

**PEMANFAATAN MODAL SOSIAL PENGUSAHA
KERIPIK TEMPE MATAHARI PADA MASA
PANDEMI COVID-19
DI KECAMATAN KOTO BARU
KABUPATEN DHARMASRAYA**

SKRIPSI

Dosen Pembimbing:

1. Dra. Dwiyanti Hanandini, M.Si

2. Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si

Oleh

**EVITA NURAI SYAH
BP 1810812022**



**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2022**

ABSTRAK

Evita Nuraisyah, 1810812022. Judul Skripsi: Pemanfaatan Modal Sosial Pengusaha Keripik Tempe Matahari Pada Masa Pandemi Covid-19. Pembimbing I Pembimbing I Dra. Dwiyanti Hanandini M.Si, Pembimbing II Drs. Rinaldi Eka Putra M.Si. Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik. Universitas Andalas. 2022.

Pada masa pandemi covid-19 Usaha Kecil Menengah (UKM) berusaha mempertahankan usahanya tersebut karena terkendala pada penjualan yang semakin menurun. Para pelaku UKM yang terdampak pada masa pandemi covid-19 ini adalah pada bidang makanan dan minuman. Mereka merasakan dampak berkurangnya penjualan, kekurangan modal, kenaikan bahan baku dan juga terhambatnya dalam segi distribusi. Salah satu UKM yang terdampak Covid-19 di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya adalah UKM keripik tempe. Rata-rata usaha keripik tempe ini mengalami penurunan omzet, tetapi ada salah satu usaha keripik tempe yang mengalami kenaikan omzet pada saat pandemi covid-19. Berbeda dengan pengusaha keripik tempe lainnya, keripik tempe matahari ini malah mengalami dampak yang positif pada masa pandemi covid-19. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan pemanfaatan kepercayaan (*trust*) dalam usaha keripik tempe matahari dimasa pandemi covid-19 dan mendeskripsikan pemanfaatan jaringan sosial (*social network*) dalam usaha keripik tempe matahari dimasa pandemi covid-19.

Penelitian ini menggunakan teori modal sosial oleh Lawang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Pemilihan informan ini adalah dengan cara *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara mendalam.

Temuan penelitian ini antara lain pemanfaatan kepercayaan yang didalamnya terdapat konsumen yang menggunakan media sosial, dan kepercayaan pemilik keripik tempe matahari dengan pemilik warung-warung. Pemanfaatan jaringan sosial yang didalamnya terdapat hubungan antara pemasok bahan baku dengan pemilik keripik tempe matahari, penjualan melalui *reseller*, penjualan melalui supermarket dan juga penjualan melalui melalui warung-warung. Pemanfaatan norma sosial yaitu pemilik keripik tempe matahari mempergunakan tenaga kerja tetangga. Serta adanya resiprositas antar sesama pengusaha keripik tempe.

Kata kunci: Kepercayaan, Jaringan, Keripik Tempe, Modal Sosial

ABSTRACT

EVITA NURAI SYAH 1810812022. The Title of Thesis: The Use Of Social On Tempe Chips Matahari Entrepreneur in this Covid-19 Pandemic. Supervisor 1 Dra. Dwiyanti Hanandini M.Si, Supervisor II Drs. Rinaldi Eka Putra M.Si. Departement of Sociology. The Faculty of Social and Political Science, Andalas University, 2022.

Most of the Micro Small Enterprises try to survive due to the decreasing of their product's requests in this pandemic of covid-19. This pandemic impacts on food and beverages business. Most of them run into low selling budget, running out of capital, increasing of ingredients cost, and also the problem in distribution the product. One of the micro small enterprises that have the impact of this pandemic is tempe chips entrepreneur in Koto Baru, Dharmasraya. It can be said that most of the tempe chips entrepreneurs experience the decreasing of turnover. However, there is one of the tempe chips entrepreneurs that their turnover is increasing during this pandemic. The name is tempe chips of matahari. They get positive impacts in this pandemic of covid-19. The purpose of this study is to describe the use of trust and social network on the tempe chips entrepreneurs during covid-19 pandemic.

This study using social capital theory by Lawang. Using qualitative approach and descriptive research. Using purposive sampling to choose the informant. Data collection technique use observation and deep interview.

The result of this study is that the use of trust of consumers who use social media and the trust of the same entrepreneurs. The use of social network between the owner of tempe chips with supplier, selling through reseller, supermarket, stores and many other market places. The use of social norms, neighbors are used to help their production. And the reciprocity between of the same entrepreneurs tempe chips.

Key words: Trust, Network, Tempe Chips, Social Capital

