

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan unsur yang sangat penting setiap peneliti ataupun penulis membuat karya ilmiah, jurnal, tugas akhir, skripsi, tesis, maupun disertasi. Penelitian terdahulu dijadikan acuan sebagai referensi karena dari adanya penelitian terdahulu ini peneliti bisa mengembangkan tulisannya yang dapat bertanggungjawab.

Berikut ini merupakan matriks hasil dari penelitian terdahulu mengenai “Modal Sosial dan Strategi Bertahan Pelaku Ekonomi UMKM Kampung Konveksi Bulak Timur Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Di Masa New Normal” yang dijadikan acuan referensi dalam skripsi ini, yaitu :

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
Strategi Usaha Konveksi Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Serang	Widya Nur Bhakti Pertiwi dan Lia Uzliawati	Metode Deskriptif Kualitatif	2022	Industri konveksi di Kelurahan Sukawana sudah berdiri sekitar tahun 1990an. Rata-rata para pengusaha

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>konveksi sudah berdiri sejak 6 sampai 10 tahun. Mereka sebagian besar memproduksi seragam sekolah berdasarkan pesanan pelanggan. Sampai saat ini usaha yang dilakukan para pengusaha konveksi tersebut secara konvensional. Karena sudah bergantung pada pesanan pelanggan. Tidak ada satupun</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>konveksi yang memanfaatkan internet dan media sosial. Pandemi Covid – 19 ini tentunya sangat berdampak pada usaha konveksi tersebut, mengingat kebutuhan akan seragam menurun drastis akibat di berlakukannya Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). Walaupun demikian Konveksi Sukawana dapat</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				menjalankan usahanya.
Strategi Bertahan Produsen Bakhtihah Konveksi pada Masa Pandemi COVID-19 di Sentra Industri Konveksi Tingkir Lor Salatiga	Tia Rizkiana	Metode Kualitatif Deskriptif	2021	Strategi bertahan Produsen Bakhtihah melalui beberapa cara yaitu pemasaran online, perbaikan kualitas produk dan layanan, kerjasama antar reseller. berbeda dengan konveksi lainnya yang berada di Tingkir Lor, karena kebanyakan produsen konveksi di Tingkir Lor merupakan ibu-ibu yang tidak

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>mengerti cara penggunaan teknologi digital, peneliti menemukan satu jenis usaha konveksi yang tidak beroperasi lagi yakni “Konveksi &amp; Sablon Mandiri”, hal ini terjadi karena konveksi tersebut tidak memiliki upaya atau strategi pemasaran yang dilakukan di tengah wabah pandemi covid-19. Namun masih ada</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>beberapa konveksi yang bertahan tetapi ada perbedaan dalam hal penjualan produk dengan bakhitah konveksi. Peneliti mewawancarai 6 usaha konveksi yang melakukan pemasaran secara konvensional sebagai perbandingan dengan usaha “Bakhitah” konveksi dalam hal kemampuan beradaptasi</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				ditengah wabah pandemi covid-19
Peran Modal Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Pekerja Migran Wanita (PMW) Purna (Studi Kasus di Desa Majangtengah, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang	Elda Rova Sinaga	Metode Kualitatif Deskriptif	2018	Melambatnya pertumbuhan ekonomi di banyak negara akibat krisis keuangan global mempengaruhi kepastian kerja para Pekerja Migran Indonesia (PMI) Selain pengaruh pertumbuhan ekonomi, terdapat pula pengaduan masalah seperti sakit, PMI ingin dipulangkan, putus hubungan komunikasi

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>dengan keluarga, dan gaji yang sedikit. Hal ini berdampak langsung terhadap pemulangan tenaga kerja maupun penurunan jumlah permintaan tenaga kerja di luar negeri. Usaha home industry yang dimiliki oleh PMW purna, banyak yang dipengaruhi oleh kondisi demografi. Salah satu peran penting demografi adalah ketersediaan konsumen dan</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>tenaga kerja. Rata-rata tenaga kerja yang bekerja di usaha milik PMW purna berasal dari tetangga mereka. Selain itu, konsumen yang datang untuk membeli produk mereka adalah masyarakat di Desa Majangtengah. Selain kondisi demografi, faktor ekonomi juga mempengaruhi usaha home industry milik PMW purna, salah satu nya adalah</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>modal finansial dalam penyediaan input pada usaha. Norma/aturan berperan dalam usaha home industry milik PMW purna. Kegiatan usaha ekonomi profuktif miliki PMW purna memiliki atura-aturan yang harus dilaksanakan oleh karyawan seperti dalam proses pengemasan agar produk rapi dan tidak rusak serta pengiriman produk harus sesuai</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>dengan waktu dan jumlah yang ditentukan oleh agen/sales. Usaha home industry yang dimiliki oleh PMW purna, banyak yang dipengaruhi oleh kondisi demografi. Salah satu peran penting demografi adalah ketersediaan konsumen dan tenaga kerja. Rata-rata tenaga kerja yang bekerja di usaha milik PMW purna berasal dari tetangga mereka.</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>Selain itu, konsumen yang datang untuk membeli produk mereka adalah masyarakat di Desa Majangtengah.</p> <p>Selain kondisi demografi, faktor ekonomi juga mempengaruhi usaha home industry milik PMW purna, salah satunya adalah modal finansial dalam penyediaan input pada usaha.</p> <p>Norma/aturan berperan dalam usaha home</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>industry milik PMW purna. Kegiatan usaha ekonomi profuktif miliki PMW purna memiliki atura-aturan yang harus dilaksanakan oleh karyawan seperti dalam proses pengemasan agar produk rapi dan tidak rusak serta pengiriman produk harus sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditentukan oleh agen/sales.</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
Strategi Bertahan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Busana di Kelurahan Demangan Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan)	Jihan Ellyanti Febriana, Khoirul Rosyadi	Metode Penelitian Kualitatif	2022	dampak yang begitu besar dari pandemi covid-19 bagi para pelaku usaha terkhusus pada usaha toko busana. Dengan jumlah pembeli yang berkurang mengakibatkan penurunan penghasilan atau pendapatan di toko busana tersebut. Untuk tetap mempertahankan usahanya para pelaku usaha memiliki beberapa strategi bertahan pelaku usaha toko

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>busana di Kelurahan Demangan Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan.</p> <p>Strategi bertahan para pelaku usaha dalam menghadapi pandemi covid-19 ialah dengan melakukan manajemen toko yang baik, memasarkan suatu produk yang dijualnya dengan memanfaatkan teknologi seperti melalui media</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p> social atau media online dan juga yang dilakukan oleh semua toko memberikan pelayanan yang terbaik kepada para kosumen atau pembeli, memiliki pekerjaan sampingan, menggunakan uang tabungan untuk mempertahankan usahanya dan kebutuhan hidup. Adanya tindakan dari pemerintah yang memberikan bantuan meskipun </p>



Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>dengan anggaran yang terbatas untuk mempertahankan usahanya. Mendapat bantuan dari pihak keluarga. Dan yang terakhir untuk mempertahankan usahanya dengan menggunakan uang tabungan.</p>
<p>Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM.</p>	<p>Muhammad Nur Salim</p>	<p>Field Research</p>	<p>2020</p>	<p>para pengusaha konveksi di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus untuk menggunakan layanan e-commerce. Motivasi motivasi</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>tersebut antara lain adalah mengikuti trend, mempermudah pemasaran dan transaksi, memperbanyak konsumen, dan faktor efisiensi waktu dan biaya dalam pemasaran. Dalam menggunakan layanan ecommerce, para pengusaha konveksi di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus memiliki strategi tersendiri, antara</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>lain memberikan pelayanan yang baik dan respon yang cepat kepada pembeli, menawarkan harga terbaik dan potongan harga, giat berpromosi kepada rekan dan kenalan, serta menampilkan foto barang dan deskripsi yang jelas agar pelanggan merasa tertarik dan yakin dengan kondisi barang yang ia pesan.</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
Strategi Bertahan Pelaku Bisnis di Masa Pandemi Covid-19: Pelajaran dari Pengusaha Millenial	Andi Ajeng Tenri Lala, Herianto, Nurpasila	Metode Kualitatif Induktif	2021	Covid-19 membuat sektor UMKM menjadi sektor yang paling pertama dan salah satu yang paling rentan terkena dampak dari pembatasan aktivitas manusia dalam bertransaksi ekonomi sehingga para pengusaha menciptakan strategi untuk dapat bertahan. Strategi yang diciptakan adalah melakukan inovasi produk, memperhatikan

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				standar kualitas produk dan layanan serta memanfaatkan teknologi dengan cara melakukan pemasaran online secara optimal
Strategi UMKM Kota Medan Bidang Travel dan Konveksi dalam Mempertahankan Usaha pada Masa Pandemi Corona	Rina Walmiaty Mardi, Indra Siregar	metode penelitian kualitatif dengan menggunakan triangulasi sumber data	2021	Sejak pandemi berlangsung pada bulan Maret 2020, Pemko Medan memberikan komentar bahwa tidak hanya sektor Travel dan Konveksi saja yang mengalami kontraksi namun memang kedua

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>sektor inilah yang mengalami pukulan yang cukup besar. Sehingga strategi khusus yang harus dilakukan oleh UMKM sektor Travel berupa paket perjalanan yang dilengkapi dengan penyuntikan vaksin covid-19 dan Swab PCR. Untuk sektor konveksi strategi yang harus dilakukan adalah mengoptimalkan penjualan secara</p>



Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>online, memberikan diskon pada produk yang dijual serta kemudahan untuk mengganti ukuran jika pelanggan menginginkannya.</p>
<p>Modal Sosial dan Kelangsungan Industri (Studi Kasus Peran Modal Sosial Dalam Kelangsungan Industri Tenun Lurik ATBM Di Desa Tlingsing, Kecamatan Cawas,</p>	<p>Ichwan Pradana Setiaji, Mahendra Wijaya</p>	<p>metode penelitian kualitatif</p>	<p>2021</p>	<p>Peran Modal Sosial didalam Kelangsungan Industri Tenun Lurik ATBM dalam usaha untuk menjaga kelangsungan produksi dan juga kelangsungan sumber daya manusia, peran dari</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
Kabupaten Klaten)				<p>modal sosial bonding yaitu hubungan kekeluargaan yang erat menjadi modal sosial yang menonjol. Adanya nilai-nilai dan norma-norma yang mereka junjung tinggi bersama didalam kehidupan bermasyarakat di lingkungan industri tenun lurik ATBM di Desa Tlingsing juga merupakan suatu unsur modal sosial yang dapat membantu dalam</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>kelangsungan usaha mereka.</p> <p>Nilai nilai seperti nilai kekompakan, kebersamaan, kerukunan yang mereka junjung tinggi bersama didalam kehidupan bermasyarakat maka akan menimbulkan persaingan usaha yang positif, tidak saling menjatuhkan satu sama lain. pakan kunci kesuksesan dari suatu industri.</p> <p>Pengembangan produk</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>(keanekaragaman motif, kemasan yang menarik), promosi untuk menarik konsumen, penetapan harga, pelayanan kepada konsumen dan persaingan, merupakan segala sesuatu aktivitas yang berhubungan dengan kelangsungan pemasaran. Produk yang dipasarkan oleh pengrajin tenun lurik ATBM di Desa Tlingsing disesuaikan</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>dengan permintaan pasar atau disesuaikan apa yang sedang trend saat ini. Biasanya keanekaragaman produk tenun bisa dibedakan di motifnya. Karena berdasarkan penuturan informan kami dari pihak pengrajin bahwa mereka biasa membuat produk tenun berdasarkan motif pesanan dari konsumen atau pelanggannya. Telah banyak</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>tindakan-tindakan yang dilakukan untuk memperluas pemasaran dari produk tenun lurik. Seperti pengrajin biasanya difasilitasi untuk mengikuti pameran-pameran, festival lurik karnival atau dari pihak LSM mendatangkan konsumen langsung ke tempat produksi sehingga dari situ bisa langsung mengetahui pasar atau setidaknya</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				konsumen dapat menyambungkan kepada relasinya.
Modal Sosial Dalam Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi (Studi Pada Sentra Industri Konveksi Dusun Beton, Desa Tritunggal, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan)	Tri Antoro Widhi Atmoko	Metode Penelitian Kualitatif	2021	partisipasi dari jaringan APIK dengan pemerintah, jaringan APIK dengan Bank Jatim, dan jaringan anggota APIK seperti jaringan antar anggota APIK, jaringan dengan konsumen (mitra), jaringan dengan tender (partai), jaringan dengan pemasok (supplier). 2)

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>Aspek Norma yang ada berbentuk tidak tertulis dengan adanya komitmen antara sesama pengrajin agar terjaganya kestabilan harga dan ketetapan pembayaran. 3)</p> <p>Aspek Kepercayaan dapat dilihat dari adanya hubungan yang tercipta dan terjalin karena adanya kepercayaan dalam industri konveksi di Dusun Beton melalui APIK dengan</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>menekankan bagaimana pengrajin bisa saling percaya dengan konsumen (mitra) xviii maupun dengan pemasok (supplier) dalam bentuk menjaga kualitas produk, disiplin waktu, dan memberikan keringanan dalam pembayaran (dibayar diakhir).</p> <p>4) Bentuk modal sosial yang ada dalam APIK pada masyarakat sentra industri konveksi</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>di Dusun Beton, Desa Tritunggal, Kecamatan Babat sebagai mana yang ada pada konsep modal sosial oleh Robert D. Putnam dimana ketiga konsep jaringan, norma, dan kepercayaan menjadi faktor yang berpengaruh pada berkembangnya usaha konveksi serta terjaganya hubungan atau kerjasama agar mencapai tujuan bersama dalam</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>menyejahterakan para pengrajin kearah yang lebih produktif.</p>
<p>Peran Modal Sosial Masyarakat dalam Pengelolaan Potensi Alam Sebagai Strategi Bertahan Hidup di Dusun Limang, Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat</p>	<p>Nopa Laura, Rani Dian Sari, Irfandi Setiawan, Herdiyanti, M.Si</p>	<p>Metode Kualitatif</p>	<p>2018</p>	<p>Bangka belitung merupakan salah satu provinsi yang memiliki sumber daya alam yang melimpah. Selain timah, potensi sumber daya laut, sungai, hutan dan sumber daya lainnya menjadi penunjang perekonomian masyarakat bangka belitung. Salah satu daerah yang memiliki sumber daya alam melimpah adalah Dusun Limang, Desa Pangkal Beras, Kecamatan</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>Kelapa, Kabupaten Bangka Barat, melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari. Penyebab salah satunya adalah infrastruktur yang mereka punya belum layak, sehingga menjadikan satu diantaranya pendidikan yang rendah. Masalah pendidikan ditunjukkan dengan anak-anak yang putus sekolah, bahkan yang tidak lulus di tingkat pendidikan sekolah dasar. Bahkan sangat sulit ditemukan anakanak yang lulus pendidikan di</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>jenjang pendidikan SMP dan SMA.</p> <p>Alasan masyarakat setempat, itu dikarenakan infrastruktur yang kurang layak, sehingga masih menjadi penghalang besar bagi anak-anak mereka untuk sekolah. Mulai jauhnya jarak ke sekolah dari tempat tinggal mereka, jalan yang rusak, dan jembatan yang mengancam keselamatan anak-anak mereka. Selain itu, kondisi perekonomian masyarakat setempat, juga menjadi persoalan bagi mereka untuk</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>mengenyam pendidikan.</p> <p>Sumber Daya Alam yang dimiliki oleh masyarakat beragam dan melimpah, mulai dari keping bakau, udang, ikan, dan lainlain. Namun, potensi alam hanya dimanfaatkan untuk melangsungkan kehidupan masyarakat sehari-sehari, tidak hanya itu saja potensi alam yang dimiliki dijual dengan harga murah demi bertahan hidup. Kondisi demikian terjadi karena masyarakat beralasan, sulit untuk melakukan</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>pemasaran keluar dari Dusun Limang, karena keterbatasan kemampuan dan fasilitas yang ada. Banyak yang berdagang, tetapi dengan harga yang murah, hanya setengah harga dari desa atau daerah nelayan lainnya, atau sama sekali hanya dihabiskan untuk kebutuhan sehari-hari. Sebenarnya, daerah Dusun Limang merupakan salah satu asset kemajuan daerah Bangka Barat, jika SDA yang mereka punya dikembangkan sebagai tempat</p>

Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Tahun	Hasil Pembahasan
				<p>pembudidaya sektor perikanan. Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai peran modal sosial masyarakat dalam pengelolaan potensi alam sebagai strategi bertahan hidup di Dusun Limang, Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka.</p>

Berdasarkan tabel 2.1, dapat dilihat bahwa penelitian terdahulu mengacu pada tema yang sama dengan penelitian yang sedang diteliti mengacu kepada penelitian yang membahas tentang strategi bertahan di pandemi dan new normal, modal sosial dan juga pelaku umkm konveksi. Langkah selanjutnya yang akan dipaparkan adalah bentuk narasi dari penelitian terdahulu untuk dapat melihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dengan penelitian yang sedang diteliti sebagai berikut:

1. Penelitian yang berjudul “Strategi Usaha Konveksi Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Serang” yang dilakukan oleh Widya Nur Bhakti Pertiwi, Lia Uzliawati (2022) penelitian ini memakai metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif melalui analisis SWOT, penelitian ini memiliki persamaan penelitian yaitu bahwa para pelaku usaha konveksi ini melakukan upaya di tengah pandemi covid-19 dan new normal ini untuk mengembangkan variasi produk-produk baru agar dapat menjangah konsumen yang lebih luas lagi dan juga mulai melakukan manajemen usaha yang lebih profesional dari segi produksi, sumber daya manusia, keuangan, maupun pemasaran. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu penelitian terdahulu tidak melakukan inovasi-inovasi penjualan dengan cara berjualan online di platform digital e-commerce seperti di shopee, lazada, instagram dll, sedangkan penelitian yang sedang di kaji saat ini melakukan inovasi-inovasi penjualan secara online.

2. Penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan Produsen Bakhitah Konveksi pada Masa Pandemi COVID-19 di Sentra Industri Konveksi Tingkir Lor Salatiga” yang dilakukan oleh Tia Riskiana (2021) penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif deskriptif, persamaan dari penelitian ini yaitu konveksi yang ada di Tingkir Lor Salatiga juga memakai teknologi berjualan online untuk mengatasi permasalahan di masa covid-19 dan new normal agar tetap berkembang dan menjaga eksistensinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu tidak adanya promosi dari pihak corporate/media online ternama seperti yang ada di konveksi bulak timur yang di promosikan oleh media seperti CNN melalui platform youtube, dan facebook hal ini tentu sangat berguna untuk promosi

agar para konsumen mengetahui tentang keberadaannya kampung wisata belanja konveksi bulak timur.

3. Jurnal penelitian yang berjudul “Peran Modal Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Pekerja Migran Wanita (PMW) Purna (Studi Kasus di Desa Majangtengah, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang) yang dilakukan oleh Elda Rova Sinaga (2018) persamaannya yaitu penelitian ini menggunakan teori yang sama yaitu teori modal sosial michael wolcook yang mempunyai tiga tipe yaitu linking, bounding, bridging. Dari ketiga teori tersebut dapat di implementasikan kedalam hasil pembahasan penelitian. Perbedaannya yaitu tidak adanya pemberdayaan yang diberikan oleh pemerintah kota setempat dan lembaga desa yang kurang memfasilitasi dalam sebuah data administrasi yang dapat mengatur PMW Purna.

4. Pada penelitian kali ini yang berjudul “Strategi Bertahan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Busana di Kelurahan Demangan Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan)” Oleh Jihan Ellyanti Febriana dan Khoirul Rosyadi (2022) yaitu mempunyai persamaan yaitu pada penelitian kali ini menggunakan strategi bertahan sebagai salah satu upaya yang dilakukan para pelaku usaha terkhusus usaha busana dengan memasarkan produk mereka menggunakan pemanfaatan platform penjualan digital. Perbedaan pada penelitian ini tidak adanya kerkaitan antar pelaku usaha dari mulai trust, jaringan, dan lain sebagainya berebda dengan para pelaku ekonomi konveksi di bulak timur yang menggunakan kepercayaan (trust) untuk kembali meningkatkan daya saing mereka di masa sekarang.

5. penelitian yang berjudul “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM” oleh Muhammad Nur Salim (2020) memiliki persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang penulis kaji yaitu dengan memanfaatkan platform e-commerce sebagai salah satu strateg untuk meningkatkan daya saing yang dilakukan guna meningkatkan penjualannya, perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada tidak adanya peran pemerintah kota dalam mengupayakan sautu ikatan kepada para pengusaha konveksi di kecamatan gebog kabupaten kodus.

6. Jurnal penelitian ini berjudul “Strategi Bertahan Pelaku Bisnis di Masa Pandemi Covid-19: Pelajaran dari Pengusaha Millennial Covid-19” oleh Andi Ajeng, Tenri Lala, Herianto nurpasila (2021) memiliki persamaan yaitu dengan melakukan inovasi produk, memperhatikan standar kualitas produk dan layanan serta memanfaatkan teknologi dengan cara melakukan pemasaran online secara optimal, perbedaannya yaitu tidak adanya kerjasama antar para pelaku usaha konveksi yang berguna untuk mengikat satu sama lainnya dalam hal kemasayarakatan dengan melakukan sharing bahan baku, bahan produksi, dan metode penjualan lain yang dilakukan.

7. Pada jurnal penelitian kali ini yang berjudul “Strategi UMKM Kota Medan Bidang Trevel dan Konveksi dalam Mempertahankan Usaha pada Masa Pandemi Corona” oleh Rina Walmiaty Mardi, Indra Siregar (2021) ini memiliki persamaan yaitu dengan mengoptimalkan metode penjualan melalui platform digital seperti shopee, lazada yang diharapkan dapat membantu kemudahan untuk mendapatkan

konsumen, perbedaannya yaitu pihak Pemkot Medan yaitu melalui Dinas Koperasi dan UMKM Medan dengan mengadakan Focus Group Discussion yang berfokus pada penanganan di era kenormalan baru dengan mencari solusi bersama kepada para pelaku UMKM di Kota Medan, sedangkan di konveksi bulak timur hanya ada bantuan berupa penyuluhan kesehatan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan dan bukan sebagai sebuah solusi untuk tetap mempertahankan roda perekonomian para pelaku ekonomi konveksi ini.

8. Jurnal penelitian yang berjudul “Modal Sosial dan Kelangsungan Industri (Studi Kasus Peran Modal Sosial Dalam Kelangsungan Industri Tenun Lurik ATBM Di Desa Tlingsing, Kecamatan Cawas, Kabupaten Klaten)” yang dilakukan oleh Ichwan Pradana Setiaji, Mahendra Wijaya (2021) Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu terletak pada peran modal sosial linking, bounding, bridging yang memiliki peran dalam keberlangsungan industri yang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu strategi peningkatan pendapatan. Perbedaannya yaitu tidak adanya kerjasama antar beberapa level yang dilakukan untuk memasarkan keberadaan industri tenun lurik ATBM ini yang dilakukan oleh pihak media digital

9. Jurnal Penelitian yang berjudul “Modal Sosial Dalam Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi (Studi Pada Sentra Industri Konveksi Dusun Beton, Desa Tritunggal, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan) oleh Tri Antoro Widhi Atmoko (2021) memiliki Persamaan penelitian ini yaitu adanya kesalingpercayaan (trust) yang dibangun oleh pihak pemerintah dengan pelaku industri konveksi di dusunbeton melalui APIK dengan menekankan pada nilai saling kepercayaan dengan

konsumen. Perbedaannya terletak pada teori pada penelitian ini menggunakan teori Robert. D. Putnam yang mempunyai tiga unsur jaringan yaitu trust (kepercayaan), network (jaringan), dan norms (nilai). Sedangkan pada penelitian yang sedang di kaji yaitu menggunakan teori Michael Woolcock yang mempunyai tiga tipe yaitu linking, bounding, bridging.

10. Jurnal penelitian yang berjudul “Peran Modal Sosial Masyarakat dalam Pengelolaan Potensi Alam Sebagai Strategi Bertahan Hidup di Dusun Limang, Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat” oleh Nopa Laura, Rani Dian Sari, Irfandi Setiawan, Herdiyanti, M.Si (2018) penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mempunyai persamaan yaitu di teori modal sosial Michael Wolcocck yaitu dengan tiga tipe bounding, bridging, linking karena dengan menggunakan peran modal sosial dengan pemanfaatan sumber daya manusia dan alam. Perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih memfokuskan bagaimana peran modal sosial terhadap strategi bertahan hidup dalam meningkatkan daya saing UMKM konveksi di masa new normal, sedangkan penelitian terdahulu fokusnya lebih ke pemanfaatan sumber daya alam yang merupakan salah satu strategi bertahan hidup.

## **2.2 Kajian Pustaka dan Kerangka Konsep**

### **2.2.1 Pengertian UMKM**

Pada dasarnya UMKM adalah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM lazimnya dilakukan dengan batasan omzet pertahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan.

Sedangkan usaha yang tak masuk UMKM dikategorikan sebagai usaha besar, yakni usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dijelaskan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini<sup>1</sup>. 2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang

---

<sup>1</sup> Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM

melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. 5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili Indonesia.

Namun berdasarkan UU NO 7 TAHUN 2021 terdapat pembaharuan tentang Undang-Undang UMKM yaitu 1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini. 2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau menjadi bagian langsung maupun secara tidak langsung dari usaha menengah, atau usaha besar yang memenuhi sebagaimana dimaksud dalam peraturan pemerintah Indonesia. 3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini<sup>2</sup>.

Terdapat perbedaan kriteria UMKM dari kedua Undang-Undang tersebut, jika pada UU UMKM 2008 kekayaan bersih/modal usaha Mikro maksimal : 50 juta, usaha kecil : 500 juta, dan usaha menengah : 500 juta -10 Miliar tidak termasuk bangunan tempat usaha dan tanah. Sedangkan UU UMKM 2021 kekayaan bersih/modal usaha mikro maksimal: 1 miliar, usaha kecil :5 miliar, usaha

---

<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor Nomor 7 Tahun 2021 tentang UMKM

menengah : 5 miliar-10 miliar<sup>3</sup>.

Peran dari adanya UMKM bagi negara yaitu:

- Mendorong Pemerataan Ekonomi

Dengan adanya UMKM, memberikan kesempatan kepada para pelaku usaha di seluruh Indonesia untuk memperbaiki ekonomi mereka. Usaha dengan modal yang dapat dijangkau oleh sebagian masyarakat Indonesia, membuat usaha ini sangat populer, bahkan di saat pandemi seperti sekarang ini. Bagi Anda yang ingin membuka usaha UMKM.

- Membuka Kesempatan Kerja

Usaha UMKM, juga berperan membuka lapangan kerja. Hal ini sangat berarti bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Dengan demikian, memperbaiki taraf

- Menyumbang Devisa Negara

Di era digital seperti saat ini, pelaku UMKM dengan mudah menjangkau konsumen asing. Hal ini tentunya mendorong kegiatan ekspor yang dapat menyumbang devisa negara.

- Memenuhi Kebutuhan Masyarakat

UMKM tersebar sampai ke pelosok daerah. Keadaan ini memberikan kemudahan bagi masyarakat di pelosok daerah untuk memenuhi kebutuhannya.

Tantangan UMKM dapat bervariasi tergantung pada faktor-faktor tertentu

---

<sup>3</sup> Undang-Undang Tahun 2008 tentang UMKM

seperti negara, sektor industri, dan kondisi ekonomi. Namun, berikut ini adalah beberapa tantangan umum yang sering dihadapi oleh UMKM di banyak negara:

1. Modal Terbatas: Salah satu tantangan utama bagi UMKM adalah keterbatasan modal. UMKM sering kali sulit untuk mendapatkan akses ke sumber daya keuangan yang memadai untuk memulai atau mengembangkan usaha mereka. Ini bisa menjadi hambatan dalam membeli peralatan, mempekerjakan staf, memasarkan produk atau jasa, atau melakukan inovasi.

2. Akses ke Pasar: UMKM sering menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk atau jasa mereka secara produktif dan mencapai pasar yang lebih luas. Mereka mungkin memiliki keterbatasan dalam hal distribusi, promosi, atau akses ke jaringan yang memadai. Persaingan dengan perusahaan besar juga bisa menjadi tantangan, karena UMKM harus mencari celah unik untuk bersaing dengan efektif.

3. Perizinan dan Regulasi: Tantangan regulasi seringkali menjadi beban bagi UMKM. Proses perizinan yang rumit dan birokrasi yang berat dapat menghambat kemampuan UMKM untuk memulai atau menjalankan usaha mereka dengan efisien. Ketidakjelasan atau perubahan regulasi yang sering juga dapat menciptakan ketidakpastian bagi UMKM.

4. Sumber Daya Manusia: UMKM sering menghadapi kesulitan dalam merekrut dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas. Mereka mungkin tidak dapat bersaing dengan perusahaan besar dalam hal upah atau tunjangan lainnya. Selain itu, kurangnya akses terhadap pelatihan dan pengembangan keterampilan juga bisa menjadi tantangan dalam menciptakan tenaga kerja yang terampil dan produktif.

5. Teknologi dan Inovasi: UMKM yang tidak mengadopsi teknologi dan inovasi terbaru mungkin kesulitan bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan lebih maju. Namun, banyak UMKM memiliki keterbatasan sumber daya untuk berinvestasi dalam teknologi baru atau kurangnya pengetahuan tentang manfaatnya. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan bisnis mereka.

6. Perubahan Ekonomi: UMKM juga rentan terhadap perubahan ekonomi yang cepat. Fluktuasi harga bahan baku, perubahan tren konsumen, dan ketidakstabilan ekonomi secara umum dapat berdampak negatif pada usaha mereka. UMKM harus mampu beradaptasi dengan cepat dan mengelola risiko yang terkait dengan perubahan ini.

Untuk mengatasi dari tantangan yang dialami oleh UMKM ini dapat dilakukan dengan cara mencari dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, atau organisasi nirlaba yang menyediakan program pelatihan sumber daya manusia, akses ke modal, mentoring, atau juga layanan konsultasi. Selain itu, dengan terjalinnya hubungan dan memperluas jaringan relasi dengan pelaku bisnis lain langkah ini juga dapat membantu UMKM menghadapi tantangan dan menggali informasi peluang bisnis lebih luas lagi.

Tantangan yang dirasakan para pelaku ekonomi umkm dalam menghadapi Pandemi Covid-19 yaitu:

- Penurunan Pendapatan: Tentunya UMKM banyak mengalami penurunan pendapatan yang begitu signifikan akibat adanya penurunan permintaan, pembatasan mobilitas, penutupan sementara maupun permanen dari bisnis yang mereka

jalankan. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial dan mempertahankan operasional.

- Keterbatasan Modal dan Akses ke Pembiayaan: adanya Pandemi Covid-19 yang menyebabkan ketidakstabilan ekonomi berdampak pada ketersediaan modal dan akses ke pembiayaan. UMKM menghadapi kesulitan dalam mengakses dana tambahan untuk mempertahankan bisnis mereka, membayar gaji karyawan, dan mengatasi tantangan keuangan lainnya.

- Perubahan Permintaan dan Pola Konsumsi: Pola konsumsi dan preferensi pelanggan berubah selama pandemi, dengan pergeseran ke arah belanja daring dan preferensi produk yang lebih terkait dengan kesehatan dan kebersihan. UMKM harus dapat menyesuaikan strategi pemasaran dan menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan yang berkembang.

- Penyesuaian Operasional: UMKM harus melakukan penyesuaian operasional untuk mematuhi protokol kesehatan dan pembatasan sosial yang diberlakukan. Hal ini termasuk perubahan dalam pola kerja, pengadaan perlengkapan kebersihan tambahan, dan pengembangan model bisnis alternatif, seperti penggunaan platform digital.

- Digitalisasi dan Teknologi: Banyak UMKM yang belum sepenuhnya mengadopsi teknologi dan berada di bawah tekanan untuk beralih ke model bisnis digital. Mereka perlu mengembangkan kehadiran online, meningkatkan kemampuan e-commerce, dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital untuk tetap bersaing di pasar yang semakin terhubung secara digital.

- Ketidakpastian dan Perubahan Regulasi: Ketidakpastian yang tinggi selama

pandemi, termasuk perubahan kebijakan dan regulasi yang cepat, memberikan tantangan tambahan bagi UMKM. Mereka perlu tetap mengikuti perkembangan dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi untuk memastikan kepatuhan dan kelangsungan bisnis. Dalam menghadapi tantangan ini, UMKM perlu mengembangkan strategi fleksibel, mencari bantuan dari program pemerintah atau lembaga keuangan, berkolaborasi dengan mitra bisnis, dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka.

Tantangan lainnya bagi para pelaku ekonomi UMKM yaitu seringkali menghadapi tantangan modal yang terbatas karena sulitnya mendapatkan akses ke sumber daya keuangan untuk mengembangkan usaha mereka, selain itu tantangan utama bagi para UMKM ini adalah kesulitannya untuk meluaskan produk pasar atau jasa mereka secara efektif dan mendapatkan pasar yang lebih luas. Hal ini bisa dijadikan sebagai sebuah tantangan dikarenakan sulitnya proses perizinan dari birokrasi yang mengakibatkan hambatan bagi UMKM dalam menjalankan usaha dengan efisien, minimnya kualitas sumber daya manusia yang memadai dan berkualitas menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi para UMKM karena salah satunya juga kurang adanya ruang pembinaan yang diberikan bagi para calon karyawan dari para pelaku usaha UMKM tersebut dan maupun kurangnya fasilitas yang memadai bagi para calon karyawan yang tidak diberikan oleh pemerintah, adanya keterbatasan dalam teknologi dan kurang adanya akses terhadap inovasi juga dapat mempengaruhi kemampuan UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin berkembang pesat. Selain itu, fluktuasi ekonomi dan perubahan tren konsumen yang terjadi secara cepat juga seringkali membuat UMKM menjadi

rentan dan sulit untuk beradaptasi dengan baik.

### 2.2.2 Konveksi

Konveksi merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang produksi pakaian yang dibuat secara besar atau massal. Konveksi secara lebih spesifiknya ialah industri kecil skala rumah tangga yang merupakan tempat pembuatan pakaian jadi, seperti kaos, polo shirt, kemeja, jaket, celana dan lain sebagainya. Bisnis yang bergerak di bidang konveksi biasanya suatu bidang usaha yang memproduksi pakaian secara massal atau juga dalam partai besar sesuai dengan adanya permintaan dari konsumen.

Konveksi memiliki pengertian yaitu usaha di bagian baju jadi yang dibuat dengan besar, biasanya barang yang di distribusikan berdasarkan ukuran standar yaitu S, M, L, serta XL dalam jumlah yang banyak. Meskipun bisa dikatakan sebagai perusahaan baju yang menjual dalam rasio besar, konveksi digolongkan dalam industri kecil. Pengerjaan baju dalam rasio besar didukung oleh mesin serta perlengkapan yang ideal dan skema produksi yang baik. Keberadaan konveksi sangat menunjang terhadap kemajuan industri pakaian jadi di Indonesia, karena selain mengerjakan pembuatan pakaian dari pesanan untuk pasar lokal, konveksi juga bisa menerima pembuatan pakaian jadi skala besar untuk pasar lokal maupun pasar ekspor.

Secara mendalam industri konveksi ini masuk dalam kategori Industri Tekstil dan Produk Tekstil disingkat industri TPT Indonesia. Industri ini terdiri atas beberapa jenis industri yang membentuk sebuah struktur dari hulu ke hilir. Rangkaian mencakup industri serat dan benang (*fiber*), pemintalan, penenunan dan

perajutan, persetakan atau pengecapan serta industri pakaian jadi (garmen). Industri pemintalan dan penenunan sudah ada semenjak zaman Belanda di Indonesia. Konveksi skala menengah-keatas juga memiliki banyak tenaga kerja. Jangkauan penjualan biasanya skala nasional dan juga multinasional. Perbedaannya dengan konveksi skala besar yaitu jumlah pengerjaan produk, tempat dan luas lokasi usaha, jumlah pekerja dan bentuk badan hukum yang diterapkan. Konveksi skala industri rumahan konveksi ini biasanya mempekerjakan kenalan, saudara atau tetangga.

Dalam hal ini konveksi juga memainkan peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dengan mengakomodasi sejumlah besar tenaga kerja. Dalam industri konveksi yang besar dan terus berkembang, terdapat peluang yang luas bagi ribuan bahkan jutaan orang untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini menjadikan konveksi sebagai sektor yang berpotensi memberikan dampak ekonomi positif dengan memberikan penghidupan bagi banyak individu dan keluarga.

Dalam suatu tahapan produksi konveksi tentunya mempunyai proses yang harus dilakukan agar produksi tersebut berjalan dengan baik dan lancar. Berikut ini merupakan tahapan dari proses produksi konveksi yaitu:

- Desain dan Pengembangan

Pada tahap ini melibatkan proses merancang dan mengembangkan desain pakaian atau tekstil. Tim desainer bekerja untuk menciptakan pola, memilih bahan, dan mengembangkan prototipe produk.

- Pemotongan

Setelah desain disetujui selanjutnya pada tahap ini pemotongan dilakukan. Pola desain digunakan sebagai panduan untuk memotong kain menjadi

bagian-bagian yang diperlukan sesuai dengan ukuran dan jumlah yang telah ditentukan.

- Penjahitan

Pada tahap ini melibatkan proses menyatukan bagian-bagian yang telah dipotong menjadi produk yang utuh melalui proses jahit. Para penjahit menggunakan mesin jahit dan teknik yang tepat untuk menghasilkan produk akhir.

- Penyelesaian dan Finishing

Setelah semua bahan pakaian atau tekstil sudah dijahit, tahap penyelesaian mulai dilakukan dengan meliputi langkah-langkah seperti penambahan kancing, ritsleting, label merek, dan detail lainnya. Produk juga dapat melalui proses finishing seperti pembersihan, penghalusan, atau pewarnaan tambahan.

- Inspeksi Kualitas

Tahap ini penting untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Produksi diperiksa secara menyeluruh untuk mendeteksi dan memperbaiki cacat, ketidakcocokan ukuran, dan masalah-masalah lainnya sebelum produksi siap untuk dikemas.

- Pengemasan dan Penyimpanan

Setelah lulus inspeksi kualitas, produk dikemas dengan rapi dalam kemasan yang sesuai. Ini dapat mencakup pemaketan individu, penggunaan label, dan penyimpanan yang tepat sebelum produk dikirim ke tujuan akhir.

- Distribusi dan Pengiriman

Pada tahap ini melibatkan proses pengiriman produk ke pelanggan atau distributor. Produk dikirim melalui jalur distribusi yang telah ditentukan, baik melalui penjualan langsung kepada konsumen atau melalui rantai suplai kepada ritel-ritel.

Tujuan dari adanya konveksi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam hal pakaian dan tekstil. Berikut ini adalah beberapa tujuan adanya konveksi sebagai berikut:

- Produksi Massal

Tujuan utama dari konveksi adalah guna menghasilkan pakaian dan tekstil dalam rasio besar. Dengan menggunakan mesin dan teknik produksi yang efisien, konveksi dapat memproduksi produk dalam skala yang lebih besar dibandingkan dengan pembuatan produksi pakaian dengan cara buatan tangan dan hal ini berguna untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi.

- Efisiensi dan Konsistensi

Konveksi bertujuan untuk mencapai efisiensi dalam proses produksi. Dengan menggunakan mesin, alat, dan metode produksi yang tepat konveksi ini dapat menghasilkan produk dengan biaya produksi yang menghemat pengeluaran dalam waktu yang singkat. Selain itu dengan adanya alat produksi menggunakan mesin, proses produksi mempunyai capaian standarisasi dan konsistensi dalam kualitas produk.

- Inovasi Desain dan Kreativitas

Konveksi mempunyai tujuan untuk mendorong inovasi desain dan kreativitas dalam industri pakaian dan tekstil. Dengan memadukan teknologi produksi

modern dan keahlian desain, konveksi dapat menciptakan produk-produk baru yang sesuai dengan perkembangan zaman dan permintaan pasar.

- Memenuhi Kebutuhan Konsumen

Tujuan utama dari adanya konveksi adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konveksi berusaha untuk memproduksi pakaian dan tekstil yang sesuai keinginan konsumen dan juga kebutuhan pasar.

- Efisiensi Biaya

Konveksi adalah mencapai efisiensi biaya dalam produksi pakaian dan tekstil. Dengan menggunakan mesin dan teknologi produksi yang tepat konveksi dapat mengurangi biaya produksi termasuk untuk biaya tenaga kerja, bahan baku, dan pengelolaan inventaris. Hal ini memungkinkan mereka untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif kepada konsumen.

### 2.2.3 Strategi Bertahan Hidup

Strategi dapat diartikan sebagai kiat untuk mencapai suatu tujuan. Adanya strategi yang tepat, maka kelangsungan hidup manusia akan selalu terjaga. Semua makhluk hidup termasuk manusia, harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok tertentu untuk tetap hidup. Antara kebutuhan tersebut adalah kebutuhan dan tempat berlindung. Manusia memang tidak harus hidup dari makanan, tetapi tidak ada manusia yang dapat hidup tanpa makanan. Untuk memperoleh makanan ini mereka dapat dari lingkungan sekitarnya.

James Scott dalam teorinya mengulas mengenai teori strategi bertahan di kalangan petani. Scott menjelaskan bahwa keluarga petani harus dapat bertahan melalui tahun-tahun dimana hasil panennya atau sumber-sumber lainnya tidak

mencukupi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokoknya. Maka mereka dapat mengikat sabuk mereka lebih kencang lagi<sup>4</sup>. Maka menurut Scoot tiga cara yang dilakukan masyarakat miskin untuk bertahan hidup, seperti Mengurangi pengeluaran untuk pangan dengan jalan makan hanya sekali sehari, Menggunakan alternatif subsistem yaitu swadaya yang mencakup kegiatan seperti berjualan kecil-kecilan, bekerja sebagai tukang, sebagai buruh lepas, atau melakukan migrasi untuk mencari pekerjaan, dan Meminta bantuan dari jaringan sosial seperti sanak saudara, kawan-kawan sedesa, atau memanfaatkan hubungan dengan pelindungnya (patron).<sup>5</sup>

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan UMKM membuat program percepatan digitalisasi bagi UMKM dengan harapan dapat mengurangi dampak dari pandemi Covid-19 dan mempersiapkan era new normal. Menurut survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia (2020) terhadap sampel 370 UMKM diperoleh hasil bahwa sebanyak 65,6% UMKM yang masuk dalam klasifikasi yang tidak terdampak dari adanya pandemi covid-19 dari UMKM menunjukkan stabilitas atau bahkan meningkat. Penjualan di masa pandemi menerapkan strategi berjualan online. Tetapi dari beberapa UMKM ini yang menunjukkan peningkatan kinerja di masa pandemi dikarenakan penerapan teknologi digital yang menyesuaikan kebutuhan pasar terutama di UMKM yang lini usahanya di bidang kesehatan dan makanan dan lain-lainnya.

---

<sup>4</sup> James Scoot. Moral Ekonomi Petani Pergolakan dan Subsistensi di Asia Tenggara.1981

<sup>5</sup> ibid

**Gambar 2.1**

***Strategi UMKM Indonesia menghadapi Pandemi***



*(sumber UKM Bank Indonesia 2020)*

Strategi bertahan hidup adalah sebuah rangkaian tindakan yang dipilih oleh individu dan rumah tangga secara garis sosial ekonomi dapat di kategorikan sebagai kelas menengah ke bawah, strategi bertahan hidup atau (coping strategies) merupakan kemampuan seseorang atau individu dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi dan menyelesaikan berbagai macam masalah yang dihadapinya yang melingkupi kehidupannya.

1. Strategi Aktif

Strategi aktif yaitu strategi bertahan hidup yang dilakukan melalui cara-cara memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki meliputi, melakukan aktifitasnya sendiri dan mencari alternatif pekerjaan lainnya. Hal ini tentunya dilakukan untuk individu ataupun keluarga dengan cara memaksimalkan segala sumber daya dan potensi yang dimiliki oleh keluarga mereka.

## 2. Strategi Pasif

Strategi pasif yaitu strategi bertahan hidup yang dilakukan melalui cara-cara meminimalisir anggaran pengeluaran, seperti biaya sandang, pangan, dan papan. Yang mana hal ini dilakukan oleh individu agar strategi pasif ini dapat membiasakan hidup hemat dan tidak membeli kebutuhan yang tidak perlu. Hal tersebut bertujuan untuk memprioritaskan kebutuhan pokok seperti kebutuhan pangan daripada kebutuhan lainnya.

## 3. Strategi Jaringan

Strategi jaringan yaitu strategi bertahan hidup yang dilakukan dengan memanfaatkan pola jaringan dan relasi sosial baik formal maupun dengan lingkungan sosial serta kelembagaan ketika mengalami masa kesulitan.

### 2.2.4 Inovasi

Menurut *Drucker* dalam *Makmur dan Thahier* inovasi adalah sebuah alat spesifik bagi suatu kelompok maupun perusahaan dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan dari adanya perubahan yang terjadi yang dijadikan untuk kesempatan menjalankan suatu bisnis yang berbeda<sup>6</sup>. Hal ini dapat dijalankan sebagai pembelajaran, kedisiplinan, dan kemudian di praktekkan.

---

<sup>6</sup>Rohana, Makmur dan Thahier, . Inovasi dan Kreativitas Manusia, Bandung: PT. Refika Aditama, 2015

Konsep inovasi berfokus terutama pada perkembangan ekonomi dan teknis, sedangkan ilmu sosial sangat tertarik pada proses dan efek sosial yang sesuai<sup>7</sup>. pentingnya inovasi sosial yang berhasil mengatasi tantangan sosial, ekonomi, politik, dan lingkungan abad ke-21 telah diakui tidak hanya dalam strategi Eropa 2020, tetapi juga dalam skala global jika lihat berbagai dari berbagai kontribusi. variabilitas menggambarkan inovasi sebagai salah satu karakteristik utamanya, salah satu fakta mencolok tentang inovasi adalah variabilitasnya dari waktu ke waktu dan ruang untuk melompati tidak hanya di sektor tertentu tetapi juga di area dan periode waktu tertentu.

Inovasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *innovation* yang artinya perubahan, inovasi sendiri diartikan sebagai sebuah proses kegiatan atau pemikiran manusia dalam menemukan sesuatu yang baru yang berkaitan dengan input, proses, output, serta bisa memberikan manfaat kepada kehidupan khalayak manusia. Inovasi yang berkaitan dengan input didefinisikan sebagai pola-pola pemikiran atau gagasan manusia yang disumbangkan terhadap penemuan – penemuan baru. Inovasi yang berkesinambungan dengan proses mengedepankan orientasi pada metode, teknik, ataupun cara bekerja dalam rangka yang menghasilkan sesuatu yang baru. Inovasi yang berkesinambungan dengan output berdasarkan definisinya ditunjukkan pada hasil yang telah dicapai terutama pada penggunaan pola pemikiran dan metode ataupun teknik kerja yang telah diterapkan.

---

<sup>7</sup> Harrison. 2012

Prinsip keharusan dalam melakukan inovasi agar dapat terwujud seperti tujuan adalah :

a. Keharusan Menganalisis Peluang: Diperlukan untuk melakukan analisis terhadap peluang-peluang yang ada.

b. Keharusan Memperluas Wawasan: Penting untuk mengembangkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas.

c. Keharusan untuk Bertindak Efektif: Penting untuk mengambil langkah-langkah yang efektif dalam menerapkan inovasi.

d. Keharusan untuk Tidak Berpikir Muluk: Perlu untuk tidak terjebak dalam pemikiran yang berlebihan atau tidak realistis.

Tujuan dari inovasi adalah niat atau arah yang telah ditetapkan untuk mengetahui hasil yang diinginkan melalui dari proses inovasi. Tujuan inovasi biasanya berkaitan dengan perubahan, peningkatan, atau pengembangan produk, layanan, proses, ataupun dari strategi bisnis untuk menghasilkan nilai tambah yang signifikan. Tujuan inovasi dapat bervariasi tergantung dari konteks dan tujuan organisasi atau individu yang terlibat.

Manfaat inovasi adalah hasil atau dampak positif yang diperoleh dari adanya inovasi dalam konteks bisnis, organisasi, atau masyarakat. Manfaat inovasi melibatkan perubahan atau peningkatan yang menguntungkan yang terjadi sebagai hasil dari adanya adopsi inovasi. Aspek-aspek yang terdiri dari manfaat adanya inovasi mencakup dari segi keunggulan kompetitif, pertumbuhan bisnis, peningkatan efisiensi, peningkatan kualitas produk atau layanan, adaptasi terhadap

perubahan pasar, penyelesaian masalah yang lebih baik, kepuasan pelanggan yang lebih tinggi ataupun untuk penghematan biaya.

### 2.2.5 Pemanfaatan Platform Digital

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) platform artinya pentas, panggung atau mimbar, sedangkan dalam bahasa Inggris platform artinya pentas atau tempat tinggi. Pada zaman yang sudah berkembang menjadi modern, sehingga saat ini dunia berada pada masa modernisasi dengan semua perangkat digital maka kata digital saat ini memiliki arti teknologi yang terkait seperti media elektronik, komputer, dan internet.

Perkembangan teknologi yang berkembang pesat telah memunculkan kemajuan diberbagai bidang yang memberikan manfaat bagi masyarakat untuk memudahkan masyarakat dalam beraktifitas sehari-hari. Para pelaku UMKM juga menggunakan platform digital untuk memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mulai berinovasi dalam berjualannya dengan melakukan metode penjualan secara online melalui media sosial yang ada. Misalnya, para pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai promosi produk-produk penjualan yang tentunya memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha UMKM.

Pemanfaatan platform digital memberikan peluang yang sangat besar bagi UMKM konveksi untuk meningkatkan eksposur bisnis, mencapai lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, UMKM perlu memperhatikan strategi yang tepat dengan mengelola platform digital dengan baik dan memahami kebutuhan yang ada. Dengan memanfaatkan platform digital,

UMKM konveksi memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Melalui platform e-commerce, media sosial, dan situs web, UMKM dapat memasarkan produk secara online dan menjangkau pelanggan di berbagai lokasi geografis.

Selain itu, platform digital juga memungkinkan UMKM konveksi untuk menjalin interaksi langsung dengan pelanggan potensial. Melalui komunikasi melalui media sosial, email, atau pesan instan, UMKM dapat memberikan informasi produk terbaru, menjawab pertanyaan pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih dekat. Ini membantu dalam membangun kepercayaan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan menciptakan pengalaman positif.

Di era digital saat ini platform digital sangat digemari untuk memudahkan kegiatan masyarakat, terlebih lagi era teknologi 4.0 yang terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu. Semenjak adanya pandemi covid – 19 yang mengharuskan masyarakat dibolehkan hanya beraktifitas didalam ruangan saja yang membuat penurunan pendapatan drastis di bidang industri terlebih dibidang industri konveksi, hal ini menyebabkan para pelaku usaha harus berinovasi dengan memanfaatkan platform digital untuk tetap berjualan. Penjualan melalui platform digital seperti Shopee, Lazada, Instagram, Facebook dan lain sebagainya sangat membantu para penjual karena di masa pandemi covid-19 dan

era new normal ini masyarakat lebih gemar memesan segala sesuatu melalui online.<sup>8</sup>

Platform digital memiliki potensi besar dalam membantu UMKM konveksi.

Berikut ini beberapa pemanfaatan platform digital untuk UMKM konveksi:

1. Pemasaran dan Penjualan: Platform digital seperti media sosial, marketplace, dan situs web dapat digunakan untuk memasarkan produk konveksi UMKM kepada calon konsumen. UMKM dapat mempromosikan produk, menampilkan katalog, mengunggah foto, dan menjalin interaksi dengan pelanggan potensial. Melalui platform ini, UMKM juga dapat meningkatkan visibilitas dan menjangkau pasar yang lebih luas.

2. E-commerce dan Marketplace: UMKM konveksi dapat memanfaatkan platform e-commerce dan marketplace untuk menjual produk secara online. Mendaftar di platform ini memungkinkan UMKM untuk menampilkan produk mereka, mengatur inventaris, menerima pesanan, dan mengatur pengiriman. Dengan menggunakan platform ini, UMKM dapat mencapai pelanggan di seluruh negeri atau bahkan secara internasional.

3. Pengolahan Pesanan dan Manajemen Inventaris: Platform digital dapat membantu UMKM konveksi dalam mengelola pesanan dan inventaris dengan lebih efisien. Aplikasi atau perangkat lunak manajemen toko online dapat membantu UMKM dalam melacak pesanan, mengatur inventaris, dan memantau status

---

<sup>8</sup> Bunga Istighfariani, Pemanfaatan Platform Digital Bagi Para Pelaku UMKM, 3 April 2022, <https://jurnalpost.com/pemanfaatan-platform-digital-bagi-para-pelaku-umkm/32349/> diakses : 16 Maret 2023

pengiriman. Ini mempermudah UMKM untuk menjaga keberlanjutan operasional dan menghindari kesalahan atau kekurangan dalam pengelolaan pesanan dan inventaris.

4. Komunikasi dengan Pelanggan: Platform digital juga memungkinkan UMKM konveksi untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Dengan menggunakan media sosial, email, atau aplikasi pesan instan, UMKM dapat memberikan informasi produk terbaru, menanggapi pertanyaan atau masukan pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Ini membantu memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Pengembangan Brand dan Citra: Melalui platform digital, UMKM konveksi dapat membangun dan mengembangkan brand mereka. Mereka dapat memanfaatkan media sosial, blog, atau situs web untuk membagikan cerita tentang bisnis mereka, menampilkan produk-produk unggulan, dan membangun citra merek yang konsisten. Dengan strategi pemasaran yang tepat, platform digital dapat membantu meningkatkan kesadaran merek UMKM dan membedakan mereka dari pesaing.

6. Kolaborasi dengan Pemasok dan Mitra Bisnis: Platform digital juga dapat digunakan oleh UMKM konveksi untuk menjalin kolaborasi dengan pemasok bahan baku, mitra bisnis, atau desainer. Melalui platform kolaborasi online, mereka dapat berkomunikasi, berbagi informasi, dan bekerja sama dalam mengembangkan produk baru atau meningkatkan efisiensi proses produksi.

Pemanfaatan platform digital ini memberikan kesempatan bagi UMKM konveksi untuk meningkatkan eksposur bisnis mereka, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, UMKM perlu mempertimbangkan strategi yang tepat, mengelola platform dengan baik, dan memahami kebutuhan.

### 1.2.6 Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif lebih tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena itu dalam konteks kabupaten/kota sebagai sebuah organisasi, daya saing diartikan sebagai kemampuan kabupaten/kota untuk mengembangkan kemampuan ekonomi sosial wilayahnya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya. Daya saing juga dapat dikatakan sebagai konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada pada lingkup perusahaan<sup>9</sup>.

Menteri Pendidikan Nasional mendefinisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh

---

<sup>9</sup> Mudrajad Kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*, 2008, hal 82

pangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan<sup>10</sup>.

Daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Menurut *World Economic Forum*, daya saing nasional adalah kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.<sup>24</sup> Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau bisa kita sebut keunggulan kompetitif. Pentingnya daya saing karena tiga hal berikut: (1) Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri, (2) Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat, (3) Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi<sup>11</sup>.

### 2.3 Kerangka Teori

Teori ini sangat relevan dengan topik penelitian yang sedang saya kaji dikarenakan teori modal sosial di yakini sebagai salah satu komponen utama dalam menggerakkan kebersamaan, mobilitas ide, kesalingpercayaan dan kesaling menguntungkan untuk mencapai kemajuan bersama. Teori modal sosial terutama berakar pada gagasan kepercayaan, norma, dan jaringan informal. Modal sosial diidentifikasi dengan “sifat-sifat organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma-

---

<sup>10</sup> Ibid, hal 23

<sup>11</sup> Micel A Porter. *Competitive Advantage*. 2001

norma, dan jaringan yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan yang terkoordinasi” Sebagian penulis bertitik berat pada kepercayaan (trust). Sebagian penulis yang lain mengkaji komponen-komponen organisasi sosial (seperti pinjaman bergulir dan asosiasi kredit, sistem manajemen irigasi, koperasi simpan-pinjam) yang menjadikan modal sosial sebagai harta produktif. Tapi banyak penulis yang lain memaknai gagasan modal sosial secara lebih luas, dengan memasukkan unsur kekerabatan, organisasi pelobi, dan hubungan hirarkis seperti yang terkait dengan patronase, sehingga jaringan sosial yang terbentuk akan menyebabkan perbaikan ekonomi, sekurang-kurangnya dalam jangka panjang.

Modal sosial yang hidup di masyarakat Woolcock (1998) dibagi menjadi tiga yaitu : *Social Capital Bonding* (modal sosial terikat), *Social Capital Bridging* (modal sosial menjembatani), *Social Capital Linking* (modal sosial menghubungi).

a. *Social Bonding* (perekat sosial)

*Social bonding* adalah tipe modal sosial dengan karakteristik adanya ikatan yang kuat (adanya perekat sosial) dalam suatu sistem masyarakat (nilai, kultur, persepsi, dan tradisi atau adat istiadat). Misalnya rasa kekerabatan yaitu menyebabkan adanya rasa empati/kebersamaan. Bisa juga mewujudkan rasa simpati, rasa berkewajiban, rasa percaya, resiprositas, pengakuan timbal balik kebudayaan yang mereka percaya.

b. *Social bridging* (jembatan sosial)

*Social bridging* merupakan suatu ikatan sosial yang timbul sebagai reaksi atas berbagai macam karakteristik kelompoknya ataupun bisa berupa

institusi maupun mekanisme. Ia bisa muncul karena adanya berbagai kelemahan disekitarnya, sehingga mereka memutuskan untuk membangun kekuatan kelemahan. Social bridging bisa juga dilihat dengan adanya keterlibatan umum sebagai warga negara, asosiasi, dan jaringan. Tujuannya adalah mengembangkan potensi yang ada dalam masyarakat agar masyarakat mampu menggali dan memaksimalkan kekuatan yang memiliki baik SDM (Sumber Daya Manusia) dan SDA (Sumber Daya Alam) dapat dicapai. Kapasitas modal sosial termanifestasikan dalam ketiga bentuk modal sosial tersebut (nilai, institusi dan mekanisme) yang dapat memfasilitasi dan menjadi arena dalam hubungan antarwarga, antarkelompok agar mampu mengembangkan modal sosial untuk membangun integrasi sosial.

c. *Social linking* (hubungan/jaringan sosial)

*Social linking* merupakan hubungan sosial yang dikarakteristikan dengan adanya hubungan diantara beberapa level dari kekuatan sosial maupun status sosial yang ada dalam masyarakat. Pada dasarnya ketiga tipe modal sosial ini dapat bekerja tergantung dari keadaannya. Ia dapat bekerja dalam kelemahan dan kelebihan dalam suatu masyarakat. Dan juga dapat digunakan untuk dijadikan pendukung sekaligus penghambatan dalam ikatan sosial tergantung bagaimana individu dan masyarakat.

Maka dari itu berdasarkan penjelasan dari tipe modal sosial yang dikeluarkan oleh *Michael Wolcock* maka akan ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti khususnya para pelaku usaha konveksi Kampung Bulak Timur Kota

Depok yang adanya relevansi dari ketiga tipe modal sosial, social bonding, social bridging, social linking dengan peranan modal sosial dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing umkm di era new normal. Dengan menerapkan adanya solidaritas, kepercayaan, kesadaran, dan kerjasama yang mendukung akan pentingnya dalam meningkatkan kondisi perekonomian dan serta sinergitas antar para pelaku usaha konveksi yang mendukung akan mekanisme modal sosial yang diterapkan.

Suharto mendefinisikan strategi bertahan sebagai kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya, strategi penangan masalah ini pada dasarnya merupakan kemampuan segenap anggota keluarga dalam mengelola aset yang dimilikinya<sup>12</sup>.

Menurut Suharto strategi bertahan hidup dalam mengatasi goncangan dan tekanan ekonomi dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Strategi bertahan hidup dapat digolongkan menjadi 3 kategori yaitu strategi aktif, strategi pasif dan strategi jaringan<sup>13</sup>. *Snel* dan *Staring* yang menyatakan bahwa strategi bertahan sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara standar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial dan ekonomi<sup>14</sup>.

---

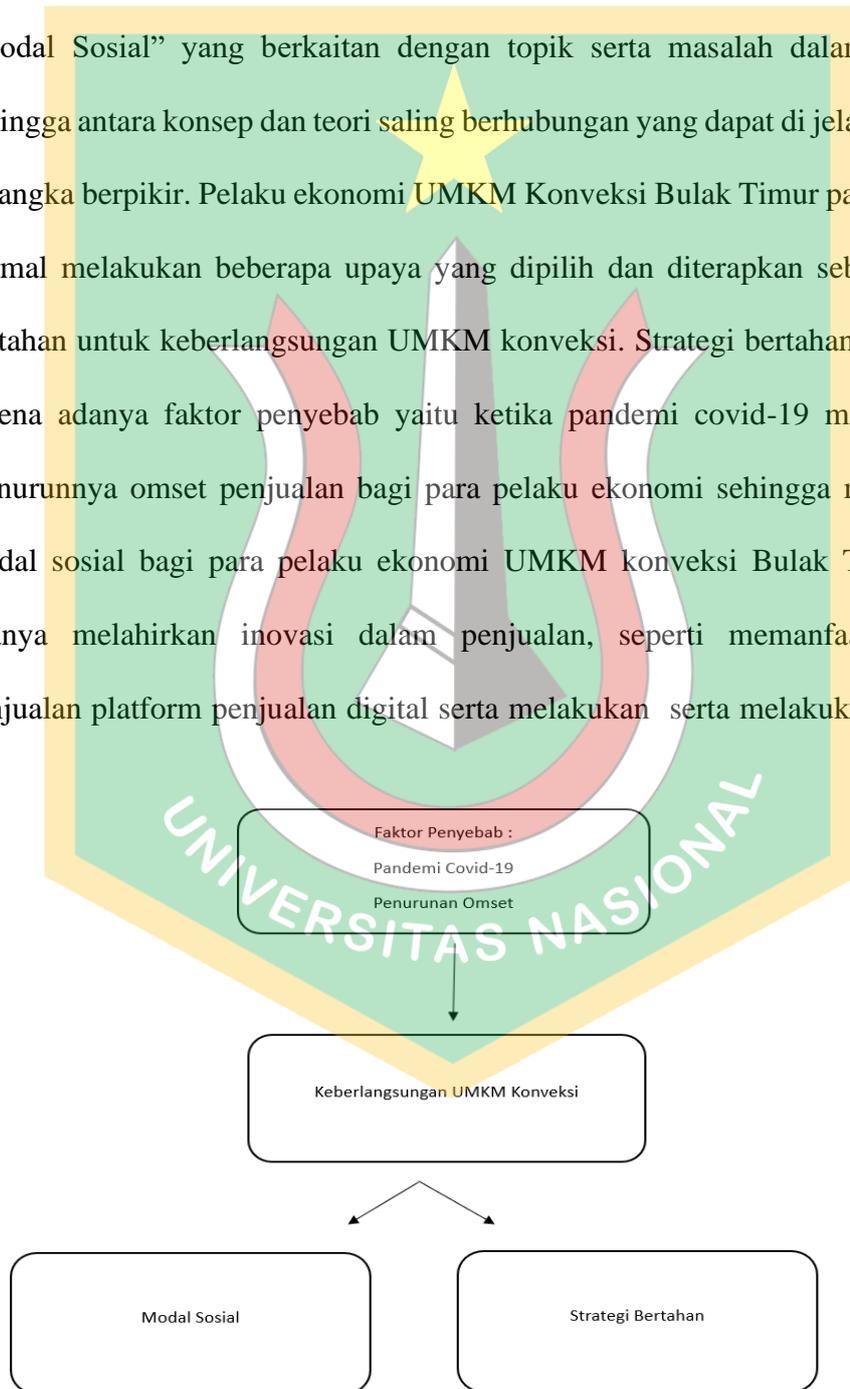
<sup>12</sup> Suharto, Kemiskinan dan Perlindungan Sosial di Indonesia, Bandung: Alfabeta, 2009, Hal. 29

<sup>13</sup> Ibid, Hal. 31

<sup>14</sup> Setia, Gali Tutup Lubang Itu Biasa Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan Dari Waktu ke Waktu, Bandung, Yayasan Akatiga, 2005, Hal. 6

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam upaya mempermudah cara untuk melihat arah penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun kerangka berpikir yang terdiri dari konsep yang digunakan serta keadaan yang terjadi di lapangan. Penelitian ini berangkat dari “Modal Sosial” yang berkaitan dengan topik serta masalah dalam penelitian, sehingga antara konsep dan teori saling berhubungan yang dapat di jelaskan melalui kerangka berpikir. Pelaku ekonomi UMKM Konveksi Bulak Timur pada masa new normal melakukan beberapa upaya yang dipilih dan diterapkan sebagai strategi bertahan untuk keberlangsungan UMKM konveksi. Strategi bertahan yang dipilih karena adanya faktor penyebab yaitu ketika pandemi covid-19 mengakibatkan menurunnya omset penjualan bagi para pelaku ekonomi sehingga menimbulkan modal sosial bagi para pelaku ekonomi UMKM konveksi Bulak Timur dengan adanya melahirkan inovasi dalam penjualan, seperti memanfaatkan media penjualan platform penjualan digital serta melakukan kerjasama



antar jaringan pelaku yang di harapkan dapat meningkatkan daya saing ekonomi di era new normal

