



Peran Modal Sosial Dalam Mendukung Keberlanjutan Usaha Ladys.Id Ponorogo

Ika Putri Septiana^{1*}, Dwi Setya Nugrahini²

¹ Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, ikaputriseptiana18@gmail.com

² Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, dwisetyanugrahini25@gmail.com

Article Info

Article history:

Received November 23, 2025

Revised December 16, 2025

Accepted December 23, 2025

Available online December 23, 2025

*Corresponding author email :
ikaputriseptiana18@gmail.com

Keywords:

Social Capital, Industry Sustainability, Role.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy. Ladys.ID, a fashion-based MSME in Ponorogo, faces sustainability challenges such as low consumer trust, limited social networks, and tight market competition. This study aims to analyze the forms, challenges, and impacts of social capital in supporting the sustainability of Ladys.ID. A descriptive qualitative method was used, with data collected through interviews, observation, and documentation from business owners, employees, consumers, government, and the local community. The results reveal that social capital at Ladys.ID is manifested through trust, social norms, and networking, which contribute to customer loyalty, a harmonious work environment, and wider market access. Despite several obstacles such as rapid fashion trends, an unstrategic location, and limited collaboration among similar businesses social capital has proven to significantly support the business's resilience and adaptability. Strengthening social capital is crucial for improving the competitiveness and long-term sustainability of MSMEs in the digital era.

DOI: 10.21154/kasbuna.v1i2.12916
Page: 98-103

Kasbuna with CC BY license. Copyright © 2025, the author(s)

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pemberdayaan masyarakat, dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Di Kabupaten Ponorogo, sektor UMKM menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, terutama dalam bidang fashion. Salah satu UMKM yang menarik perhatian adalah Ladys.ID, sebuah usaha fashion wanita yang tidak hanya menjual produk secara offline, tetapi juga aktif mengembangkan pemasaran digital melalui media sosial dan live streaming. Keberhasilan usaha ini tidak semata-mata ditentukan oleh kekuatan modal finansial, melainkan juga dipengaruhi oleh kekuatan modal sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Putnam menekankan bahwa jaringan sosial, nilai-nilai, dan kepercayaan yang ada dalam komunitas dapat memfasilitasi koordinasi dan kerja sama untuk mencapai manfaat bersama. Kepercayaan adalah elemen utama modal sosial yang memungkinkan kerja sama dan mengurangi biaya transaksi karena keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai harapan bersama. Norma adalah aturan dan sanksi yang memfasilitasi kerjasama individu untuk mendapatkan manfaat timbal balik dengan sedikit atau tanpa efek negatif. Jaringan sosial adalah dimensi penting modal sosial yang menciptakan kohesi sosial dan memperkuat kerja sama antar individu atau kelompok untuk mencapai keuntungan bersama.

Ladys.ID merupakan contoh UMKM berbasis komunitas yang memanfaatkan jaringan sosial, kepercayaan, dan norma kerja sama dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Meskipun demikian, usaha ini juga menghadapi berbagai tantangan seperti lokasi usaha yang kurang strategis, keterbatasan hubungan antar pelaku usaha fashion lokal, perubahan tren pasar yang cepat, segmentasi pasar yang sempit, serta belum optimalnya strategi pemasaran digital dan testimoni pelanggan. Tantangan ini menjadi faktor penghambat dalam penguatan dan pemanfaatan modal sosial secara maksimal.

Dalam berbagai studi sebelumnya, modal sosial telah banyak diteliti dalam konteks UMKM. Pertama, Putri et al. menemukan bahwa kepercayaan dan jaringan sosial dapat meningkatkan loyalitas konsumen UMKM makanan di Yogyakarta. Kedua, Candrasari dan Bahtiar menunjukkan bahwa norma timbal balik mendorong kolaborasi antar pelaku usaha rumahan. Ketiga, Hasna dan Mayvani meneliti pentingnya komunitas sosial dalam menjaga keberlanjutan UMKM selama krisis pandemi. Keempat, Ekarini menyoroti lemahnya jaringan sosial sebagai hambatan pada pelaku UMKM perempuan. Kelima, Saputro et al. menekankan peran jaringan sosial dalam mempertahankan UMKM berbasis digital fashion. Meskipun demikian, sebagian besar studi masih terbatas pada wilayah perkotaan dan belum banyak yang menyoroti praktik modal sosial dalam UMKM fashion berbasis komunitas di daerah semi-periferal seperti Ponorogo.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada eksplorasi menyeluruh terhadap bentuk, tantangan, dan dampak modal sosial dalam usaha fashion lokal berbasis komunitas digital. Penelitian ini juga berfokus pada dinamika hubungan sosial dalam konteks geografis yang kurang strategis dan bagaimana modal sosial mampu berfungsi sebagai kekuatan adaptif untuk mengatasi berbagai hambatan usaha. Dengan latar tersebut, penelitian ini dilakukan

untuk menganalisis bagaimana modal sosial berperan dalam mendukung keberlanjutan usaha Ladys.ID Ponorogo.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk modal sosial yang diterapkan di Ladys.ID, mengidentifikasi tantangan dalam membangun dan memanfaatkannya, serta mengevaluasi dampak modal sosial terhadap keberlanjutan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi modal sosial dalam konteks UMKM dan menjadi referensi praktis bagi pelaku usaha maupun pembuat kebijakan dalam memperkuat keberlanjutan ekonomi berbasis komunitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi lapangan. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam dinamika sosial yang terjadi dalam usaha Ladys.ID Ponorogo, khususnya yang berkaitan dengan peran modal sosial dalam mendukung keberlanjutan usahanya. Penelitian ini bersifat deskriptif eksploratif karena berupaya menggambarkan dan menjelaskan bentuk, tantangan, serta dampak modal sosial berdasarkan pengalaman subjek yang terlibat langsung dalam kegiatan usaha.

Data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, manajer toko, karyawan, konsumen, masyarakat sekitar, anggota komunitas UMKM, serta perwakilan dari Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumen terkait, seperti catatan promosi, unggahan media sosial, dan referensi literatur ilmiah tentang modal sosial dan UMKM.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini juga menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai narasumber yang memiliki perspektif berbeda terhadap fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Modal sosial berperan krusial dalam mendukung keberlanjutan usaha Ladys.ID Ponorogo. Kepercayaan, norma sosial, dan jaringan yang terbangun antara pemilik, karyawan, mitra, dan pelanggan menjadi fondasi penting dalam menciptakan hubungan kerja yang solid. Relasi tersebut tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga dilandasi oleh kedekatan sosial, yang turut memperkuat daya saing Ladys.ID di tengah persaingan industri fashion. Hal ini sejalan dengan pendapat Lawang, dengan adanya jaringan sosial maka setiap aktor akan dapat saling terkoneksi dengan aktor lain sehingga dapat menguntungkan dalam mewujudkan kepentingan atau tujuan aktor tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memainkan peran penting dalam mendukung keberlanjutan usaha Ladys.ID Ponorogo. Modal sosial di sini hadir dalam bentuk kepercayaan, norma sosial, dan jaringan yang terjalin antara pemilik usaha, karyawan,

pelanggan, mitra kerja, serta masyarakat sekitar. Relasi yang harmonis dan berbasis saling percaya menjadi aset sosial yang tidak hanya memperkuat operasional usaha, tetapi juga membentuk daya tahan dalam menghadapi berbagai tantangan.

Namun, penerapan modal sosial dalam praktiknya tidak lepas dari hambatan. Tantangan muncul dari berbagai aspek, seperti ketatnya persaingan industri fashion, perubahan tren yang cepat, keterbatasan lokasi usaha yang kurang strategis, serta minimnya kolaborasi antar pelaku usaha sejenis. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun modal sosial telah dimiliki, pemanfaatannya belum sepenuhnya optimal karena terhambat oleh kondisi eksternal maupun internal.

Meski demikian, dampak positif modal sosial tetap terasa nyata. Kepercayaan konsumen mendorong loyalitas dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Di sisi lain, hubungan yang baik antara pemilik dan karyawan menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif. Kerja sama dengan mitra juga berjalan lebih fleksibel karena dilandasi oleh hubungan yang saling mendukung. Bahkan, dukungan dari masyarakat sekitar menunjukkan bahwa modal sosial dapat memperkuat posisi usaha dalam komunitas lokal.

Untuk itu, strategi penguatan modal sosial, baik melalui interaksi fisik maupun digital, menjadi penting untuk menjaga keberlangsungan usaha. Pendekatan seperti pemanfaatan media sosial, live streaming, serta partisipasi dalam komunitas UMKM terbukti mampu memperluas jaringan sosial dan menjaga hubungan yang telah terbangun. Hal ini sejalan dengan teori Coleman dan Putnam yang menekankan bahwa modal sosial adalah sumber daya kolektif yang mendorong efektivitas sosial dan produktivitas usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa modal sosial berperan penting dalam mendukung keberlanjutan usaha fashion Ladys.ID Ponorogo. Modal sosial mampu memperluas akses informasi dan peluang pasar, baik melalui jaringan komunitas lokal maupun media sosial yang mampu mempertemukan para pemangku kepentingan utama, yaitu orang tua, akademisi, pemerintah, media sosial, dan regulasi itu sendiri. Unsur kepercayaan, norma sosial, dan jaringan sosial telah membentuk fondasi hubungan yang kuat antara pemilik usaha, karyawan, konsumen, mitra kerja, dan masyarakat sekitar. Hubungan yang harmonis ini menciptakan ekosistem usaha yang adaptif, kolaboratif, dan mampu bertahan dalam menghadapi tantangan industri fashion yang kompetitif. Pemanfaatan teknologi digital dan partisipasi dalam komunitas UMKM turut memperluas jangkauan jaringan sosial dan memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan pengelolaan modal sosial yang konsisten, Ladys.ID berpeluang terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar digital.

Rekomendasi kepada penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan model pemanfaatan modal sosial yang adaptif terhadap dinamika industri fashion berbasis digital. Selain itu, disarankan untuk menganalisis peran komunitas dan dukungan kebijakan pemerintah daerah dalam memperkuat jaringan sosial serta meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM lokal di sektor fashion.

REFERENCES

- Amaroh, S., & Masykuroh, E. (2023). Financial attitude, trust, and ROSCAs' member commitment: Social relations as mediating factor. *Global Business & Finance Review*, 28(3), 35–49.
- Bahtiar, D., Sulaeman, P., & Aditya, D. (2023). Pemulihan usaha UMKM pasca gempa Cianjur: Analisis strategi dan modal sosial. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2301–2310.
- Candrasari, K. (2021). Eksistensi modal sosial dalam pasar buku tradisional. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(3), 336–341.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(Supplement), S95–S120.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. PrePrint Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Ekarini, F. (2020). Identifikasi peran modal sosial terhadap tingkat kesejahteraan pelaku industri rumahan sepatu bayi di Desa Sukadamai. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 2(6), 973-980.
- Field, J. (2010). *Social capital* (N. Nurhadi, Trans.). Kreasi Wacana Offset.
- Fukuyama, F. (2005). *Guncangan besar: Kodrat manusia dan tata sosial baru*. Gramedia Pustaka Utama.
- Granovetter, Mark. "Economic Action And Social Structure: The Problem Of Embeddedness." *American Journal Of Sociology* 91, No. 3 (1985): 481–510.
- Hasna, F., & Mayvani, T. C. (2023). Identifikasi modal sosial fungsi ekonomi pedagang pasar tradisional (studi kasus Pasar Kapas Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro). *Neo-Bis*, 12(1), 48–66.
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. Metode Penelitian Sosial, 33.
- Nikmah, F., & Rahmawati, F. (2022). Modal sosial upaya peningkatan kinerja usaha kecil mikro keripik tempe sanan kota Malang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(7), 2901-2907
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon & Schuster.

- Putnam, R. D., Nanetti, R. Y., & Leonardi, R. (1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Putri, M. S. A., Azizah, P. A. W. N., & Amallia, D. (2023). *Analisis modal sosial pedagang di pasar tradisional di Desa Tanggul Wetan, Kec. Tanggul, Kab. Jember* (Skripsi, Universitas Jember).
- Saputro, N. A., Suharso, P., & Hartanto, W. (2020). Modal Sosial Pada Industri Kreatif Berbasis Potensi Lokal Pada Kerajinan Batik Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 14(2), 332-336.
- Santoso, T. (2020). *Memahami modal sosial*. CV Saga Jawadwipa.
- Sila, S. (2019). *Sosiologi ekonomi: Teori dan praktik: Institusionalisasi, hibridisasi, dan modal sosial ekonomi Islam di Indonesia*. Prenadamedia Group.
- Syahra, R. (2003). Modal sosial: Konsep dan aplikasi. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1), 1–22.
- Ulum, M., et al. (2021). Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in Indonesia. *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan*, 185–196.