

Modal Sosial (Norma, Jaringan, Dan Kepercayaan): Pemberdayaan Masyarakat Di Pasar Mustokoweni Dalam Mengembangkan Umkm Di Yogyakarta

Muh. Syahlan Riswandi R

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, muh.syahlanrisal@gmail.com

Muhammad Naufal

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, noufalm281@gmail.com

M. Jia Ulhaq

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, mjiaulhaq13@gmail.com

Abstrak

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 implikasinya pada Pasar Mustokoweni, 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*, resiprositas yang kurang nampak, dan sikap proaktif nampak pada pemimpin pasar.

Kata kunci:

Pasar, Pengembangan UMKM, Modal sosial

Abstract

Mustokoweni Market is a weekly market in the city of Yogyakarta. This market can survive after Covid-19, where several other similar markets have stopped permanently, although with little finance. Therefore, this study aims to find out how this market can survive through the perspective of social capital and see how it has implications for Mustokoweni Market, using qualitative case study methods, pattern matching analysis. Data were collected through interviews, observations, documentation, and archival records. Validity was tested by triangulation of sources, theories, and methods. The results of this study indicate that in the management of Mustokoweni Market, the leader adopts an autocratic leadership style, this can be seen in the leader who handles all managerial matters alone. Meanwhile, for the social capital that is apparent in Mustokoweni Market, transparency norms, cognitive networks, ability trust patterns, less apparent reciprocity, and proactive attitudes are apparent in market leaders.

Keywords:

Market, UMKM Development, Social Capital

Pendahuluan

Pasar Mustokoweni merupakan pasar yang mendukung UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di daerah Yogyakarta, khususnya bagi produsen produk organik. Pasar ini menjadi wadah bagi UMKM yang masih berkembang atau belum memiliki toko fisik untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Pasar yang awalnya terdiri dari 12 unit usaha, dengan mengandalkan sumber daya mandiri dan bermitra dengan komunitas lain dalam menyelenggarakan kegiatan, harus berhenti beroperasi pada tahun 2020 karena adanya bencana Covid-19 dan kebijakan PPKM yang menghentikan seluruh aktivitas sosial masyarakat. Selama rentang tahun 2020-2022, banyak UMKM dan komunitas sejenis yang berhenti beroperasi dan bahkan tutup secara permanen. Menurut survei Badan Pusat Statistik (BPS), persentase perusahaan yang berhenti karena terdampak Covid-19 sebesar 6,78 persen, sedangkan untuk unit UKM (Usaha Kecil Menengah), survei BPS menunjukkan 24 persen melakukan pengurangan kapasitas, 10,1 persen berhenti beroperasi, dan 5,4 persen berjualan dari rumah (Machmudi and Iqbal).

Data tersebut menunjukkan banyaknya jumlah unit usaha yang terdampak Covid-19, diantaranya terpaksa melakukan pemotongan pengeluaran, beroperasi

secara daring dari rumah, dan bahkan berhenti beroperasi. Pasar Mustokoweni sendiri baru bisa pulih pada akhir tahun 2023. Adapun pulihnya pasar Mustokoweni setelah dilakukan riset oleh peneliti, peneliti menemukan adanya Modal Sosial yang mendasari pulihnya pasar Mustokoweni. Modal sosial sendiri ialah sumber daya potensial yang terdiri dari beberapa aspek dari struktur sosial yang eksistensinya membantu individu yang tergabung dalam struktur sosial yang meliputi asosiasi yang bersifat horizontal, kemampuan komunitas dalam menjamin manfaat, informasi, norma, nilai, resiprositas, kerjasama, dan network. (Haridison Anyulatha, 2013) pada kajian lain, modal sosial ialah jumlah sumber daya, aktual atau maya, yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalkan (Boudieu 1986; Field 2010).

Menariknya dalam teori Pierre Bourdieu menekankan pentingnya hubungan modal sosial dibandingkan dengan kapasitas individu dalam peningkatan kesejahteraan (Bourdieu, 1986; Midgley, 2013). Terlebih modal sosial telah memberikan pengaruh terbaru dengan cara membangun ikatan-ikatan sipil yang kuat untuk peningkatan ekonomi pada level yang lebih tinggi (Putnam, 1993). Maka peningkatan kesejahteraan bisa melalui pembangunan modal sosial. Pemaknaan bagaimana konsep modal sosial bisa mempercepat pemberdayaan masyarakat sebagai langkah menuju pembangunan di bidang ekonomi. Dalam prinsipnya modal sosial adalah seperangkat hubungan nilai sosial dan budaya yang saling menjunjung tinggi Kerjasama sehingga dapat mandiri (Syahra, 2003). Berangkat dari research tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk menyajikan bagaimana konsep modal sosial dapat diterapkan di UMKM sebagai dasar melakukan pemberdayaan di anggota komunitasnya.

Pasar Mustokoweni menghadapi tiga masalah umum dalam usaha, yaitu permodalan, segmentasi pasar, dan regulasi. Meskipun pasar biasanya menerima perhatian dari dinas daerah seperti Disdag (Dinas perdagangan) untuk mendapatkan fasilitas, pelatihan, dan akses informasi, pasar Mustokoweni tidak berada di bawah naungan Disdag. Permasalahan pasar Mustokoweni juga menjadikan mereka harus menjalankan operasional dengan seefisien mungkin. Selain regulasi dan permodalan, penerimaan keberadaan mereka di tengah masyarakat umum masih asing karena wawasan terkait produk organik yang ramah lingkungan belum merata di masyarakat, yang akan berdampak pada jumlah konsumen yang belum maksimal oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan yang dialami pasar Mustokoweni, para pegiat pasar harus

mengandalkan sumber daya mandiri yaitu dengan cara menarik retribusi pedagang sebesar Rp.20.000 per kegiatan pasar serta bermitra dengan berbagai pihak seperti Hotel Mustokoweni, Slowfood Community, KIBOO, dan lainnya. Cara tersebut mampu menjadikan pasar Mutokoweni perlahan-lahan dapat mengatasi permasalahan serta dapat meraih keberhasilan.

Keberhasilan dalam perkembangan pasar dipengaruhi beberapa faktor, termasuk dukungan pemerintah lokal melalui regulasi daerah, sumber daya manusia, dan sumber daya finansial. Modal usaha, sebagai sumber daya yang digunakan oleh wirausahawan, sangat mempengaruhi kelancaran operasional dan perkembangan usaha. Menurut Bambang dalam Purwanti, para konsultan bisnis membagi modal usaha menjadi dua kategori: modal berwujud (*tangible*) dan modal tidak berwujud (*intangible*). Modal berwujud dapat diukur, dicermati, dan dihitung, dan biasanya disebut modal finansial. Cabang fokus dari modal berwujud meliputi modal kerja, yang digunakan untuk membiayai operasional usaha, modal investasi yang merupakan biaya jangka panjang yang menyusut setiap tahunnya, dan struktur modal yang merupakan kombinasi dari modal usaha dan hutang usaha. Sementara itu, modal tidak berwujud adalah sumber daya abstrak yang tidak memiliki standar perhitungan pasti, seperti modal intelektual yang terdapat pada karyawan dan tugas pemimpin atau pemilik usaha untuk menempatkan dan mengembangkan modal tersebut secara maksimal.

Literatur

Modal sosial berperan sebagai faktor penting dalam hubungan antara individu dalam suatu kelompok yang dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan masalah, mencapai tujuan, dan mendapatkan manfaat dari kerjasama. Modal sosial terbentuk dari adanya kepercayaan, jaringan, dan norma. Kepercayaan (*trust*) adalah dasar penting dalam kinerja kelompok, meliputi *benevolence*, *ability*, dan *integrity*. Jaringan sosial menggambarkan hubungan interpersonal baik langsung maupun tidak langsung dalam pertukaran informasi, termasuk jaringan struktural, relasional, dan kognitif. Norma merupakan peraturan tak tertulis yang mendukung kerjasama, memberikan rasa aman dan nyaman dalam suatu komunitas, serta mengontrol perilaku individu dalam berinteraksi (Wulandari). Selain kepercayaan, jaringan, dan norma, beberapa ilmuwan juga menambahkan unsur lain dalam modal sosial. Resiprositas adalah hubungan timbal balik dalam suatu kelompok, yang tidak selalu dalam bentuk fisik. Perilaku Proaktif adalah suatu perilaku inisiatif yang dimulai oleh individu atau kelompok, yang kemudian menginspirasi anggota lainnya. Individu dengan perilaku proaktif sangat berperan dalam mempengaruhi motivasi.

Pierre Bourdieu (1986) menjelaskan bahwa Modal sosial adalah agregat dari sumber daya aktual atau potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan tahan lama dari hubungan yang kurang lebih terlembagakan dari saling kenal serta pengakuan atau menjadi keanggotaan dalam suatu kelompok (Bourdieu, 1986) dengan adanya modal sosial tersebut individu dalam kelompok dengan mudah diarahkan untuk mendayagunakan kapasitasnya sebagai pembuka yang memudahkan dalam membentuk sosialnya. Sedangkan dalam modal materiil berupa fisik dan modal manusia mengacu pada relasi serta timbal balik yang dapat menimbulkan kepercayaan dari mereka (Coleman, 1989).

Dalam peningkatan kesejahteraan modal sosial penting digunakan sebagai suatu pendekatan alternatif dari strategi pengembangan ekonomi informal. Gittell (2001) dalam penelitiannya melihat bahwa modal sosial dapat beriringan dengan aset pembangunan. Hal penting lainnya yakni berkontribusi pada pembangunan ekonomi masyarakat, melalui aksi kolektif dan politik dalam mengaktualisasikan pasar. Keberhasilan modal sosial dalam peningkatan ekonomi dikarenakan gagasan dasar modal sosial yang menekankan bahwa pentingnya saling menjaga hubungan baik serta kepercayaan diantara masyarakat (Ross Gittell & Thompson, 2001; Syahra, 2003). Modal sosial sangat berarti dalam mempercepat peningkatan keberdayaan masyarakat sebagai aktor penentu. Dengan begitu modal sosial juga menekankan pentingnya inisiatif kemandirian dalam menyelesaikan permasalahan sosial dan ekonomi. Sementara bantuan dari luar dirinya hanya menjadi pelengkap untuk menumbuhkan produktivitas yang muncul dalam dirinya sendiri (Syahra, 2003).

Menurut Coleman dalam penelitiannya diperlukan beberapa syarat untuk menghasilkan modal sosial. Bagaimanapun modal sosial muncul dari perubahan-perubahan yang dilakukan antara orang-orang yang memfasilitasi tindakan individu. Selain itu, konsep modal sosial terletak pada identifikasi struktur sosial berdasarkan fungsinya dan modal sosial memberi kemudahan untuk mempermudah melakukan fungsi dari struktur sosial tersebut. Selanjutnya dalam hasil penelitiannya ia mengidentifikasi tiga dasar modal sosial yaitu: pertama, kewajiban, harapan dan kepercayaan. Ini bisa didapatkan lewat sejauh mana kewajiban yang dipegang, kepercayaan lingkungan sosial dan kewajiban yang akan dibayar kembali. Kedua, saluran informasi. Potensi informasi yang melekat di dalam interaksi sosial menjadi penting untuk memberikan dasar untuk bertindak. Ketiga, norma dan sanksi efektif, hal ini merupakan bentuk yang kuat agar tercipta keteraturan maka diperlukan sanksi efektif berdasarkan norma yang telah disepakati (Coleman, 1988).

Sumber Daya modal sosial terbukti menjadi sumberdaya potensial bagi suatu organisasi atau UMKM untuk berkembang. Menurut UU RI Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), kriteria UMKM dibagi menjadi tiga kategori: Usaha Mikro, Kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta dan hasil penjualan tahunan maksimal Rp 300 juta. Usaha Kecil: Kekayaan bersih antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dengan hasil penjualan tahunan antara Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar. Usaha Menengah: Kekayaan bersih antara Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dengan hasil penjualan tahunan antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar.

Seperti yang terjadi pada Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo termasuk dalam umkm karena pendapatan bersih per bulan hanya RP 6.000.000,00 - RP 8.000.000,00 Juta. Industri ini yang mengalami perkembangan signifikan berkat adanya faktor modal sosial yang besar (Witjaksono). Pasalnya mekanisme modal sosial dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk “berpihak” pada suatu individu atau organisasi, seperti yang diceritakan oleh Hidayati, bahwa pedagang pada pasar Blimbing, Malang, lebih memilih untuk meminjam pada bank *Thithil* dari pada koperasi, bank BUMN, ataupun bank komersial, hal ini dikarenakan bank *Thithil* telah memiliki jaringan serta kepercayaan dari para pedagang pasar tersebut, meski memiliki bunga yang relatif lebih besar (Hidayati). Kedua studi kasus tersebut mengindikasikan seberapa besar potensi modal sosial dan implikasinya dalam perkembangan organisasi maupun dalam mempengaruhi keputusan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam tentang suatu gejala sosial, fakta, dan fenomena dari perspektif masyarakat sendiri. Penelitian ini berfokus pada pasar Mustokoweni yang terletak di Heritage Hotel, Jl. Mangkubumi No. 72, Jetis, Kota Jogja. Pasar Mustokoweni adalah pasar bagi UMKM yang diadakan setiap pekan genap setiap bulannya dan tidak hanya menjadi lokasi pasar bagi perdagangan produk-produk organik, tapi juga sebagai komunitas bagi UMKM di Jogja. Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, yaitu wawancara semi terstruktur dengan pemimpin pasar, dan empat pedagang lainnya, data yang ditemukan dari kelima informan telah mencapai titik jenuh, sehingga tidak dilakukan wawancara lebih lanjut dengan informan lainnya. Dalam menentukan narasumber menggunakan purposive samplin, purposive sampling ialah sebuah metode non random yang dilakukan researcher dalam

melakukan penentuan informan yang mampu mengetahui kebutuhan butuhan informasi atau data yang diinginkan (Lenain 2021). Pada penelitian ini penulis menentukan beberapa para pegiat UMKM pasar Mustokoweni untuk di wawancarai mengenai informasi atau data yang diinginkan yaitu berupa pengetahuan tentang modal sosial. Kemudian peneliti melakukan observasi secara langsung dilakukan dengan mengamati langsung fenomena modal sosial yang terjadi dengan mencatat fenomena yang ditemukan. Selanjutnya dokumentasi dilakukan dengan mengambil gambar dan merekam wawancara sebagai bukti penelitian, dan rekaman arsip dengan mengambil informasi dari berbagai media online seperti web. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjadohan pola. (Nur'aini, n.d.,) Penjadohan pola digunakan untuk mengidentifikasi adanya pola variabel non equivalent, eksplanasi tandingan, dan pola lainnya yang lebih sederhana. Penjadohan 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 Triangulasi digunakan untuk menguji keabsahan data dengan cara: Triangulasi sumber, yaitu menguji reliabilitas atau kekonsistenan data dengan menggali informasi dari berbagai informan.

No	Narasumber	Kode
1.	Pemimpin Pasar Mustokoweni	R1
2.	Pemilik Dapur Sehat Artami (pedagang)	R2
3.	Es Puter Mulia (pedagang)	R3
4.	Dapur Milmil (pedagang)	R4
5.	Kian Siomay (pedagang)	R5

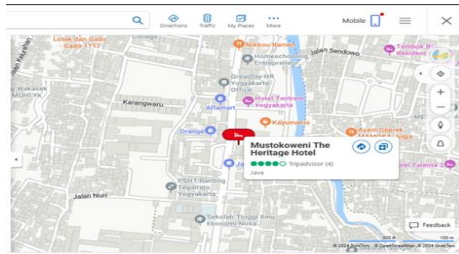
Lokasi penelitian berfokus pada pasar Mustokoweni di Mustokoweni Heritage Hotel, Jl. Mangkubumi No. 72, Jetis, Kota Jogja. Waktu penelitian dilakukan dalam rentang waktu Desember 2023 hingga Februari 2024 untuk pengambilan data lapangan, sedangkan data pendukung seperti informasi dari website dan media sosial dilakukan pada bulan setelahnya. Peneliti masih sesekali kembali turun lapangan untuk melakukan triangulasi hingga bulan April 2024. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang ideal

digunakan pada kondisi yang unik atau terdapat anomali pada sebuah kasus tertentu yang perlu diteliti, dengan fokus pada pasar Mustokoweni sebagai lokasi penelitian.

Hasil dan Diskusi

Pasar Mustokoweni, berlokasi di pelataran The Heritage Hotel Mustokoweni, Jl. Am Sangaji, Kelurahan Cokrodiningratan, Kecamatan Jetis, Kota Yogyakarta, pasar ini menjadi sebuah lokasi kegiatan ekonomi yang menarik perhatian berkat dukungan pemilik Hotel Mustokoweni. Terletak hanya sekitar 1 km dari Tugu Kota Yogyakarta, dengan waktu tempuh sekitar sembilan menit berjalan kaki, pasar ini memanfaatkan keuntungan lokasinya yang strategis, memudahkan pelanggan untuk menemukan dan mengunjungi pasar tersebut.

Gambar 1. Peta lokasi Pasar Mustokoweni



Pasar Mustokoweni adalah pasar bagi UMKM produk organik di daerah Yogyakarta, sebagai wadah bagi UMKM, Pasar Mustokoweni telah berdiri sejak tahun 2016, berkomitmen untuk bersikap transparan terhadap proses produksi produk yang mereka jual, sehingga masyarakat juga mendapat edukasi terkait produk organik. Inisiasi pasar ini berasal dari Sarah Chandra, yang memiliki niatan untuk menghubungkan konsumen restorannya dengan produsen dan pemasok bahan pokok dalam suatu kegiatan khusus. Tujuannya adalah agar para konsumen dapat secara langsung memastikan kualitas bahan yang digunakan oleh restoran serta memverifikasi orisinalitasnya yang berasal dari petani lokal.

Seiring berjalannya waktu, kegiatan rutin ini melibatkan semakin banyak jumlah pedagang, tidak hanya dari supplier restoran milik Sarah saja, tapi juga pedagang lain yang direkomendasikan oleh pedagang lama. Kegiatan yang awalnya hanya berisikan *supplier* resto Sarah, kini telah menjadi komunitas berisikan kumpulan pedagang lokal yang kebanyakan tergolong masih tahap berkembang. Pada tahun 2018, dua tahun setelah berdirinya, Pasar Mustokoweni menerima tawaran dari pemilik The Heritage Hotel Mustokoweni, yang juga tertarik dalam isu makanan sehat organik. Pelataran hotel tersebut kemudian

menjadi lokasi baru bagi pasar, dan sejak saat itu, operasional Pasar Mustokoweni berlangsung di pelataran Hotel Mustokoweni, mengambil nama dari hotel tersebut.

Perpindahan lokasi pasar ini membawa dampak positif bagi Pasar Mustokoweni. Lokasi saat ini lebih luas untuk menampung lebih banyak unit usaha, juga lokasi yang strategis serta suasana yang nyaman, sehingga konsumen yang datang lebih banyak. Hingga data diambil pada bulan Januari 2024, teridentifikasi 21 unit usaha yang tergabung dalam komunitas ini, mencakup beragam jenis produk, mulai dari es krim, *yogurt*, aneka *bakery*, siomay, aneka minuman, bumbu, hingga peralatan dapur pada Januari 2024.

Gambar 2. Suasana Pasar Mustokoweni



Sumber: Dokumentasi lapangan 2024

Modal Sosial Pada Pasar Mustokoweni.

Modal sosial sebagai sumber daya potensial dalam mempertahankan dan memajukan pasar Mustokoweni yaitu dengan cara melakukan kolaborasi dan kemitraan dengan berbagai pihak. Pada sumber utama finansial untuk mempertahankan dan memajukan pasar mustokoweni hanya berasal dari retribusi yang dipungut dari pedagang setiap kegiatan pasar, dan jumlahnya tidak besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktek langsung modal sosial. Melalui elemen-elemen dalam modal sosial seperti norma, kepercayaan dan jaringan.

1. Norma

Norma adalah peraturan tak tertulis yang dibuat dengan tujuan mendorong kerja sama kelompok. Norma pada dasarnya adalah kebiasaan yang dilakukan secara spontan oleh anggota komunitas sehingga menjadi peraturan tak tertulis dalam komunitas. di pasar mustokoweni norma sangat berperan penting dalam mendorong kerjasama dan membentuk citra pasar dapat terjaga. norma ini kemudian menjadi dasar bagi komunitas untuk membuat peraturan tertulis (Wulandari, 2021). Norma berfungsi sebagai identitas kelompok dan

menumbuhkan kepercayaan. Kelompok dengan norma yang kuat biasanya memiliki kepercayaan yang kuat, sehingga tidak perlu ada peraturan tertulis untuk mengikat perilaku anggota kelompok. sehingga Keterbukaan terhadap pelanggan dapat menumbuhkan minat untuk mengunjungi pasar. Dalam Pasar Mustokoweni, seluruh anggota yang tergabung telah melewati proses wawancara dengan pemimpin komunitas. Dalam proses tersebut, seluruh anggota diminta untuk bersikap transparan terhadap proses produksi produk mereka sebagai bentuk komitmen terhadap edukasi masyarakat, hal ini juga untuk memicu adanya suasana yang interaktif dalam pasar. Pasar Mustokoweni tidak membuat peraturan tertulis dalam komunitas, namun seluruh anggota komunitas memiliki visi yang sama yakni menciptakan suasana pasar yang interaktif, agar komunitas dapat berjalan dengan lancar. Hal ini membuktikan bahwa norma yang ditanamkan oleh Pasar Mustokoweni kepada anggota komunitas pasar ini adalah keterbukaan dalam berkomunikasi kepada pelanggan. Norma ini telah menjadi kesepakatan dalam pasar, dan para pedagang yang bergabung telah mengamininya, terutama pedagang reguler yang juga berkontribusi dalam membangun citra pasar dari awal hingga saat ini, berkat norma tersebut citra pasar dapat terjaga

“Disampaikan produknya sebisa mungkin buatan sendiri, supaya tahu persis mengenai produknya. Karena kita mau memancing keterbiasaan orang untuk jangan hanya apa saja yang ada di toko, tapi coba cari tahu produk mana yang sesuai keinginan dengan bertanya kepada produsennya langsung...itu memang perlu proses, karena kita harus mengkaji lagi, kira-kira produknya cocok gak sih sebagai tenan fix disini? Karena kan teman-teman yang fix juga ikut membangun budaya dan image di pasar ini.” (R1, Januari 2024).

2. Jaringan

Jaringan sosial merupakan sebuah hubungan sosial yang berpola atau disebut juga pengorganisasian sosial, yang menggambarkan hubungan interpersonal baik *direct* atau *indirect* (langsung maupun tidak langsung) utamanya dalam pertukaran informasi. Terdapat tiga pola yang umumnya terjadi ketika individu membangun hubungan dengan orang lain. Pertama, jaringan struktural, yakni hubungan dengan sistem atau hierarki tertentu dalam proses pertukaran informasi, umumnya terjadi pada lembaga resmi dengan struktur kepengurusan. Kedua, jaringan relasional, yakni hubungan mendalam yang tidak berdasarkan sistem atau motif tertentu, hubungan ini memiliki ikatan khusus yang telah terjalin lama antar individu sehingga kepercayaan mereka kuat satu sama lain, hal ini terjadi pada keluarga atau sahabat. Ketiga, jaringan kognitif,

yakni hubungan yang terjalin antar individu yang menganut nilai atau visi yang sama, hubungan mereka merupakan hubungan kolaboratif yang saling menguntungkan dalam mencapai tujuan dan visi mereka, hubungan ini dapat ditemukan pada komunitas, atau asosiasi (Haridison, n.d., 2013). Hubungan dalam komunitas terbagi kedalam tiga dimensi, *bonding*, *bridging*, dan *linking* (Fatimah & Afifuddin, 2013). *Bonding*, merupakan hubungan yang terjalin dalam komunitas antar para anggota. *Bridging*, merupakan hubungan yang terjalin di luar komunitas, namun masih memiliki kesamaan dalam visi atau isu yang diangkat. *Linking*, merupakan hubungan yang terjalin dengan pihak luar komunitas yang awalnya tidak berada dalam dimensi isu yang sama, namun dipertemukan oleh misi atau motif tertentu. Jaringan pada Pasar Mustokoweni, terbagi menjadi jaringan kognitif dan relasional, dimana ikatan mereka berdasarkan kepentingan dan visi yang sama serta hubungan baik antara pemimpin Pasar Mustokoweni dengan pemimpin Pasar Wiguna. *Bonding* (interaksi dalam komunitas), kerja sama mereka dapat terlihat ketika mereka saling *sharing* satu sama lain untuk memberikan saran atau hanya sekedar bercerita. Seperti yang terlihat pada pemilik dapur milmil yang menjual nasi goreng berbahan dasar ubi. Di waktu makan siang, beberapa pedagang lain membeli nasi goreng tersebut untuk makan siang, sambil bercerita, pemilik dapur milmil menanyakan rasa dan saran untuk produk buatannya kepada pedagang lain, sementara para pedagang tersebut memberikan tanggapan dan saran mereka mengenai produk tersebut (Observasi, Desember 2023). Sedangkan *bridging*, yang terlihat pada hubungan dengan komunitas Pasar Wiguna, yang koordinatornya terpantau sempat mengunjungi Pasar Mustokoweni pada Januari tanggal 13 lalu. Meski tidak ada peraturan tertulis yang mengharuskan antar komunitas untuk saling mengunjungi, namun sebagai sesama penggiat pasar organik, terkadang mereka menunjukkan bentuk apresiasi atau dukungan kepada sesama komunitas produk organik. “zaman awal bikin tuh, kita memang gak bersaing antar pasar. Tapi kita di Jogja itu suasananya tuh suasananya malah lebih saling melengkapi.” (R1, Januari 2024).

3. Kepercayaan

Manusia pada umumnya membangun kepercayaan atas tiga hal, *benevolence*, *ability*, dan *integrity* (Haridison & Anyualata, 2013). *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. Kepercayaan yang tertanam dalam suatu kelompok akan mempengaruhi tingkat produktivitas kelompok tersebut, individu akan bersedia untuk bekerja sama dengan orang yang mereka percayai. Kepercayaan tumbuh jika individu dalam komunitas tersebut merasa aman dan nyaman ketika berinteraksi dengan orang lain, hal ini dapat diwujudkan jika perilaku dalam suatu kelompok diatur dengan norma yang kuat, namun jika norma sudah tidak dapat lagi mengontrol perilaku individu dalam kelompok, maka diperlukan peraturan resmi atau tertulis, yang berfungsi sebagai pelindung sekaligus pengekang dalam kelompok, untuk menumbuhkan rasa saling percaya. Maka menumbuhkan kepercayaan bukan hanya tentang seberapa bisa janji atau ucapan seseorang dapat dipegang, tapi mencangkup kredibilitas, transparansi, serta kooperatif individu sebagai tim atau bagian dalam kelompok. Anggota dalam komunitas Pasar Mustokoweni memiliki kepercayaan yang tinggi pada Sarah sebagai pemimpin komunitas. Sarah merupakan sosok pemimpin kapabel, yang dapat mengurus hampir keseluruhan komunitas seorang diri. Sehingga anggota komunitas tidak ragu untuk berkonsultasi kepadanya jika ada masalah atau sekadar meminta pendapatnya. “Kami tinggal datang, menyiapkan dagangan dan melayani costumer dengan baik...mba Sarahnya emang gak mau kita repot ngurusin lain-lain gitu” (R3, Januari 2024). Jika melihat dari sudut pandang anggota kepada Sarah, bentuk kepercayaan yang terbangun merupakan *ability trust* yang terbentuk karena kemampuan Sarah dalam menyelesaikan masalah dan mengurus urusan komunitas. Di sisi lain, tujuan Sarah tidak melibatkan pedagang dalam urusan manajerial dan teknis adalah agar mereka dapat fokus dalam melayani pelanggan, agar pelayanan maksimal, mengingat tujuan mereka adalah untuk menghidupkan interaksi dalam pasar.

Pada Pasar Mustokoweni, individu dengan kepribadian proaktif adalah Sarah Chandra, yang juga seorang pemimpin komunitas. Selain dia sebagai inisiator terbentuknya komunitas Pasar Mustokoweni, dia juga berperan untuk memeriahkan pasar dengan membuat kegiatan/*event* tertentu, berkolaborasi, mengelola media sosial, dan membangun manajemen pasar. Meski Sarah sendiri mengakui kalau berkat dorongan dari anggota komunitas serta pemilik hotel Mustokoweni, akhirnya dia kembali mengaktifkan kegiatan pasar setelah *vacuum* kurang lebih tiga tahun (2020-2023). “Setelah lama vakum, teman-teman pada nanyain ‘ayo mba kapan mulai lagi’, jadi oktober 2023 baru bisa dimulai lagi” (R1, Desember 2023). Ia juga mengelola media sosial dan dana retribusi pasar sebesar

20k secara langsung yang digunakan untuk biaya operasional seperti kebersihan, perawatan inventaris, serta tabungan untuk membuat kegiatan pasar.

“kita tidak mau memberatkan teman-teman dengan biaya yang berlebih, lagi pula biaya 20k itu untuk operasional seperti biaya kebersihan. Lahan parkir karena kita pinjam lahannya asrama mahasiswa Kalimantan kan, sama perawatan inventaris” (R1, Januari 2024).

No	Indikator modal sosial	Implementasi	Hasil
1.	Norma	<ul style="list-style-type: none"> • komitmen terhadap edukasi masyarakat, hal ini juga untuk memicu adanya suasana yang interaktif dalam pasar. • Keterbukaan dalam berinteraksi. 	Keteraturan dalam pengelolaan pasar sehingga adanya suasana inklusif antara pembeli dan penjual.
2.	Jaringan	<ul style="list-style-type: none"> • Jaringan Kognitif terbentuk karena adanya visi yang sama, yakni keterbukaan dalam interaksi dengan pelanggan. • Jaringan relasional terbentuk melalui media sosial, dan hubungan sosial pemimpin pasar. 	<p>Stabilitas ekonomi penjual dengan adanya pengaruh jaringan mulai dari keterbukaan informasi.</p> <p>Penguatan komunitas yang dilakukan oleh tiap individu mendorong keberlanjutan pasar.</p>
3.	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> • Ability trust, terbentuk dengan adanya kepercayaan pedagang terhadap kapabilitas kepemimpinan pemimpin pasar. • Pengelolaan retribusi untuk operasional pasar. 	Terbentuknya kohesi sosial di komunitas serta kesadaran dan tanggung jawab antar pihak di dalam proses pengelolaan pasar.

Demikianlah keseluruhan modal sosial yang terlihat pada Pasar Mustokoweni. Adanya norma transparansi atau keterbukaan terhadap pelanggan

yang dengan adanya norma itu membuka interaksi dan hubungan yang baik dengan pelanggan. Jaringan kognitif yang didasarkan pada keinginan atau visi yang sama yakni membangun wadah dan edukasi untuk masyarakat mengenai produk-produk sehat dan organik, adanya keinginan yang sama membuat hubungan antar pedagang dan komunitas pasar sehat lainnya terjalin. *Ability trust* atau kepercayaan para pedagang terhadap kredibilitas Pasar Mustokoweni yang memfasilitasi mereka segala kebutuhan teknis mereka, menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pedagang untuk berinteraksi dengan lebih terbuka. Terakhir sikap proaktif Sarah sebagai pemimpin dalam membangun modal sosial, dan manajemen komunitas, berperan penting dalam perkembangan Pasar Mustokoweni sampai saat ini.

4. Pembahasan

Penelitian ini mengelaborasi urgensi modal sosial dalam perkembangan Pasar Mustokoweni. Dimana faktor-faktor seperti kepercayaan, jaringan, norma, resiprositas, dan individu proaktif sangat vital bagi perkembangan usaha, utamanya pada kategori UMKM. Dalam kasus Pasar Mustokoweni, norma transparansi yang dianut membuka suasana yang interaktif antara pedagang dan pembeli, berkat hal tersebut terbangunlah kepercayaan pelanggan, juga para mitra bisnis kualitas Pasar Mustokoweni, sehingga mereka dapat bertahan, bermitra, dan berkolaborasi, meski dengan sumber daya finansial yang tidak melimpah. Hal ini menunjukkan bagaimana modal sosial sebagai sumberdaya dapat mengembangkan usaha selain dari sumberdaya finansial dan SDM.

Modal sosial memiliki dua dimensi yang saling terkait: dimensi kognitif/kultural dan dimensi struktural. Dimensi kognitif/kultural berkaitan dengan nilai-nilai sikap dan keyakinan yang mempengaruhi kepercayaan, solidaritas, dan resiprositas. Dimensi struktural berupa susunan ruang lingkup organisasi dan lembaga masyarakat pada tingkat lokal yang mendorong terjadinya kegiatan kolektif yang bermanfaat bagi seluruh warga masyarakat (Tama, 2021). Modal sosial sendiri sudah banyak digunakan pada beberapa bidang keilmuan salah satu yaitu pada pemberdayaan komunitas (Falah, 2020). Bourdieu menyatakan bahwa modal sosial berperan dalam membangun kepercayaan dan kerjasama di antara anggota komunitas, sehingga meningkatkan kemampuan komunitas dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan sumber daya yang ada (Ariny, n.d). Selain itu modal sosial juga dapat digunakan pada manajemen dan bisnis, seperti penelitian yang dilakukan oleh Moh. Helmi Fajar menunjukkan bahwa modal sosial digunakan untuk membangun kepercayaan dan norma sosial di masyarakat, serta mempresentasikan sistem jaringan dan teknis pengelolaan

jaringan yang cepat dan tepat dalam mengembangkan bonus. Strategi ini mirip dengan istilah ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) dalam dunia bisnis (Fajar, 2020). Pada pembahasan modal sosial yang ada di pasar Mustokoweni, modal sosial merupakan sumber potensial yang mampu mengembangkan dan memajukan pasar tersebut, dimana modal sosial yang ada meliputi sebuah kepercayaan untuk membangun sebuah *trust* yang termasuk dalam norma pada penjelasan modal sosial.

Kajian modal sosial mulai terdeteksi pada 1916, oleh Lyda Judson Hanifan dalam penelitiannya berjudul "*The Rural School Community Centre*", Hanifan menyebut modal sosial sebagai aset yang penting untuk hidup bermasyarakat, ia menyebut contoh dari modal sosial adalah kemauan baik, persahabatan, simpati, kerjasama, dan hubungan lainnya sebagai bentuk ikatan kelompok sosial. Pada tahun 1980-an modal sosial mulai diaplikasikan pada studi socio-economy, oleh Pierre Bourdieu dalam tulisannya berjudul "*form of capital*". Bourdieu menekankan bahwa dalam setiap transaksi ekonomi selalu ada faktor non-material yang meliputi modal budaya dan modal sosial. Setelahnya, ilmuwan sosial seperti Coleman dan Putnam, mulai mempopulerkan konsep modal sosial dalam kajian socio-economy, socio-political and socio kemasyarakatan (Syahra & Rusydi, 2003).

Kajian terkait dinamika sosial melalui perspektif modal sosial tidak lepas dari pembahasan kepercayaan (*trust*), jaringan (*network*), dan norma (*norm*), tiga unsur dasar yang dipetakan oleh Coleman dan Putnam. Coleman menganggap bahwa dalam pembangunan ekonomi, ada faktor di luar aspek finansial dan marketing yang mempengaruhi tingkat penjualan. Ia menekankan bahwa kepercayaan antar pihak, jaringan sosial yang kuat, dan norma-norma yang berlaku dapat memperkuat efisiensi ekonomi dan meningkatkan tingkat penjualan. Sedangkan Putnam melihat adanya aspek dalam suatu organisasi yang membuat kinerja mereka lebih produktif. Ia akhirnya merumuskan tiga aspek secara umum yang mempengaruhi peningkatan produktivitas organisasi, yakni kepercayaan, jaringan, dan norma. Ketahanan yang terjadi pada pasar Mustokoweni sebagai pasar yang memberdayakan para pedagang walau tanpa modal finansial melimpah, disebabkan oleh modal sosial tersebut dimana modal sosial yang terbangun di pasar Mustokoweni meliputi hal hal yang telah disampaikan diatas tadi serta selaras dengan yang disampaikan oleh Putnam, fitur-fitur organisasi sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama untuk saling menguntungkan merupakan kunci utama dalam meningkatkan produktivitas organisasi. Dengan

demikian, modal sosial yang kuat dapat memungkinkan terjalinnya kerjasama yang efektif dan meningkatkan efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan organisasi (Syahra & Rusydi, 2003).

Fenomena terkait modal sosial telah banyak dikaji oleh para peneliti, baik dalam kajian socio-economy, socio-politics, maupun sosial kemasyarakatan. Meski implikasinya akan berbeda, namun unsur esensial modal sosial seperti kepercayaan, jaringan, dan norma, selalu memainkan peran penting dalam fenomena modal sosial. Seperti pada penelitian Witjaksono pada perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo (Silow), Witjaksono menemukan bahwa dalam dinamika perkembangan Silow yang panjang yang terbagi menjadi lima fase, modal sosial berperan signifikan dalam transformasinya menjadi organisasi besar yakni Asosiasi Pengusaha Industri Logam (Aspilow). Witjaksono menyebutkan bahwa sinergitas merupakan kunci dari panjangnya perjalanan transformasi Silow, dalam mewujudkan sinergitas tersebut jaringan dan kepercayaan yang termasuk dalam unsur modal sosial memiliki implikasi didalamnya (Witjaksono, 2010). Hal-hal tersebut merupakan sebuah upaya pemberdayaan yang selalu dilakukan ketika finansial tidak begitu mendukung, namun di pasar Mustokoweni sebagai pasar yang berjalan tanpa adanya modal yang besar mereka mampu terus bertahan dan maju karena sebuah trust yang terbangun dari anatar mitra yang ada. Fakta ini menguatkan bahwa modal sosial yang terbangun di pasar Mustokoweni mampu dijadikan sebuah keilmuan baru dalam pemberdayaan masyarakat berbasis modal sosial, dimana modal yang selalu didasarkan pada financial untuk mempertahankan sebuah usaha, namun di pasar Mustokoweni tidak terjadi, alasannya karena sebuah usaha tetap bertahan karena adanya sebuah trust yang ada untuk saling menguatkan dan memenuhi kebutuhan yang ada.

Kesimpulan

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. Pertama Norma transparansi atau keterbukaan yang membuka interaksi dan hubungan yang intens dengan pelanggan. Dalam konteks Pasar Mustokoweni, transparansi berarti membangun kepercayaan antara pedagang dan pelanggan, sehingga pelanggan lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan pasar ini kepada orang lain. Transparansi juga membantu dalam membangun citra pasar yang positif, karena pelanggan merasa bahwa mereka dapat mempercayai

informasi yang diberikan oleh pedagang. Jaringan kognitif dan relasional yang menyatukan atau menghubungkan para pedagang dan sesama komunitas pasar di Yogyakarta. *Bounding* Pasar Mustokoweni terlihat pada interaksi mereka di saat waktu senggang, hubungan mereka terbentuk berdasarkan visi dan keinginan yang sama sehingga disebut jaringan kognitif. Sedangkan *Bridging* mereka terlihat pada hubungan baik yang terjalin antara pemimpin Pasar Mustokoweni dengan pemimpin Pasar Wiguna, sehingga disebut sebagai jaringan relasional. *Ability trust* atau kepercayaan yang terbangun antara pedagang dengan Pasar Mustokoweni atas kredibilitas dalam memfasilitasi mereka, menciptakan rasa aman dan nyaman untuk berinteraksi, sehingga pedagang dapat memberikan performa terbaik dalam melayani pelanggan. Sikap proaktif pemimpin yang kapabel dalam membangun manajemen pasar, menyelesaikan masalah, berkolaborasi, dan membuat kegiatan pada Pasar Mustokoweni memberikan dorongan pada pasar sehingga dapat berkembang sampai saat ini.

Peneliti menyadari perlu adanya penelitian lebih lanjut di Pasar Mustokoweni terlebih pada aspek pemberdayaan komunitas. Masih terdapat celah untuk menelaah mengenai pekerja sosial. Perspektif pekerja sosial diperlukan untuk mendeskripsikan pola-pola relasional antara stakeholder dan para pelaku ekonomi yang dapat meningkatkan keberlanjutan pasar. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar dilakukan penelitian lanjutan untuk menjembatani aspek modal sosial dan pekerja sosial di Pasar Mustokoweni melalui prespektif pekerja sosial.

Bibliography

- Albab, Addillah U. n.d. "Sustainable Business Excellence." *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 113-130. doi:10.54066/jikma.vii4.482.
- Al Macmudi, Muhammad I. n.d. "Survei BPS: Mayoritas Pendapatan UMKM Anjlok Akibat Pandemi." *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/345099/survei-bps-mayoritas-pendapatan-umkm-anjlok-akibat-pandemi>.
- Anastasya, Annisa. n.d. "Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia." UKMINDONESIA.ID. Accessed January 2, 2025. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia#google_vignette.
- Anshori, Muhammad N. n.d. "ANALISIS PENGARUH MODAL FINANSIAL DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA SANTRI

- PADA KOMUNITAS SANTRIPRENEUR DI KABUPATEN TEMANGGUNG.” In *Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Arianto, Yusuf C. n.d. *Kisah-kisah di Hutan: Liliput*. N.p.: Gramedia Pustaka Utama. Accessed January 2, 2025.
- Arifin, Ghoni. n.d. “Solidaritas dan Modal Sosial Pedagang Pasar Legi Surakarta Menghadapi Tantangan Pasar Modern.” *Jurnal Sosiologi Andalas*, 112-126. DOI:10.25077/jsa.7.2.112-126.2021.
- Ariny, Bintan D. n.d. “TEORI MODAL SOSIAL.” *academia.edu*.
- Ariyani, Nur I., and Okta Nurcahyono. n.d. “DIGITALISASI PASAR TRADISIONAL: PERSPEKTIF TEORI PERUBAHAN SOSIAL.” *Jurnal Analisa Sosiologi*, 1-12.
- Asmara, Dani. n.d. *Pengembangan Keterampilan Sosial Bagi Calon Guru*. N.p.: Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fatimah, Mira, and Mohammad Afifuddin. n.d. “Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional.” *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*, 4-19. <https://doi.org/10.22146/jkap.6851>.
- Febrianto, Syaiful E. n.d. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPEMIMPINAN DAN KERJASAMA TIM: KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI EFEKTIF, PENDEKATAN KEPEMIMPINAN TIM, DAN EFEKTIVITAS TIM (SUATU KAJIAN STUDI LITERATURE REVIEW ILMU MANAJEMEN TERAPAN).” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 298-609. DOI:10.38035/JMPIS.V2I2.522.
- Gunawan, Imam. 2013. *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan Praktik*. N.p.: PT Bumi Aksara.
- Hanafi, Mamduh M. 2021. *Manajemen*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Haridison, Anyualatha. n.d. “Modal Sosial dalam Pembangunan.” *Journal Ilmu Sosial Politik dan Pemerintahan*. DOI:10.37304/jispar.v2i2.363.
- Hidayati, Bunga. n.d. “Peran Modal Sosial pada Kontrak Pinjaman Bank Thithil dan Implikasinya Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi pada Pasar Blimbing Kota Malang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 1-18.
- Hidranto, Firman. n.d. “Menuju Data Tunggal UMKM.” INDONESIA.GO.ID: <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/7525/menuju-data-tunggal-umkm?lang=1?lang=1>.
- Imro’atin, Elida, and Nur Laily. n.d. “PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PERENCANAAN PEMBANGUNAN PARTISIPATIF.” *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 299-303.
- Indonesia, Kementrian P. n.d. “Permendag No. 23 Tahun 2021.” Peraturan BPK. Accessed January 3, 2025. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/166545/permendag-no-23-tahun->

2021.

- Insan, A. N. n.d. "PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSAKSIONAL TERHADAP MOTIVASI INTRINSIK, WORK ENGAGEMENT DAN KINERJA KARYAWAN." *Journal Of Business Studies*, 1-18.
- Jayani, Dwi H. 2020. "Survei BPS: 6,78% Perusahaan Berhenti Beroperasi Terdampak Pandemi | Databoks." Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/959fcb9ceged7e4/survei-bps-678-perusahaan-berhenti-beroperasi-terdampak-pandemi>.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. N.p.: Gramedia Pustaka Utama.
- Kresna. n.d. "Dimensi Modal Sosial (skrpsi dan tesis)." NAMAHA. <https://konsultasiskrpsi.com/2019/11/15/dimensi-modal-sosial-skrpsi-dan-tesis/>.
- Lenain, Ika. 2021. "TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING." *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 33. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>.
- Lubis, Asri. n.d. "Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan." *JURNAL TABULARASA PPS UNIMED*, 181-190.
- Mania, Sitti. n.d. "OBSERVASI SEBAGAI ALAT EVALUASI DALAM DUNIA PENDIDIKAN DAN PENGAJARAN." *Lentera Pendidikan Jurnal Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*, 220-233. DOI:10.24252/lp.2008v11n2a7.
- Masyarakat, Akademi K. n.d. "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%20Mustokoweni%20bukan%20dipandang%20sebagai%20bentuk%20sociopreneur%2C%20namun,menghidupkan%20ide%20dan%20isu%20organik%20dalam%20masyarakat%20Yog>.
- M. M., Alfian F. n.d. "Peran Total Quality Manajemen Dalam Meningkatkan Kualitas Output Madrasah Melalui Sistem Kontrol Mutu." *urnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 191-201. doi:10.30957/cendekia.v9i1.54.
- M. T., Agus P. n.d. "Model Kepemimpinan Di Lembaga Pendidikan:A Schematic Literature Review." *Journal Of Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*, 255-266. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v1i3.89>.
- Mustika, Mona S., and Mba G. Kismono. n.d. "Pengaruh Kepribadian Proaktif pada Kreativitas Karyawan dengan Kepemimpinan Transformasional dan

- AutonomiKerja sebagai Variabel Pemoderasi.” *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 126-145.
- Muttaqin, Galih F., and Rita Dharmayanti. n.d. “PENGARUH IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAGEMENT TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN KUALITAS KINERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.” *Jurnal Akuntansi*. DOI:10.24912/ja.v19i1.114.
- Noor, Munawar. n.d. “PEMBERDAYAAN MASYARAKAT.” *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 87-99. DOI: <https://doi.org/10.26877/civis.vii2.591>.
- Nugroho, Sudwiyanto. n.d. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kerja Laissez-Faire, Pengawasan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Cv. Samyo Makmur AbadiKota Cimahi).” In *Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesia, Bandung*.
- Nugroho Putro, Herry P., Rusmaniah, Ersis W. Abbas, Bambang Subiyakto, and Muhammad A. Putra. n.d. “PERAN MODAL SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN UMKM KERAJINAN DI KAMPUNG PURUN.” *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*, 203-209.
- Nur’aini, Ratna D. n.d. “PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU.” *Jurnal Teknik Sipil dan Arsitektur*. 10.21831/inersia.v16i1.31319.
- Nur’aini, Ratna D. n.d. “Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku.” *Jurnal Teknik Sipil dan Arsitektur*, 92-104. 10.21831/inersia.v16i1.31319.
- Pramono, Ananta H., Awan Santoso, and Puthut Indoyono. n.d. *Menahan Serbuan Pasar Modern: Strategi Perlindungan dan Pengembangan Pasar Tradisional*. N.p.: Lembaga Ombudsman Swasta DIY.
- Purhantara, Wahyu. n.d. “Kepemimpinan Bisnis Indonesia di Era Pasar Bebas.” *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 18-33. DOI:10.21831/jep.v7i1.575.
- Purwani, Diah A., and Sri P. Wastutiningsih. n.d. “TANTANGAN SOCIOPRENEURS YOGYAKARTA DI ERA COMMUNICATION 3.0.” *Profetik Jurnal Komunikasi*. DOI:10.14421/pjk.viii.1420.
- Rizkiani, Bonyta E., and Dian R. Sawitri. n.d. “Kepribadian Proaktif Dan Keterikatan Kerja Pada Karyawan Pt Pln (Persero) Distribusi Jawa Tengah Dan Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Empati*, 38-43. DOI: <https://doi.org/10.14710/empati.2015.13549>.
- Sapitri, Adinda D., Evi Priyanti, and Dadan Kurniansyah. n.d. “PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PELAKSANAAN PEMBANGUNAN DESA CIKALONG KECAMATAN CILAMAYA WETAN KABUPATEN KARAWANG.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 443-452.

<https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.15602>.

Setiyani, Asri, Tri Yuliyanti, and Dida Rahmadanik. n.d. "Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. ULIL ALBAB." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 425-433.

Tumbol, Citra L., Bernhard Tewel, and Jantje L . Sepang. n.d. "GAYA KEPEMIMPINAN OTOKRATIS, DEMOKRATIK DAN LAISSEZ FAIRE TERHADAP PENINGKATAN PRESTASI KERJA KARYAWAN PADA KPP PRATAMA MANADO." *JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 38-47.