, dan interaksi antar anggota. Pada konsep ini jaringan memiliki unsur kerja dimana melalui mekanisme media hubungan sosial berafiliasi menjadi kerja sama.

Hubungan-hubungan tersebut dapat terjadi baik dalam bentuk formal maupun informal. Hubungan sosial yang terjadi merupakan gambaran atau cermin dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal (Damsar,2002, dalam [12]). Melalui jaringan sosial yang terbentuk, individu akan ikut serta dalam tindakan

resiprositas dan melalui hubungan ini diperoleh keuntungan yang saling memberikan apa yang dibutuhkan satu sama lain.

3. Civic Norm

Civic norms atau norma-norma dalam masyarakat diartikan pelaku dan penjaga, Doh dan Zolnik, 2011, dalam [9], sebagai kecenderungan masyarakat untuk bekerjasama dan mementingkan kepentingan umum diatas kepentingan pribadi.

Mekanisme informal ini seringkali tumbuh bersamaan dengan adanya aktivitas institusional karena, masyarakat yang ingin meningkatkan kesejahteraan sosial lebih ingin terlibat dalam banyak kegiatan. Fukuyama, dalam [12] menjelaskan bahwa norma sangat penting dan dibutuhkan untuk mengurangi biaya-biaya transaksi. Jika kita tidak memiliki norma, maka kita mungkin harus merundingkan aturan-aturan kepemilikan atas dasar kasus per kasus, situasi yang tidak kondusif bagi pertukaran pasar, investasi, maupun pertumbuhan ekonomi.

Dalam ilmu ekonomi terdapat teori permainan (game) yang menjelaskan munculnya norma sosial. Dalam hal ini norma menjaga hubungan sosial antara penjual dan pembeli. Kepatuhan pelaku pasar terhadap norma-norma sosial yang telah disepakati dapat meningkatkan solidaritas dan mengembangkan kerja sama dengan mengacu pada norma-norma sosial yang menjadi patokan dan sesuai kesepakatan mereka.

c. Kinerja Bisnis

Kinerja perusahaan merupakan akumulasi dari seluruh aktivitas yang dilakukan dalam perusahaan itu sendiri. [9,13], menyebutkan Kinerja didefinisikan sebagai keberhasilan personel dalam mewujudkan sasaran strategik, yang meliputi empat perspektif yaitu keuangan, customer, pemasaran, serta sumberdaya manusia

1. Kinerja Finansial

Kinerja perusahaan umumnya dievaluasi dalam jangka waktu yang pendek seperti pertahun, kuartalan, bulanan bahkan jangka

waktu yang lebih pendek lagi, pengukuran kinerja dalam jangka waktu yang panjang dapat digunakan untuk menilai implementasi dari strategi perusahaan.

Apabila Kinerja keuangan dievaluasi dalam jangka waktu pendek maupun panjang akan menunjukkan bagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan peluang maupun strategi yang ada [14]. Lebih lanjut [14]. menyatakan tujuan dari melakukan evaluasi atas kinerja keuangan adalah untuk mengetahui apakah realisasi investasi telah sesuai dengan yang diharapkan

2. Kinerja Operasional /Customer

Hal penting yang harus diperhatikan dalam menilai kinerja operasional sebuah perusahaan industri rumahan adalah kualitas produk yang dihasilkannya, dalam perusahaan manufaktur kinerja operasional diukur melalui beberapa kriteria seperti, kualitas produk, kinerja teknologi yang dipakai, kapasitas produksi, serta persediaan bahan baku dan barang jadi [14].

Dalam industri rumahan kinerja operasional dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut mampu mempertahankan hidup [15]. Sedangkan Anderson et al. (1997) dalam [9], yang berpendapat bahwa kinerja keuangan dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan mampu memberikan kesan dalam meningkatkan penjualan walaupun terdapat barang dan jasa yang kurang berkualitas.

3. Kinerja Pemasaran

Aspek penting dalam keberlanjutan industri rumahan adalah pertumbuhan, karena Kinerja pemasaran dipengaruhi oleh efektifitas perusahaan (effectiveness), [16], Kinerja pemasaran bagi industri kecil (rumahan), merupakan suatu cara untuk mengetahui apakah biaya promosi yang digunakan telah benar-benar menghasilkan laba yang optimal atau belum, dapat diketahui.

Evaluasi aspek pemasaan salah satunya diarahkan untuk mendapatkan informasi mengenai fakta tertentu dibandingkan dengan target atau rencana yang telah ditetapkan sebelumnya, misalnya mengenai segmentasi, target, dan posisi produk di pasar, strategi bersaing yang diterapkan, nilai penjualan, hingga *market share* yang dikuasai perusahaan [13,14].

Seorang pemasar (*Marketer*) harus mampu memprediksi terjadinya perubahan lingkungan bisnis dan kemudian bertindak proaktif. Philip Kotler dalam [17] merumuskan Lingkungan Pemasaran sebagai suatu area bisnis yang terdiri dari para pelaku dengan kekuatan yang berasal dari luar, fungsi manajemen pemasaran adalah mempengaruhi sejauhmana kemampuan manajemen pemasaran dapat mengembangkan dan mempertahankan transaksi yang dilakukan secara baik dengan sasaran para pelanggan.

d. Kinerja Sumber Daya Manusia

Keberhasilan sebuah bisnis, ditentukan oleh bagaimana Sumberdaya Manusia (SDM) yang mengelolanya, kinerja SDM adalah prestasi kerja personal, atau hasil kerja (output) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai SDM per satuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Beberapa hal penting dalam kinerja SDM yang perlu dievaluasi adalah mengenai produktivitas kerja, motivasi kerja, kepuasan kerja, pelatihan dan pengembangan, serta kepemimpinan [14].

Produktivitas kerja sebagaimana diungkapkan Tohardi dalam [18], produktivitas pada dasarnya mencakup sikap mental dan perilaku yang berorientasi pada perbaikan berkelanjutan (continuous improvement), dan mempunyai pandangan bahwa kinerja hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan kinerja hari esok mesti lebih baik dari prestasi hari ini.

Manajemen yang baik adalah manajemen perusahaan yang berusaha menempatkan orang yang tepat pada posisi yang tepat. Karenanya

untuk menghasilkan kinerja sedapat mungkin perusahaan berusaha mencari tenaga kerja, yang cocok dengan bidang pekerjaan, kemudian melatih mereka, memotivasi, mengevaluasi, dan memberi kompensasi.

[15] menjelaskan ada enam fungsi Pengembangan Sumber Daya Manusia antara lain: (1) Merencanakan kebutuhan staf, (2) Mencari dan merekrut karyawan, (3) Melatih dan mengembangkan, (4) Menilai performance, (5) Menetapkan kompensasi/imbalan, (6) Menyesuaikan dengan perubahan-perubahan.

Keberhasilan usaha yang dilakukan pemilik sangat dipengaruhi oleh bagaimana Sumber Daya Manusia dikembangkan, dikordinasikan dan diarahkan sesuai dengan tujuan perusahaan, sehingga ada keselarasan antara tujuan perusahaan yang akan dicapai dengan kepuasan pada diri karyawan. Karen SDM adalah aset paling penting yang berdampak pada kesejahteraan perusahaan secara langsung jika dibandingkan dengan sumber daya yang lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan penelitian deskriptif, dengan membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki [19]. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah perempuan pelaku industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon Provinsi Banten.

Pengolahan data secara deskriptif, dimana data-data yang terkumpul dibagi dalam beberapa kelompok dan dinyatakan atau diukur dalam distribusi frekuensi, artinya bahwa; angka (bilangan) yang menunjukkan seberapa kali suatu variabel memberikan kontribusi (yang dilambangkan dengan angka- secara berulang) deretan angka tersebut dapat berupa variabel atau berapa kali suatu indikator (yang

dilambangkan dengan angka itu) muncul dalam deretan angka tersebut, agar menguntungkan dan memiliki arti.

Ringkasan dalam bentuk tabel dari sekelompok data yang menunjukkan frekuensi persentase bagi setiap kelas yang disajikan. Selain itu, peneliti juga menggunakan tabulasi silang, Tabulasi-silang adalah berupa beberapa item pertanyaan yang mengalami perubahan, dan adanya dukungan modal sosial yang didapatkan dari responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah perempuan pelaku usaha industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang berlokasi di Kota Cilegon Banten. sebagian besar pengelola industri rumahan ber usia 42,3 tahun dengan tingkat Pendidikan formal (89,6%) adalah tamatan sekolah dasar dan 7,1% menyelesaikan sampai pendidikan tinggi,

Pendidikan nonformal 98,7 persen adalah rendah hal ini karena umumnya keterampilan dalam pengelolaan industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang dilakukan secara turun temurun, lama usaha sangat berfariatif mayoritas sudah menjalankan usaha selama 12 sampai 16 th, tanggungan keluarga antara 3-5 orang sebesar 81.17%, tingkat pendapatan kepala keluarga 50% berada pada kisaran 1,5 sampai 2 juta rupiah dan penggunaan tenaga kerja luar keluarga 65,6% berada pada kisaran 3-6 orang.

b. Peran Modal Sosial Dalam Industri

Rumahan

Konsep modal sosial, sebagaimana dikemukakan oleh sosiolog Pierre Bourdieu, modal sosial didefinisikan sebagai sumberdaya baik yang actual maupun potensial yang dimiliki seseorang berkat adanya jaringan hubungan secara kelembagaan yang terpelihara dengan baik [5].

Robert Putnam salah satu pelopor modal sosial, mendefinisikan modal sosial sebagai pendorong dalam kinerja kelembagaan

demokrasi dan pengembangan ekonomi. Sedangkan Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai kepercayaan (*trust*), norma (*norms*), dan jaringan (*networks*) yang memfasilitasi adanya kerjasama untuk mencapai keuntungan bersama. [4, 20].

1. Kepercayaan (Trust)

Sebagai modal sosial kepercayaan (*trust*) sebagai mana disebutkan oleh [5] membagi kepercayaan dalam dua tipe, yang pertama adalah *generalized trust*, dan kedua adalah *institutional trust*, tingkat kepercayaan perempuan perdesaan pelaku industry rumahan.

Dimensi pertama (*generalized trust*) diukur melalui empat tipe yaitu: (1) Kepercayaan dalam arti *confidence* yang merupakan ranah psikologis individual sebagai sikap yang akan mendorong seseorang dalam mengambil keputusan setelah menimbang resiko yang akan diterima.; (2) Kerja sama yang menempatkan *trust* sebagai dasar hubungan antar individu tanpa rasa saling curiga; (3) Penyederhanaan pekerjaan yang memfungsikan *trust* sebagai sumber untuk membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja; (4) Ketertiban dimana *trust* sebagai *inducing behaviour* setiap individu untuk menciptakan kedamaian dan meredam kekacauan sosial.

Sedangkan dimensi kedua (*institutional trust*) diukur dengan tiga tipe yaitu (1) Pemelihara kohesivitas sosial yang membantu merekatkan setiap komponen sosial yang hidup dalam komunitas menjadi kesatuan; (2) Trust sebagai "*willingness to take risk*" yaitu interaksi yang didasari pada perasaan seperjuangan damiana setiap orang akan memberikan respon sebagaimana yang diharapkan dan saling mendukung (3) *Trust* sebagai modal sosial yang menjamin struktur sosial berdiri secara utuh dan berfungsi secara operasional serta efisien [4,21] , dengan nilai: (1) sangat rendah, (2) rendah, (3) tinggi, dan (4) sangat tinggi.

Berdasarkan pengamatan lapangan diperoleh tingkat kepercayaan perempuan perdesaan pelaku industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang sebagaimana di lihat pada

Tabel 1. Hasil yang tersaji pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kepercayaan, sebagai salah satu komponen modal sosial, berada dalam taraf sedang, hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang berkecenderungan dilakukan secara perorangan.

Ada dua kemungkinan yang terjadi pada pelaku industry rumahan pertama adalah munculnya persaingan yang terbuka antar pelaku industry rumahan baik dalam penetapan harga maupun kualitas, kedua adanya klaim (pengakuan sepihak) bahwa produk yang dihasilkan pihak lain lebih buruk dibanding dengan produk yang dihasilkan dirinya, sehingga berpotensi menghambat keberlanjutan usaha Makanan Ringan Kue Gipang di lokasitersebut.

Tabel 1 Sebaran Tingkat Kepercayaan Responden

Jenis kepercayaan	Jumlah (%)				
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
Kepercayaan diri keluarga untuk menjalin hubungan sosial	0,5	1,3	66,6	25,4	6,2
Kepercayaan bahwa anggota kelompok dapat bekerjasama tanpa rasa saling curiga	0,5	1,5	60,4	15,8	21,8
Kepercayaan bahwa kerjasama yang terjalin dapat meningkatkan pendapatan	0,7	1,8	57,5	20,6	19,4
Kepercayaan bahwa kerjasama yang terjalin dapat melancarkan usaha ekonomi	0,6	1,6	56,6	22,6	18,6
Kepercayaan bahwa aturan kelompok dapat menertibkan jalannya kelompok	0,6	2,2	56,7	22,6	17,9
Kepercayaan bahwa menjaga keeratan hubungan penting	0,5	2,3	53,8	27,4	16
Trust sebagai " <i>willingness to take risk</i> " yaitu interaksi yang didasari pada perasaan seperjuangan	0,6	2,3	57,8	32,8	6,5
Kepercayaan menjaga hubungan dan usaha ekonomi tetap <i>sustain</i>	0,7	1,5	57,5	25,6	14,7

Namun, bila kepercayaan antar pelaku industry rumahan ditingkatkan dengan dibentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUB), maka akan menjadi modal potensial bagi kelompok untuk berkembang secara optimal dalam rangka mencapai tujuan bersama dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya

2. Jaringan sosial (social network)

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terbentuk melalui simpul-simpul yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll. Davidsson and Honig, (2003,) dalam [22] menyatakan modal sosial mempunyai dua ukuran utama yaitu: (1) jaringan sosial (*networks*) dan (2) karakteristik jaringan sosial (*networks characteristics*).

Jaringan sosial dilihat dengan menggunakan beberapa ukuran yaitu: (a) ikatan informal yang dikarakteristikan dengan adanya kepercayaan dan hubungan timbal balik yang lebih familiar dan bersifat personal seperti pada ikatan keluarga, pertemanan, ketetanggaan; (b) ikatan yang sifatnya lebih umum seperti ikatan pada masyarakat setempat, masyarakat umum, masyarakat dalam kesatuan kewarganegaraan. [20,23].

Ikatan ini dicirikan dengan adanya kepercayaan dan hubungan timbal balik yang sifatnya umum; dan (c) ikatan kelembagaan umumnya berupa saling percaya dengan aturan aturan yang ada dalam kelembagaan Sementara itu, karakteristik jaringan sosial (*network characteristics*) dapat dilihat dari tiga karakter yaitu : (a) bentuk dan luas (*size and extensiveness*); (b) kerapatan dan ketertutupan (*density and closure*), dan (c) keragaman (*diversity*). [23]

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakui adanya jaringan sosial informal yang tumbuh dan berkembang. Baik dalam bentuk ikatan ketetanggaan maupun ikatan kekerabatan yang sifatnya masih kental dan menjadi basis jaringan utama responden dalam menjalankan kehidupan sehari-hari maupun dalam menjalankan usaha.

Dalam industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dilakukan oleh perempuan perdesaan, Jaringan sosial informal yang sangat berupa berupa hubnungan kekerabatan, pertemanan dan kekeluargaan merupakan modal potensial dan memiliki pengaruh yang besar dalam mengembangkan Industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang.

Semkaian luas jaringan kekerabatan akan memperluas jaringan pasar yang dimiliki responden. Tabel 2 menunjukkan bahwa jaringan sosial yang dimiliki responden berada pada kategori sedang sampai tinggi, prosentase terbesar terjadi pada jaringan dengan pemasok bahan baku 85,9 persen

sedangkan tertinggi pada jaringan dengan pertemanan.

Hal ini menunjukkan bahwa keberlangsungan industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dilakukan perempuan perdesaan berhubungan langsung dengan ketersediaan bahan baku dan jaringan pertemanan yang merupakan bagian dari jaringan pasar, tentu saja akan menjadi hambatan bagi keberlangsungan usaha bila hanya memanfaatkan kekuatan keluarga maupun tetangga.

Tabel 2. Sebaran Jaringan social

Karakteristik jaringan	Jumlah (%)				
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
Luas jaringan	0	0,5	75,4	19,5	4,6
Kedalaman jaringan dengan keluarga dalam lingkungan	0	0	78,5	16,6	4,9
Kedalaman jaringan dengan keluarga diluar lingkungan	0	0,7	83,5	10,4	5,4
Kedalaman jaringan dengan pemasok bahan baku	0	0,2	85,9	9,8	4,1
Kedalaman jaringan antar komunitasnya	0	0,4	83,7	11,7	4,2
Kedalaman jaringan Pertemanan	0	0	29,6	67,5	2,9

Norma (Civic Norm)

Norma sosial adalah kebiasaan atau aturan umum yang menjadi pedoman perilaku yang ada dalam suatu kelompok masyarakat dan memiliki batasan wilayah tertentu. Norma sosial merupakan batasan perilaku berupa pernyataan pantas dan atau tidak pantas bagi suatu kelompok masyarakat, sehingga juga dapat disebut sebagai kaidah sosial atau peraturan sosial.

[23] menyebutkan Norma sosial adalah hasil dari berbagi pikiran, rasa, dan perilaku dalam komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas memiliki aturan atau Batasan akan apa yang bisa dan tidak bisa dilakukan. Karenanya norma merupakan standar yang dapat mengatur perilaku komunitas dan bersifat informal untuk mengatur serta memberikan regulasi bagi komunitas. [24,25].

Ada empat kondisi dimana norma kelompok dapat dijalankan dalam komunitas. Pertama, norma kelompok dapat ditegakkan jika norma tersebut memfasilitasi bertahannya suatu kelompok (komunitas). Perilaku apapun yang memiliki efek negative terhadap komunitas akan lebih menonjol dan mengancam anggota kelompok (komunitas).

Kedua, norma kelompok dapat ditegakkan jika norma tersebut sederhana, mudah dipahami, dan merupakan perilaku yang diharapkan oleh anggota komunitas. Ketiga, norma kelompok ditegakkan ketika norma tersebut membantu komunitas menghindari masalah interpersonal yang bersifat negatif. Keempat, norma kelompok ditegakkan jika norma tersebut mengantarkan nilai komunitas dan membuat perbedaan yang jelas pada komunitas, Feldmen (2001), dalam [25]

Merujuk konsep Feldmen (2001), [25], Norma sosial perempuan pelaku industry rumahan makanan Ringan Kue Gipang meliputi (1) saling membantu satu dengan lainnya dalam menyelesaikan masalah secara bersama; (2) semua anggota terbiasa untuk saling membantu dan menolong antar sesama ; (3) semua orang bertindak sebagai relawan dalam hal yang berkaitan dengan kemajuan industry rumahan; (4). Semua orang terlibat untuk membantu Ketika salah satunya membutuhkan bantuan.

Tabel 3 menggambarkan bahwa sebaran Norma sosial pelaku industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang berada pada tingkatan sedang, walau kegiatan usaha dilakukan secara individu namun dalam beberapa hal masih memiliki rasa empati terhadap sesama seperti dalam saling menolong jika salah satu mengalami kesulitan seperti dalam pengadaan bahan baku maupun menjualkan hasil produksi.

Tabel 3 menggambarkan bahwa sikap saling membantu yang didasari atas kerelaan dan kemajuan bersama merupakan bagian dari norma yang di junjung tinggi sehingga akan terhindar dari sikap individualis, walaupun norma sosial yang dimiliki perempuan perdesaan pelaku industry rumahan berada pada kategori sedang tetapi secara umum nilai nilai yang diyakini bersamadalam menjalankan industry rumahan, seperti saling memberikan bantuan, saling memberikan informasi, sehingga usaha yang dijalankan berkelanjutan.

Tabel 3 sebaran Norma Komunitas

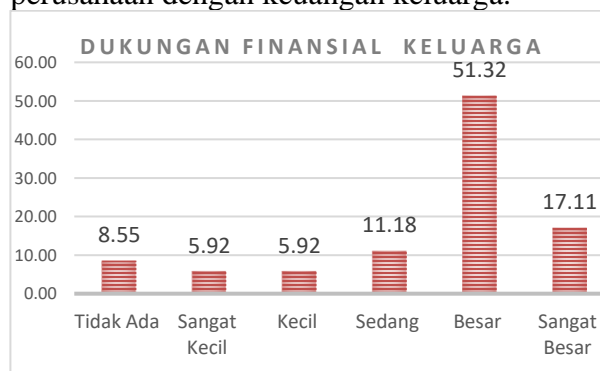
Karakteristik Norma	Jumlah (%)				
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
Saling membantu yang lain untuk manfaat Bersama	0,4	0,5	77,4	19,5	2,2
Terbiasa untuk membantu sesama	0,6	0,7	84,5	10,4	3,8
Secara sukarela untuk saling mendukung demi kemajuan usaha	0,5	1,2	85,9	8,8	3,6
Saling membantu ketika membutuhkan bantuan	0,7	2,3	31,4	62,5	3,1

a. Analisis kinerja Bisnis

1. Dukungan Finansial Keluarga

Kepemilikan modal yang ditanamkan dalam mengembangkan industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang sepenuhnya ditanggung oleh pelaku usaha itu sendiri, manajemen keuangan yang dilakukan oleh pelaku industry rumahan umumnya masih sangat sederhana dimana pendapatan usaha yang dihasilkan dari industri rumahan merupakan pendapatan keluarga.

Gambar 1, menunjukkan bahwa Sebagian besar 78 responden (51,32%) modal yang dilakukan untuk usaha industry rumahan adalah sumbangsih dari keluarga dan hanya 13 responden (8,55%) menyatakan tidak adanya dukungan finansial yang diberikan dari keluarga, artinya sudah ada pemisahan manajemen keuangan antara keuangan perusahaan dengan keuangan keluarga.



Gambar 1 Dukungan Financial Keluarga

a. Dukungan Jaringan Keluarga

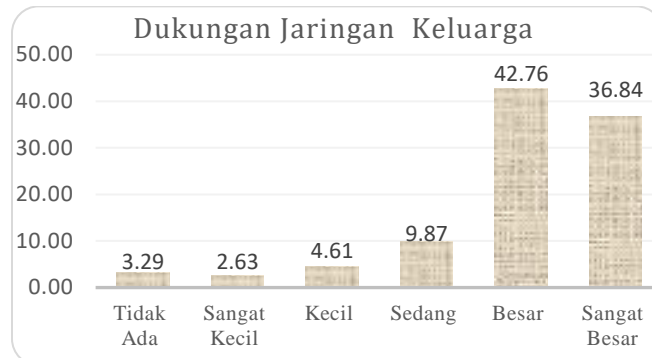
Keluarga merupakan sebuah jaringan potensial dalam melakukan bisnis bagi perempuan, semakin besar keluarga yang dimiliki maka jaringan semakin kuat, [4]. Pentingnya jaringan keluarga merupakan bagian dari keberadaan industry rumahan beserta produk yang dihasilkannya. Saat pelaku usaha hendak memulai bisnisnya, maka yang perlu diperhatikan adalah seberapa besar

jaringan pasar yang akan mendukung usahanya. adalah jaringan pasar, para pelaku usaha sedapat mungkin membentuk jaringan walaupun dalam skala yang terkecil dengan biaya yang relative rendah seperti contohnya keluarga atau siapapun yang masih memiliki hubungan kerabat.

Selain itu, potensi pasar terkadang dan seringkali dilupakan oleh para pelaku usaha. Padahal mereka dapat dijadikan sebagai langkah awal ketika para pelaku usaha membentuk sebuah jaringan. Fenomena menarik yang ada saat ini ialah muncul berbagai komunitas yang dapat menjadi potensi pasar bagi para pelaku usaha untuk dimanfaatkan sebagai peluang dalam memajukan bisnisnya.

Dalam industry rumahan konsep ini telah berjalan secara turun temurun diana semakin besar hubungan kekerabatan maka peluang memasuki pasar semakin besar. Gambar 2 menunjukkan bahwa jaringa pasa yang dijalankan dalam industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang. Sebagian besar pelaku inustri rumahan menggunakan jaringan keluarga baik keluarga dekat maupun tetangga, secara sosial jaringan keluarga (kindshif family) lebih efektif dengan biaya yang relative rendah sebagaimana dijelaskan oleh [5], dimana hubungan kekerabatan dan pertemanan merupakan modal potensial dalam mengembangkan jaringan pasar.

Dari Gambar 2 juga terlihat bahwa sebesar 42,76 persen keluarga terlibat dalam pengembangan pasar dan hanya 3,29 persen (3 responden) yang memanfaatkan pasar tradisional. Bila dilihat lebih rinci konsep jaringan pasar yang digunakan dalam industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon menunjukkan bahwa semakin luas jaringan keluarga yang dimiliki maka penguasaan pasar akan semakin besar.

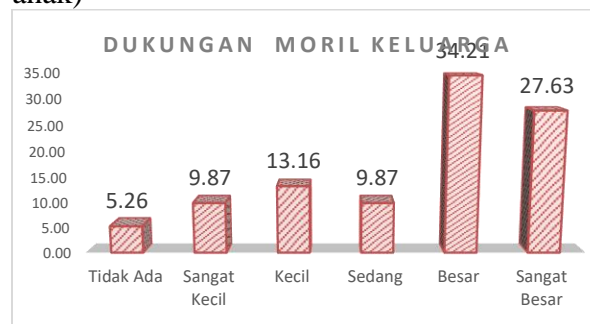


Gambar 2. Dukungan Jaringan keluarga

b. Dukungan Moril Keluarga

Selain dukungan jaringan hal yang tidak kalah penting dalam pengembangan Usaha industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang adalah dukungan moril. Dukungan moril menjadi motivasi yang tinggi dalam pengembangan usaha yang dijalankan perempuan perdesaan, tidak sedikit jumlah industry rumahan yang hancur sebelum eksis karena rendahnya dukungan moril.

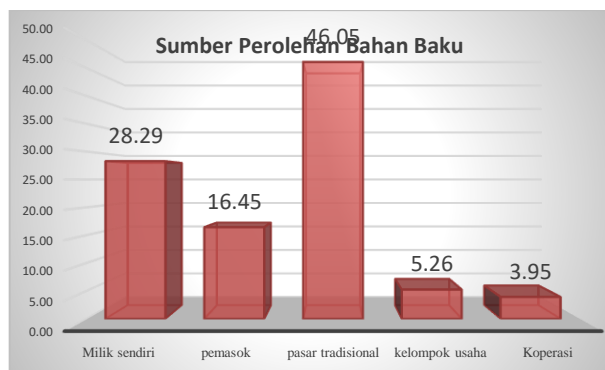
Hal yang menjadi penting dalam kondisi ini adalah bahwa kegiatan industry rumahan yang dijalankan perempuan perdesaan sebageian besar dilakukan secara paruh waktu, artinya bahwa pekerjaan pokok dari pelaku indusru rumahan adalah mengurus rumahtangga (memasak, mengurus suami dan anak)



Gambar 3. Dukungan Moril keluarga

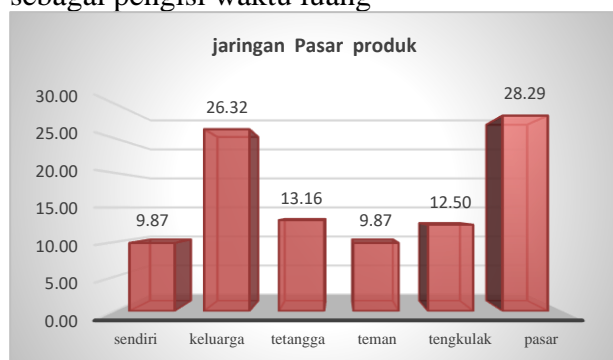
Pada Gambar 3 menunjukkan bahwa dukungan moril yang diberikan keluarga berada pada kategori sedang, dimana 34,21% responden menjawab besar dan hanya 5,26% yang menjawab tidak ada, ini menyatakan bahwa pada industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon Banten, dalam

memberikan dukungan moril yang sangat besar dari keluarga untuk menjalankan usahanya.



Gambar 4. Dukungan Bahan Baku

Gambar 4 diatas dapat dilihat jaringan bahan baku umumnya diperoleh dari pasar tradisional sebesar 46,05 persen disusul dari kebun sendiri sebesar 28,29 persen berturut turut dari pemasok, kelompok usaha dan koperasi, berdasarkan gambar tersebut jelas bahwa dasar dari industry rumahan yang dijalankannya adalah sebagai usaha keluarga yang dilakukan sebagai pengisi waktu luang



Gambar 5 . Jaringan Pasar

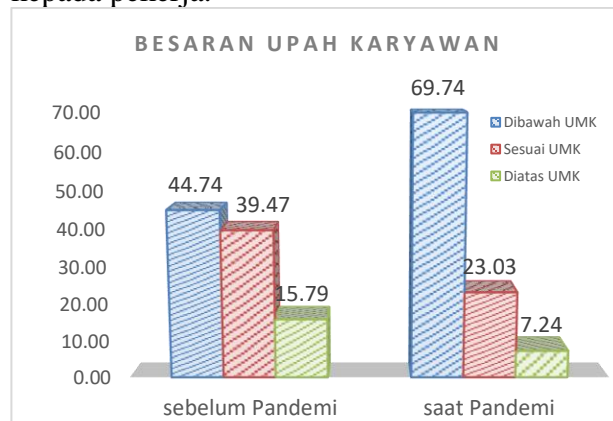
Sementara itu Gambar 5 melihat bagaimana jaringan pasar yang dibangun industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang hampir sama dengan jaringan bahan baku dimana targeting pasar tradisional sebesar 28,29 persen dan jaringan keluarga sebesar 26,32 persen. Dipilihnya jaringan keluarga sebagai targeting pasar menunjukkan bahwa secara umum kegiatan industry rumahan masih bersifat usaha sampingan.

Perkembangan industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dilakukan

perempuan masih belum mengarah pada skala ekonomis, hanya beberapa pelaku usaha yang sudah siap untuk melakukan ekspansi pasar, untuk pengembangan industry rumahan dimasa yang akan datang secara perlahan perlu dibenahi melalui kelembagaan kelompok baik berupa Kolempok Usaha Bersama (KUB) maupun Koperasi, agar usaha industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dijalankan perempuan dapat berkelanjutan.

Tidak dapat dipungkiri kondisi pandemic Covid 19 juga mempengaruhi secara nyata terhadap aktifitas industry rumahan, hal ini juga berdampak pada korbanan biaya yang diterima, sebagian tenaga kerja /buruh yang terlibat dalam industry rumahan.

Jaringan jaringan pemasaran yang selama ini dilakukan banyak mengalami kendala, akibatnya produksi yang dihasilkan dari industry rumahan distribusinya mengalami hambatan. Langkah yang dilakukan untuk mengantisipasi hal tersebut salah satunya adalah dengan mengurangi upah yang diberikan kepada pekerja.



Gambar 6. Tingkat Besaran Upah

Pandemi Covid membawa pengaruh yang besar terhadap keberlanjutan industry rumahan, penerapan social distancing berimbas pada menurunnya penjualan produk baik yang dilakukan melalui jaringan keluarga maupun pasar tradisional, rendahnya serapan pasar berimbas pula pada tinak upah yang diterima tenaga kerja (karyawan) yang kesehariannya menggantungkan hidup pada

industry rumahan Makanan Ringan Kue Gipang.

Gambar 6 terlihat bahwa adanya perubahan kebijakan pelaku industry rumahan terhadap penerapan tingkat upah, sebelum terjadinya pandemi penerapan tingkat upah mencapai 39,47 persen sesuai dengan UMP yang ditetapkan pemerintah Daerah, dengan semakin sulitnya kondisi perekonomian yang saat ini terjadi maka kebijakan upah yang diberikan pengrajin 69,74 persen berada pada tingkat dibawah UMK. Kebijakan ini diambil sebagai salah satu strategi mempertahankan daur hidup industri rumahan agar tetap beraktifitas di tengah pandemic.

Namun demikian tidak semua pelaku industry rumahan menetapkan pengurangan tingkat upah, bagi pelaku usaha yang memiliki modal serta dukungan keluarga yang besar, distribusi pasar masih tetap berjalan baik melalau jaringan keluarga maupun jaringan pasar tradisional, pandemic covid 19 tidak memberi efek pada aktifitas industri rumahan sehingga kebijakannyapun tidak mengalami perubahan.

2. Pengaruh modal sosial terhadap kinerja industri rumahan

Lin, (2004) dalam Saleh, dkk (2018). [5]. menyimpulkan bahwa modal sosial merupakan sumberdaya yang dapat dioptimalkan pada setiap aktifitas organisasi, keberadaan industri rumahan yang dilakukan oleh perempuan perdesaan selain memberikan ruang terhadap perempuan untuk terlibat dalam ruang public juga mampu menyerap tenaga kerja dan membantu ekonomi keluarga

Tabel 4 Uji Korelasi antara Modal Sosial dengan Variabel kinerja industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang

kinerja industri rumahan Modal Sosial	Trust (kepercayaan)	Jaringan Sosial	Norma
---------------------------------------	---------------------	-----------------	-------

Dukungan finansial	0,404 **	0,378*	0,244*
Dukungan jaringan	0,244**	0,386*	0,321*
Dukungan moril	0,367**	0,388*	0,325*
Dukungan Bahan Baku	0,347**	0,402*	- 0,233*
Jaringan Pasar	-0,244*	0,167	0,044
Tingkat Upah	-0,033	0,203*	0,055

Berdasarkan hasil analisa Table 4 kinerja bisnis pelaku industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon hampir semua variable kinerja bisnis memiliki hubungan nyata dan positif dengan dukungan modal sosial baik kepercayaan (trust) jaringan sosial (*social networking*) maupun norma sosial (*social norm*).

Dukungan finansial, dukungan jaringan, dukungan moril dan dukungan bahan baku sebagaimana Tabel 4 menunjukkan bahwa keberadaan modal sosial dalam kegiatan Industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dijalankan perempuan bukan hanya sebatas sebagai usaha sampingan keluarga namun juga mampu memberikan nilai tambah pada pendapatan, Oleh karena itu menurut [26], dimensi modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat (pelaku Industri rumahan) untuk bekerjasama membangun suatu jaringan guna mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interrelasi yang timbal balik dan saling menguntungkan serta dibangun diatas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat.

Kekuatan kinerja Industri rumahan lebih di dominasi oleh tinginya dukungan keluarga baik dalam finansial, jaringan pasar maupun bahan baku, sehingga aktifitas industri

rumahan bukan hanya sekedar usaha sampingan dengan paruh waktu tetapi lebih mengarah pada memberikan ruang pada perempuan untuk menjalankan aktifitas di ruang [5].

Sedangkan dukungan jaringan pasar tidak berhubungan dengan keberadaan modal sosial, hal ini disebabkan karena sebagian besar pelaku industri rumahan memanfaatkan keluarga sebagai pasar potensialnya, nilai korelasi yang dihasilkan dari hubungan jaringan pasar dengan tingkat kepercayaan memiliki arah negative hal ini karena industri rumahan yang dijalankan selama ini masih bersifat turun menurun dan adanya pengakuan sepihak (klien) bahwa produk yang dihasilkan adalah lebih baik dibanding yang lain.

Diperlukan kehadiran pemerintah baik dalam pembinaan manajemen maupun regulasi agar industri rumahan semakin membumi baik melalui pengembangan kelompok usaha Bersama maupun koperasi yang dapat memfasilitasi masalah masalah yang mungkin muncul, agar industri rumahan semakin baik dan berkembang.

PENUTUP

Kesimpulan

Secara umum, komponen modal sosial berupa kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial yang dimiliki pelaku industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang berada dalam kategori sedang. Sehingga kondisinya perlu ditingkatkan yaitu dengan hadirnya pemerintah Kota Cilegon Banten untuk melakukan pembinaan baik manajemen maupun finansial.

Modal Sosial (Kepercayaan, Jaringan sosial dan Norma) industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Cilegon Banten memberikan konstirbusi positif terhadap kinerja industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dijalankan oleh perempuan walaupun dalam operasionalnya masih dilakukan secara paruh waktu dan individual.

Kinerja ekonomi industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang di Kota Cilegon sduah cukup baik dengan dukungan modal sosial yang dimiliki masih tetap bertahan secara baik walaupun dalam keadaan pandemic cobvid 19.

Saran.

Agar kegiatan industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dilankan perempuan perdesaan dapat berkelanjutan maka kehadiran dan peran pemerintah mutlak keberadaanya baik dlaam pembinaan menejemen maupun finansial

Pembentukan Kelompok Usaha Bersama dan atau Koperasi perlu dilakukan untuk menghindari terjadinya persaingan nyata antar pelaku industri rumahan

Perlu ditingkatkannya keberadaan modal sosial bukan hanya pada tiga komponen (kepercayaan, Jaringan sosial dan Norma) untuk masa yang akan datang perlu dibangun jaringan Kerjasama yang dapat memberikan jaminan keberlanjutan usaha industri rumahan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bank Indonesia. 2020. Laporan Perekonomiam Indonesia diakses dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/4_LPI2020_BAB2.pdf
- [2]. KPPA, 2020. (Kementrian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia). 2020. Kebijakan Dan Strategi Peningkatann Produktifitas Ekonomi Perempuan Kementrian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak .
- [3] Tanoto Fondation (2020) <https://Www.Tanotofoundation.Org/Id/News/Strategi-Usaha-Mikro-Kecil-Menengah-Memenangkan-Bisnis-Di-Tengah-Pandemi/>
- [4] Saleh, K. 2017 Modal Sosial Perempuan Pelaku Inudstri Rumahan emping melinjo (Kasus Perempuan Perdesaan Pelaku Industri Rumahan Provinsi Banten) Jurnal Agribisnis Terpadu Vol 10 (2)

- 160-174.
- [5] Saleh,K,et.al, 2018. **Penguatan Modal Sosial Menuju Kemandirian Perempuan Perdesaan Pelaku Industri Rumahan emping melinjo Di Provinsi Banten** Jurnal Penyuluhan, Vol. 14 No. 1
- [6] Handayani, S. Dan Andriany D. 2018. Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil Dan Menengah Melalui Analisis Swot. Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah' Aisyiah (Appptma) Isbn: 978-623-90018-0-3 Hal 1-7
- [7] Sholeh, Yusrianto. 2017. Peranan Home Industri Emping melinjo Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Burneh Kota Bangkalan. Agriekonomika Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian, Volume 6, (1), Hal 26-31.
- [8] Syahdan Dan Husnan. 2019. Peran Industri Rumah Tangga (Homeindustry) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kota Lombok Timur Manazhim : Jurnal Manajemen Dan Ilmu Pendidikan Volume 1 (1), Hal; 45-63
- [9] Aprihasyyati, D.A Dan Fitria Shoimatul. 2020. Analisis Pengaruh Kinerja Umkm, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Investasi Pada Umkm Melalui Platform Equity Crowdfunding Di Indonesia. Diponegoro Journal Of Management Volume 9, (3) Issn (Online): 2337-3792, Hal 1-9
- [10] Harahap, Heni M. Sinaga, Risma M. Pujiati. 2020. Women Labor Working Patterns Of Sugar Cane Felling On Bunga Mayang Sugar Factory At Pt. Perkebunan Nusantara On 2020 (Case Study In Negara Tulang Bawang Village, Bunga Mayang Subdistrict, Lampung Utara Regency) International Journal Of Research And Innovation In Social Science (Ijriiss) |Volume Iv,(Ix), Issn 2454-6186. Page 35-38
- [11] Hadisurya, M. 2017. Analisis Penerapan Modal Sosial Pada Ud. Sutoyo Sugeng, Jrnal Agoran V0l 5 (1) Hal
- [12] Widodo, H.T. 2016. Peran Dan Manfaat Modal Sosial Dalam Peningkatan Efektivitas Kerja Karyawan Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Sentra Kerajinan Tas Dan Koper Tanggulangin Sidoarjo Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan Vol. 2 (1) : P. Issn 2338-4409
- [13] Hadi, Syukri. Dan Astri Ayu Purwati. 2020. Modal Sosial Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Umkm. Costing: Journal Of Economic, Business And Accounting Vol. 4 (1): 255- 2564
- [14] Lia, Daz. Hidayat R Dan Zahroh. 2015 Penilaian Kinerja Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Berdasarkan Analisis Rasio Keuangan (Studi Pada Irt Ramayana Agro Mandiri Kota Batu Tahun 2011-2014) Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 25 (1), Hal 1-11
- [15] Wajdi, Mbn , Yuli Choirul Ummah, Devit Etikasari.2017. UKM Development Business Loan. International Journal Of Entrepreneurship And Business Development Issn : 2597-4785 (Online) Issn : 2597-4750 (Printed) Volume 1.(1) Page 99-110.
- [16] Soegiastuti J Dan Haryanti Sri 2013 Model Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Jawa Tengah, Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi Dan Bisnis Vol. 1 No. 1 April 56 Issn : 2337-608 (P) 56 -68
- [17] Sumarni, Murti Dan John Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomiperusahaan). Edisi Ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- [18] Sutrisno, Cahyono, D. Qomariah (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Serta Citra Koperasiterhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota. Jurnal Sains

- Manajemen Dan Bisnis Indonesia) Vol. 7 (2) E-Issn:2541-2566p-Issn:2088-916x Hal 157-174
- [19] Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- [20] Walenta, Abdi Sakti. 2019. Pengaruh Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Pada Umkm Rumah Makan Di Kota Tentena Kota Poso. *Jurnall Pinisi Business Administration Review* Vol. 1, (2), Issn (Print): 2656-6524 Hal 125-136
- [21] Utami V Y. 2020. Dinamika Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Desa Wisata Halal Setanggor: Kepercayaan, Jaringan Sosial *Jurnal Reformasi* Issn 2088-7469 (Paper) Issn 2407-6864 (Online) Volume 10 (1) Hal 34-44262
- [22] Prasetyo ,T. Dan Harjanti Dhiyah. 2013. Modal Sosial Pengusaha Mikro Dan Kecil Sektor Informal Dan Hubungannya Dengan Kinerja Bisnis Di Wilayah Jawa Timur. *Jurnal Agora* Vol. 1, (3).
- [23] Azhar (2018) Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*|Vol. 59 (1). Hal 135 -162.
- [24] Wardaingrum, Damayanti. 2016. Modal Sosial Inklusif Dalam Jaringan Komunikasi Bencana. *Jurnal Aspikom*, Volume 3 (1), Hlm 33-55
- [25] Walenta, Abdi Sakti. 2019. Pengaruh Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Pada Umkm Rumah Makan Di Kota Tentena Kota Poso. *Jurnall Pinisi Business Administration Review* Vol. 1, (2), Issn (Print): 2656-6524 Hal 125-136
- [26] Hasbullah J. 2006. *Sosial capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Cetakan Pertama. Jakarta. MR-United Press.