

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar belakang

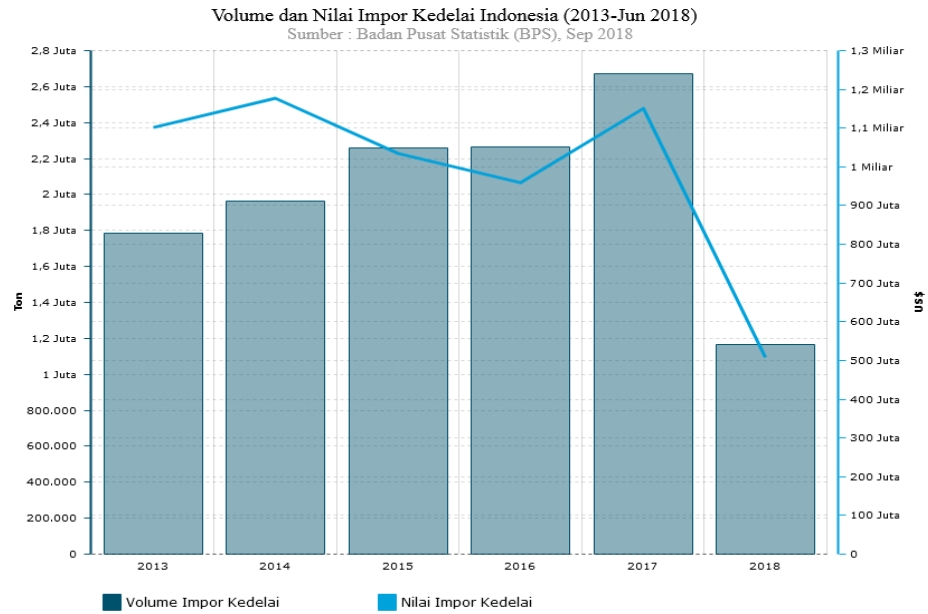
Dunia usaha selalu berkaitan dengan persaingan. Persaingan menciptakan efek ekonomi dinamis dalam perkembangan dunia usaha karena para pelaku usaha melakukan yang terbaik dari apa yang telah dilakukan pesaingnya. Hal ini persaingan diartikan sebagai proses sosial, yakni individu atau kelompok melakukan persaingan guna mencari keuntungan dari usahanya dengan strategi yang dimiliki tiap individu untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya tanpa ancaman maupun kekerasan (John Lewis Gilin dan John Philip Gilin, 2002:91).

Persaingan dalam pemasaran adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk dan jasa untuk menunjukkan keunggulan masing-masing untuk mendapatkan pelanggan dengan atau tanpa terikat peraturan (Kotler,2002), sedangkan menurut Porter, persaingan terjadi di beberapa kelompok pesaing tidak hanya pada produk atau jasa sejenis, namun juga pada produk substitusi maupun persaingan pada hulu dan hilir (Porter,1996).

Setiap individu memiliki cara dalam menghadapi persaingan. Menurut Weber, individu merupakan makhluk kreatif dan individu melakukan tindakan karena ada tujuan tertentu yang ingin dicapai. Tujuan yang akan dicapai ialah salah satu bentuk individu untuk melangsungkan hidupnya. Individu bertindak tidak karena faktor kepentingan saja namun juga adanya struktur yang mengakibatkan individu melakukan hal tersebut. Erat kaitannya individu melakukan strategi dalam menghadapi pasar yang sangat dinamis. Menurut David tentang Strategi ialah sarana bersama untuk mencapai tujuan dengan jangka panjang atau juga bisa diartikan rencana dengan skala besar, berorientasi masa depan, dan memiliki interaksi atas adanya persaingan guna mencapai tujuan (Pearce II dan Robinson, 2008).

Badan Standarisasi Nasional (BSN) 2012, mencatat bahwa Indonesia terdapat sekitar 81 ribu usaha pembuatan tempe yang menghasilkan 2,4 juta ton tempe per tahun. Menurut data oleh Primer Koperasi Tahu Tempe Indonesia (Primkopti, 2013) dari 2,2 juta ton per tahun kebutuhan kacang dalam negeri hanya 600 ribu ton saja yang dipenuhi petani lokal atau sekitar 27,3% kemampuan kedelai dalam negeri, sisanya ialah diimpor dari Amerika Serikat. 80% dari keseluruhan diolah menjadi tempe dan tahu, sisanya diolah menjadi susu kedelai. Hal ini memberikan nilai lebih bagi perekonomian rakyat dari Industri tempe.

Indonesia merupakan negara berkebutuhan kedelai tertinggi di dunia dan menjadi pasar kedelai terbesar se-Asia. Kedelai untuk konsumsi diperkirakan sekitar 50% untuk memproduksi tempe, 40% tahu dan 10% yakni olahan seperti tauco, kecap dan lain lain (BSN, 2012). Secara keseluruhan jumlah pengrajin tempe tersebar di 300 kabupaten 21 provinsi di Indonesia. Dengan kebutuhan kedelai yang tinggi, tentunya mempengaruhi permintaan kedelai untuk import. Dalam hal ini pemerintah tetap memberikan kesempatan pada pelaku usaha untuk memasuki pasar dengan tidak melakukan pembatasan impor untuk kedelai dan upaya lainnya adalah membagi wilayah alokasi pendistribusian serta tidak melewati pedagang besar melainkan langsung ke tangan pengrajin sehingga mekanisme persaingan sehat dapat berjalan lancar dan terjamin berlangsungnya usaha.



Sumber : Badan Pusat Statistik, Sep 2018

Tempe salah satu makanan khas serta makanan primer yang selalu ada di Jawa Timur. Tempe mejadi makanan favorit karna bisa diolah dalam banyak sajian seperti tempe goreng, tempe bacem, kering tempe, keripik tempe dan lain sebagainya. Menurut Komisi Pengawas Persaingan Usaha, kebutuhan kedelai setiap tahun mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2012 sebanyak 2,2 juta ton lebih banyak dari tahun 2011 yang berkisar 2,16 juta ton. Kedelai lokal hanya mampu menampung sekitar 20-30% untuk kebutuhan pasar, sisanya didapat dari impor berbagai Negara. Berdasar data dan BPS (Badan Pusat Statitik) pada tahun 2013 sampai dengan 2018 mengalami pertumbuhan. Tidak cukupnya produksi kedelai dalam negri membuat pemerintah mengimpor kedelai juga. Terlihat dari tabel diatas yang menunjukkan kenaikan impor mulai dari 2013-2017. Berbeda dengan periode Januari- Juni 2018 impor mencapai 1,2 juta ton atau sekitar 44% dari total impor sebelumnya. Dengan demikian ketergantungan Indonesia terhadap impor kedelai sangat besar sehingga berpengaruh pada fluktuasi harga (KPPU, 2012).

Kata Tempe ini sendiri berasal dari bahasa Jawa Kuno yaitu *tumpi*. Pada masyarakat kuno kala itu terdapat makanan berwarna putih yang terbuat dari sagu. *Tumpi* memiliki kesamaan dengan tempe yang dikenal sekarang karena sama-sama berwarna putih. Tempe terbuat dari biji kedelai dan diproses melalui fermentasi ragi. Dari fermentasi ini biji mengalami penguraian menjadi senyawa sederhana yang mudah dicerna oleh tubuh. Makanan tradisional berbahan kedelai yang berasal dari China yaitu tahu, kecap dan tauco (BSN, 2012). Berbeda dengan Tempe, Tempe berasal dari Indonesia yang sudah lama dikenal oleh masyarakat Jawa khususnya wilayah Solo dan Yogyakarta. Kini perkembangan tempe semakin bervariasi. Tempe dapat diolah menjadi gorengan, kering seperti *snack* bahkan *ice cream*. Tempe digemari oleh semua kalangan. Pada umumnya masyarakat Indonesia mengonsumsi tempe sebagai makanan pendamping nasi. Selain rasanya enak juga memiliki sumber protein yang baik bagi tubuh.

Untuk mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM), Pemerintah memberlakukan kebijakan berjangka panjang yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil yang bertujuan untuk meningkatkan potensi dan partisipasi aktif usaha kecil menengah dalam proses pembangunan nasional, khususnya dalam kegiatan ekonomi mewujudkan pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan. Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) turut berperan aktif dalam mengayomi dan membina para pengrajin tempe.

Kota Surabaya memiliki lebih dari 1.000 pengrajin tempe yang tersebar di banyak wilayah (Rendra, 2018). Salah satu wilayah yang dikelola oleh pemerintah melalui Disperindag ialah wilayah Tenggilis Kauman sebagai ikon kampung tempe yang tepatnya di Jalan Tenggilis Kauman Gang Buntu 27 RT 04 RW III. Pemilihan kampung tempe di wilayah Tenggilis Kauman dianggap tua atau memulai lebih dulu sebagai pengrajin yang mengolah kedelai menjadi tempe daripada wilayah lainnya di Surabaya. Di kampung tempe tersebut

terdapat ratusan pengrajin yang 36 diantaranya dibawah naungan Disperindag Pemerintah Kota Surabaya. Ke-36 pengrajin ini telah memiliki unit usaha sendiri sendiri dan telah memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (Disperindag,2016). Diluar dari 36 pengrajin ialah mereka yang bukan warga asli Surabaya atau warga Surabaya namun belum memiliki SIUP. Banyaknya pengrajin tempe dari usaha turun-menurun membuat Tenggilis Kauman dinobatkan menjadi ikon wisata Kampung Tempe. Banyaknya pengrajin ini tentunya memiliki strategi masing masing dalam mempertahankan usaha di tengah ketatnya persaingan.

Pengrajin tempe tidak luput dari dinamika persaingan untuk memperebutkan pelanggan di periode-periode tertentu. Hal ini juga berlaku pada pengrajin tempe yang dituntut untuk memiliki strategi agar tetap menjalankan usahanya sehingga tidak merugi atau mati. Persaingan didunia usaha tentunya tidak luput dari bagaimana pelaku usaha melakukan strategi-strategi. Strategi termasuk dalam serangkaian komitmen dan tindakan yang terintegrasi sehingga menghasilkan nilai bagi pelanggan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dari pasar produk tunggal dan spesifik (Jatmiko,2004).

Tentunya mekanisme survival antar pengrajin tidak sama dimana setiap pengrajin memiliki cara kerja berbeda melalui strategi untuk mempertahankan usahanya dalam persaingan demi melangsungkan hidup. Hal ini menuntut para pengrajin tempe untuk kreatif dan memiliki hal berbeda dalam pengembangan usahanya. Realitanya untuk mengembangkan usaha sangatlah sulit adanya faktor-faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi faktor produksi seperti modal, mesin, ketersediaan bahan baku. Sedangkan faktor pemasaran meliputi produk, harga, lokasi,promosi. Faktor eksternal adalah faktor yang sulit dikendalikan bisa jadi peluang juga ancaman seperti pesaing, minat generasi penerus dan dukungan pemerintah setempat. Penyusunan strategi perlu adanya identifikasi untuk usaha untuk kekuatan dan kelemahan pemasaran sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen atas produk dan jasa yang dibeli (Rangkuti, 2009). Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan lawan pasar

perlu menjaga kualitas, pengemasan menarik, penetapan harga yang terjangkau, pemasaran yang strategis dan memiliki diversifikasi olahan lainnya.

Para pengrajin tidak hanya produksi namun juga harus melakukan strategi pengembangan untuk mempertahankan (*survive*) usahanya dengan memiliki sistem pengembangan serta pemasaran untuk memenangkan pasar. Tidak semua pengrajin mampu bertahan atas gejolak usaha yang naik turun. Pengrajin yang mampu melewati arus dan selalu belajar akan membawa usahanya semakin maju. Pengembangan produk seperti menciptakan produk baru, mengganti bahan baku produk dengan harapan kualitas lebih baik untuk biaya yang sesuai atau mengurangi biaya untuk mengikuti kemauan pasar (Zaharuddin, 2006).

Pemerintah melalui Disperindag ikut membantu para pengrajin tempe dalam meningkatkan usahanya untuk menjangkau pasar. Para pengrajin tempe dalam hal ini merasa terbantu. Jika dahulu proses pembuatannya dilakukan secara tradisional sekarang dengan alat mampu mengolah kedelai menjadi tempe dengan lebih efektif dan efisien serta membantu pengrajin dalam segi manajemen hingga pemasarannya. Kembali kepada individu masing-masing dari setiap pengrajin dalam melihat lawan dengan bagaimana mempertahankan usaha diatas persaingan usaha yang semakin ketat karena semakin banyak pengrajin yang bermunculan.

Dalam melakukan usaha, para pengrajin tempe tidak terlepas dari jaringan. Jaringan dalam kelompok pengrajin tempe diartikan dengan melihat pola ikatan yang terbangun antar pengrajin. Jaringan yang terbangun adalah modal penting untuk mempertahankan suatu usaha dari kondisi fasilitas atau modal yang terbatas. Membangun jaringan antar pengrajin dapat memudahkan mereka dalam berbagi informasi seputar usaha, membangun hubungan jaringan dengan pemerintah akan membantu dalam proses produksi seperti bantuan alat dan bantuan dana, membangun hubungan dengan pelanggan yang baik juga potensi agar memiliki pelanggan yang semakin banyak.

Pengrajin tempe membangun jaringan berdasarkan kedekatan emosional atau kenyataan bahwa berasal dari kampung yang sama, apalagi masih memiliki ikatan darah. Jaringan yang terbentuk akan mempermudah pengrajin dalam memahami kebutuhan konsumen, jaringan memberikan kepastian dalam menetapkan suatu harga. Jaringan yang terbentuk membentuk suatu Komunitas yang nantinya akan menciptakan solidaritas antar pengrajin. Selain jaringan, perlunya pengrajin berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal dan kekuatan-kekuatan eksternal yakni peluang dan ancaman dalam suatu pasar, sehingga perlunya strategi dalam melakukan pengamatan tentang persaingan, siklus atau pola bisnis, harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang serta tantangan.

Modal sosial ialah penting bagi komunitas karena (1) dapat memberi kemudahan dalam mengakses informasi antar anggota komunitas, (2) menjadi media "power sharing" atau pembagian kekuasaan dalam komunitas, (3) mengembangkan solidaritas, (4) memungkinkan pencapaian bersama, (5) memungkinkan mobilitas sumberdaya komunitas, (6) membentuk perilaku kebersamaan dan berorganisasi komunitas. Modal sosial merupakan suatu komitmen dari setiap individu untuk saling terbuka, saling percaya dan memberi kewenangan bagi setiap orang yang dipilihnya untuk berperan sesuai dengan tanggungjawabnya (Lesser, 2000). Hubungan kerjasama yang kuat antar komunitas dan modal sosial memberikan fasilitas sesuai kebutuhan dengan baik dan mencapai keunggulan kompetitif. Kerjasama yang baik antara Disperindag dan pengrajin diperlukan guna mencapai suatu hasil yang maksimal melalui dilakukan pendampingan yang intensif serta melakukan pengamatan dan manajemen usaha pengrajin tempe.

Dalam komponen modal sosial terjadi ikatan eksternal, interaksi sosial, kualitas hubungan, menguntungkan usaha, menambah sumber daya, pengetahuan, mengurangi biaya transaksi antar organisasi, dan untuk memiliki pengaruh positif pada kinerja. Akibatnya, ketika modal sosial membantu usaha

baru disini akan menghasilkan keuntungan dan meningkatkan etos kinerja yang lebih baik.

Penelitian oleh Johan Jatu Wibawa Putra dengan judul “Jaringan Sosial Pengusaha Tempe Dalam Kelangsungan Usaha Di Debean” Universitas Sebelas Maret Surakarta (2010) menggambarkan tentang hubungan yang baik antar pengrajin tempe. Dapat dilihat dari pengrajin tempe yang bersifat kerjasama, persahabatan, dan kesamaan dengan pengrajin lain dalam jaringan sosial. Hal ini cenderung mewarnai hubungan sosial dengan pihak lain seperti pengusaha, karyawan, supplier, maupun pelanggan dengan tujuan untuk mempertahankan sumber daya. Dalam mempertahankan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh keberlangsungan permodalan, SDM, produksi, pemasaran. Dengan keberlangsungan usaha yang terjalin baik antar pengrajin akan saling menguntungkan dari segi sosial dan ekonomi. Dan tentunya akan terjalin interaksi yang lebih baik kedepannya untuk mengembangkan usaha tempe di Debean, Kelurahan Mojosongo, Kecamatan Jebres, Kotamadya Surakarta.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Syed Zamberi Ahmad dengan judul *Business challenges and strategies for development of Small- and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Malaysia*. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) akan menghadapi resiko kegagalan bisnis yang lebih besar dari tahun ketahun. Peneliti ini mengkaji bagaimana pemilik bisnis UKM di Malaysia menyusun strategi mereka untuk mengatasi kegagalan dalam menghadapi persaingan. Studi ini mengungkapkan bahwa kesuksesan bisnis adalah hasil dari penerapan campuran strategi bisnis, operasi dan manajemen. Pada akhir penelitian yang telah dilakukannya menghasilkan solusi dan langkah yang diambil untuk masa yang akan datang dalam menghadapi peluang dan tantangan berbisnis.

Penelitian yang dilakukan oleh Brian Uzzi "*Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness*" menunjukkan bahwa Jaringan sosial adalah suatu pertukaran logis yang menghubungkan ekonomi, waktu, peningkatan tentang efisiensi alokasi, dan

adaptasi. Dalam penelitian ini menjelaskan cara individu melakukan variasi usaha. Penelitian ini menggambarkan Jaringan social bahwa bagaimana struktur sosial yang terbangun melalui jaringan akan mempengaruhi roda kehidupan ekonomi dalam masyarakat.

Ni Made Diah Anggraeni berpendapat bahwa kesuksesan usaha adalah ia yang memiliki sikap wirausaha dengan otak cerdas, kreatif, mengikuti perkembangan teknologi. Dimana usaha seseorang mengalami kondisi lebih baik dari kondisi sebelumnya. Hal ini juga dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi proses produksi, target penghasilan produksi, permodalan, skala usaha, laba, serta brand suatu usaha.

Dari beberapa studi diatas, studi ini menjadi penting dan menarik untuk dibahas karena pengrajin tempe yang semakin banyak maka persaingan semakin ketat. Tentunya setiap pengrajin memiliki cara atau strategi untuk menghadapi persaingan antar pengrajin, dan sejauh mana jaringan yang terbentuk antar pengrajin. Lebih dari itu peneliti juga ingin melihat keunggulan apa saja yang didapatkan oleh pengrajin yang dibina dibandingkan dengan pengrajin tempe yang tidak dibina oleh Disperindag. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Mekanisme Survival Pengrajin Tempe Tenggilis Surabaya dalam Menghadapi Persaingan Antar Pengrajin”

1.2. Rumusan Masalah

Seiring dengan banyaknya pengrajin tempe yang tersebar di berbagai wilayah membuat persaingan semakin ketat. Adanya faktor internal dan eksternal tentunya mempengaruhi pengrajin dalam melakukan strategi atas usaha yang telah dilakoninya untuk menghadapi persaingan. Setiap pengrajin tempe memiliki cara sendiri untuk mempertahankan usahanya agar tetap jalan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti ingin menjawab rumusan permasalahan yakni Bagaimana mekanisme survival pengrajin tempe Tenggilis Mejoyo Surabaya dalam menghadapi persaingan antar pengrajin.

1.3. Tujuan Penelitian

Penulisan skripsi ini mempunyai tujuan untuk melihat dan memahami para pengrajin tempe melakukan strategi survival dalam menghadapi persaingan antar pengrajin dengan melihat konsep mekanisme survival yang akan dikaji serta dianalisis lebih mendalam nantinya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara teoritis

Tulisan ini diharapkan memiliki manfaat sebagai sumber informasi dan pengetahuan bagi akademisi untuk keperluan kajian lebih lanjut terkait perkembangan, metode yang dilakukan untuk mengetahui mekanisme survival pengrajin tempe Tenggilis Mejoyo Surabaya dengan melihat konsep mekanisme survival khususnya terhadap Ilmu Sosiologi dan juga bermanfaat untuk menambah pengetahuan & wawasan mendalam yang nantinya menjadi sebuah rujukan di penelitian yang akan datang.

1.4.2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat melalui analisis yang dipaparkan tentang mekanisme survival pengrajin tempe tenggilis Surabaya sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan isu sektor informal pengrajin tempe, strategi yang dipilih serta jaringan yang terbentuk sehingga semakin banyak yang tertarik untuk mendalami dan mengembangkan isu tersebut.

1.5. TINJAUAN PUSTAKA

1.5.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan judul “Keterkaitan Modal Sosial Dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur: Studi Kasus Pada Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo” oleh Suka Mahendra menghasilkan adanya keterkaitan antara modal sosial terhadap kelangsungan usaha pedagang informal. Hal itu meliputi berhubungan dengan kelangsungan permodalan, sumber daya manusia, produksi, pemasaran, partisipasi jaringan, dalam kegiatan tukar menukar kebaikan (*resiprositas*) dalam daur kehidupan yang memiliki norma keuntungan yang dibangun oleh pemodal, tenaga kerja, relasi usaha dan pelanggan, sehingga menghasilkan nilai kepedulian dalam tenaga kerja, relasi usaha, pelanggan dan nilai kejujuran oleh pedagang kepada para tenaga kerja dan pelanggan.

Penelitian oleh Hsin-hui Chou (2010) berjudul “*The arrival of technological changes at the business net: a learning process*” melihat kedatangan perubahan teknologi dan proses pembelajaran berdampak pada evolusi jaringan bisnis yang merupakan peristiwa penting tentang daya saing jangka panjang perusahaan, tetapi juga menantang perusahaan dalam kemampuan untuk mengelola hubungan dan menyeimbangkan posisinya pada jaringan bisnis. Penelitian ini melihat bagaimana perubahan teknologi mempengaruhi perusahaan dalam menyiapkan strategi berbeda dan berkelanjutan untuk hal kombinasi sumber daya dan aktivitas transformasi secara efisien dan efektif.

Auladi dan Sudrajat (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Mekanisme Survival Pedagang Kelontong di Kecamatan Sidayu”, memberikan kesimpulan bahwa strategi adaptif yang dilakukan para pedagang kelontong yang berada di kawasan pasar Sidayu, Gresik yakni menjalin hubungan secara kekeluargaan dengan cara memberikan parcel menjelang lebaran kepada setiap

pelanggan, menyamakan harga barang antar satu pedagang dengan pedagang lain, memperhatikan kualitas barang, memberikan kompensasi hutang kepada pelanggan. Selain itu pedagang kelontong yang berjualan pula melakukan strategi bertahan hidup dengan cara mengembangkan SDM pada anggota keluarga untuk penambahan pendapatan.

Penelitian oleh Zulkifi tentang Pemberdayaan Masyarakat Usaha Tempe (2013). Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat tenggilis memiliki sifat kekeluargaan dan masih tradisional. Adanya Disperindag memiliki manfaat positif melalui program pembinaan dan pelatihan dengan tujuan meningkatkan harkat dan martabat masyarakat tenggilis serta mengurangi kemiskinan.

Penelitian oleh Bimo Haryo Utomo (2014) tentang Peran Modal Sosial terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Padang di Sandratex Rempoa Ciputat. Dalam penelitian ini mengkaji kegiatan paguyuban arisan PKL dibentuk untuk menjalin rasa kekeluargaan antar pedagang, mempererat hubungan persaudaraan, memperluas jaringan kerja sama dengan kelompok pedagang lainnya, mempermudah untuk mendapatkan modal usaha yang didapatkan dari hasil arisan pedagang, memperoleh hasil keuntungan berdagang yang meningkat. Mereka percaya bahwa dengan berdagang berkelompok akan banyak mengundang pembeli di pusat keramaian manapun, sehingga dengan kegiatan paguyuban arisan memberikan manfaat yang didapatkan pedagang.

Selanjutnya penelitian oleh Devi tentang *“Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model”* bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menghadapi tantangan luar biasa dalam upaya mereka untuk mengejar inovasi teknologi. Penelitian ini menghasilkan bahwa strategi mengejar kompetisi dan kolaborasi secara simultan akan membantu UKM mengembangkan kemampuan untuk mengejar inovasi teknologi secara efektif. Dalam penelitian ini terlihat UKM mengembangkan model konseptual multilevel yang terdiri dari faktor-faktor di tingkat industri dan perusahaan untuk memahami pendorong ko-opetisi dan mendiskusikan manfaat dan biaya ko-opetisi untuk UKM. UKM cenderung

lemah untuk melihat pertemuan faktor industri dalam meningkatkan UKM khususnya pada saat yang sama perlu mengembangkan kemampuan mereka untuk strategi kerja sama. Semakin populernya perusahaan konteks UKM, bisa jadi justru kompetisi yang lebih baik membawa tantangan bagi kelompok industri.

Selanjutnya Maria Bengtsson, Sören Kock, (1999) dengan judul “*Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks*”, menghasilkan bahwa ikatan tradisional antara pesaing di pasar industri didasarkan pada kompetisi. Pendekatan jaringan dan literatur tentang aliansi strategis telah memberikan wawasan baru tentang kerja sama antara perusahaan berdasarkan rantai nilai. Ikatan terdiri dari kompetisi atau kerja sama, suatu perusahaan dapat hidup dalam simbiosis dengan hidup berdampingan dengan hubungan lain, atau terlibat dalam suatu hubungan yang secara simultan mengandung unsur-unsur kerjasama dan persaingan. Akibatnya, perusahaan yang sukses perlu fokus pada manajemen hubungan untuk mencapai portofolio yang terdiri dari empat jenis hubungan dengan perusahaan horisontal lainnya.

Peneliti selanjutnya oleh Ghuforudin dengan judul “Tindakan Sosial Pengusaha Kerajinan Logam Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha”, Studi Kasus di Sentra Industri Kerajinan Logam Desa Tumang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan internal dan eksternal yang dihadapi pengusaha dalam menjalankan usaha serta strategi untuk menjaga kelangsungan usahanya. Dalam penelitian ini teori tindakan sosial meliputi tindakan rasional instrumental, tindakan rasional berorientasi nilai, tindakan tradisional dan tindakan afektif berhubungan dengan bagaimana pengusaha kerajinan logam mempertahankan kelangsungan usahanya.

Penelitian dengan judul “*The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures*” yang ditulis oleh Cheng-Nan Chen meneliti bahwa sumber daya pada sebuah usaha adalah faktor kunci untuk mengembangkan usaha serta keberlangsungan hidup. Menurut Wiklund dan

Shepherd (2003) bahwa orientasi kewirausahaan meningkatkan hubungan antara sumber daya berbasis pengetahuan, seperti kemampuan pemasaran dan kemampuan teknologi, dan kinerja usaha kecil. Penelitian ini menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara modal sosial dan sumber daya organisasi untuk usaha baru. Jika usaha baru itu gagal artinya ia memiliki interaksi sosial yang buruk, kualitas hubungan yang tidak baik, dan tidak terjaganya jaringan eksternal. Jika hal itu terjadi, maka kelemahan dalam kemampuan pemasaran, kemampuan teknologi dan sumber daya keuangan. Namun jika memiliki interaksi yang kuat, kualitas hubungan yang baik dan kemampuan pemasaran yang baik. Ini menyiratkan jika manajemen usaha baru mengabaikan kualitas hubungan antara pemasok atau pembeli, itu cenderung merusak kemampuan pemasaran usaha baru. Kemudian lagi, ketika kemampuan pemasaran usaha baru menjadi lebih buruk, situasi kualitas hubungan yang lebih buruk akan terjadi untuk usaha baru. Oleh karena itu, menguntungkan bagi usaha baru untuk mengakumulasi modal sosial mereka, yang mempromosikan ukuran bisnis dan pangsa pasar mereka. Selain itu, ditemukan bahwa ketika kualitas hubungan ventura baru dan jaringan eksternal menjadi lebih menguntungkan, keuntungan mereka meningkat. Akibatnya, menguntungkan bagi usaha baru untuk menekankan kualitas hubungan mereka dan jaringan eksternal karena komponen modal sosial ini membantu kinerja keuangan untuk pemula.

Penelitian yang akan peneliti lakukan tentunya ada tinjauan pustaka yang diambil dari referensi jurnal atau skripsi nasional maupun internasional. Hal ini untuk melihat kacamata dan sudut pandang peneliti lain dalam menganalisis dan mengkaji dengan menggunakan pendekatan dan konsep tertentu. Referensi jurnal diatas merupakan bahan pemikiran untuk cakupan penelitian dengan topik yang sama. Pada jurnal pertama mengkaji tentang keterkaitan modal sosial dengan strategi keberlangsungan usaha pedagang sektor informal. Pada jurnal kedua membahas tentang mekanisme survival dalam lingkup perusahaan. Isi jurnal kedua ini menganalisa tentang kemampuan beradaptasi terhadap perubahan sosial seperti teknologi canggih yang masuk. Jurnal ketiga membahas juga tentang mekanisme survival yakni yang dilakukan oleh pedagang kelontong

Kecamatan Sidayu terhadap keberadaan pasar modern/swalayan. Jurnal keempat yakni adanya penelitian yang dilakukan di setting lokasi yang sama namun berbeda topik, yakni membahas tentang pemberdayaan masyarakat usaha tempe. Referensi kelima peneliti ambil karena memiliki topik yang sama yakni modal sosial. Referensi ini berbentuk penelitian skripsi untuk melihat peran modal sosial terhadap perkembangan PKL. Jurnal keenam membahas tentang upaya strategi yang dilakukan para UKM dengan mengembangkan teknologi secara efektif. Jurnal ketujuh peneliti ambil berkenaan dengan variabel yang sama yakni jaringan. Dimana peneliti membahas tentang makna ikatan yang dibangun oleh jaringan dan pesaing itu sendiri. Referensi selanjutnya yakni membahas tentang tindakan sosial oleh kerajinan logam dalam mempertahankan usahanya. Jurnal kesembilan yakni penelitian kuantitatif yang membahas tentang hubungan antara modal sosialm wirausaha, sumber daya terhadap usaha.

Posisi penelitian peneliti dengan 10 referensi diatas ialah berada didalam dan luar dengan melihat bagaimana peneliti lain mengkaji mekanisme survival yang beragam dari tiap tiap subyek yang diteliti. Jika peneliti lain menggunakan konsep strategi dalam membahas mekanisme survival suatu kelompok yang diteliti, maka peneliti menggunakan teori James C.Scott (1989) untuk menganalisis lebih dalam. Lebih dari itu, peneliti juga menggunakan konsep strategi yang dilakukan. Penelitian ini peneliti lakukan di Kelurahan Tenggilis Mejoyo melihat juga dari studi terdahulu pada poin 4 oleh Zulkifi (2013) tentang pemberdayaan masyarakat usaha tempe di Tenggilis Mejoyo oleh modal sosial. Penelitian ini melanjutkan penelitian yang sudah ada sebelumnya dengan melihat perkembangan antar pengrajin dengan modal sosial. Lebih dari itu peneliti juga akan meneliti mekanisme survival yang dilakukan oleh para pengrajin tempe dalam menghadapi persaingan pasar.

Matrik 1.1

PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	<p>Suka Mahendra</p> <p>Jurnal Analisa Sosiologi April 2015, 4(2): 10–30</p>	<p>Keterkaitan Modal Sosial Dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur: Studi Kasus Pada Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo</p>	<p>Adanya keterkaitan antara modal sosial terhadap kelangsungan usaha pedagang informal yakni permodalan, sumber daya manusia, produksi, pemasaran, partisipasi jaringan, kegiatan tukar menukar kebaikan (resiprositas) dalam daur kehidupan yang memiliki norma keuntungan yang dibangun oleh pemodal, tenaga kerja, relasi usaha dan pelanggan.</p>
2	<p>Hsin-hui Chou</p> <p>Journal of Business & Industrial Marketing 2010, Vol. 25 Iss 6 pp. 443 - 453</p>	<p>“The arrival of technological changes at the business net: a learning process”</p>	<p>Kedatangan teknologi tidak lepas dari tempat asalnya yaitu sejarah perkembangannya. Aktor menghasilkan perubahan untuk meningkatkan kondisi lingkungan interaksi saat ini. Dengan memiliki sumber daya, pengetahuan, sejarah interaksi, dan motivasi belajar, sikap aktor terhadap kedatangan perubahan teknologi berbeda.</p>
3	<p>Auladi dan Sudrajat</p> <p>Jurnal Unesa, Volume 03 Nomer 01 Tahun 2015.</p> <p>SKRIPSI</p>	<p>Mekanisme Survival Pedagang Kelontong di Kecamatan Sidayu</p> <p>16</p> <p>MEKANISME SURVIVAL PENGRAJIN ...</p>	<p>Perdagangan klontong yang berjualan dipasar Sidayu, Gresik lebih memilih untuk tetap berjualan dipasar tersebut dari pada berpindah berjualan kelokasi lainnya karena mereka tidak memiliki cukup modal jika harus berpindah tempat karena dilokasi yang baru tentunya membutuhkan modal yang tidak kecil. Adanya pasar swalayan disekitar pasar tradisional Sidayu menyebabkan kondisi pasar swalayan semakin sepi dan tidak lagi seramai dulu.</p> <p>ANJUMUZ Z</p>

4.	Zulkifi Skripsi IAIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2013	Pemberdayaan Masyarakat Usaha Tempe (2013)	Masyarakat tenggilis memiliki sifat kekeluargaan dan masih tradisional. Adanya Disperindag memiliki manfaat positif melalui program pembinaan dan pelatihan dengan tujuan meningkatkan harkat dan martabat masyarakat tenggilis serta mengurangi kemiskinan.
5	Bimo Haryo Utomo Skripsi Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2015	Peran Modal Sosial terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Padang di Sandratex Rempoa Ciputat.	PKL Sandratex telah mampu bersaing dan berkembang dengan baik. Dilihat dari jumlah PKL yang naik signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan adanya kemampuan bersaing dan bertahan antar pedagang, faktor lain adalah adanya peran modal sosial diantara para pedagang kaki lima. Peran modal sosial yang membentuk kegiatan arisan yang produktif serta saling belajar mempercayai komitmen yang dipertanggungjawabkan dan menghasilkan keuntungan bersama.
6	Devi Journal of Small Business Management, 2009: 47(3), pp. 308–330.	“Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model”	Strategi dalam mengejar kompetisi dan kolaborasi akan membantu UKM mengembangkan kemampuan untuk mengejar inovasi teknologi secara efektif. UKM mengembangkan model konseptual multilevel yang terdiri dari faktor-faktor di tingkat industri dan perusahaan untuk memahami pendorong ko-opetisi dan mendiskusikan manfaat dan biaya ko-opetisi untuk UKM.
7	Maria Bengtsson, Sören Kock Journal of Business & Industrial Marketing, 1999: Vol. 14 Issue: 3, pp.178-194.	“Cooperation and competition in relationships between competitors in business network”’s	Para pelaku usaha bisa hidup secara berdampingan yakni dengan memiliki hubungan kerjasama dan kompetisi. Hubungan vertical dibangun atas dasar saling ketergantungan, berkembang diantara satu dengan lain yakni pembeli dan penjual. Persaingan melihat bagaimana perusahaan memiliki motif untuk bertindak seberapa intens dalam berinteraksi.
8	Ghufronudin Jurnal Sosiologi Vol.2, No.1, Mei 2018. ISSN: 2615-7500	“Tindakan Sosial Pengusaha Kerajinan Logam dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha”	Persoalan internal yang dihadapi pengusaha kerajinan logam dalam menjaga kelangsungan usaha meliputi persoalan manajemen sumber daya manusia, jaringan usaha dan persoalan iklim persaingan usaha di antara pengusaha kerajinan logam. Persoalan eksternal meliputi persoalan memperoleh peluang dan memperbesar pangsa pasar, mengakses sumber permodalan serta kurang terpadunya pembinaan

			pemerintah.
9	<p>Cheng-Nan Chen</p> <p>Lun-Chung Tzeng Far East University</p> <p>Pages 213-232, Vol. 3, No. 3, September 2007</p>	<p>“The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures</p>	<p>1. Usaha baru dapat mempercepat informasi dan mencari peluang teknologi baru, produk baru, pasar, dan sumber daya keuangan melalui perluasan jaringan bisnis eksternal, menjaga kepercayaan dan saling ketergantungan antara mitra jaringan.</p> <p>2. Ada hubungan yang kuat antara modal sosial dan sumber daya organisasi untuk usaha baru.</p> <p>3. Ada korelasi kuat antara sumber daya organisasi dan orientasi kewirausahaan. Pelaku usaha harus memperoleh kapabilitas pemasaran yang memadai, kapabilitas teknologi, dan sumber daya keuangan, ada kemungkinan bagi perusahaan baru ini untuk memiliki tingkat proaktif, otonomi, dan inovasi yang buruk.</p>
10	<p>Sri Verawati</p> <p>Skripsi, UNY</p>	<p>Peran modal sosial dalam strategi industri kreatif</p>	<p>Norma yang dimiliki pengrajin menjadi hati-hati dalam proses perolehan bahan baku, terjalin kerjasama dalam produk kerajinan. Kepercayaan, transaksi dengan konsumen menjadi lancar, proses negosiasi harga kerajinan antar pengrajin atau antar pedagang dapat berlangsung baik, barang dapat selesai tepat waktu sesuai dengan keinginan konsumen. Jaringan dapat memperluas pemasaran produk kerajinan, mempermudah memperoleh bahan baku, meningkatkan hubungan baik serta memudahkan pengrajin dalam mendapatkan pesanan. Resiprositas adalah ketersediaan produk kerajinan akan selalu tersedia dan memberikan keuntungan yang sama bagi pedagang maupun pengrajin.</p>

1.5.2.Kerangka Teori

1.5.2.1.Teori Mekanisme Survival

Perubahan kondisi ekonomi makro maupun mikro disebabkan oleh adanya faktor eksternal maupun internal seperti kebijakan pemerintah dan mekanisme pasar yang nantinya berpengaruh terhadap kelompok miskin. Teori mekanisme survival yang dipopulerkan oleh James C.Scott (1989). Survival berasal dari kata *survive atau to survive* yang artinya bertahan. Bertahan disini ialah kemampuan dalam bertahan hidup atau bisa juga diartikan upaya mempertahankan hidup dari keadaan yang sulit atau individu atau kelompok dari kehidupan normal masuk dalam situasi tidak normal. Menurut Scott (1989) ada tiga cara yang dilakukan keluarga miskin dalam upaya bertahan hidup, yaitu sebagai berikut :

1. Mengikat sabuk lebih kencang dengan mengurangi pengeluaran pangan hanya makan satu kali sehari atau beralih ke makanan yang kualitasnya lebih rendah.
2. Alternatif subsistem, yakni swadaya yang mencakup kegiatan seperti berjualan kecil-kecilan, menjadi tukang atau buruh lepas, melakukan migrasi untuk mencari pekerjaan. Cara ini dapat melibatkan sumber daya yang ada di dalam rumah tangga miskin, terutama istri yang membantu suami mencari nafkah tambahan.
3. Adanya jaringan sosial untuk membantu usaha seperti sanak saudara dan kawan-kawan.

Mekanisme survival secara umum yakni kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi permasalahan yang ada didepannya dengan memperbaiki kondisi perekonomiannya dengan strategi-strategi yang dikemukakan oleh Clark sebagai berikut

- a. Strategi pertama yakni Pertukaran timbal-balik seperti barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan mendadak. Jaringan sosial seperti kerabat dekat, tetangga, dan rekan kerja .
- b. Strategi kedua yakni bagi seseorang yang sudah berkeluarga akan mengubah komposisi rumah tangganya dengan cara menitipkan kepada kebarat atau orang dekat di desa. Hal ini memungkinkan dalam menekan biaya hidup di kota.
- c. Strategi ketiga yakni Penganekaragaman produk (diversifikasi) karna faktor keterbatasan waktu, keterampilan, modal dan informasi yang didapat. Misalnya jadi driver gojek, kerja freelance, buka jasa pijat dan lain sebagainya.
- d. Strategi lain yakni penyiasaan kekurangan upaya pemenuhan kebutuhan hidupnya dengan memanfaatkan asset modal sosial seperti melakukan pinjaman seperti kredit koperasi, berhutang pada bank swasta atau keliling, menjual barang perhiasan, mengikuti arisan, menggadaikan barang sampai mengurangi jumlah makan setiap hari demi mengurangi biaya yang ada setiap hari.

Dengan adanya realitas sosial itu bagi kebanyakan para petani menganut prinsip “dahulukan selamat”. Dalam hal memilih bibit dan cara cara bertanam, sehingga petani lebih suka meminimumkan sesuatu yang mungkin akan terjadinya suatu bencana daripada memaksimumkan penghasilan dari rata rata biasanya. Strategi mengesampingkan pilihan-pilihan lain seperti hasil bersih rata-rata yang lebih tinggi mengandung risiko-risiko kerugian yang besar akan dapat membahayakan subsistensinya. Sikap menghindari risiko menggambarkan bagaimana petani lebih memilih tanaman yang bersifat subsistensi daripada tanaman non pangan (James Scott: 27).

Mekanisme survival berkaitan erat dengan jaringan sosial yang dibentuk. Jaringan sosial oleh pinggiran kota menunjukkan adanya tiga pola yakni pertama jaringan sosial didasarkan sistem kekerabatan dan kekeluargaan. Dalam jaringan ini sengaja dibentuk untuk mempertahankan hidupnya tinggal di kota. Kedua yaitu kelompok sosial baru guna saling memenuhi kebutuhan migran seperti kelompok yang tinggal bersama dan memiliki nilai nilai baru yang muncul di kota atau kelompok yang terjadi karena kesamaan agama dan lain

lain. Ketiga, kelompok sosial yang memiliki hubungan vertikal (dengan orang yang lebih mapan atau stabil). Bentuk jaringan sosial ini seperti Patron- Klien.

Keberhasilan seorang patron ialah memberikan jaminan subsisten kepada mereka dalam membantu usahanya. Ikatan antara Patron dan Klien ialah bersifat asuransi sosial di kalangan petani asia tenggara, dimana posisi patron adalah membantu para-para kliennya. Meskipun para klien berusaha semampunya untuk memberikan arti moral kepada hubungan yang terjalin (JamesScott : 41). Patron Klien yang ada di desa ditunjuk sebagai ekonomi moral yang berperan menjamin kebutuhan ekonomi. Dimana jika terdapat anggota mengalami keadaan yang terbatas, diharapkan patron dapat meminimalkan resiko dan memaksimalkan keamanan.

Strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha ialah menggunakan analisis ekonomi moral dan rasional. Perspektif ekonomi moral merujuk pada ikatan patron klien dan terdusurnya dari pola perilaku “etika subsistem” untuk mempertahankan komunitasnya. Berkaitan dengan penelitian ini untuk menjalankan usaha tempe memiliki strategi yakni strategi produksi, branding dan pemasaran. Dengan memiliki strategi – strategi khusus akan menghasilkan produksi jumlah banyak dan meningkatkan kepercayaan dengan pelanggan. Kepercayaan pelanggan didapatkan dari kepuasan membeli dari segi kualitas yang baik dan harga terjangkau. Strategi yang dicari dalam penelitian ini adalah bagaimana pengrajin tempe mengambil keputusan dalam mempertahankan usahanya . Perilaku moral dengan prinsip “*safety first*” atas produksi tempe terhadap persaingan yang semakin ketat.

1.5.2.2. Teori Modal Sosial

Dalam keberlangsungan hidup seseorang memerlukan strategi yakni strategi dalam memenuhi dan mempertahankan kebutuhan hidup . Strategi pemenuhan dan pertahanan individu jelas berbeda-beda sesuai dengan kemampuan dan tujuan masing-masing. Seperti halnya mekanisme survival pengrajin tempe dalam menghadapi persaingan untuk mempertahankan

usahanya. Dalam hal ini dimaksudkan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya serta mempertahankan pendapatan dari hasil usaha hingga sekarang ini dan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada.

Konsep modal sosial sendiri bermacam – macam, Menurut Bourdieu dan Wacquant (dikutip oleh Field, 2011:23) adalah jumlah sumberdaya, aktual atau maya, yang terkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik perkenalandaan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan. Sedangkan menurut James Coleman (dikutip oleh Field, 2011:41) modal sosial bukanlah entitas tunggal, namun variasi dari entitas berlainan yang memiliki kesamaan karakteristik yang terdiri dari beberapa aspek struktur sosial dan mawadahi tindakan individu – individu yang berada didalam struktur tersebut. Menurut Putnam (dikutip oleh Field, 2011:51), modal sosial ialah bagian dari kehidupan sosial yang terdiri dari jaringan, norma, dan kepercayaan sehingga mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan tujuan yang di inginkan.

Dari definisi modal sosial yang telah dikemukakan oleh Bourdieu dan Wacquant, James Coleman dan Putnam bahwa modal sosial adalah sumber daya sosial. Dalam hal ini menciptakan suatu manfaat, baik yang terlihat maupun tidak terlihat. Dalam prosesnya modal sosial tercipta disebabkan adanya bentuk interaksi antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Kaitannya dengan Mekanisme survival pengrajin tempe untuk, maka varian teoritis dapat digunakan dalam menganalisis dan mendeskripsikannya, yaitu Teori Modal Sosial yang diperkenalkan oleh Robert D.Putnam (2000), ilmuwan politik Amerika mendefinisikan modal sosial sebagai bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma, jaringan, yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan terkoordinasi. Putnam mengartikan modal sosial sebagai penampilan organisasi sosial seperti jaringan-jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama.

a. Kepercayaan

Kepercayaan (trust) diartikan dengan suatu interaksi masyarakat yang saling percaya. Menurut Putnam (2000), ada 2 bagian untuk membedakan percaya. Pertama percaya karena didapat dari pengalaman pribadi, kedua percaya karena ada dasar saling untung satu sama lain. Putnam menekankan bahwa percaya ialah dasar dari saling menguntungkan yakni inti dari modal sosial dan dapat memelihara jaringan sosial yang terbentuk dalam masyarakat. Dalam hal ini modal sosial yang paling dasar memegang peran dalam menjalin hubungan yang intim dalam suatu kerjasama yang menyeluruh.

Kepercayaan menjadi dasar bagi individu dalam menjalin hubungan sosial dalam masyarakat. Menurut Fukuyama (2005), tentang modal sosial adalah kapabilitas yang muncul dari kepercayaan abadi di tengah-tengah masyarakat atau pada bagian tertentu dari masyarakat tersebut. Fukuyama mendefinisikan kepercayaan itu sendiri sebagai unsur dasar modal sosial. Rasa saling percaya merupakan kontribusi yang cukup besar bagi perkembangan modal sosial yang ada dalam masyarakat. Kepercayaan dapat digambarkan sebagai pelumas yang membuat suatu kelompok dapat berjalan secara efisien (Fukuyama, 2005: 20). Dengan adanya kepercayaan pengrajin tempe dengan pemasok bahan baku, dengan pelanggan, dengan sesama pengrajin lainnya dan pemerintah dengan pengrajin tempe maka akan memudahkan dalam menjalankan usaha yang telah dilakukannya.

b. Jaringan Sosial

Menurut Putnam (2000), kinerja ekonomi secara keseluruhan lebih baik dalam masyarakat yang terkait erat dari dalam masyarakat yang tidak banyak menjalin hubungan. Dengan begitu jaringan sosial akan memudahkan seseorang untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama seperti halnya pengusaha makanan, dengan adanya jaringan sosial yang luas dengan sesama pengrajin tempe, akan memudahkan dalam menghadapi hambatan-hambatan dan permasalahan dalam usaha seputar tempe.

Jaringan sangat berperan dalam tersedarnya informasi secara efektif dan

efisien, hal ini memberikan solusi alternatif yang efektif dan efisien ke dalam organisasi (Fukuyama, 2005: 251). Tidak hanya efektif dan efisien saja, jaringan juga memberi nilai lebih yakni keuntungan yang bersifat ekonomi berbentuk finansial yang diciptakan dari jaringan kerjasama atas dasar nilai yang ada dan norma yang telah disepakati.

Jaringan sosial ada dua bentuk yakni vertikal dan horisontal. Jaringan vertikal dimana jaringan sosial ini berdasarkan hierarki serta memiliki sifat ketergantungan. Sedangkan jaringan horisontal adalah arah hubungan tiap individu yang sejajar atas status dan kekuasaannya. Jaringan yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan berfungsi lebih baik hingga mencapai tujuan yang diinginkan bersama dibanding jaringan yang memiliki kepercayaan yang rendah (Damsar, 2009: 103).

c. Norma

Norma-norma terdiri dari pemahaman-pemahaman, nilai-nilai, harapan-harapan dan tujuan-tujuan yang diyakini dan dijalankan bersama sekelompok orang. Tindakan pengrajin tempe juga harus dijaga sesuai dengan norma yang ada di tenggilis Mejoyo. Pengrajin tenggilis mejoyo harus mengikuti norma yang ada dengan masyarakat sekitarnya, sehingga hubungan sosial antara pengrajin tetap terjaga. Dengan adanya hubungan yang baik antara pengrajin, maka pengrajin lainnya akan membantu kesulitan dalam menjalankan usaha makanan.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa modal sosial sangat penting dalam kehidupan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Modal sosial membangun kesadaran saling membutuhkan satu sama lain sehingga saling bekerjasama antara pengusaha makanan dengan sesama relasi kerja, dengan sesama pengrajin, dengan pembeli, dengan pemasok bahan baku, dengan masyarakat sekitar dan pemerintah.

Pekerjaan yang dilakukan dengan kerjasama maka akan lebih berjalan lancar. Dengan banyaknya pengrajin tempe di Tenggilis mejoyo, akan

memperluas jaringan sebagai modal sosial sehingga para pengrajin akan saling membantu dan bekerjasama dalam mempertahankan usahanya. Dengan adanya kepercayaan dari modal sosial antara pengrajin dengan pemasok bahan baku, maka pengrajin tempe mendapatkan bahan baku yang baik dan pemasok bahan bakumempunyai pelanggan tetap. Modal sosial kepercayaan juga dibangun antara pengrajin tempe dengan pembeli. Adanya kepercayaan yang baik antara pembeli kepada usaha makanan akan memperkuat hubungan yang baik sehingga usaha makanan berjalan lancar. Juga kepercayaan antara pemerintah surabaya melalui Disperindag dengan pengrajin memiliki kepercayaan sehingga tidak segan Disperindag membantu dan mendampingi usaha yang dilakoni. Modal sosial norma antara pengrajin dengan masyarakat sekitar juga akan membantu bertahannya produksi tempe, karena masyarakat sekitar akan membantu dalam mengatasi hambatan usaha makanan.

Kerja sama pengrajin tempe dengan menggunakan modal sosial kepercayaan, jaringan, dan norma dengan pengrajin lain, dengan pembeli, dengan pemasok bahan baku, masyarakat sekitar dan pemerintah akan saling menguntungkan sehingga mencapai tujuan yang optimal.

1.5.2.3. Konsep Strategi Survival

Strategi survival merupakan salah satu langkah yang harus dimiliki suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Penentuan strategi yang baik dalam mengembangkan suatu usaha akan menghasilkan hasil dan diterima oleh pembeli (Kasmir, 2011: 186).

Menurut Glueck (dalam Sofyan, hal:53), fokus penentu strategi usaha harus ditujukan lebih banyak pada lingkungan ekstern, karena pada lingkungan inilah terletak potensi yang dapat membawa keberhasilan atau kegagalan suatu strategi. Faktor-faktor lingkungan ekstern dapat dikelompokkan dalam lima kategori yaitu sosial ekonomi, demografi, sosial, teknologi, dan suplier. Faktor sosial ekonomi misalnya perubahan permintaan barang dan jasa, ekspor impor Negara, kebijakan fiskal Negara, dan sebagainya. Faktor demografi misalnya

jumlah kelahiran/ kematian/ emigrasi, pendapatan per kapita, gaya hidup, kebiasaan pembeli, tingkat pendidikan masyarakat, dan etika atau norma yang berlaku di masyarakat. Faktor teknologi misalnya adanya perkembangan dalam perubahan peralatan dan perlengkapan suatu usaha yang lebih canggih dan efisien. Faktor supplier yakni memperhitungkan faktor biaya dan ketersediaan barang yang disediakan oleh supplier.

Glueck (1989) meyakini bahwa pada dasarnya strategi dapat dikategorikan ke dalam empat strategi generik, yakni strategi stabilitas (*stability*), ekspansi (*expansion*), penciutan (*retrenchment*), dan kombinasi (*combination*) dari ketiganya. Pertama, Strategi stabilitas yakni mempertahankan hasil-hasil yang telah dicapai di masa lalu, termasuk mempertahankan lini produk yang sudah ada, mempertahankan pasar yang ada sekarang, dan tidak mengadakan perubahan dari fungsi usaha yang ada. Pada intinya, suatu usaha tetap mempertahankan cara berjualannya tanpa ada perubahan yang dilakukan secara berarti. Kedua, Strategi Penciutan dilakukan jika ada penurunan laba, ketatnya persaingan, kenaikan upah buruh, maupun kesulitan dalam hal suplai bahan baku. Strategi penciutan yakni dengan mengurangi produksi yang dihasilkan serta lebih menghemat bahan baku yang dipakai. Ketiga, Strategi Ekspansi merupakan strategi yang bertujuan untuk menambah lini produk atau jasa, menambah pasar atau membuka cabang-cabang baru. Dalam melakukan ekspansi ada keyakinan bahwa ekspansi dapat mendatangkan kekuatan untuk bersaing bahkan bisa untuk memonopoli. Dengan demikian, usaha yang bersangkutan dapat memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Keempat, Strategi Kombinasi yaitu apabila suatu usaha menggunakan lebih dari satu strategi pada waktu yang bersamaan. Strategi ini biasanya dilakukan oleh usaha berskala besar. Hal tersebut karena sumber daya yang dimiliki usaha skala besar cukup tinggi, sehingga dapat melakukan berbagai cara yang diperlukan (Umar, 1999).

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Tipe Penelitian

Setiap kajian dan penulisan ilmiah tidak lepas dari penggunaan metode tujuannya agar setiap temuan yang dihasilkan dalam kajian ini dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Tujuan penelitian ini ialah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar realitas yang diteliti (Nazir, 1998).

Mekanisme survival pengrajin tempe berkaitan dengan konsep strategi bertahan dengan banyak cara sehingga diperlukan prinsip-prinsip kualitatif untuk mengkaji lebih dalam. Data yang diperoleh berupa kalimat atau deskripsi. Maka dari itu penelitian ini dianalisis secara kualitatif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis dan tingkah laku yang diamati dari orang - orang yang diteliti. Analisis kualitatif dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan secara detail dan mendalam yang berfungsi untuk memahami realitas tentang mekanisme survival pengrajin tempe dalam menghadapi persaingan antar pengrajin. Dalam mengungkap realitas diperlukan penjelasan yang cukup mendalam dari informan.

1.6.2.Setting Sosial

Penelitian ini akan mengambil setting lokasi di Kampung tempe, Tenggilis Mejoyo. Sebutan kampung tempe sudah disandang sejak tahun 1970 karena dikenal sebagai sejarah awal munculnya pengrajin tempe yang diturunkan melalui warisan hingga turun ke generasi-generasi. Sebutan kampung tempe diberikan oleh pemerintah Surabaya yang berhubungan dengan kegiatan produksi menghasilkan tempe. Adanya Disperindag yang terjun langsung untuk melakukan penyuluhan, pendataan serta sekaligus pembinaan untuk pengembangan usaha. Kampung tempe sebagai ikon Surabaya untuk secara penuh memberikan pendamping untuk melihat permodalan, produktifitas, pemasaran dan pengembangan seputar tempe.

Tersebarnya pengrajin tempe dalam Kelurahan Mejoyo Tenggilis Surabaya sangatlah banyak yakni ratusan pengrajin. Namun jumlah pengrajin

yang tercatat oleh Disperindag ialah 30 pengrajin. Pencatatan pengrajin berdasarkan pengrajin tempe yang tinggal di Tenggilis dan memiliki KTP Surabaya. Sisanya adalah pendatang bukan warga lokal, yang mana berasal dari Pekalongan yang juga berprofesi sebagai pengrajin tempe. Ciri-ciri pengrajin tempe yang berasal dari Pekalongan sangat mudah ditemui disekitar hilir sungai. Adanya pengrajin lokal dan pengrajin non lokal menimbulkan persaingan yang ketat dalam meraih pasar. Hal ini menjadi suatu alasan peneliti mengangkat topik mekanisme survival pengrajin tempe untuk diteliti lebih dalam lagi.

1.6.3. Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan di Kampung Tenggilis Mejoyo ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini mengumpulkan suatu data dari informan atau narasumber yang dianggap memiliki atau menguasai permasalahan yang akan dikaji. Hal ini guna mendapatkan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data.

Adapun kriteria-kriteria informan atau subyek, sebagai berikut:

1. Pengrajin tempe di Tenggilis Mejoyo
2. Melakukan produksi tempe kurang lebih 3 tahun
3. Mengetahui perkembangan Kampung tempe
4. Mengetahui kondisi persaingan pasar

Dalam menemukan informan untuk menghasilkan data yang diperlukan guna menjawab rumusan masalah, peneliti akan menentukan subjek pertama yaitu pemerintah melalui pemdampingan dengan pengrajin tempe langsung. Informasi yang didapat akan mendapatkan data informan lain seperti pengrajin terkait yang dibawah pembinaannya. RZ selaku pendamping kampung tempe memberikan gambaran secara umum mengenai sejarah, permasalahan yang dihadapi, dan kegiatan apa saja saat pembinaan berlangsung. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara mendalam dengan NH mengingat nama itu sudah pernah di wawancara oleh peneliti sebelumnya dan juga atas rekomendasi dari

pendamping kampung tempe karna NH sebagai wakil ketua pengurus kampung tempe yang menghasilkan lebih banyak kedelai untuk tempe daripada pengrajin lainnya. Setelah mendapatkan cukup informasi mengenai seputar tempe, peneliti melakukan wawancara yang kedua kepada GF. GF adalah selaku pengrajin tempe di kampung tempe juga namun memiliki produk olahan tempe yang berbeda dari NH. GF memiliki varian produk yakni brownis tempe dan mampu memproduksi tempe setengah dari jumlah produksi NH. Informan ketiga yakni JR yang juga pengrajin asli surabaya yang dikatakan sebagai pemain baru yang memproduksi tempe namun juga memproduksi produk olahan tempe lain yakni nugget tempe. NH, GF, dan JR merupakan pengraji binaan Disperindag Pemerintah Kota Surabaya. Wawancara mendalam peneliti memilih untuk mencari pengrajin yang bukan binaan pemerintah untuk mengetahui sejarah pendatang dan mekanisme survival yang dilakukannya selama bertahun-tahun bukan KTP surabaya dan tidak dibina oleh Pemerintah Kota Surabaya. Peneliti mencari warga pendatang yang berprofesi menjadi pengrajin tempe di sekitar hilir sungai. KN merupakan pengrajin asal pekalongan. Ia sebelumnya tidak mau di wawancara, namun dengan pendekatan yang baik dan mengemukakan maksud dan tujuan peneliti akhirnya KN mau diwawancarai. Tidak sampai situ, peneliti juga bertemu dengan salah seorang pengrajin yang sekarang tidak lagi menjadi pengrajin tempe, dan beralih pekerjaan dengan membuka warung kopi yakni JH. JH ini sebagai saksi sejarah kampung tempe berdiri, namun karna ketatnya persaingan sehingga JH memutuskan untuk tidak lagi menjadi pengrajin tempe dengan beralih membuka usaha warung kopi yang masih di sekitar kampung tempe namun mayoritas tinggal sekitar warga Pekalongan. Selanjutnya saat mewawancarai JH, pengrajin AD datang untuk memesan kopi, peneliti juga sempat bertanya seputar tempe yang kebetulan AD adalah pengrajin tempe yang berasal dari Pekalongan.

Tabel 1.2

Daftar Informan

No	Nama	Keterangan	Usia	Alamat	Jenis Kelamin	Keterangan
I	RZ	Pendamping dari Disperindag	43	Semampir	Perempuan	Kunci Informan
2	NH	Pengrajin lokal/keripik tempe	62	Tenggilis Kauman gang buntu	Laki-laki	Subjek
3	GF	Pengrajin lokal/ Brownis tempe	53	Tenggilis Kauman gang buntu	Laki-laki	Pendukung
4	JR	Pengrajin tempe/ Nugget tempe	49	Tenggilis Kauman gang buntu	Perempuan	Pendukung
5	KN	Pengrajin tempe/ non lokal	42	Tenggilis Kauman IIA	Laki-laki	Subjek
6	JH	Pensiunan pengrajin tempe	54	Tenggilis Kauman IIA	Laki-laki	Pendukung
7	AD	Pengrajin tempe/ non lokal	31	Tenggilis Kauman IIA	Laki-Laki	Pendukung

1.6.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dari subyek dikumpulkan melalui:

1.6.4.1. Wawancara mendalam

Untuk mendapatkan informasi mengenai fenomena yang diteliti secara mendalam dan fokus, maka digunakan metode wawancara mendalam. Wawancara mendalam sangat relevan dan sangat menunjang untuk digunakan dalam penelitian ini, karena dengan metode ini peneliti bisa berhubungan secara langsung dengan informan.

Peneliti mengumpulkan data dengan wawancara yang mendalam yang setiap pertanyaan menyesuaikan kebutuhan dan kondisi informan. Selain itu peneliti juga akan memahami dengan jelas bagaimana keadaan informan mulai dari perilaku, orang-orang terdekat, lingkungan sekitar, mimik wajah, dan sebagainya.

1.6.4.2.Observasi Lapangan

Peneliti melakukan observasi lapangan pada Tenggilis Mejoyo Surabaya untuk melihat pengrajin tempe dalam menghadapi persaingan pasar. Peneliti akan melihat, mendengar, dan merasakan apa yang terjadi serta mendokumentasikannya dalam bentuk transkrip, foto, video, dan rekaman.

1.6.4.3.Studi kepustakaan

Studi kepustakaan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan penelitian terdahulu yang memiliki data dan informasi sesuai dengan topik penelitian berdasarkan telaah literatur dan referensi terkait mekanisme survival pengrajin tempe dalam menghadapi persaingan. Studi kepustakaan dapat bersumber dari buku, jurnal ilmiah, laporan, makalah, berita, maupaun dokumen yang mempunyai keabsahan lainnya. Selanjutnya juga peneliti melakukan studi kepustakaan dengan mengumpulkan beberapa jurnal, baik jurnal internasional maupun jurnal nasional via internet serta peneliti juga mengumpulkan buku yang memiliki topik tentang mekanisme survival.

1.6.5.Teknik Analisis Data

Peneliti akan melakukan tiga tahapan proses dalam analisis data, telah terkumpul yaitu tahap *scalling measurement*, *empirical generalization*, dan *logical induction*. Tahapan tersebut sama dengan tahapan analisis data pada umumnya. Metode studi kasus yang dipilih peneliti yaitu studi kasus deskriptif, sehingga langkah-langkah analisisnya adalah sebagai di atas.

Dalam tahap pertama yaitu *scalling measurement* peneliti melakukan transkrip atas data yang telah diperoleh dari hasil observasi dan wawancara mendalam. Data akan diuraikan ke dalam bentuk tulisan dengan rinci dan lengkap tentang apa yang telah terjadi selama wawancara berlangsung berdasarkan pengamatan peneliti secara langsung maupun hasil rekaman. Kemudian peneliti akan membuat kategorisasi pada data untuk memilah data agar lebih terarah. Kategorisasi pada data transkrip akan ditampilkan peneliti pada bab tiga profil informan dalam laporan penelitian ini. Kategorisasi akan dijelaskan peneliti ke dalam bentuk narasi dan tabel-tabel pada setiap sub pembahasan.

Tahap *empirical generalization* merupakan tahap dimana pemaknaan terhadap data yang telah dikategorisasikan, peneliti akan memberikan makna yang tersembunyi terhadap teks tersebut serta peneliti akan menganalisis teks tersebut dan dikaitkan dengan kehidupan, kenyataan, dan pengalaman, serta hal lainnya tentang subjek penelitian. Pemaknaan yang diberikan peneliti disampaikan setelah peneliti menampilkan kutipan percakapan dengan informan. Pemaknaan tersebut berdasarkan subjektivitas peneliti dan teori yang digunakan sebagai dasar pencarian data.

Tahap ketiga yaitu *logical induction* yakni tahap mencari pemahaman yang mendalam mengenai realitas sosial yang diteliti berdasarkan pemahaman subjek penelitian. Peneliti akan menginterpretasi makna dari hasil data yang diperoleh yaitu dari perkataan dan perilaku subjek penelitian. Setelah peneliti melakukan pemaknaan menggunakan subjektivitas peneliti, maka selanjutnya peneliti akan menghubungkan realitas yang ada di lapangan dengan teori yang digunakan.