

Keberlanjutan UMKM berdasarkan Modal Sosial dan Triple Bottom Line

MSMEs Sustainability based on Social Capital and Triple Bottom Line

Waode Resty Septia Angreny¹, Wulan Sumekar¹, Agus Subhan Prasetyo¹
¹Universitas Diponegoro



Received: 2021-11-03
Accepted: 2022-03-24
Published: 2022-03-25

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Copyright (c) 2022 Jurnal Agribest



Corresponding Author: Waode Resty Septia Angreny, Universitas Diponegoro, waoderestyseptiaangreny@gmail.com

ABSTRAK

UMKM merupakan unit usaha yang mendominasi kegiatan sektor ekonomi Indonesia, sehingga keberlanjutannya perlu dipertimbangkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis modal sosial yang terbentuk untuk mencapai keberlanjutan usaha pada UMKM Griya Cokelat Nglanggeran. Penelitian dilaksanakan bulan Juni - Juli 2021 di Griya Cokelat Nglanggeran, Gunungkidul. Alasan pemilihan lokasi penelitian karena UMKM berada di Kecamatan Patuk, daerah yang mendominasi produksi kakao di Gunungkidul. Informan berjumlah 12 orang yang terdiri atas pengurus, pengawas, manajer, anggota UMKM dan tim pembubukan kakao, dipilih dengan metode purposive sampling. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Model analisis data menggunakan analisis model alir Miles dan Huberman dan di validasi dengan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan modal sosial yang terbentuk dalam Griya Cokelat Nglanggeran terdiri atas bonding, bridging dan linking social capital. Seluruh modal sosial mencakup jejaring sosial, kepercayaan serta norma di dalamnya. Modal sosial yang terbentuk menunjang Triple Bottom Line (ekonomi, sosial dan lingkungan) dalam kegiatan usaha. Hal-hal tersebut mampu menunjang terciptanya keberlanjutan usaha pada UMKM Griya Cokelat Nglanggeran.

Kata Kunci : Ekonomi ; Kakao ; Keberlanjutan ; Nglanggeran ; Sosial

ABSTRACT

MSME is a business unit that dominates the activities of the Indonesian economic sector, so that sustainability needs to be considered. This study aims to analyze the social capital formed to achieve business sustainability at Griya Cokelat Nglanggeran. The research was conducted in June to July 2021 at Griya Cokelat Nglanggeran, Gunungkidul. The reason for choosing the research location is because MSMEs are located in Patuk District, an area that dominates cocoa production in Gunungkidul. There were 12 informants selected by the purposive sampling method. The research used qualitative research methods with a case study approach. The data analysis model used Miles and Huberman flow model analysis and validated by technical triangulation. The results of the research obtained are that the social capital formed in Griya Cokelat Nglanggeran consists of bonding, bridging and linking social capital. Each of these social capital includes networks, trust and norms. The social capital that is formed supports the operation of the Triple Bottom Line (economic, social and environmental) in business activities. These things can establish of business sustainability at Griya Cokelat Nglanggeran.

Keywords: Cocoa ; Economic ; Nglanggeran ; Sustainability ; Social

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya, pembangunan merupakan suatu proses ke arah perubahan yang dilakukan secara sadar, sistematis dan berkelanjutan. Apabila dikaji lebih dalam, maka dapat dilihat bahwa perjalanan pembangunan Indonesia menitik beratkan pada pembangunan sektor ekonomi. Salah satu penggerak sektor ekonomi Indonesia yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia mencapai 56,54 juta unit atau setara dengan 99,99% dari keseluruhan usaha yang bergerak di Indonesia (Sembiring et al., 2019). Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia 2020-2024 menyebutkan UMKM mampu menyerap sebanyak 97% (116,97 juta) tenaga kerja di Indonesia, menopang perekonomian Indonesia sebesar 61,07% yang berasal dari PDB, berperan dalam kegiatan ekspor sebesar 14,37% serta penciptaan investasi sebesar 60,42%.

Keberlanjutan merupakan suatu hal yang penting guna menyiapkan generasi penerus beserta sumber daya lainnya yang mendukung suatu usaha. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha, yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan. Elkington (1997) membentuk konsep keberlanjutan berdasarkan aspek tersebut dalam *Triple Bottom Line* (TBL). Aspek keberlanjutan kegiatan usaha yang dilakukan dari hulu sampai hilir dengan segala permasalahan yang ada memerlukan berbagai unsur seperti hubungan sosial, kepercayaan dan norma pembentuk modal sosial. Fukuyama (2010) menyatakan bahwa modal sosial merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengatasi berbagai permasalahan dalam suatu kelompok. Keberlanjutan merupakan tujuan akhir usaha (Pereira et al., 2019). Tidak terkecuali untuk UMKM Griya Cokelat Nglanggeran, Gunungkidul.

Penelitian Sinarwati et al., 2019 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang terjadi antara modal sosial dengan pemberdayaan UMKM yang didalamnya terdapat dukungan finansial, jaringan dan moral yang didapatkan sehingga mampu menunjang keberlanjutan UMKM. Berdasarkan hal tersebut, maka seharusnya modal sosial mampu menjadi penguat ketika terjadi ketidak stabilan pada modal finansial, modal fisik dan modal manusia yang dapat mendukung keberlanjutan usaha. Hal itu sejalan dengan penelitian Theodoraki et al., 2018 yang menunjukkan bahwa pembentukan modal sosial dalam kegiatan usaha mampu menciptakan hubungan yang erat dan kuat antar anggota sehingga mampu mengimbangi keterbatasan sumberdaya yang dimiliki.

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian kami yaitu menganalisis modal sosial yang terbentuk dalam Griya Cokelat Nglanggeran sebagai penguat *Triple Bottom Line* (sosial, ekonomi dan lingkungan) untuk terciptanya keberlanjutan usaha. Penelitian tersebut penting untuk dilakukan guna melihat potensi-potensi yang dimiliki oleh Griya Cokelat Nglanggeran dalam mewujudkan keberlanjutan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Nglanggeran dan memberi dampak positif terhadap pembangunan nasional.

METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian dilakukan di Griya Cokelat Nglanggeran, Desa Nglanggeran, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul pada bulan Juni – Juli 2021. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan lokasi penelitian merupakan daerah yang mendominasi produksi kakao terbesar di Kabupaten Gunungkidul. Pertimbangan selanjutnya yaitu Griya Cokelat Nglanggeran merupakan salah satu unit usaha yang bergerak pada diversifikasi olahan buah kakao yang masih tetap bertahan dan berkembang sehingga dapat meningkatkan profitabilitas masyarakat dan mendukung pembangunan nasional pada sektor ekonomi sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035 bahwa kakao merupakan salah satu komoditas yang pengembangannya di prioritaskan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan posisi peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara penggabungan, sedangkan analisis data bersifat induktif (Sugiyono, 2013). Studi kasus merupakan analisis yang dilakukan pada peristiwa kontemporer untuk menjawab berbagai pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” serta peneliti tidak memiliki kontrol atas peristiwa tersebut (Yin, 2015). Penentuan sampel melalui *purposive sampling* dengan adanya pertimbangan tertentu. Informan yang digunakan berjumlah 12 orang yang terdiri

atas 2 orang pengawas UMKM, 2 orang pengurus UMKM, 1 orang manajer, 5 orang anggota UMKM, serta 2 orang anggota tim pembubukan kakao Desa Nglanggeran.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan mencakup wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara mendalam yang dilakukan yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan sesuai dengan panduan wawancara yang telah dirumuskan sebelumnya kepada seluruh informan. Observasi dilakukan dengan cara mengamati keberlangsungan usaha, terutama dalam interaksi yang terjadi antar anggota UMKM. Dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan data sekunder berupa sejarah terbentuknya UMKM, struktur organisasi kelompok UMKM dan data statistik lainnya. Variabel bebas dalam data ini yaitu modal sosial yang mencakup *bonding*, *bridging* dan *linking social capital*, sedangkan variabel terikat dalam data ini yaitu *Triple Bottom Line* untuk mendukung keberlanjutan usaha Griya Cokelat Nglanggeran. Data tersebut di peroleh hingga jenuh untuk kemudian diolah menggunakan analisis data Model Alir Miles dan Huberman. Proses analisis tersebut mencakup reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan secara bersamaan. Data tersebut kemudian divalidasi menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik digunakan dalam menguji keabsahan data dengan memberikan teknik berbeda pada sumber yang sama (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum UMKM Griya Cokelat Nglanggeran

UMKM Griya Cokelat Nglanggeran (UMKM) adalah salah satu usaha yang bergerak pada produksi olahan kakao yang diresmikan tanggal 2 Desember 2016 oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X dan merupakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Indonesia Kantor Perwakilan Daerah Istimewa Yogyakarta (BI KPw DIY) pada tahun 2014-2016. Pengelola UMKM yaitu sekelompok ibu-ibu Desa Nglanggeran yang tergabung dalam Kelompok Purbarasa. Petani kakao Desa Nglanggeran sejak tahun 1988 hanya menjual biji kakao kering yang sudah di fermentasi dan belum melakukan proses pengolahan. Seiring berjalannya waktu, sejak tahun 2011 Unit Pelaksanaan Tugas Balai Pengembangan Proses dan Teknologi Kimia (UPT BPPTK) LIPI Yogyakarta bersama dengan Balai Penelitian Teknologi Bahan Alami (BPTBA) LIPI Gunungkidul memberikan pendampingan terkait kegiatan hulu hilir tanaman kakao.

Kegiatan hulu (*upstream agribusiness*) yang dilakukan meliputi pemetikan, penyortiran buah kakao, pemecahan kakao, fermentasi dan pengeringan. Kegiatan usaha tani (*on farm agribusiness*) yang dilakukan meliputi *roasting* biji kakao kering, pemisahan nib dan kulit biji kakao, pembuatan pasta kakao hingga tahap *press* untuk memisahkan lemak dan bubuk kakao yang berdampak pada peningkatan harga jual kakao Desa Nglanggeran. Setelah mampu mengolah buah kakao menjadi pasta, lemak dan bubuk kakao, ditahun yang sama, Kelompok Purbarasa mencoba untuk memulai kegiatan hilir (*downtream agribusiness*) untuk membuat olahan berbahan dasar bubuk kakao, yaitu dodol kakao yang dipasarkan kepada masyarakat Nglanggeran. Tahun 2013 sampai dengan 2016, Kelompok Purbarasa mulai mendapatkan pembinaan terkait diversifikasi olahan kakao seperti minuman cokelat dan keripik pisang salut cokelat oleh BPTBA LIPI Gunungkidul yang pendanaannya berasal dari Bank Indonesia KPw DIY. Usaha yang dirintis tersebut berlanjut hingga sekarang dan memiliki berbagai inovasi terhadap produk yang dipasarkan.

Modal Sosial dalam UMKM Griya Cokelat Nglanggeran

Modal sosial (*social capital*) merupakan salah satu modal yang penting untuk diperhatikan oleh Griya Cokelat Nglanggeran dalam melaksanakan keberlanjutan usaha selain modal finansial (*financial capital*), modal fisik (*physical capital*) dan modal manusia (*human capital*). Fukuyama (2010) menyatakan bahwa modal sosial merupakan sebuah kemampuan yang dimiliki oleh kelompok masyarakat untuk dapat mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi. Modal sosial dibagi ke dalam beberapa kelompok berdasarkan tingkatannya, yaitu *bonding*, *bridging* dan *linking social capital*. *Bonding social capital* merupakan modal sosial yang terikat, *bridging social capital* merupakan modal sosial yang menjembatani dan *linking social capital* merupakan modal sosial dalam jaringan (Usman, 2018).

Bonding Social Capital

Analisis terkait *bonding social capital* pada keberlanjutan kegiatan usaha yang dilakukan oleh UMKM dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan ikatan yang terjalin antar anggota. Fukuyama (2010) menyatakan bahwa *bonding social capital* memiliki karakteristik berupa ikatan yang kuat dalam kelompok masyarakat. Komponen yang dianalisis dalam bentuk modal sosial ini yaitu jaringan sosial (*network*), tingkat kepercayaan (*trust*) antar anggota serta norma sosial (*norms*) yang berlaku dalam UMKM. Hasil analisis *bonding social capital* dalam UMKM Griya Cokelat Nglanggeran disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Bonding Social Capital* Griya Cokelat Nglanggeran

Bentuk Modal Sosial	Komponen	Wujud Konkret dalam UMKM
<i>Bonding Social Capital</i>	Jejaring sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan sosial sudah terjalin sebelum adanya UMKM secara resmi • Komunikasi dijalankan secara intens & terdapat agenda untuk menguatkan anggota
	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki tujuan yang sama untuk menjaga potensi lokal dan meyakini dapat direalisasikan bersama • Memiliki kepercayaan dalam menjalankan pekerjaan dan transparansi keuangan
	Norma	<ul style="list-style-type: none"> • Anggota UMKM mengikuti arahan yang diberikan • Terdapat aturan berupa waktu kerja, seragam & SOP (<i>standard operational procedure</i>)

Sumber : data primer diolah, 2021

Anggota yang terhimpun dalam UMKM sudah mengenal satu sama lain sebelum terbentuknya Griya Cokelat Nglanggeran secara resmi pada tahun 2016. Hal tersebut karena seluruh anggota berasal dari Desa Nglanggeran yang tersebar pada 5 dusun, sehingga hubungan sosial sudah terbentuk dan memiliki kekuatan ikatan yang tinggi. Kelompok sosial dalam masyarakat muncul secara tradisional atas dasar kesamaan garis keturunan serta memiliki kesamaan kepercayaan yang dapat memunculkan hubungan sosial yang tinggi (Fukuyama, 2010).

Jejaring sosial pada tingkat *bonding social capital* dapat dilihat dengan terjadinya proses komunikasi yang dijalankan antar anggota baik dalam jaringan (*online*) maupun luar jaringan (*offline*) dalam menjalankan usaha. Komunikasi secara *online* tidak menjadi saluran utama dalam penyampaian informasi karena anggota didominasi oleh ibu – ibu yang tidak menggunakan telepon genggam secara kontinu, sehingga untuk menguatkan ikatan yang ada, terdapat berbagai agenda yang diikuti oleh anggota. Agenda tersebut diantaranya yaitu adanya kegiatan kerja bakti, makan siang bersama dan berlibur. Modal sosial terwujud melalui pemeliharaan ikatan sosial yang akan membentuk jejaring sosial (Usman, 2018).

Wujud kepercayaan pada *bonding social capital* dalam Griya Cokelat Nglanggeran dapat dilihat dengan adanya tujuan yang dapat direalisasikan bersama oleh anggota, adanya rasa kepercayaan pada sesama anggota dalam menjalankan kegiatan usaha dibuktikan dengan berjalannya seluruh tanggungjawab yang diberikan pada tiap anggota dan transparansi keuangan yang dilakukan minimal 1 bulan sekali. Bentuk kepercayaan yang diberikan oleh anggota dalam kelompok masyarakat tidak kasad mata, sehingga kepercayaan dapat dianalisis melalui dampak-dampak yang ditimbulkan (Fukuyama, 2010).

Cara yang dilakukan oleh anggota UMKM dalam menjaga kepercayaan yang sudah diberikan yaitu dengan melakukan kegiatan yang dapat memperkuat hubungan, saling terbuka satu sama lain dan juga melakukan komunikasi secara intensif. Keterbukaan antar anggota dan kuantitas serta kualitas percakapan yang dilakukan dapat memunculkan pengertian satu sama lain (Rachmawaty et al., 2020).

Wujud nyata atas komponen norma pada *bonding social capital* yaitu adanya respon baik yang diberikan dalam menjalankan arahan, adanya aturan berupa waktu kerja, seragam yang digunakan dan SOP dalam melaksanakan produksi serta melakukan musyawarah untuk menyelesaikan konflik

yang terjadi. Norma yang berlaku dalam suatu kelompok masyarakat dan dilakukan secara terus menerus akan membentuk suatu pola kehidupan yang secara implisit dapat membantu menyelesaikan berbagai permasalahan sosial agar lebih efisien (Nurfirdaus & Risnawati, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, norma sosial pada tingkat *bonding social capital* yang terjalin antar anggota merupakan sebuah nilai dan aturan tidak tertulis maupun tertulis yang dapat dipahami dan dijalani oleh seluruh anggotanya. Adanya norma yang dijunjung dan penyelesaian konflik yang terjadi pada internal dapat menjadi landasan pembentukan *bonding social capital*. Norma atau aturan tumbuh dalam masyarakat secara tidak tertulis tetapi dapat dipahami oleh tiap anggota dalam masyarakat untuk menentukan pola perilaku yang diharapkan bersama dalam hubungan sosial masyarakat (Hasbullah, 2006).

Bridging Social Capital

Analisis *bridging social capital* yang terjadi pada UMKM Griya Cokelat Nglanggeran dilakukan untuk mengidentifikasi adanya hubungan yang dijalin dengan pihak eksternal yang dapat menambah kuantitas maupun kualitas relasi sosial sehingga mampu meningkatkan profitabilitas usaha. *Bridging social capital* yang terbentuk karena adanya relasi sosial antar kelompok masyarakat dapat memfasilitasi kegiatan kerja sama yang dijalankan untuk memunculkan suatu pengembangan sumber daya yang dimiliki (Usman, 2018). Hasil analisis *bridging social capital* dalam UMKM Griya Cokelat Nglanggeran disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. *Bridging Social Capital* Griya Cokelat Nglanggeran

Bentuk Modal Sosial	Komponen	Wujud Konkret dalam UMKM
<i>Bridging Social Capital</i>	Jejaring sosial	<ul style="list-style-type: none">• UMKM menjalin kerja sama bisnis dengan berbagai pihak• UMKM mengalami perluasan pasar dan mampu melakukan ekspor
	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none">• UMKM dan pihak kerja sama menjalankan berbagai kesepakatan yang telah ditentukan
	Norma	<ul style="list-style-type: none">• Pembuatan laporan kerja sama yang telah dilakukan• Terdapat nilai yang dijunjung bersama• Adanya MoU ataupun kesepakatan tidak tertulis dalam kerja sama

Sumber : data primer diolah, 2021

Griya Cokelat Nglanggeran memperluas pasar dengan membuka toko *online* di website Cokelat Purba, Shopee dan *WhatsApp Business*. Produk juga dijual di beberapa toko oleh-oleh seperti di *Yogyakarta International Airport* dan Jogja Scrummy hingga melakukan ekspor ke Singapura per Juni 2021 yang dijembatani oleh Bank Indonesia. Hubungan yang dijalin oleh UMKM dengan pihak eksternal tersebut perlu dijaga agar keberjalanan kerja sama yang dijalin dapat mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Cara yang dilakukan oleh UMKM dalam menjaga hubungan sosial yang telah terjalin dengan pihak mitra diantaranya yaitu dengan menjaga kualitas dan komunikasi yang intensif.

Hal tersebut dilakukan untuk memahami satu sama lain sehingga mampu membedakan ranah profesional dan pribadi dalam menjalankan usaha. Selain itu, menyusun target kerja sama yang dilakukan, sehingga hubungan yang terjalin memiliki arah yang jelas dan saling menguntungkan antar pihak. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk melihat keberhasilan kerja sama yang dilakukan yaitu dengan membandingkan antara target serta tujuan yang telah disepakati dengan hasil yang diperoleh (Ikasari, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut didapatkan bahwa terdapat hubungan sosial pada tingkat *bridging social capital* yang terjalin antara Griya Cokelat Nglanggeran dengan beberapa pihak untuk memperluas relasi sosial sebagai penunjang kegiatan usahanya. Relasi sosial dapat menjadi sebuah peluang yang dapat dimaksimalkan oleh Griya Cokelat Nglanggeran dalam mengembangkan usaha serta menjadi bekal untuk menyiapkan keberlanjutan usaha. Relasi dapat memfasilitasi suatu

kegiatan kerja sama sehingga mendukung pengembangan sebuah kegiatan yang dilakukan bersama (Usman, 2018).

Keberjalanannya hubungan yang dijalin membentuk sebuah kepercayaan. Salah satu bentuk kepercayaan yang dirasakan oleh Griya Cokelat Nglanggeran kepada BI yaitu terkait adanya bantuan pengembangan usaha seperti pemberian program CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada tahun 2014 – 2016, adanya akses untuk mengikuti berbagai pelatihan dan diberikannya akses pasar melalui bazar dan pemesanan untuk berbagai *event* tertentu. Umpan balik yang diberikan oleh UMKM terhadap kepercayaan yang diberikan oleh BI dan LIPI yaitu adanya peningkatan kualitas dalam kegiatan usaha sesuai dengan pelatihan dan input yang diberikan. Hal tersebut terbukti dengan adanya inovasi-inovasi produk yang dilakukan, salah satunya pada tahun 2019 UMKM memproduksi *cookies* almond cokelat sesuai dengan pelatihan yang diberikan. Jejaring sosial merupakan suatu bentuk dari modal sosial yang dapat menciptakan komunikasi dan interaksi sehingga memunculkan penguatan jaringan kerja sama antar manusia ataupun memungkinkan munculnya kepercayaan antar pelaku (Fukuyama, 2010).

Berdasarkan uraian diatas, didapatkan bahwa terdapat kepercayaan yang tertanam pada tingkat *bridging social capital* antara UMKM dan pihak-pihak yang menjalin kerja sama dalam menjalankan kegiatan usaha, sehingga hal tersebut dapat menjadi pondasi kepercayaan dalam relasi sosial yang terjalin sehingga mendukung keberlanjutan usaha. Terbentuknya kepercayaan berkaitan dengan beberapa hal, diantaranya yaitu persepsi individual dalam suatu kelompok masyarakat serta kemampuan individu dalam melaksanakan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat (Usman, 2018).

Nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam melaksanakan kerja sama yang dilakukan oleh UMKM dengan pihak eksternal yaitu kepercayaan, kebersamaan dan sinergisitas. Nilai kebersamaan yang dimaksud terbentuk karena adanya kepentingan yang dapat direalisasikan secara bersama, nilai sinergisitas diperlukan untuk membangun hubungan kerja sama yang dilakukan agar menjadi produktif dan bermanfaat untuk seluruh pihak, sedangkan nilai kepercayaan yang tinggi dibutuhkan untuk menghadirkan rasa aman dan nyaman pada pihak yang melakukan kerja sama, terutama dalam kegiatan usaha. Kepercayaan merupakan unsur pokok yang perlu ada dalam kehidupan bermasyarakat karena adanya rasa saling percaya, transaksi ekonomi di lingkungan tersebut akan berjalan dengan lancar (Santoso, 2020).

Aturan tertulis yang dilakukan dalam kerja sama usaha ini berupa MoU (*Memorandum of Understanding*) yang merupakan nota kesepakatan ataupun dalam bentuk proposal yang dirancang oleh pihak kerja sama ataupun UMKM. Kerja sama yang memerlukan MoU ataupun proposal merupakan kerja sama yang dibentuk dengan pihak-pihak instansi formal ataupun akademisi, seperti dengan BI KPw DIY, LIPI dan Universitas Gadjah Mada. Sedangkan aturan yang diterapkan pada kerja sama antara UMKM dengan kelompok masyarakat di Desa Nglanggeran seperti Gapoktan Kumpul Makaryo dan Pokdarwis maupun dengan toko-toko *retail* dan *reseller* tidak menggunakan kesepakatan secara tertulis.

Hal tersebut terjadi karena instansi-instansi yang berada di luar Desa Nglanggeran perlu mengikat kerja sama yang terjalin satu sama lain untuk mendukung kelancaran kerja sama, sedangkan sudut pandang UMKM melihat bahwa kerja sama yang dijalin dengan instansi maupun masyarakat Desa Nglanggeran tidak memerlukan hal tersebut karena adanya kemudahan akses komunikasi, latar belakang yang sama, hubungan yang sudah terjalin lama dan rasa kepercayaan yang tinggi satu sama lain.

Adapun kerja sama tidak tertulis yang disepakati antara Griya Cokelat Nglanggeran dengan toko-toko *retail* dan *reseller* yaitu adanya batasan harga untuk menjual produk sehingga mampu mengontrol harga jual. Aturan tidak tertulis yang dijalankan dengan Gapoktan Kumpul Makaryo yaitu adanya harga tetap yang ditentukan dalam menjual pasta, bubuk maupun lemak kakao sebagai bahan baku produksi, sehingga biaya untuk membeli bahan baku tersebut menjadi variabel yang tidak berubah-ubah dalam perencanaan produksi.

Aturan tidak tertulis yang dijalankan oleh Griya Cokelat Nglanggeran dengan Pokdarwis yaitu adanya bagi hasil terkait *fee* yang didapatkan dari wisatawan yang mengunjungi rumah produksi dan hasil penjualan paket wisata edukasi. Norma yang tumbuh dalam kelompok masyarakat memiliki peran sebagai *controller* untuk dapat mengawasi perilaku yang tumbuh dan mengandung

sanksi sosial sehingga mencegah seseorang melakukan perilaku menyimpang di luar kebiasaan bermasyarakat (Fukuyama, 2010).

Berdasarkan uraian tersebut didapatkan bahwa terdapat norma sosial yang terbentuk oleh UMKM dengan pihak eksternal pada tingkat *bridging social capital*. Munculnya hal tersebut dapat menjadi landasan untuk mencapai keberlanjutan usaha yang dilakukan karena adanya pola-pola kehidupan yang sudah tertanam satu sama lain. *Bridging social capital* terbentuk karena adanya relasi yang terjalin untuk memfasilitasi kegiatan kerja sama dalam rangka pengembangan terhadap sumber daya yang dimiliki (Usman, 2018).

Linking Social Capital

Analisis *linking social capital* pada Griya Cokelat Nglanggeran dilakukan guna melihat adanya hubungan yang dijalin dengan pihak-pihak birokrasi terkait yang mampu mendukung adanya peningkatan ataupun pengembangan usaha yang dilakukan serta menjawab permasalahan. Kepercayaan serta hubungan sosial yang dijalin baik dengan seorang pimpinan birokrasi diharapkan mampu menjawab dan memberikan perhatian lebih terhadap permasalahan kelompok masyarakat (Scheffert, 2008). Hasil analisis mengenai *linking social capital* dalam Griya Cokelat Nglanggeran disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. *Linking Social Capital* Griya Cokelat Nglanggeran

Bentuk Modal Sosial	Komponen	Wujud Konkret dalam UMKM
<i>Linking Social Capital</i>	Jejaring sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat kerja sama yang dijalin oleh UMKM dengan BUMDes Tunas Mandiri dan Pemerintah Desa Nglanggeran
	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> • UMKM mengkonsultasikan permasalahannya • UMKM melaporkan hasil usahanya
	Norma	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan pemerintah Desa Nglanggeran berkaitan dengan UMKM

Sumber : data primer diolah, 2021

Jejaring sosial dalam mendukung terciptanya *linking social capital* pada kegiatan usaha yang dilakukan oleh Griya Cokelat Nglanggeran dapat dilihat dengan adanya kerja sama yang dijalin dengan BUMDes Tunas Mandiri dan Pemerintah Desa Nglanggeran sehingga mampu merancang kebijakan yang akan dibentuk oleh UMKM serta terdapat cara-cara yang dilakukan dalam menjaga hubungan yang sudah terjalin. *Linking Social capital* merupakan hubungan sosial masyarakat yang ditandai dengan adanya jaringan sosial tertentu dengan elite masyarakat seperti tokoh masyarakat, politikus maupun tokoh agama di lingkungannya (Usman, 2018).

Wujud nyata kerja sama yang dilakukan oleh UMKM dengan pihak birokrasi Desa Nglanggeran yaitu adanya tanah kas desa (TKD) yang disewakan untuk membangun tempat produksi dan gerai, sedangkan kegiatan yang dilakukan oleh Bumdes Tunas Mandiri dalam mendukung keberjalanan usaha yang dilakukan yaitu dengan membantu promosi produk olahan Griya Cokelat Nglanggeran saat melakukan studi banding maupun *event* di luar Desa Nglanggeran.

Wujud nyata pada komponen kepercayaan *linking social capital* yaitu adanya kegiatan konsultasi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dengan pihak birokrasi dan adanya pelaporan hasil usaha yang dilakukan pada setiap tahunnya. Kegiatan tersebut dapat mengindikasikan adanya rasa kepercayaan yang timbul antara UMKM dengan pihak birokrasi, begitu pun sebaliknya. Kepercayaan dan hubungan sosial yang baik dalam diri seorang pemimpin diharapkan mampu menjawab permasalahan kebutuhan, memberikan atensi terhadap berbagai permasalahan yang ada serta mampu menjaga komitmen dengan masyarakat (Scheffert, 2008).

Wujud nyata komponen norma sosial pada *linking social capital* yaitu adanya kebijakan yang ditetapkan oleh birokrasi Desa Nglanggeran berupa Peraturan Desa Nomor 2 tahun 2016 tentang Pungutan Desa Nglanggeran yang mengatur tentang besarnya biaya sewa yang harus dibayarkan oleh Griya Cokelat Nglanggeran atas TKD yang disewakan. Berdasarkan uraian tersebut maka

terdapat *linking social capital* yang terbentuk antara UMKM dengan birokrasi Desa Nglanggeran yang dapat mendukung keberjalanan usaha yang dilakukan. *Linking social capital* penting dimiliki oleh kelompok masyarakat untuk memperkuat pengambilan keputusan atau merancang kebijakan yang akan diterapkan (Usman, 2018).

Aspek Keberlanjutan Usaha yang dilakukan oleh Griya Cokelat Nglanggeran

Keberlanjutan suatu usaha dapat dimaknai sebagai usaha yang dijalankan akan terus bergerak dan berkembang dalam jangka panjang. Keberlanjutan akan tercipta tidak serta merta untuk memenuhi keuntungan pribadi maupun kelompok usaha, perlu adanya perhatian lebih terkait sosial dan lingkungan. Maka dari itu keberlanjutan usaha yang ingin dicapai oleh Griya Cokelat Nglanggeran perlu memerhatikan *Triple Bottom Line* (ekonomi, sosial dan lingkungan). Hasil analisis *Triple Bottom Line* yang dijalankan oleh UMKM dalam menjalankan usahanya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Aplikasi *Triple Bottom Line* pada Griya Cokelat Nglanggeran

Aspek	Wujud Konkret dalam UMKM
Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • Laba berasal dari penjualan produk, komisi barang titip jual dan paket wisata edukasi • Melakukan perputaran keuangan dan pembukuan • Menciptakan keunggulan kompetitif
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Menjaln kerja sama bisnis • Melakukan perekrutan anggota yang berasal dari Desa Nglanggeran • Anggota mendapatkan pelatihan
Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk olahan cokelat menggunakan bahan baku asli Desa Nglanggeran • Kegiatan produksi memperhatikan penggunaan peralatan yang memerlukan listrik • Limbah produksi menjadi produk komersial

Sumber : data primer diolah, 2021

Aspek Ekonomi (*Economic Bottom Line*)

Wujud nyata yang dilakukan oleh Griya Cokelat Nglanggeran dalam mendukung aspek ekonomi keberlanjutan usaha yaitu adanya laba yang berasal dari penjualan produk, komisi atas barang yang dititipkan serta pelaksanaan wisata edukasi terkait pengolahan kakao. Adanya keuntungan secara finansial yang didapatkan oleh Griya Cokelat Nglanggeran dalam menjalankan usaha dapat mendukung terciptanya keberlanjutan usaha. Salah satu indikator terwujudnya ekonomi berkelanjutan dalam suatu usaha yaitu adanya margin keuntungan jangka panjang (Elkington, 1997). Laba yang didapatkan memiliki persentase alokasi yang bertujuan untuk mengelola keuangan UMKM. Pembagian laba tersebut mampu menunjang kebutuhan biaya operasional, sehingga dapat menjadi salah satu faktor pendukung terciptanya keberlanjutan usaha yang dilakukan oleh UMKM. Perputaran modal usaha, *operating leverage* serta *financial leverage* merupakan variabel yang dapat dijadikan sebuah acuan untuk mendesain strategi usaha yang dilakukan sehingga mampu bersaing dan menciptakan keberlanjutan dalam usaha yang dilakukan (Fuad et al., 2019).

Griya Cokelat Nglanggeran menciptakan keunggulan kompetitif berupa olahan kakao yang variatif, bahan baku kakao yang digunakanya berasal dari Desa Nglanggeran, adanya kerja sama dengan Pokdarwis dalam proses pemasaran dan promosi serta memulai ekspor mendukung terciptanya daya saing yang kuat untuk menciptakan keberlanjutan usaha. Daya saing merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, perindustrian, daerah ataupun negara guna menghasilkan faktor pendapatan dan faktor tingkat pekerjaan secara berkelanjutan untuk menghadapi persaingan global (Hatzichronoglou, 1996).

Adanya kegiatan produksi yang dilakukan secara kontinu, penyediaan bahan baku yang terjamin, memasarkan produk melalui berbagai media serta keinginan yang kuat untuk terus

melakukan inovasi menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung terciptanya keberlanjutan usaha yang dilakukan oleh UMKM. Praktik bisnis berkelanjutan dengan aspek ekonomi dapat dilihat dari adanya orientasi perusahaan berkaitan dengan keuntungan, tingkat daya saing untuk menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan, penjualan yang berkualitas dan kondisi finansial yang terkelola (Svensson et al., 2016).

Keuntungan dalam kegiatan wisata edukasi yang didapatkan, adanya kerja sama yang dilakukan oleh UMKM dengan Pokdarwis dalam kegiatan pemasaran dan promosi didukung oleh adanya *bridging social capital* yang terjalin dengan Pokdarwis Desa Nglanggeran. Perputaran keuangan yang dilakukan terjadi karena adanya *bonding social capital* yang berkaitan dengan kepercayaan anggota terhadap transparansi keuangan yang ada.

Aspek Sosial (*Social Bottom Line*)

Griya Cokelat Nglanggeran menjalin relasi sosial yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas guna perkembangan usaha yang dilakukan. Kerja sama yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Kerja sama yang dilakukan oleh Griya Cokelat Nglanggeran

No	Pihak Kerja sama	Bentuk Kerja sama
1	Pokdarwis Desa Nglanggeran	• Pemasaran & Promosi
2	Gapoktan Kumpul Makaryo	• Penyedia bahan baku produksi olahan kakao
3	BI KPw DIY	• Memberikan program CSR, pelatihan dan akses pasar
4	LIPI Gunungkidul	• Memberikan pelatihan pengolahan kakao
5	Dosen Universitas Gadjah Mada	• Memberikan edukasi & memberikan alat
6	Toko-Toko <i>Retail</i>	• Memasarkan produk olahan UMKM dengan sistem titip jual
7	<i>Reseller</i>	• Memasarkan produk olahan UMKM di luar gerai

Sumber : data primer diolah, 2021

Terdapat berbagai kerja sama yang dijalin oleh Griya Cokelat Nglanggeran dengan berbagai pihak yang dapat memberikan keuntungan secara finansial maupun non finansial pada kegiatan usaha yang dijalankan. Seseorang memutuskan untuk bergabung dalam jaringan sosial karena jaringan tersebut mampu berkontribusi langsung pada kesejahteraan baik secara finansial maupun non finansial seperti kaitannya dengan persahabatan antar individu maupun jaringan ekonomi dalam sebuah kelompok kerja (Santoso, 2020).

Wujud nyata yang dilakukan oleh Griya Cokelat Nglanggeran dalam mendukung pemberdayaan masyarakat Desa Nglanggeran yaitu melalui perekrutan yang dilakukan. Cara yang dilakukan dalam merekrut yaitu dengan adanya pelatihan yang ditujukan untuk masyarakat, setelah masyarakat memahami kegiatan pengolahan kakao, manajer UMKM bersama dengan pendiri menawarkan masyarakat tersebut untuk menjadi bagian dari UMKM. Cara tersebut dilakukan untuk mendapatkan anggota yang terampil dan profesional sehingga mampu meningkatkan kualitas produk. Salah satu upaya yang dilakukan untuk menciptakan ekonomi tangguh yaitu terciptanya tenaga kerja terampil (Rabbani et al., 2021).

Pelatihan yang diberikan tidak berhenti saat awal pembentukan saja, setelah Griya Cokelat Nglanggeran diresmikan, terdapat berbagai pelatihan yang didapatkan oleh anggota. Kegiatan pelatihan tersebut dapat menjadi sarana dalam merencanakan inovasi produk yang akan diciptakan. Inovasi produk dalam suatu kegiatan usaha dapat menjamin terciptanya keberlanjutan pada usaha (Saragih, 2017). Wujud nyata yang dilakukan oleh UMKM dalam mendukung eksistensi Desa Wisata Nglanggeran yaitu dengan menggunakan bahan baku pengolahan kakao asli Desa Nglanggeran dan membentuk program wisata edukasi pengolahan kakao bersama Pokdarwis Desa Nglanggeran untuk menarik wisatawan datang ke Desa Nglanggeran. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam aspek sosial mampu menyiapkan keberlanjutan usahanya.

Adanya kegiatan kerjasama yang dilakukan dengan pihak eksternal dalam menjalankan usaha dan tersedianya ruang untuk memperluas pasar dan pemberian pelatihan untuk pengembangan SDM

KESIMPULAN

Modal sosial yang terbentuk dalam UMKM Griya Cokelat Nglanggeran dibagi kedalam tiga jenis berdasarkan tingkatannya, yaitu *bonding*, *bridging* dan *linking social capital*. Bentuk modal sosial tersebut terbentuk karena adanya hubungan sosial yang terjalin, kepercayaan dan nilai norma yang berlaku dalam keberjalanan usaha yang dilakukan. Ketiga modal sosial tersebut mendukung *Triple Bottom Line* yang mencakup ekonomi sosial dan lingkungan pada usaha yang dijalankan oleh Griya Cokelat Nglanggeran. Aspek ekonomi yang dapat menunjang keberlanjutan usaha yaitu adanya laba yang berasal dari produk yang dipasarkan dan paket wisata edukasi yang ditawarkan, adanya perputaran keuangan, memiliki keunggulan kompetitif, memiliki keinginan untuk berinovasi serta menjalankan penjualan via *online* dan *offline*. Aspek sosial penunjang keberlanjutan usaha Griya Cokelat Nglanggeran yaitu jaringan bisnis, pemberian kesempatan kerja untuk masyarakat Desa Nglanggeran, melakukan pengembangan SDM dengan pelatihan. Aspek lingkungan penunjang keberlanjutan usaha yang dilakukan yaitu menggunakan kakao hasil Desa Nglanggeran sebagai bahan baku pokok produksi, meminimalkan penggunaan sumber energi listrik serta memanfaatkan limbah kulit pisang menjadi produk komersial.

DAFTAR PUSTAKA

- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks*. Capstone Publishing Limited Oxford Centre for Innovation.
- Fuad, M., Sara, O., & Daud, M. N. (2019). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Operating Leverage dan Financial Leverage terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Retail di Bursa Efek Indonesia. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 5(2), 131. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i2.2206>
- Fukuyama, F. 2010. Kepercayaan (Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran). Yogyakarta : Qalam.
- Hatzichronoglou, T. (1996). Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, 5(96), 1–62.
- Ikasari, A. C. (2018). Tinjauan Model Kerjasama Daerah di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 10(1), 279–288. <http://dx.doi.org/10.1053/j.gastro.2014.05.023%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gie.2018.04.013%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29451164%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC5838726%250Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.gie.2013.07.022>
- Nurfirdaus, N., & Risnawati. (2019). Studi Tentang Pembentukan Kebiasaan Dan Perilaku Sosial Siswa (Studi Kasus di SDN 1 Windujanten). *Jurnal Lensa Pendas*, 4(1), 36–46. <http://jurnal.upmk.ac.id/index.php/lensapendas/article/download/486/339/>
- Pereira, E., Loureiro, I., Ribeiro, P., Costa, S., Costa, N., & Arezes, P. M. (2019). Sustainable business strategies: What you think is what you do? *Studies in Systems, Decision and Control*, 202, 747–755. https://doi.org/10.1007/978-3-030-14730-3_78
- Rabbani, G., Muzzammil, F., Rojiati, U., & Kurniawan, A. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Melalui Program Kelompok Mingguan (PKKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Al-Mu'awanah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30–42. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ajpm/article/view/8902>
- Rachmawaty, D., Rochayanti, C., & Sosiawan, E. A. (2020). Komunikasi Interpersonal Pembina Rumah Singgah dan Anak Jalanan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 213–222. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/3802/2862>
- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial* (1st ed.). Saga Jawadipa.

- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif , Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3, 27.
- Scheffert, D. R. (2008). Strengthening Social Capital to Tackle Poverty. *Rural Minnesota Journal*, 3(1), 33–55.
- Sembiring, M. J., Fattah, A., & Wahyudi, S. (2019). *Kapabilitas Manajemen Hubungan Pelanggan Offline to Online Sebagai Pondasi Pemberdayaan Pengrajin Hasil Olahan Ikan Laut Masyarakat Pesisir Jawa Timur*.
- Sinarwati, N. K., Yuliarmi, N. N., & Utama, M. S. (2019). Social Capital and Sustainability of MSMEs. *Prociding ICGISS*, 5 (293), 182–192.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Svensson, G., Høgevoid, N., Ferro, C., Varela, J. C. S., Padin, C., & Wagner, B. (2016). A Triple Bottom Line Dominant Logic for Business Sustainability: Framework and Empirical Findings. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 23(2), 153–188. <https://doi.org/10.1080/1051712X.2016.1169119>
- Theodoraki, C., Messeghem, K., & Rice, M. P. (2018). A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study. *Small Business Economics*, 51(1), 153–170. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9924-0>
- Usman, S. 2018. *Modal Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Yin, R, K. 2014. *Studi Kasus Desain & Metode*, Jakarta : Rajawali Press