



## JARINGAN SOSIAL UMKM MPOK SINAH KLAMBEN DI KELURAHAN MANGKUBUMEN SURAKARTA DALAM PERSPEKTIF TEORI JARINGAN SOSIAL MARK GRANOVETTER

Muhammad Faiz Al Ayyubi<sup>1</sup>, Danang Purwanto<sup>2</sup>

Pendidikan Sosiologi Antropologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

Email: [faiz\\_alayyubi03@student.uns.ac.id](mailto:faiz_alayyubi03@student.uns.ac.id)<sup>1</sup>, [mdpur@staff.uns.ac.id](mailto:mdpur@staff.uns.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

Surakarta is one of the most popular tourist destinations in Indonesia, especially because of its culinary specialities such as gudeg ceker, tengkleng kambing and nasi liwet, which are mostly managed by MSMEs engaged in the culinary field. This study aims to identify the formation of social networks and analyse the embeddedness between Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and consumers in supporting business sustainability in the Mpok Sinah Klamben community, Mangkubumen Village, Surakarta. The purpose of this study is to identify the formation of social networks and analyse the embeddedness between MSME actors and consumers in business continuity. The research method used is a qualitative approach with a case study, data collected through observation and interviews from eight informants selected by purposive sampling. The results showed that social networks are formed through five main stages: initiation, participation, strengthening between actors, expansion, and institutionalisation. Intensive interaction between MSME actors, relational embeddedness with consumers, and the role of managers as facilitators strengthen business sustainability in the area. This research analyses social networks using Mark Granovetter's theory, especially on aspects of network norms and density, strength of weak ties, structural holes, and embeddedness. The theoretical contribution of this research lies in strengthening the understanding of the importance of social embeddedness in local community-based microeconomic networks. Practically, the findings can serve as a reference for managers and local governments in designing strategies to strengthen community-based MSMEs through social network optimisation.

**Keywords:** MSMEs, Social Network, Social Embeddedness

### Abstrak

Surakarta menjadi salah satu tujuan wisata populer di Indonesia, terutama karena kuliner khas seperti gudeg ceker, tengkleng kambing dan nasi liwet yang Sebagian besar dikelola oleh UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi terbentuknya jaringan sosial serta menganalisis keterlekatan antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan konsumen dalam mendukung keberlangsungan usaha di komunitas Mpok Sinah Klamben, Kelurahan Mangkubumen, Surakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi terbentuknya jaringan sosial serta menganalisis keterlekatan antara pelaku UMKM dan konsumen dalam keberlangsungan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dari delapan informan yang dipilih secara purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial terbentuk melalui lima tahap utama: inisiasi, partisipasi, penguatan antar aktor, ekspansi, dan institusionalisasi. Interaksi intensif antar pelaku UMKM, keterlekatan relasional dengan konsumen, serta peran pengelola sebagai fasilitator memperkuat keberlangsungan usaha di kawasan tersebut. Penelitian ini menganalisis jaringan sosial dengan menggunakan teori Mark Granovetter, terutama pada aspek norma dan kepadatan jaringan, strength of weak ties, lubang struktur, dan keterlekatan. Kontribusi teoritis dari penelitian ini terletak pada penguatan pemahaman mengenai pentingnya keterlekatan sosial dalam jaringan ekonomi mikro berbasis komunitas lokal. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengelola dan pemerintah daerah dalam merancang strategi penguatan UMKM berbasis komunitas melalui optimalisasi jaringan sosial.

**Kata Kunci:** UMKM, Jaringan Sosial, Keterlekatan Sosial

## PENDAHULUAN

Kota Surakarta dikenal sebagai destinasi wisata kuliner yang menarik, dengan beragam makanan khas yang dimilikinya, seperti gudeg ceke, tengkleng kambing, nasi liwet, timlo solo dan sate kere, makanan tersebut menjadi daya tarik bagi para wisatawan (Pradipta 2021). Hingga 2023 lalu, BPS mencatat sebanyak 9.809 pengunjung yang berwisata dan menikmati kuliner di Surakarta (BPS Kota Surakarta 2023). Keunikan yang dimiliki oleh kuliner Kota Surakarta juga terlihat dari cara penyajiannya yang sederhana, namun berkesan, selain itu harga yang ditawarkan juga relative terjangkau. Tidak heran, jika Kota Surakarta menjadi salah satu tempat yang dikunjungi oleh para wisatawan.

Di Surakarta kuliner-kuliner tersebut dikelola dalam sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa dikenal dengan UMKM. Menurut Undang-undang nomor 20 tahun 2008, mendefinisikan UMKM sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu. Sementara itu, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 66 juta di tahun 2023 dan berkontribusi sebanyak 61% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB), dan mampu menyerap 117 juta pekerja (Kadin id, 2023). Sedangkan di Surakarta jumlah UMKM tercatat sebanyak 11.157 unit, yang tersebar di kecamatan Serengan, Jebres, Banjarsari, Laweyan dan Pasar Kliwon (Surakarta.go.id 2023).

Kota Surakarta juga memiliki tempat untuk UMKM menawarkan makanan atau jajanan tradisional, seperti Gladag Lagen Bogan (GALABO) yang merupakan salah satu tempat bagi para UMKM untuk menawarkan makanan tradisional dan khas dari Kota Surakarta (Setda Surakarta, 2023). Selain GALABO terdapat juga sebuah tempat dari makanan-makanan tradisional yang dinamakan Mpok Sinah Klamben atau Kelompok Seni dan Usaha Kecil Menengah Kelurahan Mangkubumen. Mpok Sinah Klamben terbentuk sebagai solusi atas kurangnya ruang public dan tempat bagi UMKM di Kelurahan Mangkubumen, dengan memanfaatkan bangunan joglo Sasana Krida Warga Mangkubumen sebagai tempat untuk melakukan kegiatan ekonomi. Terletak di lokasi yang strategis di Jl. RM Said, Surakarta, tempat ini menjadi wadah bagi pelaku UMKM dan penggiat seni untuk berkembang.

Saat ini terdapat 13 pelaku UMKM yang menawarkan berbagai kuliner, seperti lontong opor, pecel lele, bakmi jawa, hingga wedangan, dengan harga yang relatif terjangkau mulai dari Rp 5.000 hingga Rp 25.000. Jumlah pengunjung Mpok Sinah Klamben terbilang cukup ramai, berkisar antara 100 hingga 150 orang per hari, terutama pada malam libur. Pengunjung tertarik untuk datang karena dapat menikmati kuliner sekaligus hiburan *live music*. Selain itu, tempat ini juga dapat digunakan masyarakat umum untuk mengadakan kegiatan atau acara secara gratis, dengan syarat dan ketentuan yang tertentu.

Jaringan dibaratkan sebagai sebuah jaring, jaring akan semakin kuat jika ikatan antar simpul banyak atau kompleks, sehingga mampu mencapai tujuannya dengan cara bekerja sama dengan berdasarkan hubungan sosial yang sudah terjalin (Damsar, 2009: p 157).

Sebuah Jaringan Sosial juga bisa dimaknai sebagai adanya suatu ikatan antar simpul dari setiap orang atau kelompok sosial yang diikat dengan sebuah kepercayaan (Damsar & Indrayani, 2011: p 157). Jaringan Sosial pada tingkatan individu dapat dimaknai sebagai rangkaian hubungan yang khas antara dengan sifat-sifat yang berbeda. Konsep ini mencakup berbagai bentuk interaksi, baik itu hubungan interpersonal, hubungan antara individu dan kelompok, maupun antar kelompok yang saling terhubung. Hubungan sosial ketika berada didalam sebuah Jaringan Sosial merupakan hasil dari adanya interaksi sosial yang dilakukan secara intens dan bersifat berkelanjutan dan juga terikat, maka dapat menimbulkan sebuah harapan (Bahtiar 2023).

Teori jaringan sosial dari Mark Granovetter dijadikan sebagai kerangka teori yang digunakan untuk menganalisis mengenai jaringan sosial UMKM di Mpok Sinah Klamben. Teori jaringan sosial dari Mark Granovetter memfokuskan pada empat point utamanya, yaitu norma dan kepadatan jaringan, *strength of weak ties*, lubang struktur dan keterlekatan. Teori ini menjadi kerangka analisis bahwa dengan empat point utama tersebut, dapat memiliki peran untuk mengakses sumber daya dan juga memperluas jangkauan pasar dari pelaku UMKM.

Saat ini, banyak kebanyakan dari pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam membangun jaringan sosial yang kuat. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman mengenai pentingnya jaringan sosial dan keterlekatan sosial dalam memperluas akses pasar dan memberikan akses ke dalam sumber daya. Mark Granovetter mengatakan bahwa jaringan sosial ini menjadi modal utama pada sektor perekonomian (Damsar, 2009). Jaringan sosial terbentuk karena adanya interaksi dan keterlekatan, sehingga jaringan sosial dapat membantu pelaku UMKM mendapatkan informasi ataupun mengakses sumber daya untuk dimanfaatkan. Namun, pada kenyataannya para pelaku UMKM di Mpok Sinah Klamben belum memahami pentingnya sebuah jaringan sosial dan bagaimana keterlekatan yang terjadi antar aktor dapat membantu perkembangan UMKM.

Pada penelitian terdahulu menjelaskan bahwa dengan adanya jaringan sosial yang terbentuk dalam lingkup pedagang sembako, dapat membangun rasa kekeluargaan dan kepercayaan yang tinggi, tidak hanya itu, jaringan sosial juga dapat menjembatani para pedagang sembako dengan para konsumen (Wahyuni, Bukhari, and Nusuary 2023). Tidak hanya itu, pada penelitian lainnya menjelaskan bahwa dengan adanya jaringan sosial, pelaku usaha batik dapat mengembangkan usahanya dan dapat mempertahankan usaha mereka (Munawaroh and Syarifudin 2024). Selain itu, penelitian oleh Zeni Eka Putri yang menjelaskan tentang pentingnya jaringan sosial dalam mendukung pelaku UMKM di sentra makanan rendang dan

menunjukkan bagaimana kolaborasi dapat meningkatkan produksi dan akses pasar (Putri 2018). Pada penelitian lainnya, menjelaskan bahwa jaringan sosial memiliki peran dalam perluasan akses pasar, penguatan modal dan sumber daya UMKM dan juga jaringan sosial dapat mendorong inovasi bagi pelaku UMKM melalui kolaborasi dengan berbagai pihak (Nurwidia, Sari, and Astuti 2025). Meskipun keempat penelitian sebelumnya sudah membahas peran jaringan sosial dalam mendukung pengembangan UMKM, Sebagian besar dari penelitian tersebut lebih berfokus terhadap hubungan antar pelaku usaha, maupun interaksi dengan lembaga pendukung. Penelitian mengenai terbentuknya jaringan sosial dan keterlekatan antara pelaku UMKM dalam jaringan sosial, serta implikasi terhadap keberlangsungan usaha, masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk kekosongan tersebut dengan mengidentifikasi proses terbentuknya jaringan sosial dan keterlekatan antara pelaku UMKM dalam jaringan sosial dalam mendukung keberlangsungan usaha. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pemahaman akademik mengenai pentingnya sebuah jaringan sosial dan keterlekatan yang terjalin antara pelaku UMKM dan konsumen dapat mempengaruhi keberlangsungan dari UMKM yang ada di Mpok Sinah Klamben.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi proses terbentuknya jaringan sosial dengan bentuk dinamikanya dan mengetahui bagaimana keterlekatan antara pelaku UMKM dan Kosumen dalam konteks jaringan sosial pada UMKM di Mpok Sinah Klamben. Untuk analisis lebih dalam, kajian ini menggunakan teori jaringan sosial dari Mark Granovetter dengan empat point utamanya.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan holistik (Sugiyono 2010). Lokasi penelitian di Sasana Krida Warga Mangkubumen, Kelurahan Mangkubumen. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui observasi dan wawancara (Sugiyono 2013). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan delapan informan yang dipilih secara purposive. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria tertentu, seperti : pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha di wilayah penelitian, konsumen yang memiliki hubungan transaksi rutin dengan pelaku UMKM, pihak pengelola yang memahami dinamika sosial dan ekonomi pelaku UMKM, serta pihak pemerintah kelurahan yang memiliki peran dalam pembinaan UMKM. Jumlah delapan informan dianggap sudah mencukupi informasi yang diperlukan. Sementara itu, data sekunder berasal dari literatur, dokumen, dan statistik yang mendukung hasil penelitian (Sugiyono 2013). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria

tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2010). Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan observasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data dalam bentuk naratif, serta penarikan kesimpulan berdasarkan data yang valid (Sugiyono, 2010).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Terbentuknya Jaringan Sosial UMKM di Mpok Sinah Klamben**

Jaringan sosial ini tidak terbentuk secara tiba-tiba, melainkan melalui unsur-unsur yang membentuknya. Unsur-unsur yang membentuk jaringan sosial terdiri dari beberapa aspek utama yang saling berkaitan. Pertama, terdapat aktor sosial atau individu yang menjadi bagian dari jaringan tersebut. Individu atau aktor sosial bisa berupa perorangan, kelompok, organisasi ataupun institusi yang berkaitan. Contohnya dalam dunia bisnis, perusahaan-perusahaan membangun hubungan dengan mitra kerja atau perusahaan lainnya dan juga para konsumennya untuk mempertahankan hubungan ekonominya (Granovetter 1973). Kedua, terdapat interaksi sosial yang melibatkan komunikasi, pertukaran informasi dan kerjasama dalam berbagai bentuk. Interaksi yang terjadi dapat secara langsung dalam sebuah pertemuan, maupun melalui media komunikasi seperti media masa atau sejenisnya. Contohnya, seperti para akademisi yang memberikan program pelatihan kepada para pelaku usaha. Ketiga terdapat norma dan nilai sosial, norma merupakan ide bersama tentang cara yang tepat untuk bertindak dan berperilaku (Granovetter,2005).

Di Mpok Sinah Klamben ini, jaringan sosial yang terbentuk melibatkan beberapa aktor yang penting. Pertama, pihak Kelurahan Mangkubumen sebagai penginisiasi dari terbentuknya Mpok Sinah Klamben, kedua, para warga yang tidak memiliki tempat untuk melakukan usaha ataupun warga biasa yang belum memiliki usaha apapun yang kemudian diajak bergabung kedalam Mpok Sinah Klamben, dan ketiga, ada keterlibatan dari pihak-pihak yang membantu dan mengembangkan Mpok Sinah Klamben ini.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa tahapan yang menunjukkan bagaimana jaringan sosial ini tumbuh dan berkembang di Mpok Sinah Klamben, diantaranya :

#### **a. Tahap Inisiasi**

Tahap ini dimulai dengan adanya inisiatif dari lurah Mangkubumen yang pada saat itu Beni Supartono yang menjabat, berangkat dari permasalahan klasik yang ada di perkotaan, seperti kurangnya ruang publik dan tempat usaha bagi para warga. Solusi yang kemudian ditawarkan yaitu dengan memanfaatkan bangunan joglo milik kelurahan Mangkubumen yang dapat digunakan sebagai tempat kegiatan ekonomi dan budaya. Dalam konteks inisiasi ini, pihak kelurahan bertindak sebagai aktor utama terbentuknya jaringan sosial awal.

b. Tahap Partisipasi

Setelah bangunan joglo menjadi solusi dari kurangnya ruang publik dan kegiatan ekonomi warga. Tahap selanjutnya yaitu mengajak para warga untuk berjualan, dan para penggiat seni, hingga warga yang sudah memiliki usaha diajak bergabung secara sukarela dan berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi maupun kesenian. Dalam tahap ini terbentuk sebuah jaringan sosial horizontal di antara sesama pelaku UMKM dan jaringan sosial vertikal antara masyarakat dan pihak kelurahan Mangkubumen.

c. Tahap Penguatan Antar Aktor

Ketika UMKM di Mpok Sinah Klamben telah beroperasi secara rutin, maka proses penguatan hubungan antar aktor pun mulai terbentuk secara lebih intensif. Pada tahap awal, pelaku usaha saling mengenal melalui interaksi yang sederhana, seperti percakapan santai, berbagi informasi dan saling mengamati. Seiring berjalannya waktu, interaksi tersebut berkembang menjadi bentuk komunikasi yang lebih terstruktur, dimana hubungan sosial yang semula bersifat individual mulai bergerak menuju pola kolektif.

d. Tahap Ekspansi Jaringan Sosial

Pada tahap ini, pembentukan jaringan sosial, ekspansi jaringan sosial ini menjadi aspek penting yang menandai dinamika awal dari suatu relasi sosial yang terstruktur. Perluasan jaringan sosial ini terjadi ketika individu atau kelompok mulai menjalin interaksi dengan pihak-pihak di luar lingkup sosial terdekat, seperti keluarga atau tetangga, menuju hubungan yang lebih luas dan beragam. Dalam konteks pelaku UMKM di Mpok Sinah Klamben, terlihat dari upaya membangun koneksi dengan berbagai aktor, seperti pelanggan tetap, pemasok bahan baku, pelaku usaha yang sejenis. Melalui interaksi yang meningkat, pelaku usaha tidak hanya memperkuat posisi ekonominya, tetapi juga memperluas pengaruh sosialnya.

e. Tahap Institusionalisasi

Tahap ini ditandai dengan penguatan norma, pembentukan sistem pengelola dan penetapan sistem yang mengatur hak dan kewajiban para pelaku UMKM. Aturan tersebut seperti, tidak ada biaya yang dipungut untuk penyewaan bangunan joglo, tetapi penyewa wajib menggunakan jasa dari UMKM setempat agar roda perekonomian bisa tetap berjalan. Dengan demikian, proses terbentuknya jaringan sosial di Mpok Sinah Klamben mencerminkan dinamika sosial yang dipengaruhi oleh konteks lokal, seperti kebijakan pihak kelurahan dan daya adaptif dari para pelaku usaha.

## **2. Dinamika Jaringan Sosial UMKM di Mpok Sinah Klamben**

Dinamika jaringan sosial merujuk pada perubahan dan perkembangan hubungan antar individu atau kelompok dalam suatu sistem sosial dari waktu ke waktu. Dalam konteks sosiologi, jaringan sosial dipahami sebagai struktur hubungan yang terjalin antara aktor-

aktor sosial (individu, kelompok, institusi) yang saling terhubung melalui berbagai bentuk interaksi, seperti pertukaran informasi, dukungan emosional, hingga kolaborasi ekonomi. Dinamika ini mencerminkan sejauh mana suatu jaringan dapat berubah dalam hal komposisi, intensitas hubungan, hingga fungsi-fungsi sosial yang dijalankan. Selain itu, dinamika jaringan sosial juga menggambarkan proses negosiasi dan adaptasi yang terus-menerus antar aktor dalam menjawab tantangan internal maupun eksternal. Dinamika jaringan sosial UMKM di Mpok Sinah Klamben dapat terlihat dari beberapa hal, yaitu :

a. Interaksi Antar Pelaku UMKM

Interaksi antar aktor dalam jaringan sosial merujuk pada hubungan timbal balik antara individu dengan individu, kelompok maupun institusi yang terhubung dalam suatu struktur sosial. Interaksi ini merupakan elemen dasar dari jaringan sosial yang mengarah pada pertukaran informasi, dukungan, sumber daya serta pengaruh antar aktor. Bentuk interaksi ini dapat bersifat informal, seperti komunikasi sehari-hari dan berbagi pengalaman, maupun bersifat formal seperti kerjasama usaha ataupun partisipasi lain dalam suatu kegiatan. Dalam jaringan sosial, intensitas dan frekuensi interaksi menentukan kekuatan ikatan antar aktor. Ikatan yang kuat cenderung membententuk kohesi sosial yang tinggi, sementara ikatan lemah justru membuka akses terhadap informasi baru yang berasal dari luar jaringan (Granovetter 1973). Interaksi yang intensif dapat berkontribusi terhadap terbentuknya modal sosial yang mendukung kerjasama kolektif melalui norma dan kepercayaan (Coleman 1988).

*“ ...Ya mas, kalo disini hubungan sesama pedagangnya baik-baik semua, udah kaya keluarga sendiri mas” (Wawancara, 30/01/25)*

*“Ya kalo misalkan disana gaada pembeli, ya kita yang beli mas, saling pengertian aja si mas” (Wawancara, 23/01/25)*

Dari hasil wawancara tersebut dapat terlihat bahwa interaksi yang terjadi antar pelaku UMKM berjalan sangat harmonis. Mereka saling mendukung, baik dalam hal pembelian produk satu sama lain maupun menjaga kebersihan dan keamanan lingkungan usaha mereka. Selain itu antar pelaku UMKM juga berbagi informasi mengenai bahan baku dengan harga terbaik. Hubungan sosial yang kuat ini dapat menjadi kunci keberlangsungan bisnis mereka dan menciptakan ekosistem usaha yang harmonis serta saling menguntungkan.

b. Keterlekatan antara pelaku UMKM dan Konsumen

Keterlekatan antara pelaku UMKM dan konsumen dalam jaringan sosial merujuk pada hubungan emosional dan fungsional yang terjalin melalui interaksi berulang, kepercayaan, dan saling ketergantungan. Dalam jaringan sosial, keterlekatan ini memainkan peran penting dalam membangun loyalitas konsumen serta memperkuat

stabilitas ekonomi pelaku UMKM. Hubungan yang kuat antara pelaku UMKM dan

konsumen terbentuk tidak hanya berdasarkan transaksi ekonomi, tetapi juga melalui interaksi sosial yang memperkuat rasa saling percaya dan solidaritas. Dalam konteks UMKM di Mpok Sinah Klamben, keterlekatan ini terwujud melalui pelayanan yang personal, penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan komunikasi yang baik antara pelaku UMKM dan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu konsumen.

*“Karena kan saya kalo ngeliat makanan yang baru dan saya belum tau gitu saya nanya, dan dijelain gitu mas. Nah, mungkin dari situ kali ya mas ada hubungan sosialnya. Dengan gitu juga jadinya saya bisa jadi langganan mas ke beberapa diantara penjual disini.”* (Wawancara, 30/01/25)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, konsumen merasa dihargai dan pelaku UMKM juga sangat informatif kepada konsumen yang bertanya suatu produk yang belum diketahuinya. Dengan hal ini dapat mendorong adanya keterlekatan yang pada akhirnya dapat mendorong loyalitas pelanggan, serta dapat meningkatkan promosi dari konsumen yang merekomendasikan tempat ini kepada teman atau keluarganya.

c. Interaksi antara pihak pengelola dan Pelaku UMKM

Interaksi antara pihak pengelola dan pelaku UMKM di Mpok Sinah Klamben memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan dan perkembangan usaha. Berdasarkan hasil wawancara, pihak pengelola berfungsi sebagai fasilitator dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku UMKM. Mereka tidak hanya mengatur kerjasama yang diterapkan tetapi juga menjalin komunikasi yang aktif dengan pelaku UMKM guna memahami tantangan yang dihadapi. Selain itu, komunikasi antara pengelola dan pelaku UMKM dilakukan secara rutin, baik melalui pertemuan formal maupun interaksi sehari-hari di lokasi usaha.

*“Pernah sesekali penjualnya agak kaku kepada pengunjung maka itu kita evaluasi agar gimana caranya bisa memberikan kenyamanan kepada para pengunjung.”* (Wawancara, 21/01/25)

Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bagaimana pihak pengelola memberikan evaluasi dan juga saran tentang bagaimana membuat para konsumen yang datang itu bisa nyaman. Tidak hanya itu pihak pengelola juga bertindak sebagai mediator dalam menyelesaikan konflik yang mungkin terjadi antar pelaku usaha. Hal ini juga menunjukkan bahwa pihak pengelola selalu mengamati perilaku penjual dalam berinteraksi dengan konsumen dan memberikan masukan untuk meningkatkan kenyamanan para konsumen.

### 3. Analisis Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter

Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter menjelaskan bagaimana struktur jaringan memengaruhi akses informasi dan peluang ekonomi. Empat prinsip utama dalam teori ini adalah norma dan kepadatan jaringan, *strength of weak ties*, lubang struktur, dan keterlekatan sosial (Granovetter, 2005).

Menurut Mark Granovetter, bahwa jaringan sosial merupakan sebuah modal utama pada sektor perekonomian (Damsar, 2002 : p 34-35). Mark Granovetter juga mengatakan bahwa keterlekatan perilaku ekonomi dalam hubungan sosial bisa dijelaskan melalui jaringan sosial yang terjadi dalam kehidupan ekonomi. Sehubungan dengan hal tersebut, klasifikasi antara berbagai pihak di Mpok Sinah Klamben dapat berjalan dengan maksimal apabila memenuhi empat point utama dalam teori jaringan sosial Mark Granovetter. Empat point tersebut yaitu:

#### a. Norma dan Kepadatan Jaringan

Norma dimaknai sebagai suatu ide bersama tentang tata cara dalam bertindak dan ber perilaku, dengan adanya norma ini, maka masyarakat dapat bertindak lebih jelas dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Aktor dalam menjalankan sebuah Jaringan Sosial, terdapat tata aturan dalam berperilaku. Norma adalah peraturan yang harus diterapkan dan bisa memberikan pengaruh terhadap pelanggaran sosial itu sendiri. Dengan adanya norma aktor tidak bisa semena-mena dalam suatu Jaringan Sosial (Granovetter, 1973). Sedangkan kepadatan jaringan memengaruhi penyebaran informasi dalam suatu kelompok (Granovetter, 1973).

*“...tidak diperbolehkan ada yang jual minuman keras dan orang mabuk”*  
(Wawancara, 21/01/25)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, menunjukkan bahwa dalam lingkup Mpok Sinah Klamben terdapat norma agama dan norma sosial yang berlaku di tempat tersebut. Norma sosial tersebut sebagai aturan atau pedoman yang diterima oleh masyarakat untuk mengatur perilaku sosial (Mardian et al. 2024). Sedangkan, norma agama menunjukkan keyakinan moral yang dipegang oleh mayoritas orang yang ada di wilayah tersebut, dalam lingkup UMKM di Mpok Sinah Klamben, kepatuhan terhadap standar ini dapat memberikan dampak pada keberlangsungan usaha mereka. Seluruh pelaku UMKM di tempat tersebut mengikuti aturan yang ada dalam jaringan sosial, sehingga mereka lebih diterima, saling mendapatkan dukungan dan memberikan kenyamanan kepada konsumen yang berkunjung.

Melalui interkasi yang intens antar aktor yang terlibat di tempat tersebut maka kepadatan jaringan sosial meningkat, norma yang kuat mendorong individu untuk membangun lebih banyak hubungan dalam jaringan, yang menciptakan sinergi yang

baik antara norma dan kepadatan jaringan, yang menghasilkan jaringan sosial yang lebih baik untuk mendukung tindakan ekonomi. Dengan demikian, kedua komponen ini saling memperkuat dan berkontribusi satu sama lain.

b. *Strength of weak ties*

Kekuatan ikatan lemah (*the strength of weak ties*) merupakan konsep penting dalam teori jaringan sosial yang dikemukakan oleh Mark Granovetter. Ikatan lemah mengacu pada hubungan antar individu yang tidak memiliki kedekatan emosional tinggi, jarang berinteraksi, atau berasal dari lingkungan sosial yang berbeda. Granovetter berpendapat bahwa ikatan lemah justru memiliki peran strategis dalam menyebarkan informasi, inovasi, dan peluang sosial lebih cepat dan luas dibandingkan ikatan kuat, yang cenderung terbatas dalam lingkungan sosial yang homogen (Granovetter 1973).

Dalam jaringan sosial, individu yang terhubung melalui ikatan lemah dapat mengakses sumber daya, informasi, dan kesempatan baru yang tidak tersedia dalam kelompok internal mereka. Oleh karena itu, kehadiran ikatan lemah memperkuat mobilitas sosial dan memperluas jangkauan jaringan sosial secara keseluruhan. Dalam konteks praktis, seperti pada jaringan UMKM, keberadaan ikatan lemah antar pelaku usaha dengan konsumen atau pihak luar berpotensi membuka akses terhadap pasar baru, mempercepat penyebaran informasi produk, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

c. Lubang Struktur

Konsep *lubang struktur* (*structural holes*) secara umum dikenal dari gagasan Ronald S. Burt, namun dapat dikaitkan erat dengan teori *kekuatan ikatan lemah* (*the strength of weak ties*) yang dikembangkan oleh Mark Granovetter. Granovetter menjelaskan bahwa hubungan sosial yang bersifat lemah yaitu hubungan antara individu yang tidak memiliki kedekatan emosional atau tidak sering berinteraksi, justru menjadi saluran penting dalam penyebaran informasi dan inovasi. (Granovetter 1973).

Granovetter menunjukkan bahwa ikatan lemah menghubungkan individu dengan jaringan sosial yang berbeda dari jaringan inti mereka sendiri. Dalam konteks ini, lubang struktur dapat dipahami sebagai celah atau jarak antara dua klaster sosial yang tidak saling terhubung secara langsung. Individu yang berada di posisi penghubung antara dua klaster tersebut memainkan peran strategis sebagai perantara (*broker*), karena mereka dapat menjembatani lubang struktur tersebut dan mengalirkan informasi dari satu kelompok ke kelompok lain.

Lubang struktur terjadi ketika individu atau kelompok yang berbeda tidak memiliki hubungan secara langsung satu dengan yang lainnya, tetapi dapat dihubungkan oleh pihak ketiga yang berfungsi sebagai perantara. lubang struktur memungkinkan individu

menjadi penghubung antar kelompok yang terpisah, sehingga meningkatkan akses terhadap peluang ekonomi (Naila et al., 2024).

Berdasarkan hasil penelitian, lubang struktur ini memiliki peran penting dalam memberikan informasi dan peluang bisnis kepada UMKM di Mpok Sinah Klamben. Pengelola atau pihak tertentu, seperti pemerintah kelurahan Mangkubumen berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pelaku UMKM dengan konsumen dan pihak eskternal yang dapat membantu menjaga keberlangsungan bisnis mereka.

Untuk mengisi celah struktur, pemerintah kelurahan Mangkubumen juga membuat kebijakan dan program yang mendukung jaringan sosial dan ekonomi pelaku UMKM di Mpok Sinah Klamben. Dengan hal ini maka pelaku UMKM dapat menjalin kerjasama dengan pihak eskternal, seperti dengan hotel-hotel yang berada di wilayah Kelurahan Mangkubumen untuk memasarkan produk-produk mereka.

#### d. Keterlekatan

Konsep keterlekatan atau *embeddedness* dalam teori jaringan sosial Mark Granovetter menekankan bahwa aktivitas ekonomi dan perilaku individu tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan terjalin erat dengan konteks sosial disekitarnya (Damsar, 2009 : p 139). Keterlekatan ini mengacu pada sejauh mana hubungan sosial dapat mempengaruhi tindakan ekonomi, seperti kepercayaan, norma dan identitas yang terbentuk melalui interaksi sosial.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa di dalam jaringann sosial pada Mpok Sinah Klamben terdapat konsep keterlekatan. Keterlekatan ini terjadi pada aktor-aktor yang terlibat di Mpok Sinah Klamben, seperti pelaku UMKM, pihak pengelola dan konsumen. Hal ini terlihat bagaimana keterlekatan antara pelaku usaha dan konsumen membentuk pola interaksi yang berulang terhadap keputusan konsumen untuk kembali melakukan transaksi di tempat itu.

#### 4. Keterlekatan Relasional Antara Pelaku UMKM dan Konsumen

Menurut Granovetter, keterlekatan relasional merupakan tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung diantara aktor (Damsar & Indrayani, 2011: p 146). Menurut Granovetter, bentuk keterlekatan relasional adalah tindakan ekonomi dalam hubungan pelanggan antara pembeli dan penjual. Adanya hubungan ini akan menciptakan hubungan interpersonal antara penjual dan pembeli yang mencangkup berbagai aspek kehiduoan mereka, tidak hanya itu, hubungan ini terjadi karena adanya informasi yang asimetri antara penjual dan pembeli(Damsar & Indrayani, 2011 : p 147).

*“ Karena kan saya kalo ngeliat makanan yang baru dan saya belum tau gitu saya nanya, dan dijelain gitu mas. Nah, mungkin dari situ kali ya mas ada hubungan*

*sosialnya. Dengan gitu juga jadinya saya bisa jadi langganan mas ke beberapa diantara penjual disini.” (Wawancara, 30/01/25)*

Dari hasil wawancara tersebut terlihat bagaimana keterlekatan tersebut tercipta karena ada hubungan pelanggan yang tercipta. Konsumen yang belum mengetahui salah satu makanan yang dijual, para penjual dengan sopan menjelaskan produk yang mereka tawarkan, dengan begitu keterlekatan relasional yang terjadi antara pelaku UMKM dan konsumen akan tercipta. Ketika keterlekatan relasional sudah tercipta, hal itu akan mendorong konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM, hingga menjadikan salah satu pelaku UMKM menjadi langganan.

## **5. Pentingnya Jaringan Sosial Bagi Pelaku UMKM**

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, maka jaringan sosial memiliki peran yang penting bagi pelaku UMKM sebagai upaya untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha mereka, berikut adalah pentingnya jaringan sosial bagi pelaku UMKM.

### **a. Mendapatkan Akses Informasi**

Jaringan sosial menjadi hal yang penting untuk memberikan akses informasi bagi pelaku UMKM. Di era digital saat ini, media sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk promosi, tetapi juga sebagai sarana penting untuk membangun hubungan dengan pelanggan ataupun mitra bisnis. Dengan memanfaatkan jaringan sosial, UMKM dapat memperluas jangkauan pasarnya, dapat meningkatkan visibilitas merk, serta mempromosikan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas. Hal ini sangat krusial mengingat keterbatasan sumber daya dan akses pasar yang sering dihadapi oleh UMKM (Larasati et al. 2024).

Selain itu, interaksi yang terjadi melalui media sosial memungkinkan UMKM untuk mendapatkan umpan balik berharga dari pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar (Waskithoaji and Darmawan 2022). Jaringan sosial sudah menjadi alat yang berharga bagi pelaku UMKM dalam mengakses informasi-informasi terkini, terutama mengenai tren industri dan peluang bisnis, tidak hanya itu pelaku UMKM juga dapat memahami perilaku konsumen. Dengan demikian, penggunaan jaringan sosial secara efektif dapat meningkatkan daya saing UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

### **b. Mendapatkan Sumber Daya**

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat membutuhkan jaringan sosial untuk mendapatkan sumber daya yang mereka butuhkan untuk berkembang. Jaringan sosial memungkinkan UMKM berhubungan dengan berbagai pihak, seperti pemasok, pelanggan, dan lembaga pemerintah, yang dapat memberikan dukungan dan

informasi yang berharga. Studi menunjukkan bahwa UMKM yang bergabung dalam jaringan sosial yang kuat memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya, informasi pasar, dan peluang bisnis (Nanda and Arisyanto 2024).

c. Memperluas Jangkauan Pasar

Adanya jaringan sosial, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, baik secara lokal hingga global. UMKM dapat berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi dengan menggunakan konsep pemasaran digital. Tidak hanya itu UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai alat digital marketing. Tidak hanya murah, untuk inisiasi awal tidak memerlukan keahlian khusus. Media sosial dianggap memiliki kemampuan untuk meraih pelanggan secara langsung (Almumtahanah 2024).

Dengan memanfaatkan berbagai kemajuan teknologi dan komunikasi, seperti media sosial, forum bisnis dan platform *e-commerce*, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial tanpa harus terbatas oleh wilayah geografis.

d. Meningkatkan Kolaborasi

Jaringan sosial memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM dengan menciptakan peluang kolaborasi yang saling menguntungkan. Dengan memanfaatkan platform digital yang saat ini sudah tersedia, UMKM dapat menjalin kemitraan yang strategis dengan berbagai macam pelaku usaha, mulai dari yang sejenis, hingga berbeda. Adanya kolaborasi yang dihasilkan dari jaringan sosial, dapat memberi kesempatan bagi UMKM untuk bisa belajar dari mitra yang lebih besar dan berpengalaman, dengan begitu mereka dapat mengadaptasi praktik yang baik dan inovasi terbaru.

Tidak hanya itu, dengan menjalin kemitraan dapat meningkatkan kredibilitas UMKM di mata konsumen dan juga mitra bisnis. Dengan bergabung kedalam jaringan yang lebih besar, maka tidak menutup kemungkinan UMKM tersebut akan mendapatkan dukungan finansial, akses ke teknologi dan pengetahuan yang sebelumnya tidak tersedia bagi mereka, yang akhirnya mereka dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif dan relevan yang sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini.

## **PENUTUP**

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan sosial UMKM di *Mpok Sinah Klamben*, Kelurahan Mangkubumen, Surakarta terbentuk melalui lima tahap: inisiasi, partisipasi, penguatan antar aktor, ekspansi, dan institusionalisasi. Interaksi intensif antar pelaku UMKM, keterlekatan relasional dengan konsumen, serta peran pengelola sebagai fasilitator terbukti memperkuat keberlangsungan usaha. Dengan menggunakan teori jaringan sosial Mark Granovetter, ditemukan bahwa norma sosial, ikatan lemah, lubang struktur, dan keterlekatan menjadi faktor kunci dalam membangun jaringan yang efektif dan adaptif.

Temuan ini mengindikasikan bahwa penguatan jaringan sosial dapat menjadi strategi penting dalam pengembangan UMKM. Bagi pengelola, diperlukan upaya memperkuat kolaborasi dan komunikasi antar pelaku usaha. Sementara itu, pemerintah lokal perlu hadir sebagai penghubung antara UMKM dan sumber daya eksternal, menyediakan ruang usaha yang inklusif, serta merancang kebijakan yang mendukung penguatan jaringan komunitas. Model *Mpok Sinah Klamben* dapat dijadikan rujukan dalam membangun ekosistem UMKM berbasis komunitas yang berkelanjutan.

## **SARAN**

Berdasarkan temuan penelitian, pelaku UMKM di *Mpok Sinah Klamben* disarankan untuk terus memperkuat hubungan sosial antar sesama pelaku usaha maupun dengan konsumen. Kolaborasi, komunikasi terbuka, dan loyalitas pelanggan terbukti menjadi kunci keberlangsungan usaha. Pengelola komunitas juga diharapkan lebih aktif sebagai fasilitator yang menghubungkan UMKM dengan pihak eksternal, termasuk lembaga pelatihan, pemasok, dan pasar potensial.

Pemerintah kelurahan perlu mendukung inisiatif ini dengan menyediakan ruang usaha yang inklusif, memfasilitasi pelatihan jejaring sosial, serta menjalin kemitraan antara UMKM lokal dan sektor formal. Sementara itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan studi ini melalui pendekatan kuantitatif atau komparatif guna memperdalam pemahaman mengenai peran jaringan sosial dalam penguatan ekonomi komunitas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Almuntahanah, Yaumi Jum'ati. 2024. "Peningkatan Produktivitas Umkm Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Produk Sambal Pecel Bu Shofia Desa Ketanireng." *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5(1):810–14.
- Bahtiar, Adi. 2023. "Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner." UIN Walisongo, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Sosiologi.
- Coleman, James S. 1988. "Social Capital in the Creation of Human Capital Institutions : Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure Published by : The University of Chicago Press Stable URL : <https://www.jstor.org/stable/2780243> Social Capital in The." *American Journal of Sociology* 94(1):95–120. doi: 10.1086/228943.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. 1st ed. Jakarta: KENCANA.
- Damsar, and Indrayani. 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. 2nd ed. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Granovetter, Mark. 1973. "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology* 78(6):1360–80.
- Granovetter, Mark. 2005. "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes." *Journal Of Economic Perspectives* 19(1):33–50.
- kadin.id. n.d. "UMKM Indonesia." *Kadin.Id*. Retrieved July 29, 2024 (<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>).
- Larasati, Silvia Ayu, Anandyatiwi Istiqomah, Anggrea Sekar Ramadani, Azulfatun Khoiriyah, and Denny Oktavina Radianto. 2024. "Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha

- Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).” *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 4(2):321–32. doi: 10.55606/cemerlang.v4i2.2867.
- Mardian, Syintya, Syamsir, Engeline Revila Vanessa, Ulya Sabina Putri, and Gading Neylatun Nufus. 2024. “Peran Budaya Dalam Membentuk Norma Dan Nilai Sosial : Sebuah Tinjauan Terhadap Hubungan Sosial Dan Budaya.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 3(11).
- Munawaroh, Aisyatul, and Achmad Syarifudin. 2024. “Jaringan Sosial Pelaku Usaha Batik Di Pasar 17 Agustus Pamekasan.” *Jurnal SeNSosio Unram* 5(2):68–81.
- Nanda, Aditya Surya, and Erwan Arisyanto. 2024. “Analisis Potensi Jaringan UMKM Dalam Mendorong Kolaborasi Ekonomi Era Digital Pada Masyarakat.” *JURNAL ILMIAH RAFLESIA AKUNTANSI* 10(2):619–28. doi: <https://doi.org/10.53494/jira.v10i2.591>.
- Nurwidia, Lusiana, Inayah Rahma Sari, and Dwi Astuti. 2025. “Dampak Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).” *Journal of Business Economics and Management* 01(03):282–86. doi: <https://doi.org/10.62379/jbem.v1i3>.
- Pradipta, Made Prasta Yostisia. 2021. “Potensi Wisata Kuliner Kota Surakarta Dan Strategi Mengembangkan Wisata Kuliner Kota Surakarta.” *Jurnal Pariwisata Indonesia* 17(1):37–47.
- Putri, Zeni Eka. 2018. “Pemanfaatan Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Usaha Oleh.” *Jurnal Sains Dan Humaniora* 2(1):1–16.
- Sugiyono. 2010. *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Sembilan. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kualitatif, R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Surakarta.go.id. 2023. “Perkembangan UMKM Di Kota Solo Dan Dukungan Pemerintah.” *Surakarta.Go.Id*. Retrieved July 29, 2024 (<https://surakarta.go.id/?p=29397>).
- Surakarta, Pemerintah Kota. 2023. “Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata.” *Surakartakota.Bps.Go.Id*. Retrieved January 7, 2025 (<https://surakartakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDU1IzI=/jumlah-pengunjung-daya-tarik-wisata.html>).
- Surakarta, Setda. 2023. “Hadirnya Berbagai Pusat Kuliner Di Kota Solo : Meningkatkan Pariwisata Dan Kesejahteraan UMKM.” *Setda Surakarta*. Retrieved December 15, 2024 ([https://setda.surakarta.go.id/page/detail\\_berita/hadirnya-berbagai-pusat-kuliner-di-kota-solo-meningkatkan-pariwisata-dan-kesejahteraan-umkm](https://setda.surakarta.go.id/page/detail_berita/hadirnya-berbagai-pusat-kuliner-di-kota-solo-meningkatkan-pariwisata-dan-kesejahteraan-umkm)).
- Wahyuni, Sri Ayi, Bukhari Bukhari, and Firdaus Mirza Nusuary. 2023. “Jaringan Pedagang Sembako Di Gampong Simpang Peut Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK* 8(3).
- Waskithoaji, Yogatama, and Baziedy Aditya Darmawan. 2022. “Peran Teknologi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Umkm.” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 1(3):223–37.