

ANALISIS JARINGAN SOSIAL PENGEMBANGAN UMKM KAIN TAPIS (Studi Kasus UMKM Kain Tapis di Desa Kalirejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran)

Dimas Rizki Tama^{1)*}, Damar Wibisono²⁾, Azis Amriwan³⁾

^{1) 2) 3)} Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

*Korespondensi: dimasrizkitama@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis jaringan sosial pengembangan UMKM kain tapis yang ada di Desa Kalirejo, Kecamatan Negerikaton, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. Adapun dalam penelitian ini menggunakan teori Jaringan sosial dari Mark Granovetter sebagai pisau analisisnya. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan mendapatkan cerita naratif dari informan yang kemudian disusun menjadi hasil penelitian. Informan yang terlibat berjumlah 7 informan yang terdiri dari 4 pengrajin kain tapis, 2 pengepul kain tapis, dan 1 aparat desa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ada beberapa jaringan sosial antar aktor UMKM kain tapis yang terjalin dengan ikatan kuat seperti jaringan sosial antar sesama pengrajin dan pengepul kain tapis, dan jaringan sosial antara pengrajin kain tapis dengan pengepul kain tapis. Ikatan antar aktor-aktor tersebut terjalin secara relatif stabil dan terdapat pertukaran ekonomi yaitu saling memberi informasi, saling bertukar fikiran, pemberian modal usaha dan membantu pemasaran. Dengan demikian bentuk dari ikatan antar aktor UMKM kain tapis dapat terlihat dalam penelitian ini dan berjalannya UMKM kain tapis di Desa Kalirejo. Namun ada juga beberapa jaringan sosial antar aktor UMKM kain tapis yang terjalin lemah. Hal ini dikarenakan ada aktor yang kurang berperan dalam kegiatan tersebut, aktor tersebut ialah pemerintah desa. Hubungan pemerintah desa dengan pengrajin dan pengepul kain tapis dinilai sebagai ikatan yang lemah.

Kata kunci: Jaringan sosial, UMKM, Kain tapis. Pengembangan UMKM, dan UMKM kain tapis

ABSTRACT

This study aims to determine how the social network analysis of the development of tapis cloth MSMEs in Kalirejo Village, Negerikaton District, Pesawaran Regency, Lampung Province. This research uses Mark Granovetter's social network theory as the analysis knife. This research uses qualitative research by obtaining narrative stories from informants which are then compiled into research results. The informants involved totaled 7 informants consisting of 4 tapis cloth craftsmen, 2 tapis cloth collectors, and 1 village apparatus. The results of this research show that there are several social networks between tapis cloth MSME actors that are intertwined with strong ties such as social networks between fellow tapis cloth craftsmen and collectors, and social networks between tapis cloth craftsmen and tapis cloth collectors. The ties between these actors are relatively stable and there are economic exchanges, namely providing information to each other, exchanging ideas, providing business capital and helping with marketing. Thus, the form of ties between tapis cloth MSME actors can be seen in this research and the running of tapis cloth MSMEs in Kalirejo Village. However, there are also some social networks between tapis cloth MSME actors that are weakly intertwined. This is because there are actors who play a lesser role in these activities, these actors are the village government. The relationship between the village government and tapis cloth craftsmen and collectors is considered weak.

Keywords: Social network, MSMEs, Tapis cloth. MSME development, and tapis fabric MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam memperkuat perekonomian nasional karena karakteristiknya yang adaptif dan mampu bertahan dalam berbagai kondisi. Sebagai sektor usaha berskala kecil, UMKM berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja,

pemanfaatan sumber daya lokal, serta peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, UMKM dianggap sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia (Supriyanto, 2006). Salah satu daerah yang menunjukkan potensi besar dalam pengembangan UMKM adalah Kabupaten Pesawaran. Daerah ini dikenal dengan produk kreatif unggulannya berupa kain tapis, yang tidak hanya mencerminkan kekayaan budaya lokal tetapi juga memiliki nilai jual tinggi. Keberhasilan pengembangan UMKM tapis ini didukung oleh sumber daya manusia yang inovatif, sehingga mampu menghasilkan berbagai produk turunan seperti tas, sepatu, pakaian, hingga jilbab dengan motif yang beragam dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM berbasis industri kreatif di Pesawaran memiliki daya saing kuat dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kain tapis merupakan kain tradisional khas suku Lampung yang ditenun dari benang kapas dan dihiasi dengan sulaman benang emas, perak, atau benang sugi membentuk motif alam, flora, dan fauna. Umumnya, kain ini dikenakan dari pinggang ke bawah dalam bentuk sarung. Teknik pembuatannya berbeda di tiap wilayah, seperti di Desa Kalirejo, Kecamatan Negeri Katon yang menggunakan alat bernama *papan tekang*, sementara masyarakat di daerah pesisir menggunakan meja sebagai alat bantu. Di Provinsi Lampung, produksi kain tapis terpusat di dua kabupaten, yaitu Kabupaten Pesawaran dan Kabupaten Pesisir. Dalam era globalisasi saat ini, tapis tidak hanya berfungsi sebagai simbol budaya yang terus berkembang, tetapi juga menjadi bagian dari kegiatan UMKM yang menghasilkan berbagai kerajinan tangan. Peran ini memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat, terutama dalam membantu memenuhi kebutuhan hidup mereka melalui pemanfaatan warisan budaya lokal. Para pelaku UMKM kain tapis di Desa Kalirejo yang pada awalnya hanya menjadikan itu sebagai pekerjaan sampingan kini ada juga yang mengandalkan sebagai pekerjaan pokok, penghasilan perbulan sekitar Rp 50.000 – Rp 500.000. Dengan penghasilan perbulan sekitar Rp 50.000 – Rp 500.000 dari hasil membuat kain tapis tentu saja hal tersebut belum memenuhi indikator peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Selain karena hasil yang didapat para pengrajin tapis tergolong kecil, masalah lain yang membuat pelaku UMKM kain tapis belum dapat hidup sejahtera adalah kurangnya pemasaran. Kain tapis bukan kebutuhan pokok masyarakat, ini berarti daya jual kain tapis juga perlu menjadi perhatian khusus agar kesejahteraan pelaku UMKM kain tapis meningkat.

Dalam pengembangan UMKM, keberadaan modal sosial seperti jaringan sosial memegang peranan penting dalam menunjang keberlanjutan usaha. Jaringan sosial dinilai sebagai sarana yang efektif karena penggunaannya tidak memerlukan biaya besar untuk

pengelolaan tenaga kerja. Selain itu, jaringan ini mampu memperkuat strategi pemasaran, mendorong pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) lokal, membuka peluang bisnis baru, serta membantu pemenuhan kebutuhan finansial dan bahan baku (Budiarti, 2016). Keberadaan jaringan sosial juga memperlancar arus pertukaran informasi antara pelaku usaha, distributor, dan konsumen. Lebih dari itu, jaringan antarprodusen menciptakan ruang komunikasi dan kolaborasi yang saling menguntungkan, sehingga meningkatkan daya saing serta efisiensi usaha secara kolektif. Dengan demikian, hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM kain tapis di Desa Kalirejo. Kegiatan membuat kain tapis ini sudah berlangsung lama ditekuni oleh sebagian besar masyarakat Desa Kalirejo khususnya Ibu-Ibu. Namun perkembangan yang terjadi dalam proses produksi dan pemasaran masih cenderung pasif, karena melihat upah yang dihasilkan tidak sesuai dengan proses pembuatannya membuat proses produksi terhambat sehingga memicu generasi muda yang cenderung lebih memilih pekerjaan lain dibandingkan dengan membuat kain tapis. Selain itu dari proses pemasarannya, dikarenakan kain tapis merupakan kebutuhan tersier maka proses pembentukan segmentasi pasar dan jaringan sosial antar aktor sangat diperlukan. Dengan melihat fenomena tersebut dilakukanlah penelitian mengenai jaringan sosial yang terjadi dalam pengembangan UMKM kain tapis di Desa Kalirejo.

KAJIAN PUSTAKA

Jaringan Sosial Mark Granovetter

Penelitian ini menggunakan teori jaringan sosial menurut Mark Granovetter. Jaringan sosial diartikan sebagai hubungan sosial antar individu yang relatif stabil. Jaringan sosial tidak mengartikan tingkah laku individu (*atomised actor*), tetapi menjadi bahan dasar yang dapat dijadikan pertukaran ekonomi. Melalui hal tersebut, analisis mikro digunakan menuju analisis meso (hubungan antar kelompok) (Granovetter, 2005).

Granovetter (2005) dalam kajiannya mengenai analisis jaringan sosial menekankan bahwa struktur sosial yang terbentuk melalui jaringan memiliki pengaruh signifikan terhadap manfaat ekonomi, terutama dalam hal kualitas informasi yang diperoleh. Ia mengemukakan bahwa terdapat empat prinsip utama yang menjadi dasar pemikirannya terkait keterkaitan antara jaringan sosial dan keuntungan ekonomi yang dapat diperoleh melalui interaksi dalam jaringan tersebut. Dapat dilihat dari hal berikut seperti norma dan kekokohan jaringan, lemah maupun kuatnya ikatan yang memanfaatkan ekonomi justru cenderung diperoleh dari ikatan

yang lemah, peran lubang struktur, dan interpretasi terhadap tindakan ekonomi serta non-ekonomi.

Mark Granovetter mengelompokkan dua bentuk jaringan sosial. Adapun bentuk-bentuk jaringan sosial yang dikelompokkan oleh Granovetter yaitu:

1. Kelekatan relasional (*relation embeddedness*). Kelekatan relasional menunjuk pada pola hubungan antar individu (*dyadic personal relationship*). Keterlekatan relasional ialah tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat, dalam jaringan personal yang sedang berlangsung diantara para aktor.
2. Kelekatan struktural (*structural embeddedness*). Kelekatan struktural diartikan sebagai hubungan antar kelompok *dyadic* ini dengan individu atau kelompok yang lebih luas. Keterlekatan struktural terjadi dalam suatu jaringan yang lebih luas, bisa merupakan institusi sosial ataupun struktural sosial dengan kata lain bahwa struktur sosial merupakan suatu pola hubungan atau interaksi sosial yang dicirikan dengan terorganisir dan stabil dalam ruang sosial.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut Kharis (2014), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk kegiatan ekonomi kerakyatan yang berskala kecil dan dikelola secara mandiri oleh individu, keluarga, atau kelompok masyarakat. UMKM menjadi bagian penting dari struktur ekonomi rakyat karena operasionalnya bersifat independen dan berskala kecil. Di Indonesia, pengembangan UMKM menjadi salah satu prioritas strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk mengurangi kesenjangan pendapatan antar lapisan masyarakat dan pelaku usaha, tetapi juga berperan penting dalam mempercepat transformasi struktural ekonomi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah kegiatan produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu. Usaha kecil didefinisikan sebagai usaha produktif mandiri yang bukan bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau besar. Sementara itu, usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak berafiliasi dengan usaha kecil maupun besar, baik secara kepemilikan maupun struktur. UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian nasional karena bertujuan untuk menciptakan struktur ekonomi yang adil, berkembang, dan seimbang, memperkuat kemandirian usaha, serta mendorong pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan pengentasan kemiskinan.

UMKM Kain Tapis

Tapis ialah sejenis kain adat hasil seni kerajinan masyarakat Lampung. Kain tapis adalah pakaian adat bagi perempuan suku Lampung, berbentuk kain yang terbuat dari tenunan benang kapas dengan motif atau hiasan dari sulaman benang emas, benang perak, terkadang dengan benang sutera atau benang *sugi* (serat nanas) dengan menggunakan teknik sistem sulam (*cucuk*) (Firmansyah, 1996). Kata tapis berasal dari kata '*menapis*' yang artinya menyaring, menghalangi, atau menutupi. Dari penjelasan tersebut, maka dapat diketahui makna kain tapis bagi masyarakat adat Lampung, yaitu memiliki makna simbolis-filosofis sebagai pelindung bagi pemakainya dari segala kotoran. Kain tapis juga menggambarkan kesucian pemakainya (Kherustika dkk., 1993).

Kain tapis di Desa, Kalirejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten pesawaran ini merupakan kain khas Pepadun. Tapis di Desa Kalirejo Kecamatan Negeri Katon dibuat dengan menggunakan papan tekang (alat pembuat tapis), sedangkan pada masyarakat Pesisir menggunakan meja. UMKM kain tapis berperan dalam membantu dan menyediakan unit kerja dan sebagai wadah bagi para pengrajin tapis dengan menjadi anggota kelompok. Kemudian UMKM tapis dapat membantu masyarakat dalam menjualbelikan produk kerajinan tapis yang telah dibuat. Selain itu dari sisi kebudayaan, adanya UMKM tapis merupakan salah satu bentuk upaya mempertahankan kerajinan khas Lampung (Alda, 2022).

Menurut Tambunan dalam (Setiyani, dkk, 2022) pengembangan ekonomi dibutuhkan peran dari berbagai *stakeholder* yakni Pemerintah, swasta, partai, dan kelompok politik, sumber pendidikan atau akademisi dan riset, militer atau keamanan negara, dan LSM. *Stakeholder* berperan sebagai *developer*, koordinator, *stimulator*, dan fasilitator. Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 19 mengenai UMKM, pengembangan usaha bidang sumber daya manusia yang dimaksud dalam pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

- a. Memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan
- b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dilaksanakan di UMKM kain tapis yang berada di Desa Kalirejo, Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung di lapangan dengan mengombinasikan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dalam proses

SOCIOLOGIE: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi, Vol. 4, No. 1, Juni 2025: 1-13

pengumpulan data. Fokus penelitian ini adalah pada jaringan sosial yang terjalin antara pelaku UMKM kain tapis, seperti pengrajin, pengepul, dan pemerintah desa. Informan dipilih secara purposif berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Penggalan informasi dilakukan secara bertahap hingga data yang diperoleh dianggap memadai. Selanjutnya, data dianalisis melalui proses reduksi, verifikasi, dan penarikan kesimpulan agar hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jaringan Sosial Antar Sesama Pengrajin Kain Tapis

Proses membuat atau menenun kain tapis di Desa Kalirejo disebut dengan *menapis*. Kegiatan *menapis* di Desa Kalirejo yang awalnya menjadi pekerjaan sampingan kini ada juga yang menjadikannya sebagai pekerjaan utama. *Menapis* banyak dilakukan oleh kaum perempuan, biasanya yang menjadikan kegiatan ini sebagai pekerjaan utama adalah ibu-ibu usia lansia, ibu rumah tangga yang mempunyai anak balita, dan perempuan yang sedang mencari pekerjaan. Dalam jaringan antar sesama pengrajin kain tapis terdapat beberapa fokus yaitu bagaimana membangun kerja sama antar pengrajin, hubungan sosial dan interaksi, dan pengembangan produk.

1. Membangun kerja sama

Hubungan atau jaringan antar pengrajin ini memiliki ikatan yang kuat, dimana masing-masing pengrajin saling membangun kerja sama dengan cara berikut:

1. Berbagi informasi mengenai motif tapis terbaru dan motif tapis yang sedang ramai
2. Saling tolong menolong apabila ada pengrajin yang sedang kesusahan
3. Berbagi informasi terkait *update* harga bahan-bahan kain tapis dan harga jual kain tapis.

2. Hubungan sosial dan interaksi antar pengrajin

Hubungan antarsesama pengrajin kain tapis di Desa Kalirejo dapat dilihat dalam berlangsungnya kegiatan UMKM. Para pengrajin kain tapis memiliki hubungan dengan cara berinteraksi pada saat mereka berkumpul untuk *menapis* bersama. hubungan sosial dan interaksi antar pengrajin adalah bahwa para pengrajin kain tapis mengaku sering berhubungan atau berinteraksi antar sesama pengrajin kain tapis. Dalam jaringan sosialnya para pengrajin akan berkumpul pada satu tempat untuk

menapis bersama, biasanya mereka akan memilih rumah atau tempat salah satu pengrajin dan terkadang juga bergantian ke rumah pengrajin yang lainnya.

3. Pengembangan produk

Kain tapis di Desa Kalirejo sudah banyak dikenal oleh kalangan pegiat UMKM kain tapis. Awal mula produk tapis yang dihasilkan hanya selendang saja, namun seiring berjalan waktu dan inovasi yang dikembangkan produk-produk dihasilkan pun beragam seperti, tas, peci, baju, songket, dan kipas. Pengembangan produk yang dihasilkan tidak hanya perubahan bentuk saja, melainkan juga pengembangan motif-motif yang diproduksi. Jaringan sosial antar pengrajin kain tapis diketahui bahwa jaringan sosial antar pengrajin memiliki ikatan yang kuat. Dari hasil ikatan tersebut terbentuk kerjasama antar pengrajin, hubungan sosial dan interaksinya, dan mengembangkan produk yang diproduksi. Terdapat beberapa manfaat dengan adanya jaringan antar sesama pengrajin kain tapis yaitu mengetahui motif-motif tapis terbaru, mengetahui bahwa ada motif tapis yang tidak dapat dan dapat digabung dengan motif tapis lain, menambah wawasan, keterampilan, dan mengetahui harga-harga terkini.

Jaringan Sosial Antara Pengrajin Kain Tapis Dengan Pengepul Kain Tapis

1. Jaringan sosial dengan pemberian modal usaha

Pengepul merupakan orang yang membeli produk kain tapis dari pengrajin dan menjualkannya kembali. Jaringan sosial antara pengrajin dan pengepul kain tapis tercipta karena adanya latar belakang modal usaha. Banyak pengrajin yang tidak mempunyai modal usaha untuk menjalankan usaha kain tapis, sehingga para pengrajin berkerjasama dengan pengepul dengan cara meminjam modal usaha. hubungan atau jaringan sosial antara pengrajin dan pengepul adalah dengan pengepul memberikan modal usaha kepada pengrajin yang isinya 3 selendang kecil seharga Rp. 25.000, 1 benang emas seharga Rp. 15.000, dan 1 benang penyawat atau benang jahit seharga Rp. 5.000, jadi total modal usaha yang diberikan adalah Rp. 45.000. Kemudian apabila kain tapis sudah selesai dibuat maka pengrajin yang dikasih modal oleh pengepul akan menjual hasilnya kembali kepada pengepul tersebut dengan sistem potong hutang, kemudian sisanya adalah upah yang diterima pengrajin. Jaringan sosial antara pengrajin dengan pengepul kain tapis memiliki ikatan yang kuat.

2. Mekanisme pemasaran

Proses pemasaran yang dilakukan para pengrajin kain tapis di Desa Kalirejo masih mengandalkan peran pengepul. Peminjaman modal usaha tersebut secara tidak langsung membuat ikatan antara pengrajin dengan pengepul. Setelah diberikan modal oleh pengepul, para pengrajin akan menyelesaikan tapisnya yang kemudian akan dijual ke pengepul tersebut dengan sistem potong hutang.

Jaringan Sosial Antar Sesama Pengepul Kain Tapis

1. Mekanisme pemasaran

Dalam hal ini mekanisme pemasaran yang dilakukan antar pengepul kain tapis yaitu menggunakan 2 cara, yaitu luring dan daring. Mereka akan menyetorkan kain tapis ke pengepul yang berskala lebih besar biasanya ke Bandar Lampung atau menunggu konsumen datang langsung ke mereka. Pada saat pengepul melakukan pemasaran daring melalui media sosial, mereka akan memasarkan produknya melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook dan Shopee yang akan membantu promosi produk dan pemasaran kain tapis.

2. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar kain tapis juga sangat penting untuk diperhatikan mengingat kain tapis merupakan kebutuhan tersier yang mana tidak setiap hari orang-orang membeli itu. Ini menjadi tantangan tersendiri untuk pelaku UMKM kain tapis bagaimana ia dapat membentuk segmentasi pasar. Pengepul membangun segmentasi pasar dengan cara sebagai berikut:

1. Menjaring dan mencari *reseller* sebanyak-banyaknya. Dengan menjaring *reseller* sebanyak-banyaknya diharapkan dapat membantu pemasaran dan memperluas segmentasi pasar. *Reseller* kain tapis pun terdiri dari berbagai macam kalangan masyarakat sehingga segmentasi pasarnya dapat merambah ke berbagai lapisan masyarakat yang dapat menjadikan UMKM kain tapis tetap ada hingga saat ini. Kemudian pengepul dan para *reseller* melakukan promosi di berbagai media sosial.
2. Memperhatikan harga yang ditawarkan, harga jual yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi segmentasi pasar dari penjualan kain tapis agar tidak kalah dengan produk UMKM kain-kain dari daerah lain.
3. Pemberian promo atau diskon juga dinilai dapat membangun segmentasi pasar. Dengan adanya promo tersebut akan menjadi ketertarikan sendiri bagi para konsumen untuk membeli produk kain tapis.

3. Membangun jaringan sosial dengan berbagi pesanan

Jaringan sosial antar sesama pengepul mempunyai ikatan yang kuat. Jaringan terbentuk karena mereka saling membutuhkan dalam proses kegiatannya, contohnya apabila pengepul satu tidak mempunyai barang yang dipesan maka ia akan menghubungi pengepul lain dan mengambil barang dari pengepul lain. Kemudian dalam pengepul yang berskala besar yang *outputnya* sudah berbentuk lain seperti tas, kopiah, dan lain-lain, maka dalam jaringan sosialnya mereka akan saling berbagi orderan.

Jaringan Sosial Antara Pemerintah Desa Dengan Pengrajin Kain Tapis

1. Peningkatan keterampilan produksi

Keterampilan produksi kain tapis pada pengrajin masih minim terjadi, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan modal. Keterampilan hasil produksi hanya ada pada tahap pengepul. Pengrajin kain tapis hanya membuat produk tapis dalam bentuk bahan atau selendang saja yang kemudian bahan atau selendang itu dapat diubah lagi oleh pengepul menjadi tas, peci, dan motif baju. Keterbatasan pengetahuan dan modal ini lah yang membuat keterampilan produksi pengrajin kain tapis hanya sebatas membuat bahan selendang. Peran dari pemerintah desa maupun *stakeholder* sangat diperlukan dalam proses ini. Pengrajin kain tapis sangat membutuhkan bantuan dari pemerintah desa berupa modal usaha, maupun pelatihan untuk dapat mengembangkan keterampilan produksi. Namun dalam pelaksanaannya Pemerintah Desa Kalirejo sampai saat ini belum memberikan perhatian khusus bagi pelaku UMKM kain tapis.

2. Bentuk jaringan sosial

Ikatan antara pengrajin kain tapis dengan Pemerintah Desa Kalirejo dalam upaya pengembangan UMKM kain tapis belum terlihat. Kurangnya perhatian khusus dari pemerintah desa kepada pengrajin kain tapis membuat jaringan antar keduanya tidak terlihat. Jaringan sosial antara pengrajin kain tapis dengan pemerintah desa seharusnya terjalin dengan baik agar UMKM kain tapis di Desa Kalirejo dapat berkembang.

Jaringan Sosial Antara Pengepul Kain Tapis Dengan Pemerintah Desa

1. Mekanisme pemasaran dan pembentukan segmentasi pasar

Pemasaran dan pembentukan segmentasi pasar yang dilakukan oleh pengepul dan pemerintah desa adalah dengan cara membangun hubungan dengan Pemerintah Kabupaten Pesawaran. Hubungan yang terjadi adalah ketika Pemkab mengadakan kegiatan acara pameran, maka pihak Pemkab atau pemerintah desa akan bekerja sama dengan pengepul

untuk mengambil produk kain tapis guna mengikuti acara pameran tersebut. Selain untuk memperkenalkan produk usaha kain tapis, pameran tersebut dapat membantu proses pemasaran dari produk kain tapis. Kerja sama dalam pengembangan upaya pengembangan UMKM kain tapis antara pengepul dan pemerintah desa adalah:

1. Mendaftarkan produk UMKM agar mendapat sertifikat UMKM
2. Memasukkan produk ke pasar *online* atau situs Pemerintah Kabupaten
3. Mengikuti acara pameran di Kabupaten.

2. Bentuk jaringan sosial

Jaringan sosial antara pengepul kain tapis dengan Pemerintah Desa memiliki ikatan yang lemah. Masing-masing informan baik dari pengepul maupun Pemerintah Desa menyatakan bahwa belum ada hubungan atau jaringan mengenai upaya pengembangan UMKM kain tapis di Desa Kalirejo. Walaupun memiliki ikatan yang lemah, peran Pemerintah Desa disini adalah sebagai *structuralholes* yaitu berada diluar ikatan lemah maupun kuat namun dapat berkontribusi untuk menjembatani relasi individu dengan pihak luar.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ada beberapa jaringan sosial antar aktor UMKM kain tapis yang terjalin dengan ikatan kuat seperti jaringan sosial antar sesama pengrajin dan pengepul kain tapis, dan jaringan sosial antara pengrajin kain tapis dengan pengepul kain tapis. Ikatan antar aktor-aktor tersebut terjalin secara relatif stabil dan terdapat pertukaran ekonomi yaitu saling memberi informasi, saling bertukar pikiran, pemberian modal usaha dan membantu pemasaran. Dengan demikian bentuk dari ikatan antar aktor UMKM kain tapis dapat terlihat dalam penelitian ini dan berjalannya UMKM kain tapis di Desa Kalirejo.
2. Namun ada juga beberapa jaringan sosial antar aktor UMKM kain tapis yang terjalin lemah. Hal ini dikarenakan ada aktor yang kurang berperan dalam kegiatan tersebut, aktor tersebut ialah pemerintah desa. Hubungan pemerintah desa dengan pengrajin dan pengepul kain tapis dinilai sebagai ikatan yang lemah. Hal tersebut diketahui dari hasil observasi dan wawancara mendalam dengan aparat desa, pengrajin, serta pengepul kain tapis. Hasilnya adalah bahwa selama ini pemerintah desa belum ada langkah mengenai upaya

pengembangan UMKM kain tapis. Pemerintah Desa Kalirejo juga tidak ada ikatan atau hubungan yang berkelanjutan dengan pengepul kain tapis, tetapi dengan pengrajin kain tapis pemerintah desa sudah sering membangun hubungan tetapi hanya sebatas perkumpulan semata dan *sharing* tanpa ada tindakan lebih lanjut. Walaupun ikatan yang terjadi antara pemerintah desa dengan pengrajin dan pengepul kain tapis bersifat lemah, akan tetapi pemerintah desa mempunyai peran lain disamping itu yaitu sebagai *structuralholes*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alda, M. K. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tapis Terhadap Penerimaan Anggota (Studi Kasus Pada Kelompok Pengrajin Tapis Mutiara di Kecamatan Negeri Katon). *Skripsi*. Lampung : Universitas Lampung.
- Agustina, S. (2023). Ibu Rumah Tangga di Desa Kalirejo Dorong Inovasi Produk Tapis untuk Ekonomi Berkilau. Diakses pada 06 November 2023 dari <https://m.lampost.co/berita-ibu-rumah-tangga-di-desa-kalirejo-dorong-inovasi-produk-tapis-untuk-ekonomi-berkilau.html>.
- Agusyanto, R. (2014). *Jaringan Sosial Dalam Organisasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Ananda, A. D., Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 01 (01) : 120.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Budiarti, M. S. (2016). Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil Di Desa Sukamaju Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung. *Jurnal AsBispreneur*. 01 (03) : 221 – 230.
- Creswell, J, W. (2012). *Reserch Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Damsar. (2015). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Granovetter, Mark. 2005. *The Impack of Social Structure on economic Outcome. Journal of Economic Perspectives*. Vol. 19, No. 1: 33-50.
- Hadikusuma, Hilman. (1981). *Hukum Ketatanegaraan Adat*. Bandung: Alumi.
- Isbandiyah, dan Supriyanto. (2019). Pendidikan Karakter Berbasis Budaya Lokal Tapis Lampung Sebagai Upaya Memperkuat Identitas Bangsa. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*. 02 (01) : 30.
- Ismail, Iriani. (2011). *Koperasi dan Usaha Mikro-Kecil-Menengah*. Malang : Lembaga Penelitian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Kharis. (2014). Loyalitas Pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi penalty. *Jutnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Kherustika, Zuraida, Wahyuningsih, E., dan Laksito, O. (1993). *Album Pakaian Pengantin Tradisional Lampung Saibatin*, Bandar Lampung: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Kantor Wilayah Provinsi Lampung Bagian Proyek Pembinaan Permuseuman Lampung.

- Laporan Data Statistik Kependudukan. (2023). Desa Kalirejo, Kec. Negeri Katon, Kab. Pesawaran.
- Lawang, Robert M. Z. (2005). *Kapital Sosial: Dalam Perspektif Sosiologik Suatu Pengantar*. Jakarta : FISIP UI Press.
- Miles, Matthew, B., dan Michael Huberman. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. Terjemahan Tjetjep Rohidi, UI-Press*.
- Mitchell, J.C. (1969). *The Concept and Use of Social Network* , In: Mitchell, J.C.(Ed.) : *Social Networks in Urban Situation. Analysis of Personal Relationship in Central Africa Towns*. Manchester: The University Press.
- Pemerintah Kabupaten Pesawaran. (2021). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Pesawaran Tahun 2021*. Lampung : Pemerintah Kabupaten Pesawaran.
- Pratiwi, A. (2023). Fungsi Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Industri Tahu Di Era Ekonomi Digital (Studi Kasus Di Dusun Sidorahayu Desa Sidomulyo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah). *Skripsi*. Lampung : Universitas Lampung.
- Purwanto, A. (2013). Peran Jaringan Sosial Dalam Klaster Industri. *Jurnal Ilmu Administrasi*. 09 (03) : 5.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 05 (02) : 14.
- Putra, J. J. W. (2010). Jaringan sosial pengusaha tempe Dalam kelangsungan usaha di Debegan. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.
- Putri, Z. E. (2018). Pemanfaatan Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Usaha Oleh Pelaku UMKM (Studi Kasus: 8 Pelaku UMKM pada Sentra Makanan Rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh). *JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 2(1), 1-16.
- Santoso, M. B. (2017). Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil Di Desa Sukamaju Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. 01 (03) : 12.
- Setiyani, A., Yuliyanti, T., & Rahmadanik, D. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425-433.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. (2006). Pemberdayaan UMKM sebagai salah satu Cara Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. 03 (01) : 8.
- Utami, D. P., Dwi Melliani., Fermim Nimam Maolana., Fitriana Marliyanti., dan Asep Hidayat. (2021). Iklim Organisasi Kelurahan dalam Perspektif Ekologi. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 01 (12) : 2735-2742.
- Undang-Undang Republik Indonesia. Nomor 20 Tahun 2008. Pasal 1. Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Undang-Undang Republik Indonesia. Nomor 20 Tahun 2008. Pasal 6. Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Wijaya, M. (2007). *Sosiologi Ekonomi*. Surakarta: Lindu Pustaka.

Yuliyati, Z. (2017). Jaringan Sosial Pengusaha Home Industry Batik Tulis Dalam Mengembangkan Usaha (Studi Kasus Batik Sapuan Di Desa Tunjungsari, Kecamatan Siwalan, Kabupaten Pekalongan). *Skripsi*. Universitas Negri Semarang.