

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Bisnis Ikatan Alumni Pondok Pesantren di Pamekasan**

###### **a. Toko Bagus**

Berdirinya Toko Bagus berawal dari keinginan pengasuh PP. Darul Ulum Banyuanyar, KH. Mohammad Syamsul Arifin. Saat itu, beliau sedang melakukan kunjungan ke kantor KSPPS Nuri cabang Pegantenan dan menyampaikan keinginannya untuk didirikannya sebuah unit usaha ritel. Berangkat dari ungkapan keinginan beliau ini, para alumni berinisiatif untuk mendirikan unit usaha ritel tersebut yang dikemas dengan toko semi-modern yang menjual air minum dalam kemasan Nuri (salah satu unit usaha AMDK milik PP. Darul Ulum Banyuanyar) dan gorengan. Kemudian pada tahun 2018, berdirilah sebuah unit usaha ritel yang diberi nama Toko Bagus yang terletak di Jl. Raya Pegantenan Pamekasan. Unit usaha ritel ini berada naungan Koperasi Konsumen Bagus “Barokah Guru Santri”.<sup>1</sup>

Setelah melalui berbagai proses yang panjang, pendapatan dari toko ini sangat baik. Pengasuh kembali menyampaikan keinginannya tentang keberlanjutan toko ini agar dapat melakukan ekspansi dan berkembang lebih besar lagi. Kemudian, tidak berlangsung lama, beberapa bulan kemudian, tepatnya pada tahun 2019, didirikanlah sebuah cabang toko bagus di Kecamatan Palengaan Kabupaten

---

<sup>1</sup> Portofolio Toko Bagus

Pamekasan dan disusul oleh cabang-cabang lainnya di tahun yang sama.

Sampai 2023, Toko Bagus terhitung memiliki 15 cabang. Berikut merupakan data cabang Toko Bagus yang tersebar di seluruh pulau Madura:<sup>2</sup>

**Tabel 4.1:** Data Cabang Toko Bagus 2018-2023

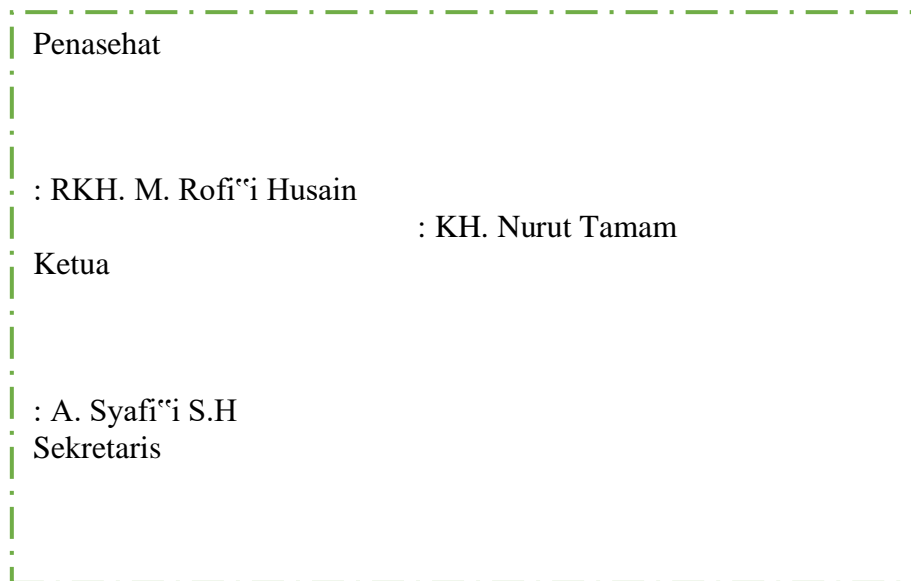
No.	Nama Cabang	Alamat Minimarket	Tahun Berdiri
1.	Toko Bagus Cabang Pegantenan	Jl. Raya Pegantenan Pamekasan	2018
2.	Toko Bagus Cabang Pakong	Jl. Raya Pakong Pamekasan	2019
3.	Toko Bagus Cabang Palengaan	Jl. Raya Palengaan Pamekasan	2019
4.	Toko Bagus Cabang Plakpak	Jl. Raya Plakpak Pamekasan	2020
5.	Toko Bagus Cabang Kadur	Jl. Raya Kadur Pamekasan	2020
6.	Toko Bagus Cabang Waru I	Jl. Raya Waru Pamekasan	2020
7.	Toko Bagus Cabang Waru II	Jl. Raya Waru Barat Pamekasan	2020
8.	Toko Bagus Cabang Batumarmar	Jl. Raya Batumarmar Pamekasan	2020
9.	Toko Bagus Cabang Pasean	Jl. Raya Pasean Pamekasan	2020
10.	Toko Bagus Cabang Sampang Kota	RW V, Dalpenang Kec. Sampang Kab. Sampang	2021
11.	Toko Bagus Cabang Robatal	Jl. Raya Robatal Sampang	2021
12.	Toko Bagus Cabang Karang Penang	Pasar Karang Penang Sampang	2021
13.	Toko Bagus Cabang Pasongsonngan	Jl. Raya Pasongsonngan Sumenep	2021
14.	Toko Bagus Cabang Dasuk	Jl. Raya Dasuk Sumenep	2021
15.	Toko Bagus Cabang Ketapang	Jl. Raya Ketapang Sampang	2022

---

<sup>2</sup> Portofolio Toko Bagus

Selanjutnya, berikut merupakan data struktur pengurus toko

Bagus:



**Gambar 4.1** Struktur Pengurus Toko Bagus

b. Minimarket Homastas

Homastas merupakan sebuah minimarket milik unit koperasi guru (KOPERGU) PP. Mambaul Ulum Bata-Bata. Tahun 2016, Homastas pertama didirikan di Barisan Jl. Raya Palengaan. Selain bertujuan untuk kesejahteraan santri, alumni dan masyarakat sekitar, Homastas didirikan juga untuk mempermudah akses belanja santri dan masyarakat sekitar. Kemudian homastas diakuisisi oleh PT. MUBA Grup pada November 2022. atas inisiatif RKH. Ach. Faisol Abdul Hamid pengasuh ke-6 Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-Bata.

Nama Homastas diambil dari Bahasa arab; *khomsata asyarah* (lima belas). Dengan artian, kata lima belas difilosofikan kecemerlangan pada tanggal 15 hijriyah, dimana munculnya bulan purnama. Homastas juga memiliki slogan “berbelanja dengan gaya”.

Selogan ini bertujuan untuk mengubah pola pikir santri dan masyarakat bahwa uang merupakan elemen atau faktor utama untuk bisa berbelanja. Homastas menawarkan berbelanja dengan gaya, namun uang bukanlah yang nomor satu. Gaya tersebut dimaksudkan sebagai sifat imajinatif dan kreatif dalam berbelanja.<sup>3</sup>

Homastas mempunyai 12 cabang minimarket di seluruh Madura. Berikut ialah datanya:

**Tabel 4.2**

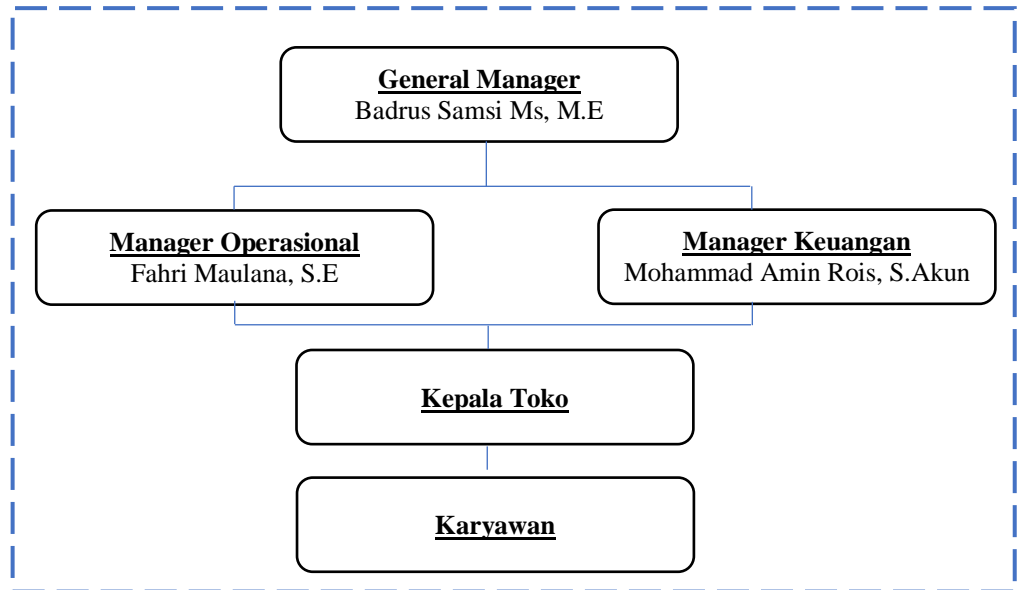
: Data Cabang Homastas 2016-2023

No.	Nama Cabang	Alamat Minimarket	Tahun Berdiri
1.	Homastas Panaan	Panaan Jl. RKH. Abd. Majid Palengaan Pamekasan	2016
2.	Homastas Palengaan	Jl. Raya Palengaan Pamekasan	2017
3.	Homastas Karang Penang	Pasar Karang Penang Sampang	2019
4.	Homastas Camplong	Jl. Raya Camplong Sampang	2019
5.	Homastas Tanjung bumi	Tanjung bumi Bangkalan	2021
6.	Homastas Sokobanah	Jl. Raya Sokobanah Sampang	2017
7.	Homastas Waru 1	Jl. Raya Waru Barat Pamekasan	2017
8.	Homastas Waru 2	Jl. Raya Waru Pamekasan	2017
9.	Homastas Pasean	Jl. Raya Pasean Pamekasan	2017
10.	Homastas Pakong	Jl. Raya Pakong Pamekasan	2018

<sup>3</sup> AdminPesantren, "HOMASTAS Siap Layani Kebutuhan Masyarakat Dan Santri," September 9, 2016, <http://www.bata-bata.net/2016/09/09/HOMASTAS-Siap-Layani-Kebutuhan-Masyarakat-Dan-Santri.html>.

11.	Homastas Larangan Badung	Jl. Raya Larangan Badung Pamekasan	2017
12.	Homastas Ganding	Jl. Raya Ganding Sumenep	2017

Selanjutnya, berikut merupakan struktur minimarket Homastas tahun 2023:



**Gambar 4.2** Struktur Pengurus Minimarket Homastas

c. Toko Koim MWR

Unit usaha pertokoan merupakan salah satu aktivitas yang dijalankan oleh Yayasan Al-Miftah sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan ekonomi pesantren dan masyarakat. Unit usaha pertokoan ini bernama Koim MWR yang sudah berdiri sejak 2019 dengan melewati sejarah Panjang dari tahun 90 – an.

Pada tahun 1994, KH. Mudatstsir Badrudrin (Pengasuh PP. Miftahul Ulum panyepen) mendirikan Koperasi *al-Iqtishod lil Muamalah* (KOIM) mawaddah Syariah Jawa Timur. Tujuannya agar santri tidak perlu dikirim oleh wali santri dengan cara wali santri

menjadi investor dan menaruh saham di KOIM, kemudian santri mendapat uang bulanan dari bagi hasil menaruh saham di KOIM tersebut. Seiring berjalannya koperasi tersebut, pengasuh tidak pernah lupa untuk mengirim karyawan agar diikutkan pelatihan tentang koperasi BMT sampai ke pulau jawa.<sup>4</sup>

Dengan bekal pelatihan yang diikuti, berdirilah unit simpan pinjam Syariah BMT Mawaddah pada juli 1999. Sehingga dana dari koperasi dialihkan kepada BMT Mawaddah. Dari tahun ke tahun, BMT Mawaddah memiliki pendapatan yang kian meningkat hingga dapat menutupi modal awal. Selanjutnya, pengurus tertarik untuk membuka ritel. Pada tahun 2019, berdirilah sebuah toko yang diberi nama KOIM MWR dan terus berkembang dan cabangnya sudah tersebar di banyak daerah Madura dan Surabaya.<sup>5</sup> Berikut merupakan cabang toko Koim yang sudah berjalan sejak 2019 sampai saat ini.

**Tabel 4.3:** Data Cabang Toko Koim 2019-2023

No.	Nama Cabang	Alamat Minimarket	Tahun Berdiri
1.	KOIM MWR Cabang Karang Penang	Pasar Karang Penang	2019
2.	KOIM MWR Cabang Sokobanah	Jl. Raya Sokobanah Sampang	2020
3.	KOIM MWR Cabang Batulenger	Barat Pasar Batu Lenger Sokobanah Sampang	2020
4.	KOIM MWR Cabang Palengaan	Jl. Raya Palengaan Pamekasan	2020
5.	KOIM MWR Cabang Pakong	Jl. Raya Pakong Pamekasan	2020
6.	KOIM MWR Cabang Blu'uran	Pasar Blu'uran Sampang	2021

<sup>4</sup> Mohammad, Toko KOIM MWR, April 31, 2023.

<sup>5</sup> Mohammad.

7.	KOIM MWR Cabang Proppo	Jl. Raya Proppo Pamekasan	2021
8.	KOIM MWR Cabang Palerenan	Pasar Palerenan Sokobanah Sampang	2022
9.	KOIM MWR Cabang Robatal	Jl. Raya Robatal Sampang	2022
10.	KOIM MWR Cabang Ketapang	Jl. Raya Ketapang Sampang	2022
11.	KOIM MWR Cabang Elektronik Palengaan	Jl. Raya Palengaan Pamekasan	2023
12.	KOIM MWR Cabang Surabaya	Surabaya	2023
13.	KOIM MWR Cabang Bujur	Ds. Bujur Pamekasan	2023
14.	KOIM MWR Cabang Pegantenan	Jl. Raya Pegantenan Pamekasan	2023

## 2. Ikatan Alumni Pondok Pesantren Terbesar di Pamekasan

### a. Persatuan Alumni Darul Ulum Banyuwangi (Peradaban)

Awal pembentukan organisasi alumni PP. Darul Ulum Banyuwangi ialah pada awal tahun 1990-an. Sebagaimana yang dituturkan oleh KH. Sibli Ali Makki sebagai ketua pertama organisasi alumni PP. Darul Ulum Banyuwangi. Pembentukan organisasi tersebut berawal dari sebuah keadaan dimana pengasuh harus turun tangan sendiri dalam mengelola pondok pesantren. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu tokoh alumni.

“Saya lupa tahun berapa, saat itu saya punya usaha Meubeler, tiba-tiba KH. Mohammad Syamsul Arifin datang ke rumah saya untuk memesan bangku siswa pondok pesantren Banyuwangi. Saya kaget, masak hanya urusan bangku, kiai harus turun tangan sendiri”<sup>6</sup>

KH. Sibli Ali Makki mengusulkan kepada KH. Mohammad Syamsul Arifin untuk diadakan pertemuan alumni dengan tujuan agar

<sup>6</sup> Sibli Ali Makki, Toko Bagus, April 30, 2023.

urusan sarana prasarana pondok pesantren juga menjadi pemikiran alumni. Kemudian, usulan beliau disetujui dan dibentuklah organisasi alumni di acara tersebut dan terpilihlah KH. Sibli sebagai ketua alumni tersebut, namun masih belum memiliki nama.

Belum memiliki nama bukan berarti menafikan peran alumni di PP. Darul Ulum Banyuwangi. Kegiatan pertemuan rutin dilakukan setiap tahun. Namun, organisasi ini tidak berjalan lama. Kemudian urusan sarana prasarana pesantren dibicarakan bersama wali santri dalam acara temu wali santri dengan diadakannya SPP (Sumbangan Pendidikan dan Pembangunan).

Selanjutnya, pada tahun 2005 organisasi alumni diaktifkan kembali yang dipimpin langsung oleh menantu pengasuh, yaitu KH. Moh. Ro'e, MA. Sebelumnya, organisasi alumni ini telah terbentuk di Saudi Arabiya yang digagas oleh beliau bersama alumni pondok pesantren Banyuwangi yang sedang merantau di sana. Organisasi tersebut diberi nama PERADABAN (Persatuan Alumni Darul Ulum Banyuwangi). Ketika KH. Moh. Ro'e datang dari Makkah al-Mukarromah setelah menyelesaikan pendidikannya di Universitas Ummul Quro pada jenjang S1 sampai S2-nya, maka organisasi alumni ini dikembangkan di Indonesia dengan nama yang sama, Peradaban.

Berawal dari organisasi yang berawal dari Saudi Arabia inilah cikal bakal Peradaban yang saat ini menjadi wadah besar organisasi semua alumni pondok pesantren Darul Ulum Banyuwangi dimulai. Pada tahun 2005 itu, Peradaban pertama kali dipublikasikan kepada



khalayak dengan acara pelantikan pengurus dalam bentuk temu alumni hingga peradaban terus aktif sampai saat ini.<sup>7</sup>

b. Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA)

Ikatan Alumni Pondok Pesantren Bata-bata IKABA, begitu ia disebut dan dikenal diberbagai kalangan. Organisasi ini menjadi pengikat para alumni Ponpes Mambaul ulum Bata-bata yang terletak di desa pana'an palenga'an Pamekasan. Asal mula terbentuknya organisasi tersebut berawal dari kegelisahan pemilik ide organisasi ini yakni KH. Ghazali Salim (Pengasuh PP. Darul Lughah Akkor) atas minimnya fasilitas pendidikan masa itu. Fasilitas pendidikan, atau lebih tepatnya kondisi kelas Madrasah Aliyah (MA) saat itu dengan ukuran lima kali tujuh dan ditempati seratus siswa bahkan lebih.<sup>8</sup>

Atas kegelisahan tersebut pada tahun 1994, Ust. Ghazali sowan kepada RKH. Syamsul Arifin Banyu Anyar dan RKH. Salim Bringin untuk sharing ide. Ide dan gagasan itu di amini oleh kedua tokoh Kiai alumni tersebut. Maka atas dasar itu beliau Sowan ke pengasuh Bata-bata yakni RKH. Abdul Hamid AMZ, dan beliau juga mengiyakan ide berdirinya ikatan alumni tersebut.

Di tahun yang sama atas restu dari pengasuh ust. Ghazali berinisiatif mengadakan pertemuan alumni dengan target seribu undangan, namun forum perdana tersebut baru terlaksana di tahun 1995 dengan jumlah berkisar empat ratus peserta yang kemudian

---

<sup>7</sup> "Koperasi NURI; Dari PERADABAN Menuju Peradaban Ekonomi Syariah," n.d., accessed April 2, 2023.

<sup>8</sup> Anwari Achmad, "Embrio Lahirnya Ikatan Alumni Bata-Bata," Desember 2022.

IKABA diresmikan pada acara tersebut dan Ust. Ghazali sebagai ketua IKABA.<sup>9</sup>

c. Ikatan Keluarga Besar Alumni dan Simpatisan (IKBAS)

Ikatan Keluarga Besar Alumni dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen sebagai sebuah wadah silaturahmi dan menjaga *ukhuwah Islamiyah*, serta sebagai *khodimul ma'had wal ummah*. selain itu, terbentuknya organisasi ini bertujuan sebagai jaringan kerjasama antara Lembaga alumni dengan Lembaga lain yang dinilai bermanfaat dan juga sebagai wadah pemberdayaan alumni dan pengabdian kepada pondok pesantren dan majelis pengasuh.

IKBAS berdiri sejak tanggal 19 Jumadis Tsani 1416 H/ 13 November 1995 M. Organisasi IKBAS tingkat pusat berkedudukan di lingkungan dan/atau sekitar PP. Miftahul Ulum Panyepen Desa Potoan Laok Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan. Dari awal terbentuknya organisasi IKBAS bersifat social, keagamaan, dan kekeluargaan. Berikut merupakan tujuan dan usaha yang dilakukan oleh IKBAS:<sup>10</sup>

**Tujuan:**

- 1) Menjamin keberlangsungan ajaran Islam Ahlussunnah wal Jama'ah dan nilai-nilai kesantrian.

---

<sup>9</sup> Achmad.

<sup>10</sup> Khotibul Mahbub, *IKBAS PPMU: Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga, Peraturan Organisasi, Dan Program Kerja* (Pamekasan: MPP IKBAS PPMU, 2021), 3.

- 2) Menjaga nama baik pesantren dan bangga dengan almamater kesantriannya.
- 3) Menjaga dan memperkuat kecintaan dan ke-*ta'dzim*-an aluma terhadap Majelis Pengasuh Pondok Pesantren Miftahul Ulum Panyeppeen.
- 4) Menciptakan dan memperkuat hubungan silaturrahim yang lebih nyata, terencana dan terorganisir antara Majelis Pengasuh Pondok Pesantren Miftahul Ulum Panyeppeen dengan para alumni dan simpatisan.
- 5) Mempererat hubungan silaturrahim antar sesama alumni dan simpatisan serta tidak membeda-bedakan status sosial dan masing-masing anggotanya.
- 6) Memberi dorongan, dukungan serta pertimbangan kepada para Alumni dan simpatisan dalam menjalankan kegiatan dan perjuangan guna mencapai cita-cita yang diinginkan.

**Usaha:**

- 1) Mengadakan pertemuan secara rutin dan berkala, baik ditingkat lokal, regional, nasional maupun Internasional.
- 2) Mengadakan kajian dan pelatihan sesuai dengan kebutuhat yang bermanfaat bagi alumni serta tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan norma-norma yang berlaku di tengah-tengah masyarakat.
- 3) Mendorong para alumni agar dapat berperan aktif dalam pembangunan khususnya di bidang penyelenggaraa pendidikan

Islam, pembinaan moral dan kegiatan lainn yang bermanfaat bagi kemaslahatan umat.

- 4) Menangani kegiatan dakwah, Pendidikan, ekonomi, social, dan budaya.

## **B. Paparan Data**

Modal sosial merupakan sebuah lingkup komunitas dengan sumber daya yang muncul hasil interaksi dalam suatu kelompok, baik kantar individu maupun antar institusi yang melahirkan ikatan emosional berupa kepercayaan, jaringan-jaringan social, dan nilai-nilai yang membentuk struktur masyarakat yang berguna untuk koordinasi dan kerjasama dalam mencapai tujuan atau visi Bersama. Munculnya konsep modal social di dalam masyarakat dapat menjadi dorongan dalam memperbaiki sektor ekonomi masyarakat, termasuk yang terlibat dengan pondok pesantren, seperti keterkaitan alumni dengan pondok pesantrennya.

### **1. Tipologi *Social Capital***

Indikator yang digunakan untuk menilai modal social dilihat dari tiga aspek, yaitu; jaringan, norma, dan kepercayaan. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui tipologi modal social dalam membangun jaringan bisnis ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan ialah melalui ketiga aspek tersebut dengan melihat implementasi dari tipologi modal social tersebut pada poin kedua. Kemudian dapat diklasifikasikan kembali sesuai dengan tipologi modal social itu sendiri; *bonding*, *bridging*, atau *linking social capital*.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Hasbullah, *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*.

## **a. Toko Bagus**

### **1) *Bonding Social Capital***

#### **a) Jaringan**

Jaringan bisnis Toko Bagus terhimpun dalam sebuah wadah organisasi ikatan alumni yang bernama Peradaban. Melalui organisasi ini, kegiatan-kegiatan sosial yang digelar dapat menjadi sebuah jejaring untuk Toko Bagus. Pengurus toko Bagus membuat jaringannya tidak terlalu tertutup, namun juga tidak terlalu terbuka. Pada awal toko dibuka, jaringan bisnis toko tersebut dibuat setertutup mungkin, dimana dalam perekrutan karyawan dan susunan pengurus hanya bisa dijangkau oleh alumni saja dengan cara menunjuk dan memanggil alumni untuk diangkat menjadi karyawan di toko tersebut. Tentunya, penentuan karyawan yang akan dipanggil ditentukan oleh organisasi peradaban secara tidak langsung. Sebagaimana yang dituturkan oleh salah satu manager toko Bagus berikut:

“Pada awal pertama toko ini dibuka, kami memanggil alumni yang terhimpun dalam organisasi peradaban untuk bekerja dan menjadi karyawan di toko bagus yang awalnya Cuma ada di Jl. Raya Pegantenan itu. Kami tetap memprioritaskan alumni dalam membangun jaringan bisnis Toko Bagus ini. Kami melakukan koordinasi dengan Peradaban agar dapat menyisir dan memanggil alumni untuk menjadi bagian dari toko Bagus.”<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Agus Dahori, Toko Bagus, March 27, 2023.

Hal ini disetujui oleh Masduki dan Abd. Hadi selaku karyawan toko bagus yang direkrut berdasarkan panggilan dari organisasi peradaban.

“Pada tahun 2019, iya saya dipanggil oleh peradaban untuk menjadi karyawan di toko bagus. Waktu itu, masih di pusat, di Pegantenan. Awalnya saya Cuma jadi karyawan karena disini kita mulai dari awal.”<sup>13</sup>

Kemudian, terkait hal yang sama disambung oleh penuturan Masduki berikut:

“Waktu itu, tahun berapa? Tahun 2019, awal toko bagus dibuka, iya dipanggil, ditunjuk untuk menjadi karyawan. Selain untuk pengabdian, kalau untuk gaji alhamdulillah disini cukup. Disini lebih ke mengabdikan”<sup>14</sup>

Berdasarkan penuturan-penuturan tersebut, dapat dikatakan bahwa toko bagus masih bersifat tertutup dan hanya memberi peluang pada alumni saja, bahkan bagi alumni yang memiliki kedekatan dengan para pengurus. Sebagaimana dituturkan oleh Fajar Shodiq sebagai salah satu alumni yang tidak menjadi bagian dari toko bagus tersebut:

“Kalau saya kurang tau masalah itu. Saya kurang dapat info bagaimana ada toko bagus dan sistem perekrutannya. Saya juga kurang aktif di peradaban. Jadi, kalau menurut saya yang jadi bagian dari toko bagus itu, ya yang dekat saja atau yang dipilih. Selebihnya, saya kurang tau.”<sup>15</sup>

#### b) Norma

Setiap karyawan yang direkrut harus sudah mengikuti prosedur dan memenuhi kualifikasi untuk masuk menjadi

---

<sup>13</sup> Abd. Hadi, Toko Bagus, March 27, 2023.

<sup>14</sup> Masduki, Toko Bagus, March 27, 2023.

<sup>15</sup> Fajar Shodiq, Persatuan Alumni Darul Ulum Banyuwangi (Peradaban), March 27, 2023.

bagian dari toko bagus, terutama terkait etika. Prosedur ini mulai dari tahap lamaran kerja, seleksi, tes, hingga training.

“Setiap karyawan sudah harus ikut prosedur dan SOP dari toko Bagus. Kalau tidak, ya tidak bisa. Bahkan jika kinerja dan etikanya bagus, dia akan mendapatkan promosi jabatan.”<sup>16</sup>

Kenaikan pangkat atau jabatan akan dilakukan setiap tahun atau jika diperlukan. Kinerja dan etikanya menjadi tolak ukur dalam penempatan posisi. Karnanya, setiap karyawan akan menjadi bagian dari toko Bagus dimulai dari jabatan paling rendah, yaitu karyawan.

“Saya dan Masduki masuk di tahun yang sama. Mulai dari penempatan, penentuan jabatan semuanya diperhitungkan dan dinilai. Masduki sekarang jadi admin disini karena dia mampu.”<sup>17</sup>

#### c) Kepercayaan

Rasa percaya ini timbul karena solidaritas yang terjalin dalam setiap individu maupun kelompok. Suatu contoh; pada tahun 2019, setelah tiga bulan toko Bagus resmi dibuka dan berjalan, pengurus toko merasa kekurangan karyawan, maka inisiatif yang dilakukan adalah menunjuk salah satu alumni yang dipercayai dan dikira mampu menjadi karyawan.

“Saya bareng sama Masduki, tapi beda sekitar tiga bulanan. Waktu itu di pusat kurang karyawan. Jadi saya dipanggil. Waktu itu, tahun berapa? Tahun 2019, awal toko bagus dibuka, iya dipanggil, ditunjuk untuk menjadi karyawan. Selain untuk pengabdian, kalau untuk gaji alhamdulillah disini cukup. Disini lebih ke mengabdikan”<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Dahori, Toko Bagus.

<sup>17</sup> Hadi, Toko Bagus.

<sup>18</sup> Hadi.

Sejalan dengan penuturan tersebut, bahwasannya toko bagus percaya terhadap siapa yang ditunjuk dan dipanggil untuk menjadi karyawan, dan yang ditunjuk dan dipanggil juga percaya bahwa dia dipanggil dan ditunjuk karena dipercayai, bahkan tidak menanyakan nominal gaji yang akan didapat.

## 2) *Bridging Social Capital*

### a) Jaringan

Perluasan jaringan bisnis juga secara tidak langsung terjadi dalam setiap kegiatan-kegiatan Peradaban. Kedekatan alumni dapat menjadi tolak ukur dalam mengukur seberapa besar peluang untuk menjadi bagian dari toko Bagus.

Setelah toko bagus melakukan ekspansi di beberapa daerah kecamatan, hingga akhirnya membuka cabang pula di daerah Sampang kota, dimana notabenenya tidak ada alumni di daerah tersebut. Maka strategi yang digunakan dalam membangun jaringan di daerah tersebut ialah menerima karyawan yang bukan alumni PP. Darul Ulum Banyuwangi. Senada dengan penuturan dari Agus Dahori sebagai salah satu manager toko bagus:

“Untuk melakukan ekspansi, dalam pemilihan tempat, kita tidak melihat ada atau tidaknya alumni di daerah itu. Kalau alumni tidak ada, kita menerima karyawan atau merekrut karyawan yang bukan alumni dengan syarat memenuhi kualifikasinya.”<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Dahori, Toko Bagus.



Untuk cabang-cabang yang terletak di daerah yang tidak ada atau sedikit alumninya, maka alternatif strategi yang digunakan ialah membuka peluang bagi non alumni dengan syarat memenuhi kualifikasi yang ditentukan oleh toko Bagus.

b) Norma

Norma merupakan ketetapan yang tetap dipakai secara konsisten di Toko Bagus, baik secara tersurat maupun tersirat. Hal ini mengenai norma yang terbentuk di antara relasi atau jaringan bisnis Toko Bagus.

“Setiap karyawan sudah harus ikut prosedur dan SOP dari toko Bagus. Kalau tidak, ya tidak bisa. Bahkan jika kinerja dan etikanya bagus, dia akan mendapatkan promosi jabatan.”<sup>20</sup>

Hal tersebut digunakan untuk assessmen atau evaluasi pada promosi kenaikan jabatan. Kenaikan pangkat atau jabatan akan dilakukan setiap tahun atau jika diperlukan. Kinerja dan etikanya menjadi tolak ukur dalam penempatan posisi. Karnanya, setiap karyawan akan menjadi bagian dari toko Bagus dimulai dari jabatan paling rendah, yaitu karyawan

c) Kepercayaan

Modal social dapat tumbuh karena rasa kebersamaan dan kepercayaan serta kesamaan membuat masyarakat lebih

---

<sup>20</sup> Dahori.

merasa dekat. Dari setiap individu baik yang berada dalam organisasi Peradaban dan yang menjadi bagian dari toko Bagus saling menanamkan rasa percaya. Kepercayaan dijaga sebaik mungkin untuk memelihara jaringan atau relasi yang kuat.

### 3) *Linking Social Capital*

#### a) Jaringan

Jaringan yang dibangun di Toko Bagus juga menggambarkan karakteristik *linking social capital*. Toko Bagus membuka peluang untuk selain alumni, bahkan alumni pondok pesantren lain. Sehingga, jaringan bisnis Toko Bagus dapat dijangkau oleh semua komunitas dengan syarat telah mengikuti prosedur dan SOP yang berlaku.<sup>21</sup>

#### b) Norma

Norma merupakan ketetapan yang tetap dipakai secara konsisten di Toko Bagus, baik secara tersurat maupun tersirat. Hal ini mengenai norma yang terbentuk di antara relasi atau jaringan bisnis Toko Bagus.

“Setiap karyawan sudah harus ikut prosedur dan SOP dari toko Bagus. Kalau tidak, ya tidak bisa. Bahkan jika kinerja dan etikanya bagus, dia akan mendapatkan promosi jabatan.”<sup>22</sup>

Hal tersebut digunakan untuk assessmen atau evaluasi pada promosi kenaikan jabatan. Kenaikan pangkat atau

---

<sup>21</sup> Dahori.

<sup>22</sup> Dahori.

jabatan akan dilakukan setiap tahun atau jika diperlukan. Kinerja dan etikanya menjadi tolak ukur dalam penempatan posisi. Karnanya, setiap karyawan akan menjadi bagian dari toko Bagus dimulai dari jabatan paling rendah, yaitu karyawan.

c) Kepercayaan

Rasa kebersamaan dan kepercayaan dapat menumbuhkan modal sosial. Begitupun, kesamaan membuat masyarakat lebih merasa dekat. Dari setiap individu baik yang berada dalam organisasi Peradaban dan yang menjadi bagian dari toko Bagus saling menanamkan rasa percaya. Kepercayaan dijaga sebaik mungkin untuk memelihara jaringan atau relasi yang kuat.

**b. Mini Market Homastas**

**1) *Bonding Social Capital***

a) Jaringan

Minimarket Homastas tidak membuat jaringannya tertutup, dimana menggambarkan bahwa Mini Market Homastas tidak menerapkan *bonding social capital*. Berbeda dengan toko Bagus, Minimarket Homastas membuka peluang selebar-lebarnya kepada setiap pelamar. Minimarket Homastas tidak membatasi siapa yang akan menjadi karyawan disana dengan syarat mengikuti prosedur dan memenuhi kualifikasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh

direktur PT. MUBA Grup yang sudah mengakuisisi minimarket Homastas dari KOPERGU.

“Jadi begini, Kita menerima selain alumni. Jadi tidak hanya alumni. Jika sudah mengikuti prosedur dan memenuhi kualifikasi, ya dia bisa diterima menjadi bagian dari minimarket Homastas”<sup>23</sup>

b) Norma

Sistem dan strategi yang digunakan oleh Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA) tidak menafikan norma yang ada. Setiap santri, alumni, bahkan simpatisan *tawadhu'* dan menghormati pesantren dan majelis pengasuh pesantren. Dengan menjadi bagian dari pesantren, mereka merasa bahwa hal tersebut merupakan sebuah jalan pengabdian terhadap pesantren dan majelis keluarga pengasuh pesantren. Maka yang diharapkan adalah barokah.<sup>24</sup>

Ketaatan dan pengabdian dalam mengharap barokah juga dapat menjembatani promosi naik jabatan bagi karyawan atau pengurus pengelola bisnis di minimarket Homastas. Ketika karyawan sudah mengikuti prosedur dan SOP yang ditentukan, maka dapat mengantarkannya untuk promosi naik jabatan, dan hal ini rutin dilakukan oleh pengurus minimarket Homastas. Seperti yang telah dituturkan oleh Ustadz Habibullah berikut:

“Untuk penetapan posisi, kita lakukan promosi naik jabatan dengan syarat mengikuti prosedur dan SOP yang ada. Kalau memenuhinya, maka dia akan di promosi naik

---

<sup>23</sup> Habibullah, Mini Market Homastas, March 27, 2023.

<sup>24</sup> Anwari Achmad, Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA), March 31, 2023.

jabatan. Itu juga sebagai sebuah apresiasi dari pengurus.”<sup>25</sup>

c) Kepercayaan

Kepercayaan dapat menjadi kunci dalam membangun jaringan bisnis. Pada Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA), rasa saling percaya tumbuh karena solidaritas yang kuat antar alumni, bahkan antar alumni dan simpatisan. Dengan menanamkan saham di minimarket Homastas sebagai bisnis pesantren, berarti telah percaya kepada bisnis tersebut. Sikap *husnudzan* merupakan sebuah sikap yang mampu mengikat tali silaturahmi agar tetap solid.

Begitu pula, saling percaya tertanam ketika simpatisan sudah menaruh saham atau menjadi investor. Secara tidak langsung, hal ini merupakan strategi memperkenalkan minimarket Homastas untuk mengundang *customer* atau bahkan investor lain dari luar. Sedangkan *customer* dan investor percaya terhadap minimarket Homastas.

“Biasanya, dari selain alumni ada yang menjadi investor untuk menanam saham di bisnis pesantren, Hal ini kita lakukan untuk menarik *customer* di berbagai daerah, semacam memperkenalkan itu”<sup>26</sup>

Selanjutnya, kepercayaan juga tertanam ketika melakukan promosi kenaikan jabatan. Pengurus mempercayai kemampuan karyawan untuk dinaikkan jabatannya.

---

<sup>25</sup> Habibullah, Mini Market Homastas.

<sup>26</sup> Achmad, Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA).

## 2) *Bridging Social Capital*

### a) Jaringan

Minimarket Homastas membuka peluang selebar-lebarnya kepada setiap pelamar. Minimarket Homastas tidak membatasi siapa yang akan menjadi karyawan disana dengan syarat mengikuti prosedur dan memenuhi kualifikasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh direktur PT. MUBA Grup yang sudah mengakuisisi minimarket Homastas dari KOPERGU.

“Nah kalau ini, Kita menerima selain alumni. Jadi tidak hanya alumni. Jika sudah mengikuti prosedur dan memenuhi kualifikasi, ya dia bisa diterima menjadi bagian dari minimarket Homastas”<sup>27</sup>

Hal ini sejalan dengan penuturan dari sekretaris IKABA bahwasanya yang bukan alumni PP. Mambaul Ulum Bata-Bata juga berkesempatan atau memiliki peluang untuk menjadi bagian dari Homastas, baik menjadi investor atau menjadi karyawan atau pengurus di minimarket Homastas.

“Kami memang mengutamakan alumni. Jika masih ada alumni dan alumni masih bisa dibina, kami akan menerima alumni. Jika tidak ada, maka kami akan menerima dari selain alumni untuk menjadi investor atau karyawan di bisnis itu.”<sup>28</sup>

### b) Norma

Selanjutnya, sistem dan strategi yang digunakan oleh Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA) tidak menafikan norma

---

<sup>27</sup> Habibullah, Mini Market Homastas.

<sup>28</sup> Achmad, Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA).

yang ada. Setiap santri, alumni, bahkan simpatisan *tawadhu'* dan menghormati pesantren dan majelis pengasuh pesantren. Dengan menjadi bagian dari pesantren, mereka merasa bahwa hal tersebut merupakan sebuah jalan pengabdian terhadap pesantren dan majelis keluarga pengasuh pesantren. Maka yang diharapkan adalah barokah.<sup>29</sup>

c) Kepercayaan

Pada Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA), rasa saling percaya tumbuh karena solidaritas yang kuat antar alumni, bahkan antar alumni dan simpatisan. Dengan menanamkan saham di minimarket Homastas sebagai bisnis pesantren, berarti telah percaya kepada bisnis tersebut. Sikap *husnudzan* merupakan sebuah sikap yang mampu mengikat tali silaturahmi agar tetap solid.

Selanjutnya, kepercayaan juga tertanam ketika melakukan promosi kenaikan jabatan. Pengurus mempercayai kemampuan karyawan untuk dinaikkan jabatannya.

**3) *Linking Social Capital***

a) Jaringan

Dalam membangun jaringan bisnis, sekretaris IKABA menuturkan bahwa setiap bisnis yang akan dibangun melibatkan banyak pihak, mulai dari alumni sampai ke

---

<sup>29</sup> Achmad.

simpatisan (seseorang yang bukan alumni namun memiliki loyalitas terhadap pesantren).

“Untuk membangun bisnis, kami sebagai alumni bekerja sama dalam sistem permodalan. Kami menghubungi alumni di setiap daerah untuk menjadi investor di bisnis yang akan dibangun. Ada juga dari yang bukan alumni, simpatisan, menaruh saham. Kemudian setelah dana terkumpul, baru kita bangun”<sup>30</sup>

Penuturan ustadz Anwari Ahmad menunjukkan bahwa kekompakan atau solidaritas dari para alumni dan simpatisan sangat kuat, sehingga mampu meng-*cover* pembangunan bisnis dan jaringan bisnisnya itu sendiri.

“Kami menghubungi alumni di setiap daerah untuk menjadi investor di bisnis yang akan dibangun. Ada juga dari yang bukan alumni, simpatisan, menaruh saham. Kemudian setelah dana terkumpul, baru kita bangun. Hal ini kita lakukan untuk menarik *costumer* di berbagai daerah, semacam memperkenalkan itu”<sup>31</sup>

Membuka peluang yang lebar tidak untuk menutup peluang untuk alumni pondok pesantren itu sendiri. Hal ini dilakukan untuk memperlebar jaringan bisnis agar dapat dikenal masyarakat bahkan yang bukan alumni sekalipun.

b) Norma

Ketaatan dan pengabdian dalam mengharap barokah juga dapat menjembatani promosi naik jabatan bagi karyawan atau pengurus pengelola bisnis di minimarket Homastas. Ketika karyawan sudah mengikuti prosedur dan SOP yang ditentukan, maka dapat mengantarkannya untuk

---

<sup>30</sup> Achmad.

<sup>31</sup> Achmad.



promosi naik jabatan, dan hal ini rutin dilakukan oleh pengurus minimarket Homastas. Seperti yang telah dituturkan oleh Ustadz Habibullah berikut:

“Untuk penetapan posisi, kita lakukan promosi naik jabatan dengan syarat mengikuti prosedur dan SOP yang ada. Kalau memenuhinya, maka dia akan di promosi naik jabatan. Itu juga sebagai sebuah apresiasi dari pengurus.”<sup>32</sup>

c) Kepercayaan

Begitu pula, saling percaya tertanam ketika simpatisan sudah menaruh saham atau menjadi investor. Secara tidak langsung, hal ini merupakan strategi memperkenalkan minimarket Homastas untu mengundang *customer* atau bahkan investor lain dari luar. Sedangkan *customer* dan investor percaya terhadap minimarket Homastas.

“Biasanya, dari selain alumni ada yang menjadi investor untuk menanam saham di bisnis pesantren, Hal ini kita lakukan untuk menarik *costumer* di berbagai daerah, semacam memperkenalkan itu”<sup>33</sup>

Selanjutnya, kepercayaan juga tertanam ketika melakukan promosi kenaikan jabatan. Pengurus mempercayai kemampuan karyawan untuk dinaikkan jabatannya.

---

<sup>32</sup> Habibullah, Mini Market Homastas.

<sup>33</sup> Achmad, Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA).

## c. Toko KOIM

### 1) *Bonding Social Capital*

#### a) Jaringan

Dalam hal membangun jaringan bisnis, bukanlah sesuatu yang sulit bagi toko KOIM. Latar belakang berdirinya KOIM hingga memiliki toko KOIM sudah menjalani proses yang sangat panjang dimulai sejak tahun 1994, dimana koperasi simpan pinjam Syariah yang kini sudah menjadi BMT Mawaddah milik pesantren baru dibangun. Hingga akhirnya, berangkat dari ketertarikan pengurus koperasi simpan pinjam Syariah BMT Mawaddah untuk membangun sebuah bisnis ritel pada tahun 2019.

“Semua itu berangkat dari ketertarikan pengurus BMT pada usaha ritel. Akhirnya kita beli tanah, beli semuanya. Jadi tidak sewa. Semua modal di *handle* oleh BMT. Jadi semuanya jelas”<sup>34</sup>

Berdirilah sebuah toko pertama yang terletak di Pasar Karang Penang Sampang. Kemudian dengan cepat melakukan ekspansi di berbagai daerah lain. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ketua Ikatan Keluarga Besar Alumni dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen berikut:

“Kami tidak khawatir untuk membangun bisnis, karena alumni PP. Miftahul Ulum Panyepen banyak tersebar di banyak daerah di Madura bahkan sudah menyebar di Surabaya, Kalimantan, Sumatera, dan Malaysia”<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Mohammad, Toko KOIM MWR.

<sup>35</sup> Khotibul Mahbub, Ikatan Keluarga Besar dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen, April 1, 2023.

Perluasan jaringan bisnis juga secara tidak langsung terjadi dalam setiap kegiatan-kegiatan IKBAS. IKBAS bekerja semaksimal mungkin dalam memberdayakan alumni dan simpatisan. Meskipun IKBAS sudah memiliki bisnis lain yang berada di bawah naungan IKBAS sendiri, IKBAS tetap mewedahi dan merangkul setiap alumni agar bisa diberdayakan melalui setiap bisnis milik pesantren.

“Sebenarnya kami sudah memiliki instansi masing-masing. Jadi, untuk pengelolaan KOIM, bukan tanggung jawab IKBAS. Tapi, IKBAS semaksimal mungkin memberdayakan alumni, walaupun di pelosok sekalipun untuk tetap menjadi bagian dari pesantren dan menjamin kehidupannya. Kemudian, iya di setiap kegiatan rutin, disitu kami gunakan untuk terus menjaga *ukhuwah* persaudaraan kita.”<sup>36</sup>

Setiap bisnis milik pesantren, pengurus PP. Miftahul Ulum Panyepen membuat jaringannya sangat eksklusif, dimana yang memiliki peluang untuk menjadi bagian dari bisnis pesantren adalah alumni dan simpatisan yang benar-benar memiliki hubungan dekat dengan alumni atau pesantren.

b) Norma

Setiap perusahaan dan organisasi memiliki prosedur dan SOP yang harus dipatuhi sebagai salah satu eksistensi dari norma. Setiap pengurus dan karyawan wajib mematuhi prosedur dan SOP yang berlaku. Sama dengan kedua

---

<sup>36</sup> Mahbub.

pesantren dimuka, setiap norma atau etika tetap diutamakan. Sebagaimana yang dituturkan oleh Ustadz Muhammad berikut:

“Prosedur perekrutan dilakukan benar-benar dilakukan secara teliti. Pertama, mengirim lamaran kerja, kemudian dilihat latar belakangnya di waktu dia berada di pesantren, akhlaknya baik atau tidak, sudah tugas atau belum. Terus, kalau baik, dilanjutkan dengan *istikharah* oleh pihak badan pengawas Syariah. Jadi kalau hasil *istikharah*nya baik, maka lanjut ke tes tulis. Di tes tulis ada juga tes angka, jadi tidak semuanya bisa lulus di tes tersebut. Selesai itu semua, baru ada penempatan. Mau ditempatkan dimana akan disesuaikan oleh pengurus”<sup>37</sup>

Selain itu, karyawan Toko Koim diwajibkan memiliki prinsip *shiddiq* dan *amanah*. Sehingga kepercayaan benar-benar dijaga di dalamnya. Sebagaimana yang dituturkan oleh ketua umum organisasi IKBAS berikut:

“Nah ini, setiap karyawan harus memiliki prinsip sifat-sifat Rasulullah; *shiddiq* dan *amanah*. Jadi, diharapkan semuanya benar-benar bisa dipercayai dan mampu bertanggung jawab.”<sup>38</sup>

Prosedur ini berjalan sampai saat ini dan dianggap sangat efektif dijalankan di bisnis ini. Setelah menjadi karyawan atau bagian dari toko KOIM, maka dia bertanggung jawab sepenuhnya untuk mematuhi segala peraturan di toko KOIM dan menjaga nama baik almamater toko KOIM, termasuk menjaga nama baik Pesantren.

---

<sup>37</sup> Mohammad, Toko KOIM MWR.

<sup>38</sup> Mahbub, Ikatan Keluarga Besar dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen.

c) Kepercayaan

Setiap alumni dan simpatisan menanamkan kepercayaan dalam diri bahwa pesantren juga akan mempercayainya, dimana alumni dan simpatisan akan benar-benar diberdayakan oleh pesantren, baik itu melalui IKBAS atau badan usaha lainnya milik pesantren.

Setelah melalui prosedur perekrutan, pengurus mempercayai karyawan untuk bertanggung jawab sepenuhnya untuk mematuhi segala peraturan di toko KOIM dan menjaga nama baik almamater toko KOIM, termasuk menjaga nama baik Pesantren. Begitupun, dalam toko ini menerapkan prinsip *khusnudzan* pada setiap anggota atau karyawan. Karenanya, sudah ditanamkan sifat tersebut sehingga tidak ada yang saling mencurigai antara satu sama lain dan bersaing secara sehat. Jika terjadi masalah, pasti diselesaikan secara bersama dan mencari solusinya.

“untuk setiap yang menjadi bagian dari toko KOIM ada pengawasannya. Jadi jika ada masalah pasti diselesaikan secara bersama dan mencari solusinya.”<sup>39</sup>

2) *Bridging Social Capital*

a) Jaringan

Pengurus PP. Miftahul Ulum Panyepen membuat setiap jaringan bisnis milik pesantren sangat eksklusif, dimana yang memiliki peluang untuk menjadi bagian dari

---

<sup>39</sup> Mahbub.

bisnis pesantren adalah alumni dan simpatisan yang benar-benar memiliki hubungan dekat dengan alumni atau pesantren.<sup>40</sup>

b) Norma

Norma merupakan salah satu elemen modal sosial Toko Koim yang tidak pernah lewat dari pengawasan. Setiap pengurus dan karyawan wajib mematuhi prosedur dan SOP yang berlaku. Sama dengan kedua pesantren di muka, setiap norma atau etika tetap diutamakan. Sebagaimana yang dituturkan oleh Ustadz Muhammad berikut:

“Prosedur perekrutan dilakukan benar-benar dilakukan secara teliti. Pertama, mengirim lamaran kerja, kemudian dilihat latar belakangnya di waktu dia berada di pesantren, akhlaknya baik atau tidak, sudah tugas atau belum. Terus, kalau baik, dilanjutkan dengan *istikharah* oleh pihak badan pengawas Syariah. Jadi kalau hasil *istikharah*nya baik, maka lanjut ke tes tulis. Di tes tulis ada juga tes angka, jadi tidak semuanya bisa lulus di tes tersebut. Selesai itu semua, baru ada penempatan. Mau ditempatkan dimana akan disesuaikan oleh pengurus”<sup>41</sup>

Selain itu, karyawan Toko Koim diwajibkan memiliki prinsip *shiddiq* dan *amanah*. Sehingga kepercayaan benar-benar dijaga di dalamnya. Sebagaimana yang dituturkan oleh ketua umum organisasi IKBAS berikut:

“Nah ini, setiap karyawan harus memiliki prinsip sifat-sifat Rasulullah; *shiddiq* dan *amanah*. Jadi, diharapkan semuanya benar-benar bisa dipercayai dan mampu bertanggung jawab.”<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Mahbub.

<sup>41</sup> Mohammad, Toko KOIM MWR.

<sup>42</sup> Mahbub, Ikatan Keluarga Besar dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen.

Prosedur ini berjalan sampai saat ini dan dianggap sangat efektif dijalankan di bisnis ini. Setelah menjadi karyawan atau bagian dari toko KOIM, maka dia bertanggung jawab sepenuhnya untuk mematuhi segala peraturan di toko KOIM dan menjaga nama baik almamater toko KOIM, termasuk menjaga nama baik Pesantren.

c) Kepercayaan

Setelah melalui prosedur perekrutan, pengurus mempercayai karyawan untuk bertanggung jawab sepenuhnya untuk mematuhi segala peraturan di toko KOIM dan menjaga nama baik almamater toko KOIM, termasuk menjaga nama baik Pesantren. Begitupun, dalam toko ini menerapkan prinsip *khusnudzan* pada setiap anggota atau karyawan. Karenanya, sudah ditanamkan sifat tersebut sehingga tidak ada yang saling mencurigai antara satu sama lain dan bersaing secara sehat. Jika terjadi masalah, pasti diselesaikan secara bersama dan mencari solusinya.

“untuk setiap yang menjadi bagian dari toko KOIM ada pengawasannya. Jadi jika ada masalah pasti diselesaikan secara bersama dan mencari solusinya.”<sup>43</sup>

**3) *Linking Social Capital***

a) Jaringan

Toko Koim menutup jaringan dari luar komunitas pribadi. Sama seperti bridging social capital, toko Koim tidak

---

<sup>43</sup> Mahbub.

menyentuh area di luar komunitas sendiri dalam konteks jaringan. Setiap bisnis milik pesantren, pengurus PP. Miftahul Ulum Panyepen membuat jaringannya sangat eksklusif, dimana yang memiliki peluang untuk menjadi bagian dari bisnis pesantren adalah alumni dan simpatisan yang benar-benar memiliki hubungan dekat dengan alumni atau pesantren.<sup>44</sup>

b) Norma

Setiap perusahaan dan organisasi memiliki prosedur dan SOP yang harus dipatuhi sebagai salah satu eksistensi dari norma. Setiap pengurus dan karyawan wajib mematuhi prosedur dan SOP yang berlaku. Sama dengan kedua pesantren dimuka, setiap norma atau etika tetap diutamakan. Sebagaimana yang dituturkan oleh Ustadz Muhammad berikut:

“Prosedur perekrutan dilakukan benar-benar dilakukan secara teliti. Pertama, mengirim lamaran kerja, kemudian dilihat latar belakangnya di waktu dia berada di pesantren, akhlaknya baik atau tidak, sudah tugas atau belum. Terus, kalau baik, dilanjutkan dengan *istikharah* oleh pihak badan pengawas Syariah. Jadi kalau hasil *istikharah*nya baik, maka lanjut ke tes tulis. Di tes tulis ada juga tes angka, jadi tidak semuanya bisa lulus di tes tersebut. Selesai itu semua, baru ada penempatan. Mau ditempatkan dimana akan disesuaikan oleh pengurus”<sup>45</sup>

Selain itu, karyawan Toko Koim diwajibkan memiliki prinsip *shiddiq* dan *amanah*. Sehingga kepercayaan benar-

---

<sup>44</sup> Mahbub.

<sup>45</sup> Mohammad, Toko KOIM MWR.



benar dijaga di dalamnya. Sebagaimana yang dituturkan oleh ketua umum organisasi IKBAS berikut:

“Nah ini, setiap karyawan harus memiliki prinsip sifat-sifat Rasulullah; *shiddiq* dan *amanah*. Jadi, diharapkan semuanya benar-benar bisa dipercayai dan mampu bertanggung jawab.”<sup>46</sup>

Prosedur ini berjalan sampai saat ini dan dianggap sangat efektif dijalankan di bisnis ini. Setelah menjadi karyawan atau bagian dari toko KOIM, maka dia bertanggung jawab sepenuhnya untuk mematuhi segala peraturan di toko KOIM dan menjaga nama baik almamater toko KOIM, termasuk menjaga nama baik Pesantren.

c) Kepercayaan

Setiap alumni dan simpatisan menanamkan kepercayaan dalam diri bahwa pesantren juga akan mempercayainya, dimana alumni dan simpatisan akan benar-benar diberdayakan oleh pesantren, baik itu melalui IKBAS atau badan usaha lainnya milik pesantren.

Setelah melalui prosedur perekrutan, pengurus mempercayai karyawan untuk bertanggung jawab sepenuhnya untuk mematuhi segala peraturan di toko KOIM dan menjaga nama baik almamater toko KOIM, termasuk menjaga nama baik Pesantren. Begitupun, dalam toko ini menerapkan prinsip *khusnudzan* pada setiap anggota atau

---

<sup>46</sup> Mahbub, Ikatan Keluarga Besar dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen.

karyawan. Karenanya, sudah ditanamkan sifat tersebut sehingga tidak ada yang saling mencurigai antara satu sama lain dan bersaing secara sehat. Jika terjadi masalah, pasti diselesaikan secara bersama dan mencari solusinya.

“Untuk setiap yang menjadi bagian dari toko KOIM ada pengawasannya. Jadi jika ada masalah pasti diselesaikan secara bersama dan mencari solusinya. Hal ini selalu kami lakukan.”<sup>47</sup>

## **2. Implementasi Tipologi *Social Capital* dalam Membangun Jaringan Bisnis Ikatan Alumni Pondok Pesantren di Kabupaten Pamekasan**

Selanjutnya, untuk mengetahui implementasi tipologi social capital dalam membangun jaringan bisnis ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan ialah melalui tahap-tahap implementasi tipologi modal social pada tiga bisnis ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan; perencanaan, penerapan, dan evaluasi:

### **a. Toko Bagus**

Toko Bagus sudah memasuki tahun kelima. Progresnya terlihat jelas dengan jumlah cabang yang sudah tersebar di berbagai daerah di pulau Madura. Semua itu tidak lepas dari sinergitas para alumni yang sangat menjaga *ukhuwah* dan solidaritas, dimana nilai *ukhuwah* dan solidaritas merupakan bagian dari modal social yang melekat. Modal social dianggap penting dalam membangun jaringan bisnis mulai dari tahap perencanaan sampai pada tahap pelaksanaan

---

<sup>47</sup> Mahbub.

bagi pengurus toko Bagus dan anggota ikatan alumni yang terhimpun dalam organisasi Peradaban.

*Pertama*, pada tahap perencanaan peran alumni sama sekali tidak hilang dalam perencanaan pembangunan bisnis ritel toko Bagus. Berangkat dari *dauh* pengasuh tentang keinginannya untuk mendirikan sebuah ritel. Akhirnya, alumni berunding dan kemudian mendirikan sebuah toko yang terletak di Jl. Raya Pegantenan sebagai toko Bagus pertama tepat pada tahun 2018.

“Pertama, karena adanya *dauh* beliau (pengasuh) untuk mendirikan sebuah ritel. Akhirnya para alumni ini berunding dan berdirilah yang pertama di pegantenan”<sup>48</sup>

Alumni merupakan wadah perumusan ide dari pengasuh. Setelah mendapat *dauh* pengasuh, dilanjutkan dengan musyawarah alumni untuk merealisasikan keinginan pengasuh tersebut. Kemudian, hasil musyawarah alumni ialah mendirikan atau membangun sebuah toko yang diberi nama toko Bagus yang kemudian disampaikanlah hasil musyawarah ini kepada pengasuh kembali.

Pengasuh PP. Darul Ulum Banyuanyar menyambut baik langkah alumni untuk membangun usaha Bersama tersebut. Pembangunan usaha tersebut ditujukan untuk pesantren dan juga pemberdayaan alumni itu sendiri. Langkah tersebut benar-benar nyata dilakukan oleh pengurus Peradaban untuk membangun toko Bagus dengan modal dari hasil patungan para alumni. Hasil dari pedapatan toko Bagus akan dikelola untuk alumni dan pesantren. Patungan ini

---

<sup>48</sup> Dahori, Toko Bagus.

disebut dengan menanam saham demi mempercepat target berdirinya toko tersebut, dimana penanaman saham dimulai dari Rp. 3.000.000 dengan target anggaran Rp. 600.000.000.

**Kedua**, tahap pelaksanaan dimulai dari dimulainya alumni menanam saham sampai pada tahap dimana toko Bagus berjalan sampai saat ini. *Ukhuwah* dan solidaritas anggota Peradaban sangat kuat, dimana para alumni saling bersinergi untuk mewujudkannya.

Perekrutan karyawan pertama dilakukan dengan cara yang tertutup. Pengurus hanya menunjuk dan memanggil alumni yang dirasa dan dipercayai mampu untuk menjadi bagian di Toko Bagus.

“Awalnya, pengurus Peradaban memanggil yang dirasa mampu untuk menjadi karyawan”<sup>49</sup>

Kemudian, setelah toko Bagus mulai menyebar dan berekspansi ke berbagai daerah di pulau Madura, pengurus melihat lingkungan lokasi toko itu berdiri. Jika perhitungannya alumni tidak banyak di daerah tersebut, atau bahkan tidak ada, maka pengurus membuka lowongan kerja atau membuka peluang bagi non alumni yang ingin bergabung menjadi bagian dari toko Bagus.

“Kalau semisal di tempat itu tidak ada alumni, maka kita membuka bagi yang bukan alumni dengan syarat mengikuti prosedur dan memenuhi kualifikasi untuk jadi karyawan di toko Bagus”<sup>50</sup>

**Ketiga**, tahap evaluasi merupakan tahap terakhir dalam implementasi. Toko bagus melakukan evaluasi tentang adakah peluang kemajuan atau kemunduran, mempersiapkan langkah

---

<sup>49</sup> Dahori.

<sup>50</sup> Dahori.

perbaikan dan pengembangan, bahkan target usaha selanjutnya. Evaluasi dilakukan melalui pemantauan atau pengawasan setiap proses dalam usaha ritel toko bagus.

“Untuk evaluasi, Toko Bagus selalu melakukan evaluasi melalui pengawasan atau pemantauan dari pengurus pusat. Untuk toko cabang, pengawasan atau pemantauan juga dilakukan oleh manager toko cabang. Pengawasan ini biasanya digunakan untuk evaluasi dari setiap proses pelaksanaan bisnis Toko Bagus dan juga untuk mengetahui tingkat keberhasilan toko bagus di setiap aspek”<sup>51</sup>

Sementara itu, tujuan dilakukannya evaluasi ialah untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari usaha toko Bagus. Evaluasi dilakukan oleh pengawas pusat dan pengurus cabang secara terstruktur.

#### b. Mini Market Homastas

Mini Market Homastas sudah berjalan dan memasuki tahun kedelapan saat ini dengan 12 cabang yang tersebar di seluruh Madura. Perjalanan panjang Mini Market Homastas tidak lepas dari sinergitas Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA). Sama seperti PP. Darul Ulum Banyuwangi, nilai ukhuwah dan solidaritas merupakan bagian dari modal social yang melekat. Modal sosial dianggap penting dalam membangun jaringan bisnis mulai dari tahap perencanaan sampai pada tahap pelaksanaan bagi pengurus Mini Market Homastas dan Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA).

***Pertama***, Mini Market Homastas merupakan usaha ritel milik KOPERGU MUBA (Mambaul Ulum Bata-Bata) yang berangkat dari

---

<sup>51</sup> Dahori.

inisiatif pengasuh. Mini Market Homastas direalisasikan atau didirikan oleh KOPERGU dengan modal 60% dari KOPERGU itu sendiri dan 40% dari investor. Investor di Mini Market Homastas bisa dari alumni dan non alumni.

“Awalnya, mini market Homastas didirikan dan dikelola oleh KOPERGU. Modalnya 60% dari KOPERGU dan 40% dari investor. Bisa dari alumni atau non alumni sebagai saham”<sup>52</sup>

Sinergitas alumni dapat dilihat dari investasi-investasi yang dilakukan alumni dan simpatisan. Alumni memperkenalkan mini market Homastas dan menawarkan non alumni atau simpatisan untuk menjadi investor. Hal ini dilakukan oleh alumni untuk menarik *customer* di berbagai daerah sekalipun bukan alumni. Strategi ini mampu memperluas jaringan bisnis mini market Homastas.

“Biasanya, dari selain alumni ada yang menjadi investor untuk menanam saham di bisnis pesantren, Hal ini kita lakukan untuk menarik *customer* di berbagai daerah, semacam memperkenalkan itu”<sup>53</sup>

**Kedua**, pada tahap yang kedua adalah tahap pelaksanaan. Pada tahap ini meliputi penanaman saham, pembangunan bangunan, perekrutan karyawan, hingga berjalannya usaha. Pada tahap ini alumni merupakan prioritas utama dengan tujuan pemberdayaan ekonomi alumni, namun Mini Market Homastas juga membuka peluang bagi non alumni yang ingin bergabung untuk menjadi bagian dari Mini Market Homastas.

“Kami memang mengutamakan alumni. Jika masih ada alumni dan alumni masih bisa dibina, kami akan menerima alumni.

---

<sup>52</sup> Habibullah, Mini Market Homastas.

<sup>53</sup> Achmad, Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA).

Jika tidak ada, maka kami akan menerima dari selain alumni untuk menjadi investor atau karyawan di bisnis itu.”<sup>54</sup>

Pola perencanaan dan pelaksanaan ini secara teratur dan berkelanjutan dilakukan pada saat melakukan ekspansi ke berbagai daerah, hingga tahun ini Mini Market Homastas sudah memiliki 12 cabang di seluruh daerah Pulau Madura.

“Kita menerima selain alumni. Jadi tidak hanya alumni. Jika sudah mengikuti prosedur dan memenuhi kualifikasi, ya dia bisa diterima menjadi bagian dari minimarket Homastas”<sup>55</sup>

**Ketiga**, Mini Market Homastas juga melakukan evaluasi sama seperti Toko bagus. tahap evaluasi merupakan tahap terakhir dalam implementasi. Mini Market Homastas melakukan evaluasi tentang adakah peluang kemajuan atau kemunduran, mempersiapkan langkah perbaikan dan pengembangan, bahkan target usaha selanjutnya. Evaluasi dilakukan melalui pemantauan atau pengawasan setiap proses dalam usaha ritel Mini Market Homastas.

“Evaluasi ini kami lakukan secara terstruktur dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan Homastas, apakah memungkinkan adanya kemajuan atau bahkan kemunduran. Evaluasi juga kami lakukan mulai dari pemantauan atau pengawasan pengurus pusat sampai ke setiap kepala toko di setiap cabang.”<sup>56</sup>

Begitu juga, tujuan dilakukannya evaluasi ialah untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari usaha Mini Market Homastas. Evaluasi dilakukan oleh pengawas pusat dan pengurus cabang secara terstruktur.

---

<sup>54</sup> Achmad.

<sup>55</sup> Habibullah, Mini Market Homastas.

<sup>56</sup> Habibullah.

c. Toko KOIM

Pola implementasi tipologi *social capital* Ikatan Keluarga Besar Alumni dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen dalam membangun jaringan bisnis (Toko KOIM) tidak jauh beda dengan pola implementasi *social capital* dua bisnis yang dibahas sebelumnya. Nilai *ukhuwah* dan solidaritas merupakan bagian dari modal social yang melekat. Modal sosial dianggap penting dalam membangun jaringan bisnis mulai dari tahap perencanaan sampai pada tahap pelaksanaan bagi pengurus Toko Koim dan Ikatan Keluarga Besar Alumni dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen.

**Pertama**, perencanaan pembangunan bisnis ritel Toko Koim berangkat dari ketertarikan pengurus BMT Mawaddah untuk mendirikan usaha ritel. Kemudian, pengurus menghaturkan ide tersebut kepada pengasuh dan disambut baik oleh pengasuh.

Modal usaha diambil sepenuhnya dari BMT Mawaddah dan dikelola oleh para pengurus. Pada tahun 2019, berdirilah toko Koim pertama yang terletak di Pasar Karang Penang Sampang.

**Kedua**, Toko Koim tidak membutuhkan waktu yang lama untuk dibuka. Dimulai dari tahap pencarian lokasi dengan membeli lahan, membangun toko, perekrutan karyawan, hingga dibukalah toko Koim tersebut.

“Semua itu berangkat dari ketertarikan pengurus BMT pada usaha ritel. Akhirnya kita beli tanah, beli semuanya. Jadi tidak



sewa. Semua modal di *handle* oleh BMT. Jadi semuanya jelas”<sup>57</sup>

Struktur kepengurusan setiap instansi yang berada di PP. Miftahul Ulum Panyepen benar-benar tertata rapi. IKBAS tidak memiliki hak paten dalam pengelolaan usaha ritel Toko Koim tersebut. Hal ini dikarenakan IKBAS memiliki usaha ritel sendiri yang berada di bawah naungan organisasi IKBAS.

“Sebenarnya kami sudah memiliki instansi masing-masing. Jadi, untuk pengelolaan KOIM, bukan tanggung jawab IKBAS. Tapi, IKBAS semaksimal mungkin memberdayakan alumni, walaupun di pelosok sekalipun untuk tetap menjadi bagian dari pesantren dan menjamin kehidupannya. Kemudian, iya di setiap kegiatan rutin, disitu kami gunakan untuk terus menjaga *ukhuwah* persaudaraan kita.”<sup>58</sup>

Meskipun begitu, hal ini tidak dapat menafikan sinergitas alumni untuk membantu membangun jaringan bisnis toko Koim. Secara sukarela, berangkat dari rasa *tawadhu*, *ukhuwah*, da merasa memiliki kepada pesantren, para alumni benar-benar bersinergi membantu setiap usaha milik pesantren, termasuk Toko Koim.

Toko Koim melakukan perekrutan dengan cara yang sangat tertutup. Toko Koim menjaga jaringannya dengan sangat eksklusif. Seluruh karyawan dan pengurus Toko Koim adalah alumni dengan memenuhi syarat atau kualifikasi dan mengikuti prosedur yang berlaku.

---

<sup>57</sup> Mohammad, Toko KOIM MWR.

<sup>58</sup> Mahbub, Ikatan Keluarga Besar dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen.

Tahap perekrutan karyawan toko Koim dapat dikatakan cukup unik dan khas, dimana karyawan harus melewati beberapa prosedur seperti yang disampaikan oleh Ustadz Muhammad berikut:

“Prosedur perekrutan dilakukan benar-benar dilakukan secara teliti. Pertama, mengirim lamaran kerja, kemudian dilihat latar belakangnya di waktu dia berada di pesantren, akhlaknya baik atau tidak, sudah tugas atau belum. Terus, kalau baik, dilanjutkan dengan *istikharah* oleh pihak badan pengawas Syariah. Jadi kalau hasil istikharahnya baik, maka lanjut ke tes tulis. Di tes tulis ada juga tes angka, jadi tidak semuanya bisa lulus di tes tersebut. Selesai itu semua, baru ada penempatan. Mau ditempatkan dimana akan disesuaikan oleh pengurus”<sup>59</sup>

Pola perencanaan dan pelaksanaan bisnis pada Toko Koim ini terus dipakai hingga saat ini, dimana Toko Koim sudah memiliki 14 cabang; 13 cabang di Pulau Madura dan 1 cabang di Kota Surabaya.

**Ketiga**, evaluasi merupakan sebuah tahap implementasi bisnis yang tidak boleh terlewatkan. Toko Koim juga melakukan evaluasi tentang adakah peluang kemajuan atau kemunduran, mempersiapkan langkah perbaikan dan pengembangan, bahkan target usaha selanjutnya. Evaluasi dilakukan melalui pemantauan atau pengawasan setiap proses dalam usaha ritel Toko Koim.

“Pada tahap evaluasi, kami sebenarnya memiliki badan pengawas syari’ah. Segala bentuk pemantauan dan pengawasan yang dilakukan merupakan bagian dari evaluasi. Selain itu, pengawasan dan pemantauan ini dimonitori oleh pengurus Koim pusat, kemudian sampai ke yang bawah, di setiap toko misalnya. Di setiap toko terdapat managernya masing-masing. Begitupun managernya juga dibawah pengawasan kami. Kebetulan, badan pengawas Syariah di PP. Miftahul Ulum Panyepen ini saya sendiri.”<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Mohammad, Toko KOIM MWR.

<sup>60</sup> Mahbub, Ikatan Keluarga Besar dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen.

Begitu juga, tujuan dilakukannya evaluasi ialah untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari usaha Mini Market Homastas. Evaluasi dilakukan oleh pengawas pusat dan pengurus cabang secara terstruktur.

### **C. Temuan Penelitian**

#### **1. Tipologi *Social Capital* dalam Membangun Jaringan Bisnis Ikatan Alumni Pondok Pesantren di Kabupaten Pamekasan.**

Di Indonesia, modal sosial yang dipengaruhi nilai-nilai keagamaan seperti pesantren dipandang lebih penting dan terintegrasi pada skala yang lebih luas terhadap beragam aspek dalam kehidupan masyarakat Indonesia.<sup>61</sup> Indikator yang digunakan untuk menilai modal social dilihat dari tiga aspek, yaitu; jaringan, norma, dan kepercayaan. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui tipologi modal social dalam membangun jaringan bisnis ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan ialah melalui ketiga aspek tersebut dengan melihat implementasi dari tipologi modal social tersebut pada poin kedua. Kemudian dapat diklasifikasikan kembali sesuai dengan tipologi modal social itu sendiri; *bonding*, *bridging*, atau *linking social capital*.

##### **a. Toko Bagus**

Pembangunan jaringan bisnis di Toko Bagus melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh anggota organisasi Peradaban. Kegiatan tersebut seperti temu alumni pada acara-acara PP. Darul Ulum

---

<sup>61</sup> Farahdilla Kutsiyah, Agoes Kamaroellah, and Ummu Kulsum, "Keterkaitan Antara Modal Sosial Dengan Efisiensi Kelembagaan Pada Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri, Pasuruan," *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 4, no. 1 (June 2019), <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v4i1.238>.

Banyuanyar. Dengan demikian, hal ini dapat menjaga *ukhuwah* sekaligus sebagai strategi membangun jaringan bisnis dalam konteks structural atau ikatan interaksi sosial.



**Gambar 4.3** Acara Temu Alumni Organisasi Peradaban

Relasi menekankan pada hubungan pribadi yang telah dikembangkan satu sama lain dari generasi ke generasi.<sup>62</sup> dengan membuat jaringan tidak terlalu tertutup memungkinkan jaringan bisnis akan lebih cepat meluas. Toko Bagus membuka peluang bagi selain alumni dapat menjadi alternatif strategi memperkenalkan bisnis Toko Bagus pada setiap lapisan masyarakat karena dapat menjangkau selain alumni. Begitupun, dapat menarik *customer* dari berbagai kalangan.

Selanjutnya relasi dapat menjadi bagian dari norma. Relasi dan norma dalam konteks PP. Darul Ulum Banyuanyar adalah dalam bentuk cinta dan kepatuhan kepada masyayikh dan majelis keluarga masyayikh, disiplin, kemandirian ekonomi, perilaku jujur dan amanah. Dimensi kognitif mengacu pada sumberdaya yang memungkinkan gambaran, penafsiran dan sistem bersama yang

---

<sup>62</sup> Kutsiyah, Kamaroellah, and Kulsum.

memiliki makna diantara pihak-pihak yang terlibat dan aspek kuncinya bisa berupa bahasa, budaya dan visi bersama.

Kepercayaan di Toko Bagus dibangun dengan melakukan program-program internalisasi nilai dan pentingnya mencapai nilai. Nilai yang dimaksud adalah pengabdian dan barokah. Pengabdian dimaksudkan bahwa menjadi bagian Toko Bagus ialah kembali ke Pesantren dengan niat mengabdikan, sehingga tidak berpatokan terhadap nominal gaji yang akan didapat. Pengabdian merupakan sebagian dari kepatuhan untuk meraih barokah setelah menjadi alumni. Penanaman nilai dilakukan kegiatan-kegiatan yang digelar oleh organisasi Peradaban (temu alumni, rapat anggota, dan diskusi) dan Pengurus Toko Bagus (training, rapat anggota, dan diskusi).



**Gambar 4.4** Acara Training dan FGD Toko Bagus



**Gambar 4.5** Acara Pelatihan DPP Peradaban

Di samping itu dalam mengelola norma, Toko Bagus memiliki prosedur dan SOP yang wajib dipatuhi. Fatoni mengungkapkan bahwa menumbuhkan kepercayaan di internal memunculkan makna bersama.<sup>63</sup> Kondisi ini terlihat dari pola relasi pengurus, investor (alumni), karyawan, dan *customer* memiliki kepercayaan bersama akan mendapat keuntungan.

Ketiga elemen modal sosial tersebut menjadi pola modal social yang digunakan sampai saat ini cabang Toko Bagus sudah tersebar di berbagai daerah di Pulau Madura. Ketiga elemen tersebut juga dapat mengacu pada *bonding social capital*, *bridging social capital*, dan *linking social capital*. Awalnya, toko Bagus membuat jaringannya tertutup dan hanya bisa di jangkau oleh alumni saja. Kemudian, pada tahun 2021, Toko Bagus membuat jaringan ini tidak terlalu tertutup, dimana membuka peluang untuk non alumni dengan tujuan memperkenalkan bisnis Toko Bagus dapat menjangkau jaringan yang lebih luas.

Salah satu kekuatan dan energi modal sosial adalah kemampuan menjembatani atau menyambung relasi-relasi antar individu dan kelompok yang berbeda identitas asal. Kekuatan ini didasarkan pula pada kepercayaan dan norma yang ada dan sudah terbangun selama ini. Kemampuan *bridging* ini membuka peluang informasi keluar, sehingga potensi dan peluang eksternal dari suatu komunitas dapat diakses. Lebih lebar lagi jangkauannya, *linking*

---

<sup>63</sup> Fatoni, *Kapital Sosial Pesantren, Studi Tentang Komunitas Pesantren Sidogiri Pasuruan Jawa Timur*.

social capital, dimana jaringan dapat diakses seluas-luasnya dari berbagai komunitas-komunitas atau kelompok-kelompok lain<sup>64</sup>

#### **b. Mini Market Homastas**

Mini Market Homastas membangun jaringan bisnis melalui modal sosial yang melekat pada setiap anggota IKABA, pengurus Mini Market Homastas, karyawan, dan investor. Pembangunan jaringan bisnis di Mini Market Homastas melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh anggota IKABA dan pengurus Mini Market Homastas. Kegiatan tersebut digelar dengan konsep temu alumni, pengajian rutin IKABA, rapat anggota IKABA, *training* pengurus Mini Market Homastas, dan rapat anggota Mini Market Homastas. Jaringan bisnis Mini Market Homastas juga dibangun dengan cara membuka peluang selebar-lebarnya kepada para investor di luar dengan tujuan menarik customer. Mini Market Homastas juga membuka peluang bagi non alumni untuk menjadi bagian dari homastas dengan syarat memenuhi kualifikasi.

Kegiatan-kegiatan yang digelar oleh IKABA dan pengurus Mini Market Homastas memunculkan pola relasi yang kuat dalam suatu kelompok. Pola relasi tersebut mampu menciptakan konsep ukhuwah yang dibangun dari IKABA, direalisasikan oleh pengurus Mini market Homastas, sehingga tersebar dengan jaringan yang meluas melalui investor dari non alumni sampai customer dari setiap

---

<sup>64</sup> Hasbullah, *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*, 114.

lapisan masyarakat yang notabeneanya bukan alumni PP. Mambaul Ulum Bata-Bata.



**Gambar 4.6** Acara Temu Alumni IKABA

Kondisi ini mirip dengan pola pengembangan jaringan bisnis Toko Bagus. Relasi dapat menjadi bagian dari norma. Bagi PP. Mambaul Ulum Bata-Bata, konteks relasi dan norma adalah bentuk cinta dan kepatuhan kepada masyayikh dan majelis keluarga masyayikh, disiplin, kemandirian ekonomi, perilaku jujur dan amanah. Selanjutnya, pada dimensi kognitif mengacu pada sumber daya yang memungkinkan gambaran, penafsiran dan sistem bersama yang memiliki makna diantara pihak-pihak yang terlibat dan aspek kuncinya bisa berupa bahasa, budaya dan visi bersama.

Konteks kepercayaan di Mini Market Homastas memiliki kemiripan dengan konteks kepercayaan yang dibangun di Toko bagus. Konteks kepercayaan dibangun dengan melakukan program-program internalisasi nilai dan pentingnya mencapai nilai. Nilai yang dimaksud merupakan pengabdian dan barokah. Pengabdian dimaksudkan dengan menjadi bagian Mini Market Homastas ialah kembali ke Pesantren dengan niat mengabdikan, sehingga tidak berpatokan terhadap



nominal gaji yang akan didapat. Pengabdian merupakan sebagian dari kepatuhan untuk meraih barokah setelah menjadi alumni. Penanaman nilai dilakukan kegiatan-kegiatan yang digelar oleh organisasi IKABA (temu alumni, rapat anggota, dan diskusi) dan Pengurus Mini Market Homastas (training, rapat anggota, dan diskusi).



**Gambar 4.7** Acara Rapat Anggota Tahunan Mini Market Homastas

Mini Market Homastas mengelola norma dengan memiliki prosedur dan SOP yang wajib dipatuhi oleh setiap pengurus dan karyawan. Sejalan dengan pendapat Fatoni bahwa menumbuhkan kepercayaan di internal dapat memunculkan makna bersama.<sup>65</sup> Pola relasi antara pengurus, karyawan, investor, anggota IKABA, bahkan karyawan memiliki kepercayaan Bersama bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan.

Modal social dalam membangun jaringan bisnis Mini Market Homastas dilakukan secara konsisten sampai saat ini. Mini Market Homastas dapat melakukan ekspansi yang cukup besar, dimana Mini Market Homastas sudah tersebar di seluruh Pulau Madura. Modal

---

<sup>65</sup> Fatoni, *Kapital Sosial Pesantren, Studi Tentang Komunitas Pesantren Sidogiri Pasuruan Jawa Timur*.

social yang digunakan oleh Mini Market Homastas mengacu pada *tipologi Bridging social capital*. Pola membangun jaringan bisnis Mini Market Homastas hampir mirip dengan pola membangun jaringan bisnis Toko Bagus, dimana dimulai dari keinginan pengasuh. Kemudian, sebagai sebuah cinta dan kepatuhan terhadap masyarakat, serta bentuk pengabdian kepada masyarakat dan pesantren, maka berdirilah unit usaha Mini Market Homastas dengan modal dari investor, baik alumni maupun non alumni.

Memberi peluang untuk selain alumni merupakan ciri khas dari jaringan yang terbuka atau tidak bersifat eksklusif pada suatu kelompok tertentu. Prinsip-prinsip yang dianut pada pengelompokan *bridging social capital* ini adalah universal tentang kebersamaan, kebebasan, nilai-nilai kemajemukan dan kemanusiaan, terbuka dan mandiri.<sup>66</sup> Prinsip-prinsip tersebut mencerminkan bentuk kelompok atau organisasi yang lebih modern. Dengan membuka peluang selebar-lebarnya, termasuk juga pada tipologi *linking social capital*, dimana komunitas-komunitas atau kelompok-kelompok lain juga memiliki peluang untuk menjadi bagian dari Mini Market Homastas.

### c. Toko KOIM

Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai fitur organisasi social, seperti kepercayaan, norma dan jaringan.<sup>67</sup> Sejak awal ide membangun bisnis ritel Toko Koim, jaringan bisnis dibuat tertutup

---

<sup>66</sup> Hasbullah, *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*, 29.

<sup>67</sup> Robert Putnam, "The Prosperous Community: Social Capital and Public Life," *American Prospect* 13 (1993).

mungkin. Jaringan bisnis Toko Koim hanya bisa dijangkau oleh alumni PP. Miftahul Ulum Panyepen saja, selebihnya hanya sedikit simpatisan yang masih memiliki hubungan keluarga langsung dengan alumni, seperti anak, suami, dan orang tua alumni yang bukan alumni PP. Miftahul Ulum Panyepen.

Jaringan bisnis Toko Koim dimulai dengan ketertarikan pengurus BMT Mawaddah terhadap usaha ritel. Kemudian jaringan bisnis ini dibangun dan dikelola oleh kelompok-kelompok tertentu. Karena dana pembangunan toko Koim sudah di handle oleh pihak BMT Mawaddah, maka Toko Koim sendiri tidak membuka penawaran bagi investor. Kemudian, jaringan bisnis dibuka hanya di dalam kelompok itu saja. Bisnis toko Koim diperkenalkan kepada alumni atau anggota organisasi IKBAS. Secara sukarela, berangkat dari rasa cinta, *tawadhu'*, *ukhuwah*, dan merasa memiliki kepada pesantren, para alumni benar-benar bersinergi membantu setiap usaha milik pesantren, termasuk Toko Koim.

IKBAS dan pengurus Toko Koim menggelar kegiatan-kegiatan yang mendukung dalam membangun jaringan bisnis Toko Koim, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Kegiatan-kegiatan ini berbentuk reuni IKBAS, pengajian rutin IKBAS, haul masyayikh, rapat anggota, diskusi, training pengurus dan karyawan, dan lain sebagainya.



**Gambar 4.8** Acara Reuni Akbar IKBAS PP. Miftahul Ulum Panyepren



**Gambar 4.9** Acara Pengajian rutin dan Tahlil Bersama IKBAS

Relasi menekankan pada hubungan pribadi yang telah dikembangkan satu sama lain dari generasi ke generasi.<sup>68</sup> Relasi bisnis Toko Koim dibangun bersifat eksklusif dan berputar dalam suatu kelompok atau komunitas tertentu dan dipakai dari generasi ke generasi. Relasi dapat menjadi bagian dari norma. Bagi PP. Miftahul Ulum Panyepren, konteks relasi dan norma merupakan bentuk cinta dan kepatuhan kepada majelis keluarga masyayikh, disiplin, kemandirian ekonomi, perilaku jujur dan amanah. Pada dimensi kognitif mengacu pada sumber daya yang memungkinkan gambaran, penafsiran dan sistem bersama yang memiliki makna diantara pihak-

<sup>68</sup> Kutsiyah, Kamaroellah, and Kulsum, "Keterkaitan Antara Modal Sosial Dengan Efisiensi Kelembagaan Pada Koperasi Pondok Pesantren Sidogiri, Pasuruan."

pihak yang terlibat dan aspek kuncinya bisa berupa bahasa, budaya dan visi bersama.

Konteks kepercayaan Toko Koim dibangun dengan melakukan program-program internalisasi nilai dan pentingnya mencapai nilai. Nilai yang dimaksud merupakan pengabdian dan barokah. Pengabdian dimaksudkan dengan menjadi bagian Toko Koim ialah kembali ke Pesantren dengan niat mengabdikan, sehingga tidak berpatokan terhadap nominal gaji yang akan didapat. Pengabdian merupakan sebagian dari kepatuhan untuk meraih barokah setelah menjadi alumni. Penanaman nilai dilakukan kegiatan-kegiatan yang digelar oleh organisasi IKBAS dan pengurus Toko Koim.



**Gambar 4.10** Acara Muskub (Musyawarah Kubro) IKBAS

Toko Koim memiliki prosedur dan SOP yang wajib dipatuhi oleh setiap pengurus dan karyawan dan digunakan dalam pengelolaan norma di Toko Koim. Menumbuhkan kepercayaan di internal dapat memunculkan makna bersama.<sup>69</sup> Dengan demikian, pola relasi antara

---

<sup>69</sup> Fatoni, *Kapital Sosial Pesantren, Studi Tentang Komunitas Pesantren Sidogiri Pasuruan Jawa Timur*.

pengurus, karyawan, anggota alumni, bahkan *customer* memiliki kepercayaan bersama bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan.

Secara konsisten, Toko Koim melakukan pola pembangunan jaringan bisnis melalui ketiga elemen modal sosial tersebut. Toko Koim dibangun pertama kali pada tahun 2019 dan sudah memiliki 14 cabang; 13 cabang di Madura dan 1 cabang di Surabaya. Berdasarkan ketiga elemen modal sosial tersebut, modal sosial yang terlekat dalam membangun jaringan bisnis Toko Koim merupakan *Bonding Social Capital*.

*Bonding Social Capital* memiliki ciri dasar yang melekat yaitu baik kelompok maupun anggota kelompok dalam konteks ide, relasi dan perhatian lebih berorientasi ke dalam (*inward looking*) di banding berorientasi ke luar (*outward looking*). Pada tipologi ini, jaringan sosial dan interaksinya bersifat eksklusif dan hanya bisa dijangkau oleh kelompok itu sendiri.<sup>70</sup>

#### **d. Tipologi Modal Social di Kabupaten Pamekasan**

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tipologi modal sosial dalam membangun jaringan bisnis ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan memiliki ciri khas dan karakteristik masing-masing, sesuai dengan tipologi *bonding social capital*, *bridging social capital*, dan *linking social capital*. Hal tersebut dapat dilihat dari klasifikasi tipologi modal sosial pada Toko Bagus, Mini Market Homastas, dan Toko Koim sebagai unit usaha

---

<sup>70</sup> Hasbullah, *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*, 28.

ritel yang dibangun dan dikembangkan oleh ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan.

Selanjutnya, tipologi modal sosial yang digunakan dapat menjadi ciri khas atau karakteristik tersendiri bagi setiap usaha milik pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan. Ketiga tipologi tersebut dapat mengikat, menjembatani, dan/atau saling menghubungkan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau bahkan kelompok dengan kelompok. Keterkaitan yang terjadi direalisasikan dalam konteks jaringan, norma, dan kepercayaan untuk mencapai sebuah visi bersama sebagai elemen dari modal sosial.

**Tabel 4.4** Tipologi Modal Sosial

<b>Toko/ Minimarket</b>	<b>Tipologi Sosial Capital</b>	<b>Jaringan</b>	<b>Norma dan Kepercayaan</b>	<b>Visi Bersama</b>
Toko Bagus	<i>Bonding, Bridging, dan Linking Social Capital</i>	Peradaban; temu alumni, pengajian rutin, diskusi, rapat anggota	Cinta, Kepatuhan, ukhuwah, pengabdian/Khidmah, barokah, kemandirian ekonomi, amanah, ikhlas, dan jujur.	Pemberdayaan ummat, kesejahteraan, barokah, santri enterprenuer, Khidmah/pengabdian
Mini Market Homastas	<i>Bridging, dan Linking Social Capital</i>	IKABA; temu alumni, pengajian rutin, diskusi, rapat anggota		
Toko Koim	<i>Bonding Social Capital</i>	IKBAS PPMU; temu alumni, pengajian rutin, diskusi,	Cinta, Kepatuhan, ukhuwah, pengabdian/Khidmah, barokah, kemandirian ekonomi, amanah, ikhlas, jujur, kehati- hatian ( <i>istikharah</i> )	

		rapat anggota	dalam perekrutan karyawan)	
--	--	---------------	----------------------------	--

## 2. Implementasi Tipologi *Social Capital* dalam Membangun Jaringan Bisnis Ikatan Alumni Pondok Pesantren di Kabupaten Pamekasan.

### a. Toko Bagus

Progres bisnis ritel Toko Bagus terlihat cepat. Dalam waktu yang cukup singkat, Toko Bagus sudah melakukan ekspansi di berbagai daerah Pulau Madura. Progres toko Bagus merupakan sebuah pencapaian yang baik untuk pengurus toko Bagus dan anggota organisasi Peradaban. Modal social dianggap penting dalam membangun jaringan bisnis mulai dari tahap perencanaan sampai pada tahap pelaksanaan bagi pengurus toko Bagus dan anggota ikatan alumni yang terhimpun dalam organisasi Peradaban.

*Pertama*, tahap awal merupakan tahap perencanaan. Perencanaan pembangunan Toko Bagus berangkat dari *dauh* pengasuh tentang keinginannya untuk mendirikan sebuah ritel. Akhirnya, alumni berunding dan kemudian mendirikan sebuah toko yang terletak di Jl. Raya Pegantenan sebagai toko Bagus pertama tepat pada tahun 2018. Setelah mendapat *dauh* pengasuh, dilanjutkan dengan musyawarah alumni untuk merealisasikan keinginan pengasuh tersebut. Kemudian, hasil musyawarah alumni ialah mendirikan atau membangun sebuah toko yang diberi nama toko



Bagus yang kemudian disampaikanlah hasil musyawarah ini kepada pengasuh kembali.

Persaingan akan mengalami perubahan pada masa perekonomian global dimana sektor bisnis harus dapat menyesuaikan dengan lingkungan bisnis tersebut daripada dirinya sendiri dan kebijakan pemerintah. Maka dari itu dalam persaingan perusahaan harus dapat membangun jaringan (*network*) dengan organisasi-organisasi lain yang tentunya menunjang operasional perusahaan.<sup>71</sup>

PP. Darul Ulum Banyuwangi merupakan salah satu pesantren yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Pengasuh menyambut baik langkah alumni untuk membangun usaha bersama tersebut. Pembangunan usaha tersebut ditujukan untuk pesantren dan juga pemberdayaan alumni itu sendiri. Langkah tersebut benar-benar nyata dilakukan oleh pengurus Peradaban untuk membangun toko Bagus dengan modal dari hasil patungan para alumni. Hasil dari pedapatan toko Bagus akan dikelola untuk alumni dan pesantren. Patungan ini disebut dengan menanam saham demi mempercepat target berdirinya toko tersebut, dimana penanaman saham dimulai dari Rp. 3.000.000 dengan target anggaran Rp. 600.000.000.

Dalam membangun bisnis, uang bukanlah satu-satunya modal agar memiliki sebuah unit usaha bisnis. Modal sosial merupakan bagian dari modal usaha untuk membangun sebuah bisnis. Tahap-tahap pembangunan bisnis Toko bagus disertai dengan modal social

---

<sup>71</sup> Utomo and Susanta, "Pengaruh Jaringan Bisnis, Teknologi Produksi, Dan Penjaminan Mutu Terhadap Kinerja Pemasaran," 8.

melalui elemen modal social itu sendiri; jaringan, norma, dan kepercayaan. Abdul Wahid Al-Faizin di dalam bukunya yang berjudul “Tafsir Ekonomi Kontemporer” menjelaskan dengan rinci beberapa ajaran Islam yang terbangun diatas *ukhuwwah* yang mampu mewujudkan elemen utama *social capital*.<sup>72</sup>

**Kedua**, tahap pelaksanaan dimulai dari dimulainya alumni menanam saham sampai pada tahap dimana toko Bagus berjalan sampai saat ini. *Ukhuwah* dan solidaritas anggota Peradaban sangat kuat. Para alumni saling bersinergi untuk mewujudkannya. Perekrutan karyawan pertama dilakukan dengan cara yang tertutup. Pengurus hanya menunjuk dan memanggil alumni yang dirasa dan dipercayai mampu untuk menjadi bagian di Toko Bagus.

Kemudian, setelah toko Bagus mulai menyebar dan berekspansi ke berbagai daerah di pulau Madura, pengurus melihat lingkungan lokasi toko itu berdiri. Jika perhitungannya alumni tidak banyak di daerah tersebut, atau bahkan tidak ada, maka pengurus membuka lowongan kerja atau membuka peluang bagi non alumni yang ingin bergabung menjadi bagian dari toko Bagus.

---

<sup>72</sup> Al-Faizin and Akbar, *Tafsir Ekonomi Kontemporer Kajian Tafsir Al-Qur'an Tentang Ekonomi Islam.*, 144.



**Gambar 4.11** Implementasi Tipologi Modal Sosial dalam Membangun Jaringan Bisnis Toko Bagus

#### b. Mini Market Homastas

Dua belas cabang Mini Market Homastas sudah tersebar dan berjalan di seluruh daerah Pulau Madura. Perjalanan panjang Mini Market Homastas tidak lepas dari sinergitas Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA). Sama seperti PP. Darul Ulum Banyuwangi, nilai *ukhuwah* dan solidaritas merupakan bagian dari modal social yang melekat. Modal sosial dianggap penting dalam membangun jaringan bisnis mulai dari tahap perencanaan sampai pada tahap pelaksanaan bagi pengurus Mini Market Homastas dan Ikatan Alumni Bata-Bata (IKABA).

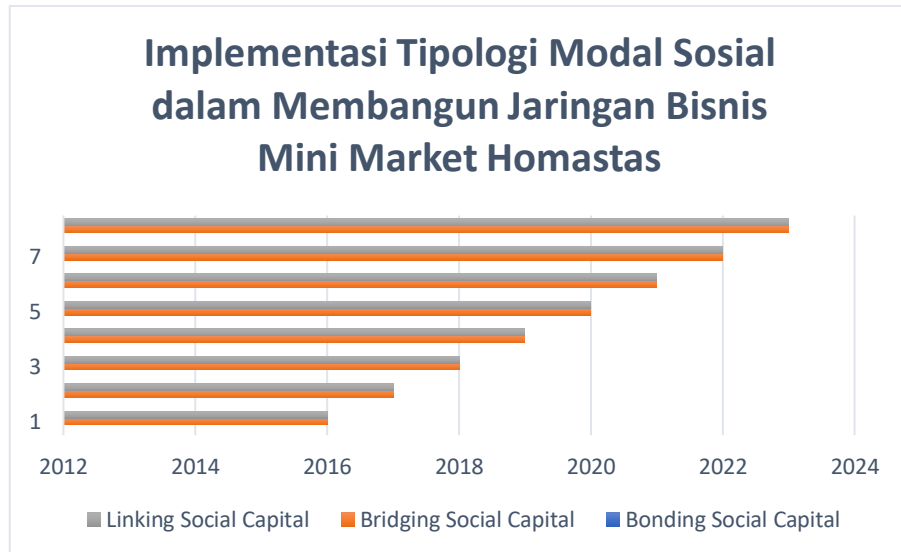
*Pertama*, KOPERGU MUBA (Mambaul Ulum Bata-Bata) membangun usaha ritel Mini Market Homastas berangkat dari inisiatif pengasuh. Mini Market Homastas direalisasikan atau didirikan oleh KOPERGU dengan modal 60% dari KOPERGU itu sendiri dan 40% dari investor. Investor di Mini Market Homastas bisa dari alumni dan non alumni.

Cakupan modal sosial meliputi ikatan interaksi sosial (*social interactions ties/structural dimension*), norma (*norm reciprocity/relational dimension*), dan visi bersama (*cognitive dimension*).<sup>73</sup> Ketiga elemen modal social ini diimplementasikan melalui sinergitas alumni dapat dilihat dari investasi-investasi yang dilakukan alumni dan simpatisan. Alumni memperkenalkan mini market Homastas dan menawarkan non alumni atau simpatisan untuk menjadi investor. Hal ini dilakukan oleh alumni untuk menarik *customer* di berbagai daerah sekalipun bukan alumni. Strategi ini mampu memperluas jaringan bisnis mini market Homastas.

**Kedua**, pada tahap yang kedua adalah tahap pelaksanaan. Pada tahap ini meliputi penanaman saham, pembangunan bangunan, perekrutan karyawan, hingga berjalannya usaha. Pada tahap ini alumni merupakan prioritas utama dengan tujuan pemberdayaan ekonomi alumni, namun Mini Market Homastas juga membuka peluang bagi non alumni yang ingin bergabung untuk menjadi bagian dari Mini Market Homastas.

---

<sup>73</sup> Chang et al., "Social Capital and Transaction Cost on Co-Creating IT Value Towards Inter-Organizational EMR Exchange."



**Gambar 4.12** Implementasi Tipologi Modal Sosial dalam Membangun Jaringan Bisnis Mini Market Homastas

Pola perencanaan dan pelaksanaan ini secara teratur dan berkelanjutan dilakukan pada saat melakukan ekspansi ke berbagai daerah, hingga tahun ini Mini Market Homastas sudah memiliki 12 cabang di seluruh daerah Pulau Madura.

**c. Toko KOIM**

Implementasi tipologi *social capital* Ikatan Keluarga Besar Alumni dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen dalam membangun jaringan bisnis (Toko KOIM) mengacu pada konteks norma di PP. Miftahul Ulum Panyepen. Nilai cinta, kepatuhan, *ukhuwah* dan solidaritas merupakan bagian dari modal social yang melekat. Modal sosial dianggap penting dalam membangun jaringan bisnis mulai dari tahap perencanaan sampai pada tahap pelaksanaan bagi pengurus Toko Koim dan Ikatan Keluarga Besar Alumni dan Simpatisan (IKBAS) PP. Miftahul Ulum Panyepen.

*Pertama*, berangkat dari ketertarikan pengurus BMT Mawaddah, direncanakan sebuah pembangunan bisnis ritel Toko

Koim untuk mendirikan usaha ritel. Kemudian, pengurus menghaturkan ide tersebut kepada pengasuh dan disambut baik oleh pengasuh. Selanjutnya, modal usaha diambil sepenuhnya dari BMT Mawaddah dan dikelola oleh para pengurus. Pada tahun 2019, berdirilah toko Koim pertama yang terletak di Pasar Karang Penang Sampang.

**Kedua**, Toko Koim tidak membutuhkan waktu yang lama untuk dibuka. Dimulai dari tahap pencarian lokasi dengan membeli lahan, membangun toko, perekrutan karyawan, hingga dibukalah toko Koim tersebut. Jaringan bisnis Toko Koim dibangun dengan prinsip norma dan kepercayaan dalam suatu kelompok tertentu, dimana kedua prinsip ini menjadi elemen dari modal sosial.<sup>74</sup>

Struktur kepengurusan setiap instansi yang berada di PP. Miftahul Ulum Panyepen benar-benar tertata rapi. IKBAS tidak memiliki hak paten dalam pengelolaan usaha ritel Toko Koim tersebut. Hal ini dikarenakan IKBAS memiliki usaha ritel sendiri yang berada di bawah naungan organisasi IKBAS. Meskipun begitu, hal ini tidak dapat menafikan sinergitas alumni untuk membantu membangun jaringan bisnis toko Koim. Secara sukarela, berangkat dari rasa *tawadhu'*, *ukhuwah*, da merasa memiliki kepada pesantren, para alumni benar-benar bersinergi membantu setiap usaha milik pesantren, termasuk Toko Koim.

---

<sup>74</sup> Chang et al.; Putnam, "The Prosperous Community: Social Capital and Public Life"; Harraka, "Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community."

Toko Koim melakukan perekrutan dengan cara yang sangat tertutup. Toko Koim menjaga jaringannya dengan sangat eksklusif. Seluruh karyawan dan pengurus Toko Koim adalah alumni dengan memenuhi syarat atau kualifikasi dan mengikuti prosedur yang berlaku. Tahap perekrutan karyawan toko Koim dapat dikatakan cukup unik dan khas, dimana karyawan harus melewati beberapa prosedur. Dengan demikian, tipologi modal social dalam membangun jaringan bisnis Toko Koim termasuk pada tipologi *bonding social capital*, yakni interaksi sosial yang bersifat eksklusif.<sup>75</sup>



**Gambar 4.13** Implementasi Tipologi Modal Sosial dalam Membangun Jaringan Bisnis Toko Koim

Melalui implementasi tipologi modal sosial dalam membangun jaringan bisnis, pola perencanaan dan pelaksanaan bisnis pada Toko Koim ini terus dipakai hingga saat ini, dimana Toko Koim sudah memiliki 14 cabang; 13 cabang di Pulau Madura dan 1 cabang di Kota Surabaya.

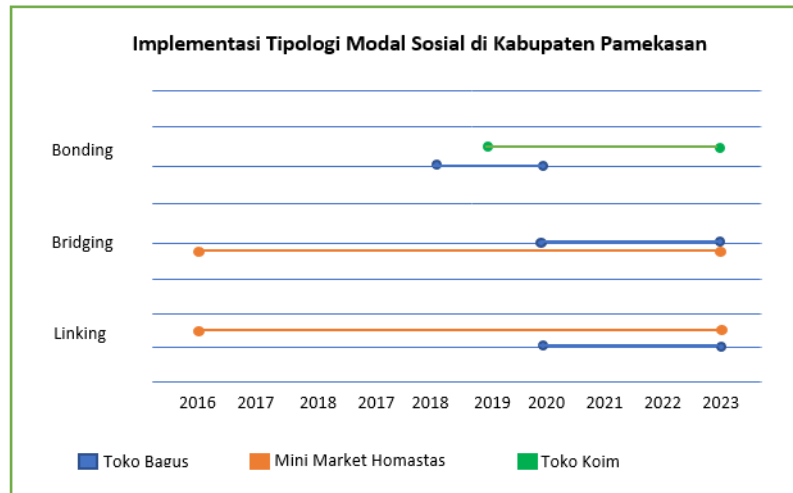
<sup>75</sup> Hasbullah, *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*, 28.

#### **d. Implementasi Modal Sosial di Kabupaten Pamekasan**

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa tipologi modal sosial dalam membangun jaringan bisnis ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan diimplementasikan melalui tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada ketiga tahap tersebut, tipologi modal sosial diimplementasikan secara bertahap atau secara konsisten.

Toko Bagus menggunakan ketiga tipologi modal sosial tersebut dengan rincian; menggunakan *bonding social capital* pada tahun 2018-2020 dan menggunakan *bridging social capital* dan *linking social capital* sejak tahun 2020 sampai saat ini. Mini market Homastas menggunakan *bridging social capital* dan *linking social capital* mulai dari awal perencanaan sampai saat ini dengan cabang yang sudah tersebar di seluruh Madura. Sedangkan, Toko Koim menggunakan *bonding social capital* mulai dari awal perencanaan sampai saat ini dengan cabang yang sudah tersebar di seluruh Madura juga. Berikut merupakan rekapitulasi implementasi tipologi modal sosial dalam membangun jaringan bisnis ikatan alumni pondok pesantren di Kabupaten Pamekasan:





**Gambar 4.14** Implementasi Tipologi Modal Sosial di Kabupaten Pamekasan

