

PENGEMBANGAN JARINGAN BISNIS SOSIAL BERBASIS KOMUNITAS PELAKU USAHA BERBAHAN BAKU UBI KAYU

Eko Budi Cahyono¹, Adi Sutanto², Ahmad Juanda³, Wahyudi⁴

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang

²Program Studi Magister Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

⁴Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas 246 Malang 65144

Email: ekobudi@umm.ac.id

Abstrak

Sebagian besar jaringan bisnis pelaku usaha berbahan baku ubi kayu masih memiliki keterbatasan dalam beberapa hal, diantaranya keterbatasan akses informasi, akses modal dan akses pasar. Upaya untuk mengatasi keterbatasan tersebut, salah satunya dengan cara mengarahkan mereka menggunakan perangkat teknologi informasi secara optimal. Tujuan penelitian pada tahun pertama adalah pengembangan model jaringan bisnis sosial dan pengembangan prototip teknologi jaringan bisnis sosial pelaku usaha berbahan baku ubi kayu.

Hasil penelitian mengarah pada terwujudnya jaringan sosial yang melekat pada jaringan bisnis yang ditandai dengan adanya modal sosial untuk meningkatkan produktivitas industri berbahan baku ubi kayu. Upaya yang sudah dilakukan melalui penelitian ini adalah: a) Pembentukan komunitas kasava b) Kesepakatan kerjasama komunitas kasava untuk melakukan program bersama. Salah satu dari program tersebut adalah mendirikan klaster industri kecil pengolahan ubi kayu di sentra-sentra produksi bahan baku. Diantaranya yang sudah berhasil didirikan melalui kerjasama tersebut adalah klaster industri pengolahan tepung mocaf di desa Tirtoyudo kecamatan Tirtoyudo kabupaten Malang. c) Perancangan model jaringan bisnis sosial dan prototip teknologi informasi (<https://kasava.org>).

Kata kunci: jaringan bisnis sosial; modal sosial; teknologi informasi; ubi kayu

Pendahuluan

Sebagian besar pelaku usaha berbahan baku ubi kayu masih memiliki keterbatasan dalam beberapa hal, diantaranya keterbatasan akses informasi, akses modal dan akses pasar. Upaya untuk mengatasi dan menghilangkan keterbatasan tersebut, salah satunya dengan cara mengarahkan mereka untuk menggunakan perangkat teknologi informasi secara optimal.

Dengan kemampuan untuk menggunakan perangkat teknologi informasi yang sudah berkembang begitu pesat, maka para pelaku usaha akan semakin *melek* tentang kondisi usaha yang dijalankan dan semakin mudah untuk memperoleh akses informasi, pasar dan permodalan. Selain itu, para pelaku usaha akan berupaya secara natural untuk membangun jaringan bisnis mereka yang dipersatukan karena kepentingan dan bidang usaha yang sejenis atau serumpun. Jaringan bisnis tersebut sudah tidak lagi dibatasi oleh wilayah geografis, tapi bisa menembus batas antar wilayah.

Perkembangan teknologi informasi semakin menjadi bagian dari tuntutan kehidupan bisnis dan kehidupan sosial. Beberapa diantaranya adalah *facebook*, *twitter*, *e-commerce*, bisnis on line, *e-banking*, dan lain-lainnya. Perangkat teknologi tersebut merupakan media untuk melakukan aktivitas kehidupan bisnis dan aktivitas kehidupan sosial. Tuntutan untuk menggunakan media teknologi tersebut telah menjadi sebuah keharusan, termasuk bagi pelaku usaha berbahan baku ubi kayu. Faktanya pelaku usaha kecil belum familiar dalam menggunakan media teknologi informasi untuk menjalankan aktivitas bisnis dan aktivitas sosialnya (Lembaga Penelitian SMERU, 2003; Syarif, 2008).

Jaringan bisnis dalam suatu komunitas usaha bisa terbentuk secara *natural* atau *by design*. Jaringan bisnis yang terbentuk secara *natural* melalui sebuah proses interaksi transaksional antar pelaku usaha yang berlangsung secara terus menerus. Sedangkan jaringan bisnis yang terbentuk *by design* melalui sebuah proses pelembagaan yang dipelopori oleh pemerintah, lembaga masyarakat atau oleh pelaku usaha sendiri. Baik secara *natural* atau *by design* orientasi dari jaringan tersebut masih lebih menekankan pada orientasi bisnis sebagaimana hasil penelitian Juanda tentang pengembangan jaringan bisnis usaha gaplek di kabupaten Malang (Juanda et al, 2015). Hasil penelitian

tersebut menemukan bahwa jaringan bisnis yang ada kurang memperhatikan aspek sosial dalam menjalin interaksi antar pelaku usaha, disamping itu ketika melibatkan penggunaan teknologi informasi juga belum dilakukan secara optimal terutama dari aspek sosial. Dengan kata lain jaringan bisnis yang ada masih bersifat transaksional sehingga interaksi yang terjadi kurang menunjukkan sifat sosial.

Melihat kenyataan tersebut, para pelaku usaha berbahan baku ubi kayu masih memerlukan bantuan (tidak sekedar modal) tetapi dalam bentuk intervensi sosial untuk membangun kohesivitas komunitas yang solid di tengah-tengah dinamika arus informasi dan teknologi yang berkembang. Intervensi sosial ini diperlukan untuk membangun aspek sikap dan perilaku bagi komunitas pelaku usaha agar mereka memahami permasalahan yang dihadapi, mengetahui posisi dalam struktur perekonomian, memiliki konfidensi secara komunal untuk bangkit dari keterpurukan menghadapi situasi ekonomi yang tidak kondusif bagi mereka, mampu memanfaatkan secara optimal peluang yang ada terkait dengan tren perangkat teknologi, bantuan pendanaan, dan jaringan pasar.

Sejauh ini intervensi sosial terhadap komunitas pelaku usaha berbahan baku ubi kayu lebih banyak bersifat parsial, sehingga tidak memunculkan jaringan bisnis sosial yang saling menguatkan (sinergi) antara satu dengan yang lain. Dengan demikian, dirasa perlu adanya pengembangan *social capital* (*trust, network, dan norms*) melalui intervensi sosial secara komprehensif yang melibatkan komponen komunitas pelaku usaha, antara lain petani, industri kecil mikro, pedagang berbahan baku ubi kayu, serta pelaku industri keuangan mikro dan bengkel mesin. Hal ini dikarenakan modal sosial merupakan faktor kunci keberhasilan pelaku usaha kecil (<http://www.depkop.go.id>).

Berkembangnya jaringan bisnis didasari oleh persamaan kepentingan diantara para pelaku ekonomi. Di kalangan pelaku usaha, jaringan bisnis tidak bisa solid karena tidak memiliki alat perekat yang mampu mempersatukan kepentingan diantara mereka (Susanto, 2006). Alat perekat dimaksud bisa berupa tantangan pasar, kesamaan bidang usaha, rasa senasib sepenanggungan (*esprit de corp*), dan kesadaran bersama untuk maju. Dalam kaitan ini, komunitas pelaku usaha berbahan baku ubi kayu sebenarnya memiliki peluang untuk menciptakan alat perekat tersebut ketika sudah terbentuk sebuah komunitas yang solid, bahkan *segmented*. Oleh karena itu, pengembangan jaringan bisnis tersebut harus diikuti pula dengan nuansa sosial yang dapat memunculkan alat perekat sebagai pemersatu komunitas yang ada. Dengan demikian, jaringan yang terbangun akan memiliki dimensi baru, yaitu jaringan bisnis sosial.

Pengembangan jaringan bisnis sosial memerlukan instrumen teknologi informasi yang dijadikan sebagai media untuk berinteraksi antar pelaku usaha dan dengan konsumen. Akan tetapi instrumen tersebut tidak bisa berfungsi secara efektif jika tidak dilakukan intervensi dalam mengarahkan pelaku usaha untuk memiliki sikap teknologi *minded* dan memiliki modal sosial. Jika hal ini tercapai maka akan menjadi pemicu percepatan dan perluasan kegiatan bisnis sosial dalam menghadapi persaingan global.

Permintaan ubi kayu terus meningkat baik untuk konsumsi, pakan dan industri olahan (ubi kayu, chips, tapioka dan mocaf) serta bahan energi baru terbarukan. Luas panen ubi kayu di Indonesia pada tahun 2011 seluas 1,18 juta hektar dan produksi yang dicapai sebesar 24,04 juta ton dengan produktivitas sebesar 20,29 ton/ha. Sedangkan pada tahun 2012 luas tanam ubi kayu diproyeksikan seluas 1,29 juta hektar dan diharapkan luas panen yang akan dicapai seluas 1,24 juta hektar dengan produktivitas 20,23 ton/ha maka produksi ubi kayu nasional diharapkan mencapai 25 juta ton. Kabupaten Malang termasuk wilayah sentra produksi ubi kayu di Jawa Timur (Kementerian Pertanian, 2012) karena memiliki luas panen rata-rata per tahun lebih dari 5.000 hektar. Dengan demikian Malang memiliki potensi pasar dan industri yang memanfaatkan bahan baku ubi kayu seperti pabrik tapioka, chips/pellet, mocaf. Secara nasional sentra produksi ubi kayu menyebar ke sepanjang pegunungan seribu meliputi Sumatra Utara, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, DIY, Jawa Timur, NTT dan Sulawesi Selatan. Khusus di Jawa Timur ada 15 kabupaten dan kotamadya yang menjadi sentra produksi ubi kayu, Malang adalah salah satu diantaranya. Diharapkan Malang sebagai obyek penelitian menjadi *pilot project* untuk pengembangan jaringan bisnis sosial pelaku usaha berbahan baku ubi kayu di Indonesia.

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu dua tahun. Adapun tujuan penelitian dan luaran yang akan dicapai pada tahun pertama adalah :

1. Pengembangan model jaringan bisnis sosial antar pelaku (investor, produsen, distributor, konsumen) yang memberdayakan pelaku usaha berbahan baku ubi kayu. Luaran berupa model jaringan bisnis sosial.
2. Pengembangan prototip teknologi jaringan bisnis sosial pelaku usaha berbahan baku ubi kayu. Luaran berupa prototip teknologi informasi.

Peta Jalan dan Metode Penelitian

Penelitian ini diarahkan pada terwujudnya jaringan sosial yang melekat pada jaringan bisnis yang ditandai dengan adanya modal sosial untuk meningkatkan produktivitas industri berbahan baku ubi kayu dengan mempertimbangkan kearifan lokal. Upaya yang sudah dilakukan melalui penelitian dan program pemerintah antara lain: a) penguatan bahan baku ubi kayu melalui intensifikasi dan ekstensifikasi lahan serta fasilitasi kemitraan petani dan industri b) pengembangan sentra industri dan jaringan bisnis c) pemanfaatan teknologi informasi dalam jaringan

bisnis. Secara rinci peta jalan penelitian dan pengembangan jaringan bisnis sosial berbahan baku ubi kayu dituangkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Peta Jalan Penelitian

No.	Upaya Pengembangan	Capaian 2015	Sasaran Akhir 2017	Keterangan
1.	Penguatan bahan baku ubi kayu melalui intensifikasi dan ekstensifikasi lahan serta fasilitasi kemitraan petani dan industri	a. Bertambahnya luas area panen dan produktivitas tanaman ubi kayu. b. Adanya kerjasama yang baik antara petani dengan industri.	Bahan baku yang berkualitas untuk keperluan industri	a. Hasil penelitian teknologi pangan ubi kayu dari DPPM UMM tahun 2010 s.d 2014. b. Program peningkatan produksi ubi kayu tahun 2010 s.d 2014 dirjen tanaman pangan kementerian pertanian 2012.
2.	a. Pengembangan Sentra Industri melalui diversifikasi, sosialisasi, promosi dan pameran produk pangan berbasis ubi kayu. b. Pengembangan jaringan bisnis.	a. Peningkatan permintaan. b. Tumbuhnya industri pangan olahan berbasis ubi kayu. c. Peningkatan akses informasi, pasar dan modal.	a. Kontinuitas penyediaan bahan baku yang berkualitas dan berdaya saing. b. Terwujudnya jaringan bisnis yang berkesinambungan.	a. Program kerja pengembangan ubi kayu sebagai bahan baku industri dari Badan Penelitian dan Pengembangan Industri Departemen Perindustrian b. Hasil penelitian PUPT dan realisasi program department perindustrian
3.	Pengembangan jaringan bisnis melalui penguatan teknologi informasi	Pemanfaatan teknologi informasi dalam jaringan bisnis	Efisiensi biaya ekonomi dan produktivitas industri	Hasil kerjasama kemitraan PT DNA dan UMM tahun 2013.

Secara komprehensif penelitian ini dilakukan melalui empat tahapan yang meliputi 1) Pengembangan model jaringan bisnis sosial, 2) Pengembangan prototip teknologi informasi, 3) Penerapan teknologi informasi, 4) Intervensi sosial. Dengan pemahaman bahwa penelitian ini merupakan penelitian aksi (*action research*) maka metode untuk seluruh tahapan penelitian yang dilakukan meliputi:

a. Metode pengembangan model jaringan bisnis sosial berbasis pada teknologi informasi

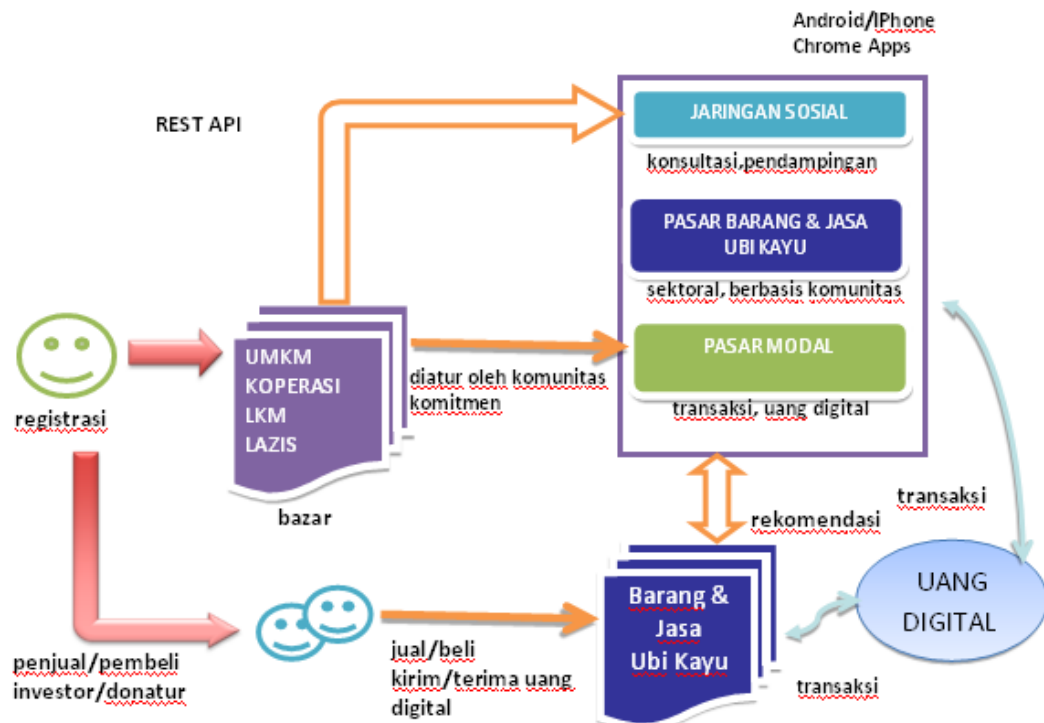
Penelitian dimulai dari identifikasi aktivitas bisnis dan aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh komunitas pelaku usaha berbahan baku ubi kayu di kabupaten Malang sebagai *pilot project*. Kemudian di rancang model interaksi bisnis antara investor, produsen, distributor dan konsumen untuk aktivitas bisnis serta model interaksi sosial antara donatur dan *donatee* untuk aktivitas sosial. Pengembangan model jaringan bisnis sosial dilakukan dengan cara melibatkan secara langsung para pelaku usaha baku ubi kayu. Komunitas jaringan bisnis sosial bertemu dalam sistem teknologi informasi sebagaimana pada gambar 1 untuk akses informasi, transaksi permodalan, serta transaksi bisnis penawaran dan permintaan ubi kayu beserta olahannya yang bersifat sektoral dan *segmented*.

b. Metode Intervensi Sosial

Intervensi sosial adalah cara atau strategi untuk melakukan perubahan sikap dan perilaku sasaran, baik individu, kelompok, dan atau masyarakat. Dapat dikatakan pula, bahwa intervensi sosial merupakan upaya perubahan berencana terhadap individu, kelompok, maupun komunitas (Adi, Isbandi Rukminto, 2005; Nugroho, 1984). Tujuan utama dari intervensi sosial adalah untuk memperbaiki fungsi sosial sasaran perubahan. Ketika fungsi sosial seseorang berfungsi dengan baik, diasumsikan bahwa kondisi sejahtera akan semakin mudah dicapai. Mekanisme intervensi sosial dengan tujuan pemberdayaan komunitas pelaku usaha berbahan baku ubi kayu dilakukan melalui tahapan:

1. Penggalan masalah yang dihadapi komunitas dalam kaitannya dengan akses informasi, modal, pasar, dan modal sosial.
2. Diagnosis masalah utama yang dihadapi oleh komunitas dalam mengakses informasi, modal, pasar, dan modal sosial.
3. Negosiasi kontrak intervensi sosial antara tim peneliti dengan komunitas sasaran program.
4. Membentuk sistem aksi guna mendukung rencana pelaksanaan intervensi sosial.
5. Pelaksanaan tindak perubahan melalui program intervensi sosial yang terencana melalui pendekatan individual, kelompok, dan workshop pemanfaatan prototip, sehingga terwujud modal sosial, serta kesiapan penerapan sistem jaringan bisnis sosial.

6. Terminasi intervensi sosial, sekaligus mendorong sasaran perubahan berpartisipasi dalam program pemberdayaan melalui jaringan bisnis sosial.



Gambar 1. Arsitektur Sistem Teknologi Informasi

Hasil dan Pembahasan

Intervensi Sosial

Penerapan teknologi informasi tidak terlepas dari keberadaan sistem yang sedang berjalan. Sistem yang sedang berjalan diberikan intervensi sosial dengan tujuan untuk pemberdayaan komunitas pelaku usaha berbahan baku ubi kayu. Intervensi sosial yang dilakukan yaitu:

1. Pembentukan komunitas kasava. Komunitas ini merupakan kumpulan para pelaku usaha berbahan baku ubi kayu yang sama-sama mempunyai masalah dengan akses informasi, permodalan dan pemasaran.
2. Pembentukan sistem aksi terhadap komunitas kasava. Pelaksanaan tindak perubahan program intervensi sosial yang terencana melalui pendekatan individual dan kelompok. Diantara program dengan pendekatan kelompok yaitu pendirian industri kecil pedesaan skala klaster untuk pengolahan ubi kayu menjadi tepung mocaf dan olahannya.
3. Pengembangan industri mocaf di sentra-sentra produksi ubi kayu membutuhkan teknologi informasi dengan basis fungsi mempertemukan antara petani dengan investor dan mempertemukan antara petani dengan konsumen/distributor dalam suatu sistem klaster jaringan bisnis sosial.
4. Teknologi informasi difungsikan untuk membantu menyelesaikan permasalahan pendanaan pendirian industri baru dan permasalahan jaringan produksi dan distribusi mocaf beserta olahannya.
5. Dengan meningkatkan nilai tambah ubi kayu menjadi tepung mocaf dan olahannya diharapkan petani lebih produktif. Petani tidak saja menyediakan bahan baku ubi kayu tetapi juga terlibat langsung dalam pengembangan industri kecil pedesaan.

Teknologi Pertanian

Pada pelaksanaan sistem aksi dipilih kelompok tani ubi kayu desa Tirtoyudo kecamatan Tirtoyudo kabupaten Malang sebagai model dari sistem klaster jaringan bisnis sosial. Kelompok tani Tirtoyudo dipilih karena kelompok tani ini (1) mempunyai lahan ubi kayu sebesar 60.500 m² (6 ha) yang dimiliki oleh dua belas petani dengan rata-rata produktivitas 38 ton/ha (2) telah terbiasa mengelola lahan dan memasarkan bahan baku ubi kayu secara bersama-sama (3) aktif dalam forum komunikasi petani se Malang selatan (4) telah bergabung dalam komunitas kasava (5) bersedia menjadi model dari klaster industri dan menjadi bagian dari jaringan bisnis sosial pelaku usaha berbahan baku ubi kayu.

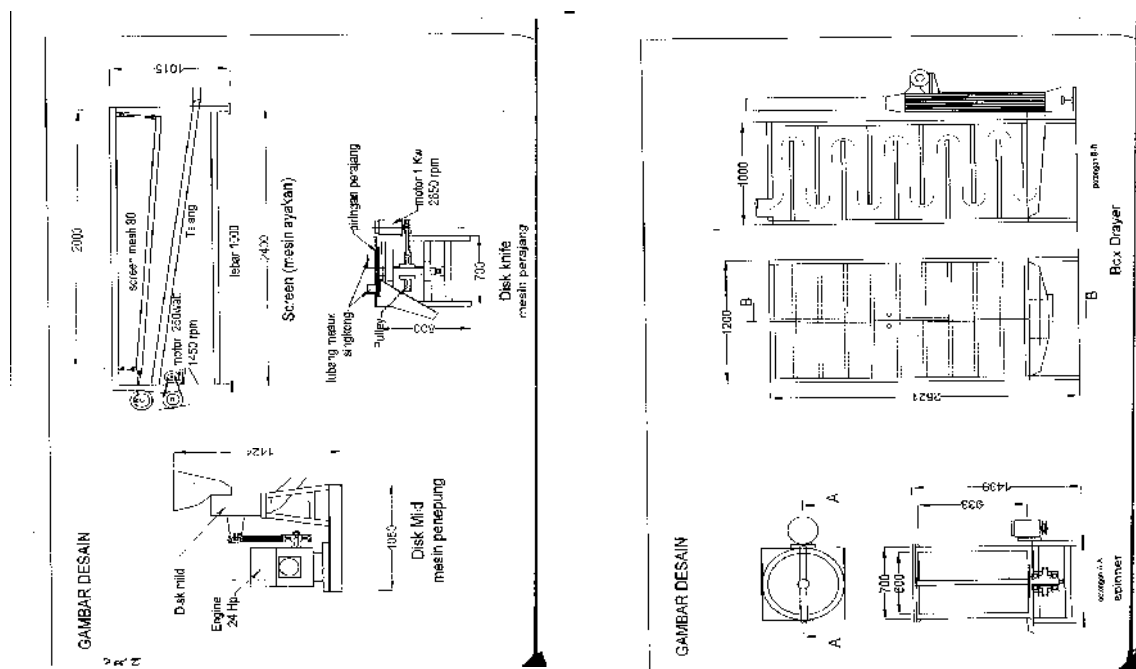
Negosiasi kontrak intervensi sosial antara tim peneliti dengan kelompok tani ubi kayu Tirtoyudo dilakukan dengan pembagian tugas: tim peneliti menyediakan mesin pabrik mocaf yang dianggarkan dari dana hibah MP3EI, melakukan konsultasi dan pendampingan terhadap operasionalisasi pabrik mocaf, menyediakan teknologi informasi untuk pengembangan menuju sistem kluster jaringan bisnis sosial; sedangkan kelompok tani ubi kayu Tirtoyudo melakukan tugas untuk menyediakan bahan baku ubi kayu yang rutin sebesar 2 ton/hari, menyediakan tanah dan bangunan pabrik seluas 240 m² dengan layout pabrik seperti terlihat pada gambar 2, menggunakan teknologi informasi yang telah disediakan tim peneliti untuk melakukan kegiatan perusahaan.



Gambar 2 Denah Pabrik Industri Pengolahan Tepung Mocaf

Mesin pengolahan tepung mocaf mempunyai kapasitas *input* sebesar 2 ton/hari dengan kapasitas *output* sebesar 600 kg/hari tepung mocaf dengan spesifikasi mesin sebagai berikut:

1. 1 buah mesin perajang kapasitas 500 kg/jam engine 5,5 hp
2. 1 buah mesin pengering kapasitas 300 kg/batch kecepatan pengeringan 3-5 %/jam blower 2 hp motor listrik
3. 1 buah mesin peniris kapasitas 300 kg/jam bahan stainless steel
4. 1 buah mesin penepung kapasitas 250-300 kg/jam engine diesel 24 hp
5. 1 buah mesin pengayak kapasitas 150-200 kg/jam engine motor listrik 1 hp



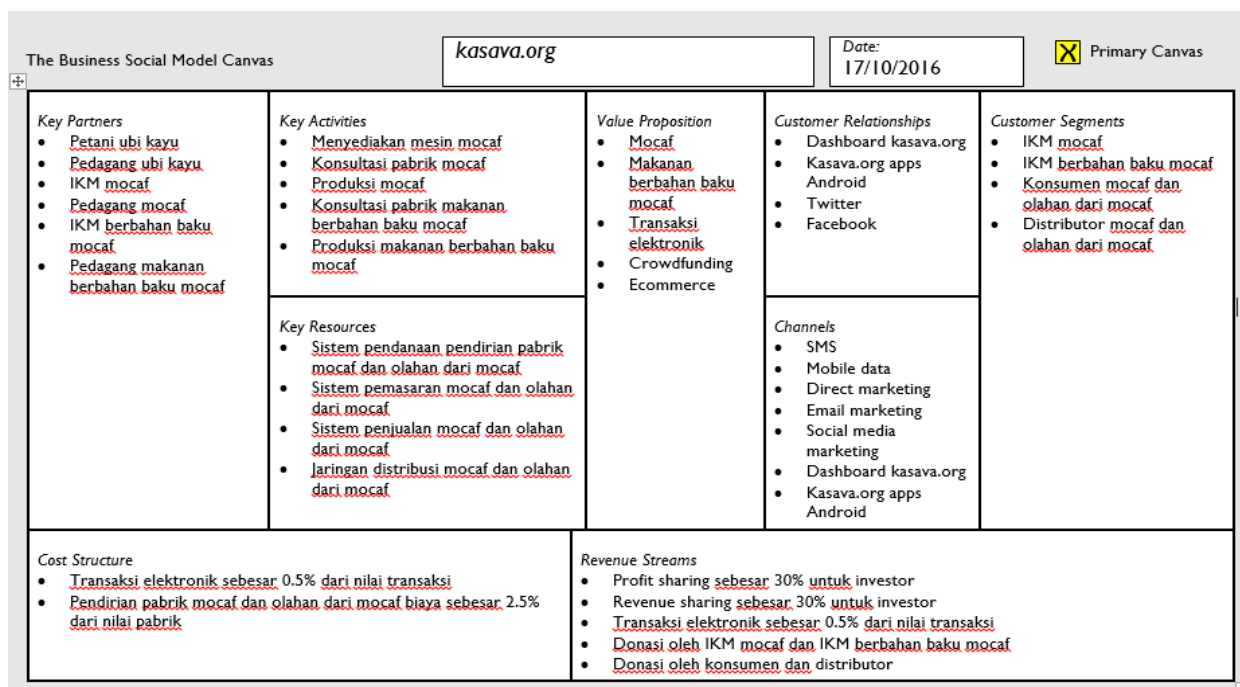
Gambar 3 Desain mesin pengolah mocaf

Teknologi Informasi

Model bisnis sosial adalah sebuah deskripsi tentang bagaimana sebuah perusahaan membuat sebuah nilai tambah di dunia kerja, termasuk di dalamnya kombinasi dari sumber daya, infrastruktur, produk, pelayanan, citra, distribusi, dan sistem informasi yang memberikan dukungan terhadap peningkatan sosial ekonomi masyarakat. Model bisnis sosial lebih mudah digambarkan dalam bentuk model kanvas. Kelebihan model kanvas diantaranya adalah (1) kemampuan dalam menggambarkan elemen inti dalam sebuah bisnis sosial dengan lebih mudah dalam satu lembar kanvas (2) kemudahan pemodelan jika suatu elemen berubah-ubah dengan cepat dan melihat implikasi perubahan suatu elemen terhadap elemen bisnis yang lain (3) menggambarkan interaksi dalam rantai nilai perusahaan dengan lebih sederhana.

Model bisnis kanvas dipopulerkan oleh Alexander Osterwalder berdasarkan bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Pada model bisnis kanvas ada sembilan hal yang menggambarkan elemen utama dalam setiap bisnis. Kesembilan elemen tersebut adalah *key partners*, *key activities*, *value propositions*, *customer relationship*, *customer segments*, *cost structure*, *key resources*, *revenue streams*, dan *channels* (Osterwalder, 2010).

Model bisnis sosial dari sistem kluster jaringan pabrik mocaf dan olahannya dimodelkan dalam bentuk kanvas selengkapnya seperti terlihat pada gambar 4. Keterangan: *key partners* adalah mitra utama perusahaan (petani, pedagang, ikm), *key activities* adalah kegiatan utama perusahaan agar dapat memberikan nilai tambah (produksi mocaf dan olahannya), *value propositions* adalah nilai tambah yang diberikan kepada pelanggan (*crowdfunding*, *ecommerce*), *customer relationship* adalah tipe hubungan perusahaan dengan pelanggan (kasava.org apps for Android, dashboard kasava.org), *customer segments* adalah pelanggan dalam pasar komunitas (industri kecil mikro pedesaan, distributor, konsumen), *cost structure* adalah komponen biaya operasional perusahaan (transaksi elektronik), *key resources* adalah sumber daya utama perusahaan (pendanaan pendirian pabrik, jaringan produksi dan jaringan distribusi), *revenue streams* adalah pendapatan perusahaan yang diperoleh dari pelanggan melalui pasar komunitas (bagi hasil), *channels* adalah saluran komunikasi atau transaksi antara perusahaan dengan pelanggan (sms, mobile data, teknologi informasi). Model kanvas dapat memberikan gambaran umum tentang perencanaan arsitektur sistem aplikasi dari teknologi informasi yang sedang dirancang, gambaran dari model bisnis dan gambaran dari model sosial sekaligus dalam satu kanvas.



Gambar 4 Model bisnis sosial kanvas

Kesimpulan

- Dari hasil pembahasan dan pelaksanaan kegiatan penelitian di lapangan didapat kesimpulan sebagai berikut:
- Keterbatasan yang ada pada pelaku usaha berbahan baku ubi kayu terhadap akses informasi, akses modal dan akses pasar dapat diatasi dengan cara mengarahkan para pelaku usaha tersebut menggunakan perangkat teknologi informasi secara optimal dalam aktivitas bisnis dan sosialnya.

- b. Model bisnis sosial kanvas menggambarkan model bisnis, model jaringan sosial dan arsitektur sistem aplikasi teknologi informasi sekaligus dalam satu kanvas sehingga perencanaan dan evaluasi sistem menjadi mudah dipantau dalam satu kanvas.
- c. Pada prakteknya modal sosial berperan sekali sebagai penggerak usaha dalam komunitas. Untuk itu diperlukan suatu modal sosial dari komunitas kasava yang melekat pada teknologi informasi yang sedang dibangun. Modal sosial yang dimaksud adalah jaringan bisnis sosial, kerjasama diantara para mitra usaha untuk mencapai tujuan bersama (*key partners*) dan pencapaian nilai tambah perusahaan secara bersama-sama (*value proposition*)

Acknowledgment: Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi atas biaya penelitian Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) berjudul “Pengembangan Jaringan Bisnis Sosial Berbasis Komunitas Pelaku Usaha Berbahan Baku Ubi Kayu (Cassava)” dengan nomor kontrak: SK. DP2M No. 0581/E3/2016.

Daftar Pustaka

- Adi, Isbandi Rukminto. 2005. *Ilmu Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Pengantar pada Pengertian dan Beberapa Pokok Bahasan*. Jakarta. FISIP UI Press.
- Gould, Roger V. (2000) *Why Do Networks Matter? Rationalist and Structuralist Interpretations*. Loch Lomond Skotlandia tanggal 22 – 25 Juni 200, <http://www.nd.edu/~dmyers/lomond/passy-pdf>, (download, 27 Nopember 2001).
- Juanda, Ahmad; Kholmi, Masiyah; Setyawan, Setu; Cahyono, Eko Budi. 2015. *Pengembangan Jaringan Bisnis Berbasis Komunitas Untuk Pemberdayaan Usaha Gapek (Dried Cassava) di Kabupaten Malang*. Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi.
- Kementerian Pertanian, 2012. *Roadmap Peningkatan Produksi Ubi Kayu 2010-2014*, Direktorat Jenderal Tanaman Pangan
- Kendall, K.E; Kendall, J.E. 2003. *System Analysis and Design*,. Pearson Education.
- Lembaga Penelitian SMERU. 2003. *Upaya Penguatan Usaha Mikro dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perempuan (Sukabumi, Bantul, Kebumen, Padang, Surabaya, Makasar)*. Laporan Lapangan.
- Nugroho, Sumarno T. 1984. *Sistem Intervensi Kesejahteraan Sosial*. Yogyakarta. PT. Hanindita.
- Osterwalder, Alexander (2010), *Business Model Generation*, John Wiley and Sons
- Pemkab Malang. 2012. *Kabupaten Malang dalam Angka Tahun 2011*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Malang.
- Priyono. (2012). *Modal Sosial Faktor Kunci Keberhasilan Kredit Mikro*, <http://www.depkop.go.id/component/content/article/377-modal-sosial-faktor-kunci-keberhasilan-kredit-mikro.html> (diakses, 6 Agustus 2012 pukul 10.43 WIB).
- Ritzer, George. 2000. *Modern Sociological Theory*. New York: The Mcgraw-Hill Companies, Inc.
- Sheller, Mimi (2000) *From Social Networks to Social Flows: Re-thinking the Movement in Social Movements*, paper dalam Workshop tentang “Social Movement Analysis: The Network Perspective” di Loch Lomond Skotlandia tanggal 22 – 25 Juni 200, <http://www.nd.edu/~dmyers/lomond/passy-pdf>, (download, 27 Nopember 2001).
- Smelser, Neil J. 1962. *Theory of Collective Behavior*. New York: The Free Press.
- Smelser, Neil, J. 1981. *Sociology*. Englewood Cliffs, New Best : Prentice-Hall Inc.
- Sutanto, Adi; Andajani, T.K; Budiyanto, Agus Krisno; Wachid, Muhammad; Cahyono, Eko Budi. 2012. *Kajian tentang Implementasi PUG dalam Perumusan Kebijakan Publik dan Model Penanggulangan Kemiskinan Berbasis Potensi Ekonomi Lokal di Kabupaten Malang*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pemerintah Kabupaten Malang.
- Syarif, Teuku. 2008. *Pendekatan dan Strategi Pembangunan Ekonomi yang Berorientasi pada Perbaikan Iklim Usaha UMKM*. Jurnal INFOKOP. Volume 16.
- Tilly, Charles (1978). *From Mobilization to Revolution*. Amerika Serikat: Addison-Wesley Publishing Company.
- Wahyudi. 2005. *Formasi dan Struktur Gerakan Sosial Petani*. Malang: UMM Press.
- Yunus, M; Weber, Karl. 2010. *Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs*. PublicAffairs, USA.