

Keputusan Bertahan: Inisiatif Sosial Berkelanjutan Usaha Mikro Perhiasan Imitasi Di Desa Sunan Giri, Gresik-Jawa Timur

Uswatun Khasanah¹ Anita Kristina

Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

anapuput30@gmail.com, anita_amanda_ali@yahoo.com,

ABSTRACT

This study aims to analyze and discuss the survival decisions of imitation jewelry micro business owners. Data collection is done through in-depth interviews with business owners and workers. The selected informants were 8 people (4 people representing the business owner and 4 people representing the workers). Then the data are processed and analyzed inductively. The results found that the existence of imitation jewelry business began to change in line with changes in the business environment due to business competition. Another finding is that the business owner decides to stay on his business carried out as a social initiative, namely the owner provides social benefits for the environment and surrounding communities through the creation of jobs based on moral obligations and reinforces the value of togetherness and kinship. The orientation of the decision to survive is not only on economic benefits but on social benefits, through governance based on ethics and existing values. The results of this study can also provide recommendations for further research opportunities, for example the development of research with other issues, namely knowing the transaction costs at each social initiative undertaken by business owners.

Keywords: Business Environment, Survival Decisions, Social Initiatives, Business Sustainability, Micro Business

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis dan mendiskusikan keputusan bertahan pemilik usaha mikro perhiasan imitasi. Penelitian ini dilakukan pada pemilik usaha dan pekerja perhiasan imitasi di desa Sunan Giri, Gresik-Jawa Timur. Informan yang terpilih sebanyak 8 orang (4 orang mewakili pemilik usaha dan 4 orang mewakili pekerja). Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif desain fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam pada pemilik usaha dan pekerja. Kemudian data diolah dan dianalisis secara induktif. Hasil penelitian menemukan bahwa keberadaan usaha perhiasan imitasi mulai berubah sejalan dengan perubahan lingkungan bisnis akibat dari persaingan usaha. Adapun temuan lain yakni pemilik usaha memutuskan bertahan pada usahanya dilakukan sebagai inisiatif sosial yakni pemilik memberikan manfaat sosial bagi lingkungan dan masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan pekerjaan yang didasarkan pada kewajiban moral dan menguatkan nilai kebersamaan serta kekerabatan/kekeluargaan. Orientasi keputusan bertahan bukan hanya pada keuntungan ekonomi saja namun pada kebermanfaatannya sosial, melalui tata kelola yang berbasis pada etika dan nilai-nilai yang ada. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi peluang untuk penelitian lanjutan, misalnya pengembangan penelitian dengan isu lain yakni mengetahui biaya transaksi di tiap inisiatif sosial yang dilakukan pemilik usaha.

Kata kunci: Lingkungan Bisnis, Keputusan Bertahan, Inisiatif Sosial, Keberlanjutan Usaha, Usaha Mikro

PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan bisnis menuntut perusahaan berdaya saing dan bertahan, tetapi tidak semua perusahaan/usaha mikro mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya. Faktor kepentingan yang terkait dengan upaya keberlanjutan usaha yaitu jaringan bisnis yang terbentuk pada pasar, dan masyarakat (Ferro et al, 2017). Penelitian ini mengkaji persoalan keberlanjutan usaha mikro ditengah-tengah perubahan lingkungan bisnis.

Orientasi perubahan strategi untuk tetap bertahan menjadi langkah penting yang diambil oleh pemilik usaha meskipun kecenderungan ini tidak memperhatikan elemen ekonomi. Adapun hal lain digunakan sebagai alasan bertahan yakni melalui karakteristik usaha yang memiliki “arah” bertahan bukan hanya pada alasan keuntungan ekonomi semata. Namun, dengan beberapa model bisnis yang menunjukkan persoalan bertahan menjadi persoalan terbesar.

Keberlanjutan usaha berorientasi pada pengembangan strategi yang kuat, belum mampu menguntungkan secara ekonomi (Del Baldo, et al, 2015). Dalam hal ini usaha mikro banyak yang berorientasi pada penguatan sosial (Neumeye & Susantos, 2018). Meskipun begitu, banyak usaha mikro ini mampu berkelanjutan. Kinerja berkelanjutan dari usaha mikro menengah dipengaruhi oleh kinerja keuangan (Svensson, et al 2018), ketahanan berinovasi dan bereksperimen, mengembangkan kemampuan berproduksi melalui inovasi baru menjadi faktor dalam mendukung keberlanjutan usaha mikro menengah (Golicic et al, 2017). Kontribusi keberlanjutan melibatkan pemangku kepentingan pada pekerja yang memiliki ketrampilan dan inovasi melalui ekosistem lingkungan sekitar, pasar, dan penjualan (Orobia et al, 2020). Namun, praktik sosial dan lingkungan tidak dapat diabaikan perannya. Dengan demikian, dalam hal ini di perlukan adanya pilihan dalam proses pengambilan keputusan untuk bertahan atau menutup usaha yang dipengaruhi oleh kepercayaan pekerja pada pemilik usaha. Pekerja yang memiliki persepsi bahwa ia percaya akan upaya yang dilakukan pemilik usaha dalam menjalankan usahanya (Cachon, 2019). Upaya membangun legitimasi akan kepercayaan yang kuat untuk membantu keberhasilan. Rasa memiliki pekerja pada pekerjaannya dan pemilik pada usahanya akan memunculkan rasa tanggung jawab untuk melindungi usaha tersebut dan tetap bertahan (Marylin, et al 2017). Prinsip keberlanjutan dapat diterapkan pemilik usaha dengan memberikan nilai-nilai positif bagi usaha dan orang-orang di sekitarnya (Vetráková et al, 2018). Dalam praktiknya melalui penguatan hubungan kekerabatan dan perbaikan informasi atas teknologi yang digunakan.

Keberlanjutan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan yang dilakukan secara konkret oleh perusahaan mikro yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu, yaitu berdasarkan jumlah pekerjanya pada usaha mikro berjumlah 1-4 orang dalam berproses membesarkan usahanya. Keberlanjutan usaha mikro kecil ini dilakukan melalui menguatnya etika dalam berdagang, adil dalam menjalin hubungan ketenagakerjaan dan kemitraan (Baldarelli et al, 2015). Adapapun bisnis usaha keluarga atau mikro yang menerapkan logika lain dalam mengembangkan kuatnya organisasi keluarga dan memilih alasan terbaik untuk keluarga sebagai upaya untuk menjaga keberlanjutan usaha. Keterlibatan keluarga dalam bisnis dapat berdampak positif pada keberlangsungan usaha mikro menengah (Ahmad et al, 2020). Keberlanjutan usaha sebagai tanggung jawab sosial dalam keluarga dan masyarakat sekitar karena dominasi tenaga kerja berasal dari anggota keluarga dan masyarakat sekitar. Interaksi dalam dimensi ini akan berkontribusi menguatnya sebuah wirausaha karena jejaring sosial yang kuat akan menjadi penguat modal sosial (Piccarozzi, 2017). Hal ini dapat dimaknai bahwa keberlanjutan usaha sebagai bagian dari keputusan bertahan, yang dapat dilakukan karena alasan sosial.

Penelitian ini membahas pada analisis keputusan bertahan pemilik usaha mikro perhiasan imitasi. Identifikasi difokuskan pada persoalan keberlanjutan usaha dan keputusan bertahan yang berorientasi pada konteks upaya inisiatif sosial karena sudah banyak usaha ini yang gulung tikar dan tutup. Hal ini mampu menarik untuk dianalisis mengapa masih ada yang bertahan? Dan mengapa orientasi kinerja berkelanjutan

digerakkan oleh inisiatif sosial?. Kemudian akan temuan dari penelitian ini akan berkontribusi secara teoritis yakni menguatkan konsep pengambilan pilihan-pilihan keputusan atas keberlanjutan usaha kecil. Secara praktis akan berkontribusi memberikan pemahaman bahwa keputusan seseorang dalam mempertahankan usaha mikronya mempertimbangkan bukan hanya pada keuntungan ekonomi, namun juga adanya pertimbangan kebermanfaatan sosial bagi lingkungan sekitarnya.

KAJIAN PUSTAKA

Keberlanjutan Usaha dan Inisiatif Sosial

Lingkungan usaha merupakan faktor yang harus diperhatikan. Lingkungan usaha yang kondusif dapat menciptakan iklim usaha yang semakin berkembang. Lingkungan usaha dapat berupa kondisi ekonomi, politik, sosial budaya, demografi, teknologi dan bahkan lingkungan global. Para pemilik usaha yang mampu menganalisis lingkungan bisnisnya, menginterpretasikan, dan mengambil keputusan yang tepat pada bisnisnya dengan mengantisipasi *trend* yang ada pada lingkungan bisnisnya, maka ia akan mampu bertahan atau mencapai kinerja yang lebih baik. Lingkungan usaha juga mencakup lingkungan industri diantaranya meliputi intensitas persaingan, kondisi pemasok, kondisi pasar, pertumbuhan industri, dan daya tarik industri yang sangat berperan terhadap kesuksesan usaha. Pemilik usaha dituntut untuk dapat menciptakan daya saing dalam lingkungan industrinya melalui penciptaan kemampuan unik sebagai hasil kreativitas dan daya inovasinya. Pemilik usaha harus jeli untuk dapat melihat peluang bisnis berdasarkan struktur dan komposisi demografi penduduk, gaya hidup, dan selera masyarakat. Pemilik usaha perlu memahami kecenderungan dari lingkungan demografisnya dimasa mendatang, dan mengantisipasi kecenderungan tersebut pada keputusan yang strategis pada bisnisnya. lingkungan usaha akan menjadi pendorong bagi pemilik usaha untuk mencapai kesuksesan usaha (Cabanelas.dkk, 2019). Hal tersebut menyatakan bahwa lingkungan usaha menunjuk pada kondisi situasi yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Kondisi yang dimaksud mencakup kondisi persaingan usaha antar pelaku usaha, kondisi ekonomi, peraturan pemerintah terkait dengan sektor usaha, akses terhadap modal dan pemasaran, dan lain-lain yang mempengaruhi keberlanjutan usaha.

Peran penting lingkungan bisnis dalam keberlanjutan usaha, menurut Kasnadi & Indrayani (2019) lingkungan bisnis adalah kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja perusahaan yang terbagi menjadi dua yaitu lingkungan eksternal dan internal. Lingkungan internal adalah sumber daya manusia dan fisik yang mempengaruhi kinerja bisnis secara langsung. Sedangkan lingkungan eksternal adalah institusi atau kekuatan luar yang potensial mempengaruhi kinerja dalam usaha. Indikator lingkungan bisnis terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Perubahan dalam sosial atau lingkungan bisnis akan membentuk siklus yang berkondisi dalam mendukung penciptaan model bisnis dan usaha berdasarkan misi sosial atau ekologis. Perubahan dan *trend* dalam dunia modern dan pasar. Hal ini memunculkan konsekuensi dari jaringan dan revolusi teknologi yang disoroti terkait perubahan sosial, ekonomi dan lingkungan (Sihite, M., & Sule, E. T, 2017). Munculnya fenomena baru dalam lingkungan bisnis telah menciptakan persemaian untuk meluncurkan kedua perusahaan bisnis baru dan model organisasi model bisnis yang berkelanjutan. Tujuan organisasi perusahaan tidak hanya untuk mendapatkan laba komersial, tetapi juga untuk menerapkan dan mencapai misi sosial dan lingkungan. Menurut Schilling, M. A (2015) memperkirakan bahwa di tahun-tahun mendatang akan semakin banyak organisasi semacam itu muncul, yakni organisasi yang memenuhi misi sosial atau ekologis berdasarkan ide-ide yang

menentukan adanya globalisasi serta perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang mengikuti mereka. Perubahan yang terjadi di lingkungan modern perlu diperhatikan karena dalam organisasi akan muncul adanya kejadian sosial atau ekonomi. Salah satunya di Indonesia dalam skala makro yang disebut megatrend, serta arus sementara seperti mode atau *microtrends* yang kecenderungan atau kekuatannya muncul pada skala lokal dan global yang dapat memiliki pengaruh pada hampir setiap aspek masa depan individu, masyarakat, dan bentuk badan usaha yang ada.

Pengaruh globalisasi dalam keberlanjutan usaha mikro yakni globalisasi adalah proses yang dinamis dan berkembang. Teknologi baru dan kritis akan membawa kemungkinan yang tak terduga dengan membangkitkan kebutuhan baru dan perilaku sosial atau dengan kata lain perkembangan jaringan komunikasi telah mengubah seluruh infrastruktur sosial. Selanjutnya mulai bermunculan keterlibatan dalam membangun sebuah perusahaan berdasarkan ide tanggung jawab sosial perusahaan. Perubahan sosial akan menciptakan peluang baru untuk berkolaborasi dengan meningkatkan transparansi dan simetri informasi yang mendorong adanya jaringan sosial, norma dan nilai-nilai yang ada pada masyarakat serta menciptakan nilai di berbagai pemangku kepentingan pada lingkungan bisnis yang membentuk kekuatan dalam mendorong perusahaan untuk pengambilan keputusan. Menurut (Sihite & Ernie 2017) bahwa adapun indikator keberlanjutan usaha yakni berdasarkan indeks keberlanjutan usaha yang di bagi ke dalam tiga bagian diantaranya (1) indeks keberlanjutan usaha pada dimensi ekologi, (2) Indeks keberlanjutan usaha pada dimensi ekonomi dan, (3) indeks keberlanjutan usaha pada dimensi sosial.

Tujuan dari keberlanjutan usaha dapat diartikan sebagai upaya maksimalisasi dari keuntungan atau kesejahteraan. Prinsip keberlanjutan usaha menganggap bahwa badan usaha dengan pengelolaannya yang efektif merupakan sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Perusahaan mungkin mampu menciptakan nilai atau value yang unggul bagi para pelanggannya. Hal ini dilakukan guna menjamin keberlanjutan usahanya (Sihite & Ernie 2017), namun seorang wirausaha juga selalu dibayangi oleh adanya potensi kegagalan dalam menjalankan usahanya yang akan memberikan lebih banyak pelajaran dibandingkan sekedar kesuksesan. Keberhasilan atau kegagalan seorang pemilik usaha dalam menjaga keberlanjutan usahanya sangat tergantung pada kemampuan pribadi wirausahanya. Faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjaga keberlanjutan usahanya diantaranya tidak kompeten dalam hal manajerial, kurang berpengalaman, baik dalam kemampuan teknik, memvisualisasikan usaha, mengoordinasikan, mengelola sumber daya manusia, mengintegrasikan operasi perusahaan, dan kurang dapat mengendalikan keuangan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan yakni sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan usaha (Suryana,2009).

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa inovasi produk adalah merupakan suatu proses penyempurnaan produk yang sudah ada ataupun mengembangkan produk baru. Inovasi produk dapat berupa: (1) Inovasi penemuan produk baru yang dapat diartikan dengan produk yang baru diproduksi oleh perusahaan namun tidak baru dalam pasar. Hal ini dapat dimaknai bahwa produk tersebut sudah lama beredar di pasar namun perusahaan baru saja memproduksi barang tersebut. (2) Inovasi pengembangan produk baru adalah perancangan produk atau pengembangan produk sebelumnya yang sudah hadir. Pada pengembangan produk berkaitan mengenai peningkatan mutu (bahan baku, bentuk fisik, atau kemampuan) barang yang sudah pernah di pasarkan. Pengembangan produk baru bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen yang semakin hari kian berkembang. Mengubah produk

yang sama menjadi produk yang berbeda, menjadi strategi dalam memenangkan persaingan di pasar.

Produktivitas dengan inovasi sebagai upaya dalam mengembangkan usaha dengan meningkatkan kreatif dan bertahan secara kontitif. Produktivitas juga dapat memunculkan inovasi sosial berdasarkan inisiatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menghasilkan produk, layanan, dan kegiatan baru, yang lebih efektif dari pada pasar tradisional dan sektor publik (Defourny, J., & Nyssens, M. 2017). Jika demikian, maka hubungan modal sosial pada usaha mikro merupakan kapasitas dari seorang atau individu untuk mendapatkan sesuatu yang bernilai (material) dari hubungan sosial yang dimilikinya atau keanggotaan kelompok (Haryanto, 2011), yang dimaknai sebagai investasi sosial, yang meliputi sumber daya seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma serta kekuatan yang menggerakkan, dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individual atau kelompok secara efisien dan efektif dengan kapital lainnya (Damsar, 2011). Modal sosial juga berperan sebagai perekat yang mengikat semua orang dalam masyarakat atau sebagai sumber mendapatkan informasi, menjalin kerja sama melalui jaringan sosial, kepercayaan, dan norma sosial pada usaha yang memungkinkan terjalinnya kerjasama antar aktor pasar. Kerjasama dilakukan untuk mencapai tujuan bersama secara efisien.

Modal sosial juga berdampak pada munculnya keberlanjutan usaha yakni para pemilik usaha biasanya akan mengambil keputusan untuk bertahan pada usahanya dengan melakukan pertimbangan dari berbagai pilihan. Menurut Becker (2013) dalam bukunya yang berjudul "*Economic Approach to Human Behaviour*", menekankan bahwa teori ekonomi, sebagai disiplin ilmiah, berbeda pada bidang pengetahuan sosial. Secara keseluruhan jika dilihat melalui pendekatan ekonomi akan berasumsi adanya gabungan untuk memaksimalkan perilaku, melalui keseimbangan pasar, dan stabilitas preferensi. Ilmu ekonomi yang menggunakan model pilihan rasional menjelaskan perilaku individu dengan asumsi utama dalam model pilihan rasional yakni perilaku semua pelaku ekonomi itu sangat rasional. Bentuk rasionalitas yang sempurna biasanya didasarkan pada prinsip optimalisasi yang dinyatakan sebagai berikut. Konsumen selalu cenderung memaksimalkan utilitas, sementara produsen cenderung memaksimalkan keuntungan. Rasionalitas dibedakan secara ekonomi dan sosial seperti yang di jelaskan oleh Mankiw (2012) yakni teori pilihan rasional berasumsi bahwa seseorang memiliki preferensi di antara beberapa pilihan alternatif yang memungkinkan seseorang tersebut menyatakan pilihan yang diinginkannya berdasarkan informasi yang dimiliki dalam menyatakan pilihan. Adapun empat prinsip dalam pengambilan keputusan diantaranya 1). Seseorang akan menghadapi masalah *trade off*, 2). Biaya (*cost*) merupakan apa yang harus dikorbankan untuk mendapatkan Sesuatu, 3). Orang yang rasional akan berfikir dengan konsep marginal, 4). Seseorang akan bereaksi pada intensif. Konsep ini menggambarkan perubahan kecil terhadap suatu rencana tindakan, mengingat dalam banyak situasi seseorang mengambil keputusan dengan berfikir secara margin yaitu dengan pertimbangan dan membandingkan antara biaya marginal dan keuntungan marginal untuk menentukan keputusan yang tepat tetapi juga ada yang memaksimalkan kemanfaatan sosial dalam bisnis usahanya.

METODE PENELITIAN

Fokus penelitian ini dilakukan pada persoalan keberlanjutan usaha dan keputusan bertahan yang berorientasi pada konteks upaya inisiatif sosial, sudah banyak usaha ini yang gulung tikar dan tutup, tetapi ada juga yang masih bertahan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif desain fenomenologi berdasarkan pengalaman dan memberikan realitas

mengungkap dirinya sendiri secara alami. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu keberadaan usaha perhiasan imitasi di desa Sunan Giri dan keberlanjutan usaha kemasam imitasi. Subjek dalam penelitian ini yakni pengusaha dan pekerja yang masih bertahan pada usahanya dan pengusaha dan pekerja yang sudah beralih profesi dari usaha ini. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan informan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam pada informan, yakni pemilik usaha dan pekerja perhiasan imitasi di desa Sunan Giri, Gresik Jawa Timur. Karakteristik informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan pekerja perhiasan imitasi yang masih bertahan. Pemilik usaha dengan karakteristik mendirikan usaha lebih dari 10 tahun, pengusaha yang masih memproduksi, memiliki tenaga kerja kurang dari 10 orang. Karakteristik pekerja yang masih bertahan bekerja minimal 5 tahun memiliki peran produksi dan berusia pada masa kerja (15-64 tahun). Pemilik usaha serta perkerja yang sudah tidak bertahan atau beralih profesi dari usaha ini dengan karakteristik pernah memiliki pengalaman dalam usaha perhiasan imitasi yang sudah beralih sekitar 4 tahun yang lalu. Selanjutnya data diolah dan dianalisis secara induktif melalui pendekatan kualitatif fenomenologi. Penulis untuk menguji keabsahan data dengan uji validitas yakni cara eksplorasi diskusi dengan beberapa konsep pengambilan keputusan dan keberlanjutan usaha. Dan uji kredibilitas melalui teknik triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan Usaha Perhiasan Imitasi Akibat Perubahan Bisnis

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa keberadaan usaha perhiasan imitasi di desa Sunan Giri, Gresik-Jawa Timur yang dulu menjadi mata pencaharian masyarakat desa saat ini menghilang mulai sejalan dengan perubahan lingkungan bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan informan sebagai berikut:

“Dulu dipastikan mayoritas masyarakat desa Sunan Giri, hampir 100% menjadi pekerja perhiasan imitasi adapun sebagian menjadi pemilik usaha ini. Namun, saat ini kira-kira hanya 30% yang mampu bertahan dengan usaha perhiasan imitasi ini sejak tahun 2015 hingga saat ini.”

Berdasarkan pernyataan tersebut menjadikan tantangan tersendiri bagi pengusaha perhiasan imitasi. Tantangan atas persaingan usaha yang menjadi penyebab usaha ini banyak yang gulung tikar. Hal ini menjadi menarik untuk dicari tahu ada beberapa pengusaha yang masih memutuskan bertahan. Hal ini diketahui dari pernyataan informan, sebagai berikut:

“Pada mulanya warga desa Sunan Giri ini adalah para pengerajin emas yang dulu sangat terkenal diberbagai kalangan masyarakat dan mampu menjual dagangannya keluar pulau dan luar kota. Tetapi lama kelamaan banyak yang beralih ke perhiasan imitasi, karena minat beli emas semakin sedikit”.

Hasil temuan dari jawaban informan tersebut menunjukkan bahwa terjadinya perubahan lingkungan bisnis dimana semua bisa berubah. Perubahan lingkungan bisnis menuntut perusahaan berdaya saing dan bertahan. Namun, tidak semua perusahaan/usaha mikro mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya. Adapun faktor kepentingan yang terkait dengan upaya keberlanjutan usaha yaitu jaringan bisnis yang terbentuk, pasar, dan masyarakat (Ferro et al, 2017). Pada lingkungan usaha biasanya menunjukkan pada kondisi yang dihadapi oleh para pelaku usaha, kondisi ekonomi, peraturan pemerintah terkait

dengan sektor usaha, akses terhadap modal dan pemasaran yang mempengaruhi keberlanjutan usaha (Abdullah & Mansor, 2018), seperti pada usaha perhiasan imitasi ini berubah karena kalah berdaya saing dan kalah karena tuntutan pasar.

Keberadaan usaha perhiasan imitasi ini masih mampu bertahan, walaupun banyak yang tutup. Tingkat kegagalan bisnis kecil yang sedang muncul karena berbagai alasan. Peraturan pemerintah telah dikutip sebagai faktor yang berkontribusi tapi literatur yang mendokumentasikan dampak aktual peraturan pemerintah terhadap bisnis usaha makro sangat terbatas. Tentang bagaimana regulasi memengaruhi bisnis makro yang dapat menyoroti jalur baru ke depan dan membantu meningkatkan tingkat kegagalan bisnis makro (Yonk.et al, 2017). Usaha perhiasan imitasi ini merasa sulit untuk menghadapi tuntutan pasar karena kurangnya kapasitas, persaingan tidak adil dari mitra mereka yang lebih besar dan mapan (George, S.A., et al, 2018). Hal ini menjadikan usaha perhiasan imitasi ini memiliki tingkat kinerja yang kalah dengan bisnis lainnya, bisa saja terjadi karena persaingan dan situasi krisis yang terkait dengan inovasi (Hawkins, T.et al, 2018). Diversifikasi produk sangat tergantung pada inovasi teknologi (Cabanelas et al, 2019). Bisnis yang gagal akan mempertahankan siklus bisnis dan tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, tidak dapat menciptakan pekerjaan atau mempertahankan peluang kerja sehingga lama kelamaan akan hilang dari pasar (Rezaei-Moghaddam,et al, 2019). Dengan demikian dalam usaha perhiasan imitasi ini dibutuhkan kualitas lingkungan bisnis yaitu menciptakan kondisi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang sebagai prasyarat dasar untuk pengembangan bisnis dan meningkatkan daya saing usaha. Unsur-unsur lingkungan bisnis dapat dipenuhi oleh infrastruktur bisnis kondisi, kualitas dan ketersediaan faktor-faktor utama produksi dan layanan bisnis (Fabus, M. 2018).

Keputusan Bertahan: Untuk Kebermanfaatan Sosial

Hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa keputusan pemilik usaha perhiasan imitasi tetap bertahan yaitu berdasarkan inisiatif sosial yang memberikan manfaat sosial bagi lingkungan sekitar dan masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan pekerjaan. Orientasi keputusan bertahan bukan hanya pada keuntungan ekonomi saja namun pada kebermanfaatan sosial, melalui tata kelola yang berbasis pada etika dan nilai-nilai yang ada. Sebagaimana ungkapan informan sebagai berikut:

“Aku bertahan sama usaha iki kembali ke motivasiku saat mendirikan usaha ini mbak, yakni kepingin membuka lapangan pekerjaan terutama untuk masyarakat sekitar, karena saat itu susah mencari pekerjaan walaupun banyak yang lulusan SI, selain itu asas usaha ini ya asas keluargaan sekiranya ada yang repot ya dibantuini”.

Berdasarkan keterangan informan menunjukkan bahwa keputusan pengusaha yang masih tetap bertahan dengan atas dasar insiatif sosial. Hal ini ditemukan bahwa usaha perhiasan imitasi ini sebagai kewirausahaan yang dilihat dari tidak hanya melalui aspek ekonomi, tetapi juga aspek sosial. Oleh karena itu, tujuan jangka pendek dan jangka panjang sangat penting dan harus konsisten dalam usahanya (Rezaei-Moghaddam, K., Izadi, H. 2019). Apapun keputusan pengusaha selalu rasional menurut mereka. Rasionalitas bisa saja bersifat ekonomi dan sosial. Mankiw (2012) menjelaskan bahwa teori pilihan rasional yang berasumsi bahwa seseorang memiliki preferensi di antara beberapa pilihan alternatif yang memungkinkan seseorang tersebut menyatakan pilihan

yang diinginkannya berdasarkan informasi yang dimiliki. Dengan demikian, temuan ini menggambarkan tindakan pemilik usaha dengan mempertimbangkan situasi tertentu dalam berfikir, atas pertimbangan biaya dan keuntungan. Meskipun, dalam temuan ini mengisyaratkan adanya kemanfaatan sosial dalam bisnis usahanya meskipun biayanya secara rasionalitas tidak rasional. Sementara itu kehadiran usaha perhiasan imitasi ini memberikan kontribusi yang penting dalam penyerapan tenaga kerja, meskipun hanya membantu di lingkungan keluarga dan sekitarnya saja. Walaupun keuntungan secara ekonomi tidak menguntungkan bagi si pemilik usaha, namun bagi pekerja sangat menguntungkan karena dapat bekerja dengan ketrampilan yang dimiliki dikarenakan tingkat pendidikan yang dimiliki juga tergolong rendah sehingga sulitnya dalam mencari pekerjaan. Dengan demikian, berdasarkan temuan tersebut juga dapat disimpulkan bahwa keputusan bertahan pengusaha tidak hanya berdasarkan pada keuntungan ekonomi saja namun secara tidak langsung mampu memberikan manfaat sosial pada anggota keluarga pekerja, walaupun secara ekonomi pemilik usaha ini tidak rasional dalam memperoleh manfaat ekonomi.

Temuan selanjutnya adalah etika dan norma digunakan dalam keputusan bertahan para pemilik usaha. Sebagaimana ungkapan informan sebagai berikut:

“Adanya saling dukungan di dalam pekerjaan karena satu item itu tidak di kerjakan satu orang saja, rasa saling percayapun harus ditanamkan”

Berdasarkan jawaban informan dapat diidentifikasi bahwa usaha mereka membutuhkan modal sosial yang kuat. Hal ini sesuai Usman (2018) bahwa modal sosial dikaitkan dengan upaya mengelola, meningkatkan, serta mendayagunakan relasi-relasi sosial sebagai sumber daya yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau manfaat sosial. Sedangkan relasi di dalam usaha perhiasan imitasi ini adalah bukan hanya pekerja, namun juga melibatkan hubungan sosial dengan masyarakat sekitar. Pilihan untuk bertahan bagi pemilik usaha perhiasan imitasi dipengaruhi oleh tindakan rasional mereka walaupun mungkin menurut orang lain tidak rasional. Bagaimana mungkin usaha tetap bertahan hanya untuk mempertahankan hal lain selain keuntungan ekonomi. Namun hal ini tidak bagi usaha ini, mereka memahami bahwa keberadaan mereka sangat dibutuhkan oleh keluarga dan masyarakat sekitar yang menjadi bagian lingkup sosial mereka. Adanya interaksi di dalam ketenagakerjaan sehingga munculnya hubungan interaksi sosial yang erat, karena alasan kekeluargaan dan menjaga warisan keluarga. Pilihan rasional ini ditunjukkan bahwa keluarga tetap mendukung pilihan pemilik usaha untuk bertahan. Keinginan pemilik untuk mempertahankan usaha ini dengan tujuan atau keinginan yang spesifik yakni untuk menjaga hubungan sosial yang ada. Browning, et al (1999) menjelaskan bahwa seseorang bertindak dengan tindakan yang spesifik dan keputusan tersebut untuk mengejar kepentingan mereka. Bahkan untuk masyarakat yang menjadi tanggung jawabnya (Newbert, S., & Craig, J. B. 2017). Adanya tata kelola bisnis yang dikarenakan usaha yang dimiliki adalah milik keluarga, sehingga munculnya rasa memiliki dan keinginan untuk mempertahankan bisnis tersebut (Luan, C. J., et al, 2018).

Sementara itu, keberlanjutan bisnis keluarga biasanya tidak terlepas dari kepedulian dengan kelestarian lingkungan sekitar serta membutuhkan komitmen dalam mengembangkan organisasi yang memungkinkan untuk berinovasi guna mencapai keberlanjutan (Shields, et al, 2018). Demikian dapat dimaknai bahwa jika usaha perhiasan imitasi ini ingin bertahan maka mereka harus berinovasi dan memelihara modal sosial yang mereka miliki sebelumnya. Aktifnya modal sosial-budaya menjadi kunci keberlanjutan usaha (Pillai, T.R. and Ahamat, A. 2018).Yakni tetap menjaga keterlibatan keluarga yang efektif dalam

bisnis dan keterlibatan aktif ini sebagai penyebab sosial yang dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk bertahan lebih lama (Bidet, 2019).

SIMPULAN DAN SARAN

Bedasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) keberadaan usaha perhiasan imitasi mulai berubah sejalan dengan perubahan lingkungan bisnis akibat dari adanya persaingan usaha. (2) Usaha perhiasan imitasi dulu menjadi mata pencaharian mayoritas masyarakat desa, sekarang mulai hilang dikarenakan adanya persaingan bisnis yang muncul sehingga berdampak pada perubahan lingkungan bisnis yang tidak hanya menjadikan perubahan ekonomi masyarakat sekitar akan tetapi juga pada perubahan sosial di masyarakat. (3) Tantangan tersendiri yakni banyak pemilik usaha yang gulung tikar dan menutup usahanya dan ada juga pemilik usaha yang masih mempertahankan usaha ini dan menjadikannya sebagai mata pencaharian utama bagi pemilik dan pekerja. Pemilik usaha yang memutuskan bertahan pada usahanya dilakukan sebagai inisiatif sosial dengan orientasi keputusan bertahan bukan hanya pada keuntungan ekonomi saja namun pada kebermanfaatn sosial, melalui tata kelola yang berbasis pada etika dan nilai-nilai yang ada. Keterbatasan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan metode analisis yang hanya fokus pada persoalan keberlanjutan usaha dan keputusan bertahan yang berorientasi pada konteks upaya inisiatif sosial. Dengan demikian (1) saran bagi pemilik usaha untuk tetap bisa mempertahankan usahanya dengan menjadikan insiatif sosial sebagai orientasi memberikan manfaat pada masyarakat sekitar, tetapi juga meningkatkan inovasi dan ketrampilan dalam menghadapi persaingan bisnis. (2) saran untuk Disperindag yaitu memberikan dukungan bagi usaha kecil yang masih bertahan dengan memberikan regulasi yang dapat mendukung usaha kecil tersebut. (3) Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan peluang untuk penelitian lanjutan, misalnya pengembangan penelitian dengan isu lain yakni mengetahui biaya transaksi di tiap insiatif sosial yang dilakukan pemilik usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Y. A., & Mansor, M. N. B. (2018). The Moderating Effect of Business Environment on the Relationship between Entrepreneurial Skills and Small Business Performance in Iraq. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(4), 1–11. <https://doi.org/147c9618bbbcbcd44a10525a1804b5dd>
- Ahmad, S., Siddiqui, K.A. and AboAlsamh, H. M. (2020). Family SMEs' Survival: The Role of Owner Family and Corporate Social Responsibility. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 27 No, 281–297. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Baldarelli MG., Del Baldo M., F. C. (2015). *The Relationships Between CSR, Good Governance and Accountability in the Economy of Communion (EoC) Enterprises*. In: Idowu S., Frederiksen C., Mermod A., Nielsen M. (eds) *Corporate Social Responsibility and Governance. CSR, Sustainability, Ethics & Govern.* https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-10909-1_1
- Becker, G. S. (2013). *The Economic Approach to Human Behavior*. University of Chicago Press.
- Bidet, É., & Defourny, J. (2019). *Social Enterprise in Asia: Theory, Models and Practice*. Routledge.
- Browning, G., Halcli, A., & Webster, F. (1999). *Understanding Contemporary Society: Theories of the Present*. Lodon: Sage.
- Cabanelas, P., Manfredi, L.C., González-Sánchez, J.M. dan Lampón, J. (2019). Persaingan Multimarket dan Inovasi di Pasar Industri: Spanyol dan Kolombia dalam perspektif Perbandingan. *Jurnal Bisnis & Pemasaran Industri*, Vol. 35 No, 457–469.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ JBIM-01-2019-0043>
- Cachon, J.-C. (2019). Building Business Cred in The Hood: Traditional Teachings and Legitimacy Management in Indigenous Communities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 13 No, 525–554. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ JEC-05-2018-0032>
- Damsar, I. (2009). P. S. E. J. K. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.: Kencana.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2017). Mapping Social Enterprise Models: Some Evidence from The ICSEM Project. *Social Enterprise Journal*, 13(4), 318–328. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ SEJ-09-2017-0049>
- Del Baldo, M., Baldarelli, M. (2015). From Weak to Strong CSR: The Experience of The EoC (Economy of Communion) Industrial Parks in Germany and Italy. *Uwf UmweltWirtschaftsForum*, 23(4), 213–226. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/ s00550-015-0364-5>
- Fabus, M. (2018). Business Environment Analysis Based on The Global Competitiveness Index (GCI) and Doing Business (DB): Case Study Slovakia. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 7(4), 831–839. [https://doi.org/http://doi.org/10.9770/ jssi.2018.7.4\(18\)](https://doi.org/http://doi.org/10.9770/ jssi.2018.7.4(18))
- Ferro, C., Padin, C., Svensson, G., Sosa Varela, J.C., Wagner, B. and Høgevoid, N. . (2017). Validating a Framework of Stakeholders in Connection to Business Sustainability Efforts Insupply Chain. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32 No. 1, 124–137. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ JBIM-12-2015-0253>
- George, S.A., Tejwani, L., Saini, A.K., Pathak, N. dan Kanvinde, N. (2018). Teknik Suntej: Perjuangan Untuk Tetap Bertahan dalam Menghadapi Persaingan. Studi Kasus Pasar Negara Berkembang. *Emerald Emerging Markets Case Studies.*, 8(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ EEMCS-03-2018-0041>
- Golicic, S.L., Flint, D.J. and Signori, P. (2017). Building Business Sustainability Through Resilience in The Wine Industry. International. *Journal of Wine Business Research*, 29(1), 74–97. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ LJWBR-02-2016-0005>
- Haryanto, S. (2011). *Sosiologi Ekonomi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hawkins, T., Gravier, M. and Randall, W. . (2018). Socio-Economic Sourcing: Benefits of Small Business Set-asides in Public Procurement. *Journal of Public Procurement*, 18 No. 3, 217–239. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ JOPP-09-2018-014>
- Kasnadi, H., & Indrayani, R. (2019). *Pengantar Bisnis. (Tim Redaksi, Ed.)*. Jambi: Landasan Ilmu. Jambi: Landasan Ilmu.
- Luan, C. J., Chen, Y. Y., Huang, H. Y., & Wang, K. S. (2018). CEO Succession Decision in Family Businesses—A Corporate Governance Perspective. *Asia Pacific Management Review*, 23(2), 130–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/ j.apmrv.2017.03.003>
- Mankiw, N. G. dkk. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marylyn Carrigan, Jordon Lazell, C. B. & S. M. (2017). Burgers for Tourists Who Give a Damn! Driving Disruptive Social Change Upstream and Downstream in The Tourist Food Supply Chain. *Journal of Sustainable Tourism*, 25:11, 1563–1582. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/ 09669582.2017.1291652>
- Neumeyer, X., & Santos, S. C. (2018). Sustainable Business Models, Venture Typologies, and Entrepreneurial Ecosystems: A Social Network Perspective. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4565–4579. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/ j.jclepro.2017.08.216>
- Newbert, S., & Craig, J. B. (2017). Moving Beyond Socioemotional Wealth: Toward a

- Normative Theory of Decision Making in Family Business. *Family Business Review*, 30(4), 339–346. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0894486517733572>
- Orobia, L.A., Tusiime, I., Mwesigwa, R. and Ssekiziyivu, B. (2020). Entrepreneurial Framework Conditions and Business Sustainability among The Youth and WomenE Entrepreneurs. *Asia Pacific. Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14 No. 1, 60–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2019-0059>
- Piccarozzi, M. (2017). Does Social Innovation Contribute to Sustainability? The Case of Italian Innovative Start-ups. *Sustainability*, 9(12), 2376. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su9122376>
- Pillai, T.R. and Ahamat, A. (2018). Social Cultural Capital in Youth Entrepreneurship Ecosystem: Southeast Asia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12, 232–255. <https://doi.org/DOI:10.1108/JEC-08-2017-0063>
- Rezaei-Moghaddam, K., Izadi, H. (2019). Entrepreneurship in Small Agricultural Quick-Impact Enterprises in Iran: Development of an Index, Effective Factors and Obstacles. *Global Entrepreneurship Research*, 9. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0133-3>
- Schilling, M. A. (2015). *Manajemen Strategis Inovasi Teknologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Shields, J. F., Welsh, D. H., & Shelleman, J. M. (2018). Sustainability Reporting and Its Implications for Family Firms. *Journal of Small Business Strategy*, 28(1), 66–71.
- Sihite, M., & Sule, E. T. (2017). *Sustainable Business Performance Strategy: A Modern Strategic Management Approach*. Jakarta: BEE Management Consultan.
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Svensson, G., Ferro, C., Hogevoid, N., Padin, C. and Sosa Varela, J. . (2018). Developing a Theory of Local Company Business Sustainability Efforts in Connection with Supply Chain Stakeholders. *Supply Chain Management*, Vol. 23 No, 16–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/SCM-12-2015-0461>
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi offset.
- Usman, R. (2018). *Usman, R. (2018). Pengendalian dan penjaminan mutu: konsep, metode, dan analisis*. Jakarta: Usakti.
- Vetráková, M., Hitka, M., Potkány, M., Lorincová, S., & Smerek, L. (2018). Corporate Sustainability in The Process of Employee Recruitment Through Social Networks in Conditions of Slovak Small and Medium Enterprises. *Sustainability*, 10(5), 1670. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su10051670>
- Yonk, R.M., Harris, K., Martin, R.C. and Anderson, B. (2017). Exploring The Case of The White Moustache: Entrepreneurship and Regulatory Capture in The Milk Products Industry. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, Vol. 6 No., 41–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEPP-08-2016-0031>