

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di Indonesia terdapat usaha kecil menengah yang didirikan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Usaha Kecil Menengah adalah sebuah kegiatan perekonomian rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha, yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) usaha kecil itu memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja sebanyak 20-99 orang. Tetapi pada saat pandemi covid-19 berlangsung Usaha Kecil Menengah berusaha mempertahankan usahanya tersebut karena kendala pada penjualan yang semakin menurun. Penjualan adalah kegiatan manusia untuk menukarkan barang mereka dengan cara-cara tertentu agar pembeli menarik dan untuk memuaskan pembeli yang tujuan dari penjualan ini adalah untuk mendapatkan keuntungan (Winardi, 1982: 97).

Dalam UU No 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Pada Usaha Kecil Menengah ini pengusaha keripik tempe melakukan pola interaksi dengan menjalin hubungan yang baik antara sesama pengusaha keripik tempe lainnya, mereka menjalin pola interaksi dan terbentuk sebuah jaringan sosial dan kekuatan antar sesama penjual karena adanya modal sosial.

Kabupaten Dharmasraya merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Masyarakat Kabupaten Dharmasraya yang mendirikan usaha kecil menengah. Terbukti dari data Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) Kabupaten Dharmasraya terdapat 13.600 jenis usaha kecil menengah. Hal ini disebabkan karena adanya pengaruh budaya dan salah satunya dalam hal pangan yang berasal dari transmigran, yang ditempatkan di Kabupaten Dharmasraya membawa kebudayaan sendiri untuk diterapkan di kehidupan sehari-harinya. Salah satu usaha makanan yang paling populer adalah usaha keripik tempe. Usaha keripik tempe di Kabupaten Dharmasraya ini merupakan salah satu usaha yang mengolah hasil pertanian. Tenaga kerja yang bekerja di usaha keripik tempe di Dharmasraya ini adalah keluarga serta tetangganya saja. Modal awal yang dipergunakan pun hanya menggunakan modal sendiri. Keripik tempe merupakan makanan yang sering menjadi buah tangan masyarakat Dharmasraya pada saat pergi ke luar kota. Data Usaha Keripik tempe yang masih bertahan di masa pandemi covid-19 di Kabupaten Dharmasraya.

**Tabel 1.1**  
**Data Usaha Menengah Keatas (UKM) Keripik Tempe Kabupaten**  
**Dharmasraya**

No	Merk Dagang	Nama Pemilik	Alamat	Tahun Berdiri
1.	Keripik Tempe Matahari	Sulystiawati	Blok D Padang Bintungan, Kecamatan Koto Baru	1985
2.	Keripik Tempe Sido Gurih	Muridi	Blok D Padang Bintungan, Kecamatan Koto Baru	1986
3.	Keripik Tempe 3 Saudara	Rusmini	Blok D Padang Bintungan, Kecamatan Koto Baru	2002
4.	Keripik Tempe Nadine	Yeni Widyastuti	Jorong Sungai Pauh Nagari Pulau Mainan Kecamatan Koto Salak	2003
5.	Keripik Tempe Bening Sari	Biantoro	Dusun Kampung Duku Ngari Gunung Medan Kecamatan Sitiung	2008
6.	Keripik Tempe Trimowulung	Lasmi	Nag. Sungai Duo Kecamatan Sitiung	2009
7.	Keripik Tempe Muria	Rofik Saudi	Nag. Sungai Duo Kecamatan Sitiung	2010
8.	Keripik Tempe Doa Ibu	Nasir Sahari	Jorong Ranah Minang Nagari Kurnia Selatan Kecamatan Sungai Rumbai	2010
9.	Keripik Tempe Rezeki	Mulyadi	Jr. Sei Kalang 2, Kecamatan Tiumang	2010
10.	Keripik Tempe Rezeki aza	Wiyani	Blok D Padang Bintungan, Kecamatan Koto Baru	2010
11.	Keripik Tempe Kemal	Surniati	BKR 1 Blok B Nag. Sungai Duo	2012
12.	Keripik Tempe Wiji	Wiji Astuti	Blok A Sitiung 2, Kecamatan Koto Salak	2017
13.	Keripik Tempe Satria	Satria	Jr. Koto Baru Nagari Koto Baru Kecamatan Koto Baru	2018
14.	Keripik Tempe 2 Saudara	Sumarni	Sungai Kalang 1, Nag Tiumang	2018

**Sumber:** Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) Kabupaten Dharmasraya, tahun 2021

Dalam modal sosial terdapat beberapa parameter yakni kepercayaan, norma sosial dan juga jaringan sosial (Syahyuti, 2006:236). Menurut Robert Putnam dalam Damsar, modal sosial merupakan jaringan-jaringan, nilai-nilai dan kepercayaan yang timbul diantara para anggota perkumpulan, yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk manfaat bersama (Damsar, 2005:49).

Menurut Fukuyama (2002:4) Kepercayaan (*trust*) ialah harapan yang tumbuh didalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Dalam usaha keripik tempe matahari ini pemilik memilih tenaga kerja yaitu tetangga dekat usaha itu didirikan karena pemilik sudah memiliki kepercayaan tersendiri terhadap tetangga dekatnya karena ada hubungan kerabat atau pun hubungan satu suku.

Menurut Mitchell dalam Damsar jaringan sosial pada tingkatan individu adalah rangkaian hubungan yang khas diantara sejumlah orang-orang dengan sifat tambahan, yang ciri-ciri dari hubungan ini adalah sebagai keseluruhan yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial individu yang terlibat (Damsar, 2005:59). Dalam usaha keripik tempe matahari ini jaringan yang dijalin oleh pemilik keripik tempe adalah interaksi yang baik dibangun antara para pemilik usaha keripik tempe, lalu pemilik usaha keripik tempe dengan *resseler* serta pemilik usaha keripik tempe dengan para pekerja serta pemilik keripik tempe dengan konsumennya.

Dalam Aryanto (2021:3) dampak pandemi covid-19 pada bidang ekonomi yaitu:

1. Membuat konsumsi atau daya beli rumah tangga yang merupakan penopang 60 persen terhadap ekonomi jatuh cukup dalam, terbukti dari data BPS yang mencatatkan bahwa konsumsi rumah tangga turun dari 5,02 persen pada kuartal 1 2019 ke 2,84 persen pada kuartal 1 tahun 2021 ini.
2. Pandemi menimbulkan adanya ketidakpastian yang berkepanjangan sehingga investasi ikut melemah dan berdampak pada terhentinya usaha
3. Seluruh dunia mengalami pelemahan ekonomi sehingga menyebabkan harga komoditas turun dan ekspor Indonesia ke beberapa negara juga berhenti karena dampak pandemi covid-19 ini.

Dampak dari pandemi covid-19 salah satunya adalah telah menghantam Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak pada koperasi sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku UKM yang terdampak covid-19. Koperasi yang terdampak covid-19 biasanya pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan UKM yang sangat terdampak covid-19 adalah pada bidang makanan dan minuman. Para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, kenaikan bahan baku, dan juga terhambatnya dalam segi distribusi atau penjualannya (KemenkopUMKM2018).

Adanya pandemi covid-19 memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian Indonesia salah satunya bagi yang memiliki usaha. Karena ditengah pandemi covid-19 menjadi sebuah tantangan yang besar juga bagi usaha rumahan keripik tempe.



**Tabel 1.2**  
**Omzet Rata-Rata Perbulan Penjualan Usaha Keripik Tempe**  
**Sebelum dan Pada Saat Covid-19**

No	Nama usaha	Sebelum Covid-19 Perbulan	Pada saat Covid-19 Perbulan
1.	Keripik Tempe Matahari	Rp 70.000.000	Rp 85.000.000
2.	Keripik Tempe Muria	Rp 10.000.000	Rp 8.000.000
3.	Keripik Tempe Kemal	Rp 5.000.000	Rp 3.500.000
4.	Keripik Tempe 2 Saudara	Rp 4.000.000	Rp 3.000.000
5.	Keripik Tempe Rezeki	Rp 8.500.000	Rp 5.000.000
6.	Keripik Tempe Wiji	Rp 3.000.000	Rp 2.500.000
7.	Keripik Tempe Trimowulung	Rp 11.000.000	Rp 6.800.000
8.	Keripik Tempe 3 Saudara	Rp 1.000.000	Rp 800.000
9.	Keripik Tempe SidoGurih	Rp 10.000.000	Rp 4.000.000
10.	Keripik Tempe Satria	Rp 9.000.000	Rp 5.000.000
11.	Keripik Tempe Bening Sari	Rp 10.000.000	Rp 7.500.000
12.	Keripik Tempe Doa Ibu	Rp 13.000.000	Rp 10.000.000
13.	Keripik Tempe Nadine	Rp 9.000.000	Rp 5.000.000
14.	Keripik Tempe Rezeki aza	Rp 15.000.000	Rp 10.000.000

**Sumber:** Dinas Koperindag Kabupaten Dharmasraya, tahun 2021

Bersumber dari tabel di atas bahwa pada masa pandemi covid-19 hampir semua pengusaha keripik tempe yang ada di Kabupaten Dharmasraya mengalami penurunan omzet setiap bulannya kecuali usaha keripik tempe Matahari. Omzet merupakan jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual. Tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha keripik tempe adalah kenaikan bahan baku seperti kedelai, minyak, bumbu-bumbu lainnya dan juga mengalami

penurunan dalam segi penjualan karena para pelaku usaha keripik tempe ini belum mengetahui strategi penjualan apa saja yang akan dilakukan pada saat pandemi covid-19 ini dan mengakibatkan omzet mereka setiap bulannya semakin menurun. Tetapi ada satu dari usaha keripik tempe yang omzet perbulan pada saat pandemi covid-19 malah naik, yakni Keripik Tempe Matahari.

Keripik Tempe Matahari adalah salah satu usaha keripik tempe yang cukup terkenal di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Pada tanggal 28 Januari 2017 Bupati Dharmasraya Sutan Riska Tuanku Kerajaan mengunjungi usaha Keripik Tempe Matahari dan juga beliau ingin membantu memasarkan usaha Keripik Tempe Matahari ini agar menjadi produk andalan dan juga makanan khas yang ada di Kabupaten Dharmasraya. Keripik Tempe Matahari ini merupakan salah satu binaan dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) Kabupaten Dharmasraya.

Usaha yang menjadi binaan Dinas Koperindag memiliki keuntungan yaitu adanya pengembangan usaha, pengurusan izin merk dan juga dalam bidang makanan akan dibantu juga dengan kemasan. Jadi kemasan plastik dan kemasan kardus dari Keripik Tempe Matahari ini adalah hasil bantuan dari dinas Koperindag. Bantuan yang diberikan pada saat covid-19 oleh dinas Koperindag kepada pelaku UMKM yang menjadi binaanya. Salah satu bantuan yang diberikan adalah mengikuti pelatihan kewirausahaan dan pemasaran dengan memanfaatkan media online atau *marketplace*. Dan juga Dinas Koperindag juga memberi bantuan kepada wirausaha pemula.

Keripik tempe matahari ini adalah salah satu usaha yang sudah cukup lama berdiri di Kecamatan Koto Baru, yaitu kurang lebih selama 36 tahun. Berbeda dengan pengusaha keripik tempe lainnya, keripik tempe matahari ini pada saat pandemi covid-19 omzet penjualannya naik serta bisa menambah tenaga kerja.

**Tabel 1.3**  
**Data Usaha Keripik Tempe Matahari**

No	Tahun	Omzet penjualan rata-rata perbulan	Jumlah Tenaga Kerja
1.	2018	Rp 65.000.000,-	10 orang
2.	2019	Rp 70.000.000,-	12 orang
3.	2020	Rp 70.000.000,-	12 orang
4.	2021	Rp 85.000.000,-	14 orang

**Sumber:** *Pengusaha Keripik Tempe Matahari tahun 2021*

Bersumber dari tabel di atas terlihat bahwa usaha keripik tempe matahari ini berbeda dengan usaha keripik tempe lainnya yang pada masa pandemi covid-19 harus mengurangi tenaga kerja, tetapi malah berbanding terbalik, usaha keripik tempe matahari ini ada penambahan tenaga kerja setiap tahunnya, omzet penjualan rata-rata dan juga produk keripik tempe yang dihasilkan perbulannya juga naik.

## 1.2 Rumusan Masalah

Selama ini orang yang menganggap pandemi Covid-19 mematikan semua sektor kehidupan, khususnya yang berdampak langsung adalah sektor ekonomi yakni Usaha Kecil Menengah. Pandemi Covid-19 sangat berdampak pada Usaha Kecil Menengah khususnya pada bidang makanan dan minuman. Tetapi tidak semua yang mengalami dampak tersebut, seperti pada usaha keripik tempe



matahari ini. Berbeda dengan pengusaha keripik tempe lainnya, usaha keripik tempe matahari ini malah mengalami dampak yang positif atau yang mengalami kenaikan yang signifikan omzet penjualannya pada masa pandemi Covid-19.

Dari permasalahan yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apa saja pemanfaatan modal sosial pengusaha keripik tempe matahari pada masa pandemi covid-19 ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

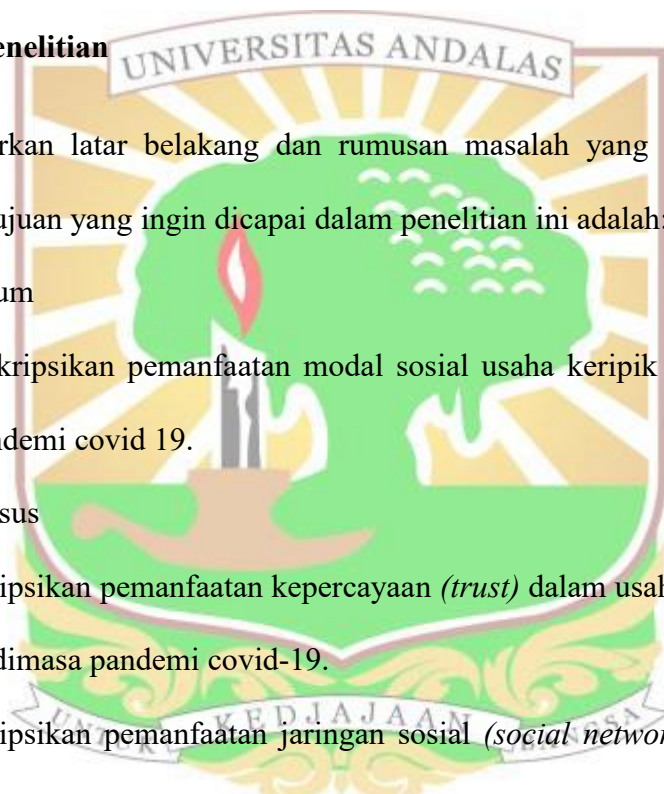
Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

#### A. Tujuan umum

Mendeskripsikan pemanfaatan modal sosial usaha keripik tempe matahari pada masa pandemi covid 19.

#### B. Tujuan khusus

1. Mendeskripsikan pemanfaatan kepercayaan (*trust*) dalam usaha keripik tempe matahari dimasa pandemi covid-19.
2. Mendeskripsikan pemanfaatan jaringan sosial (*social network*) dalam usaha keripik tempe matahari dimasa pandemi covid-19.
3. Mendeskripsikan pemanfaatan norma sosial (*social norm*) dalam usaha keripik tempe matahari dimasa pandemi covid-19.



## 1.4 Manfaat Penelitian

### A. Aspek akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi mahasiswa yang tertarik dalam melakukan penelitian khususnya pada kajian-kajian modal sosial dan sosiologi pasar secara umum.

### B. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi pedagang keripik tempe lainnya agar bisa menyesuaikan dengan keadaan yang ada dan juga dapat memanfaatkan teknologi untuk kemajuan usahanya.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Konsep Keripik Tempe

Tempe merupakan salah satu makanan tradisional yang sangat digemari di Indonesia. Tempe ini terbuat dari fermentasi kedelai, fermentasi ini terjadi karena aktifitas kapang *Rhizopus sp* pada kedelai sehingga berbentuk masa yang padat (Koswara, 1998). Keripik (*chip*) adalah sejenis makanan kecil (*snack*), yang umumnya dibuat dari bahan yang mengandung kadar pati yang tinggi dan mengalami proses penggorengan atau bisa disebut juga dengan proses pengeringan untuk menghilangkan kadar air yang ada didalamnya (Putro, 2006:18).

Keripik tempe adalah salah satu makanan ringan yang bahan dasarnya adalah kedelai. Keripik tempe adalah tempe yang tipis yang digoreng kering seperti kerupuk. Apabila disimpan ditempat yang kering dan bersih, keripik tempe dapat

tahan disimpan sampai beberapa minggu. Kadar protein keripik tempe cukup tinggi yaitu berkisar antara 23% sampai 25% . Tempe yang akan diolah menjadi makanan ringan keripik tempe sedikit berbeda dengan proses pembuatan tempe untuk sayur.

Cara membuat keripik tempe ini biasanya ada dua cara yaitu yang pertama adalah dengan cara mengiris tempe secara langsung secara tipis-tipis atau bisa juga dengan membuat adonan tempe itu terlebih dahulu dan langsung dicetak dengan alas daun. Tempe yang akan dijadikan keripik tempe lebih tipis dan langsung dicetak dengan alas daun.

### **1.5.2 Konsep Usaha Kecil Menengah**

Badan Pusat Statistik menjelaskan UKM berdasarkan kuantitas kerja adalah usaha kecil yang entitas usahanya memiliki tenaga kerja 5-19 orang dan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20-99 orang. Sedangkan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM) menjelaskan usaha kecil yang juga usaha mikro adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, dan itu tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki penjualan tahunan paling banyak 1.000.000.000, sementara usaha menengah adalah entitas usaha milik negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari 200.000.000 sampai 10.000.000.000 tidak termasuk juga tanah serta bangunan.

Sedangkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah usaha mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp 1 Miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

### 1.5.3 Konsep Pandemi Covid-19

Pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ialah wabah yang menjangkit serempak dimana-mana meliputi daerah geografi yang luas. Pandemi adalah epidemi yang menyebar keseluruh negara ataupun benua dan biasanya mengenai banyak orang (Purwanto, 2020:5).

Covid-19 adalah penyakit *zoonosis* yang ditularkan oleh hewan. Hasil penelitian sebelumnya virus SARS-CoV ini ditularkan oleh luwak atau kucing luwak (*civet-cat*) ke manusia dan virus MERS-CoV ditularkan dari unta ke manusia. Virus corona ini adalah virus yang menyerang sistem pernafasan pada manusia. Gejala virus corona ini adalah biasanya terjadi demam, dengan suhu badan sama atau lebih dari 38 derajat Celcius. Ada juga yang mengalami kesulitan bernafas dan hasil rontgen menunjukkan adanya *infiltrate pneumonia* yang luas dari kedua belah paru-paru, biasanya gejala yang akan dirasakan selama 5-6 hari setelah seseorang terinfeksi virus Covid-19, tetapi bisa juga selama 14 hari terinfeksi (Winarno, 2020:11-13).

Penularan virus Covid-19 ini melalui percikan air liur, tetesan atau lendir saluran pernapasan akibat batuk dan bersin, virus Covid-19 mirip dengan penyakit flu. Selain itu kita juga bisa tertular virus Covid-19 ketika terlalu dekat dengan orang yang terkena atau terinfeksi virus Covid-19 dan juga bisa karena menyentuh benda yang sudah disentuh oleh orang yang terinfeksi Covid-19.

#### 1.5.4 Konsep Modal Sosial

Menurut Fukuyama mendefinisikan modal sosial adalah serangkaian nilai atau norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama diantara mereka (Fukuyama, 2002:iii).

Sedangkan Pierre Bourdieu dalam Damsar mendefinisikan modal sosial adalah sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh seseorang yang berasal dari jaringan sosial yang terlembaga serta berlangsung terus menerus dalam bentuk pengakuan dan perkenalan timbal balik (keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk dukungan kolektif (Damsar, 2003:49). Bourdie juga memberikan penekanan dalam mendefinisikan modal sosial yaitu pada jejaring sosial (*social network*) yang memberikan akses terhadap sumber-sumber daya kelompok.

Menurut Robert Putnam dalam Damsar modal sosial merupakan jaringan-jaringan, nilai-nilai dan kepercayaan yang timbul diantara para anggota perkumpulan, yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk manfaat bersama (Damsar, 2005:49).

Berdasarkan pengertian para ahli tersebut maka modal sosial dapat didefinisikan sebagai norma atau nilai yang telah dipahami bersama oleh masyarakat yang dapat memperkuat jaringan sosial/kerja yang positif, terjalinnya kerjasama yang saling menguntungkan, menumbuhkan kepedulian dan solidaritas yang tinggi dan dapat mendorong tingkat kepercayaan antara sesama dalam rangka tercapainya tujuan bersama.



### 1.5.5. Tinjauan Sosiologis

Menurut Lawang kapital sosial merujuk pada semua kekuatan sosial yang komunitas yang dikonstruksikan oleh individu atau kelompok dengan mengacu pada struktur sosial menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individu/kelompok secara efisien dan efektif dengan kapital-kapital lainnya.

Konsep-konsep dari modal sosial menurut Lawang terdiri dari kepercayaan, jaringan dan norma yaitu sebagai berikut:

#### 1. Kepercayaan

Ada tiga hal kepercayaan manusia yang saling terkait:

- a) Hubungan sosial antara dua orang atau lebih. Termasuk dalam hubungan ini adalah institusi yang diwakili oleh orang. Seseorang percaya pada institusi tertentu untuk kepentingannya, karena orang-orang dalam institusi itu bertindak.
- b) Harapan yang akan terkandung dalam hubungan itu, yang kalau direalisasikan tidak akan merugikan salah satu atau kedua belah pihak (harapan menguntungkan kedua belah pihak)
- c) Interaksi sosial memungkinkan hubungan itu terwujud (Lawang, 2004:216)

Kepercayaan yang dimaksudkan ialah pada hubungan antara dua pihak atau lebih yang mengandung harapan yang saling menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial.

## 2. Jaringan

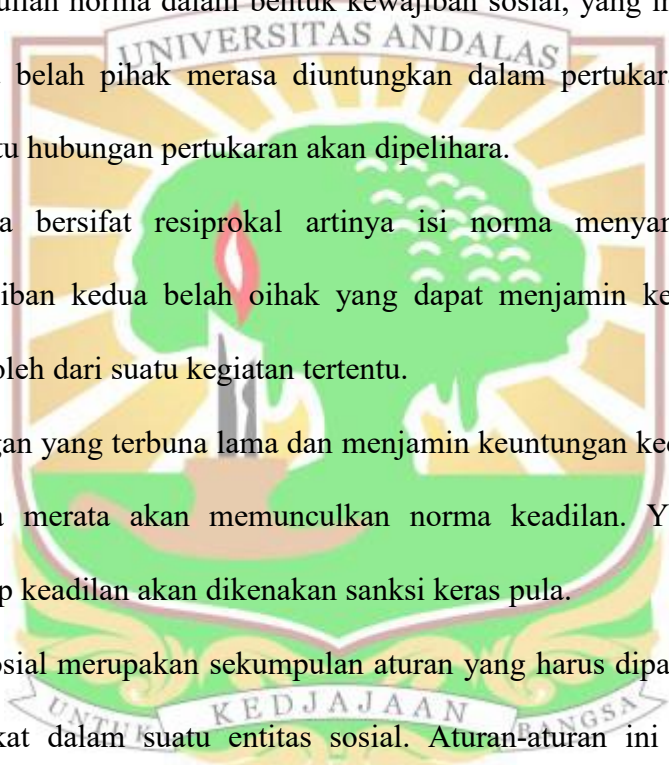
Jaringan dan fungsinya terhadap pencapaian sesuatu tidak terlepas dari kepercayaan. Konsep jaringan sosial yang digunakan dalam modal sosial menurut Lawang yaitu:

- a) Ada ikatan antar orang atau kelompok yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan.
- b) Ada kerja antar orang atau kelompok yang melalui hubungan sosial menjadi satu kerjasama bukan kerja bersama-sama.
- c) Dalam kerja jaringan itu ada ikatan antar orang atau kelompok yang tidak dapat berdiri sendiri. Ketika satu ikatan putus maka keseluruhan jaringan itu tidak bisa berfungsi lagi hingga ikatan itu diperbaiki.
- d) Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
- e) Ikatan atau pengikat dalam modal sosial ialah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan mediana itu dipelihara dan dipertahankan.

Jaringan adalah kategori kepercayaan strategi, maksudnya dengan melalui jaringan orang saling tau, saling menginformasikan, saling mengingatkan, saling bantu membantu dalam melaksanakan atau mengatasi suatu masalah.

## 3. Norma

Norma tidak dapat dipisahkan dengan jaringan dan juga kepercayaan. Kalau struktur sosial itu terbentuk karena pertukaran sosial yang terjadi antara dua orang, sifat norma seperti berikut:

- 
- a) Norma itu muncul dari suatu pertukaran yang saling menguntungkan. Apabila pertukaran itu hanya menguntungkan salah satu pihak saja maka pertukaran selanjutnya pasti tidak akan terjadi. Jika dalam pertukaran pertama keduanya saling menguntungkan, akan muncul pertukaran yang kedua, dengan harapan memperoleh keuntungan pula. Jika beberapa kali pertukaran prinsip saling menguntungkan dipegang utuh, dari situlah muncullah norma dalam bentuk kewajiban sosial, yang intinya membuat kedua belah pihak merasa diuntungkan dalam pertukaran itu. Dengan cara itu hubungan pertukaran akan dipelihara.
- b) Norma bersifat resiprokal artinya isi norma menyangkal hak dan kewajiban kedua belah pihak yang dapat menjamin keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu.
- c) Jaringan yang terbuna lama dan menjamin keuntungan kedua belah pihak secara merata akan memunculkan norma keadilan. Yang melanggar prinsip keadilan akan dikenakan sanksi keras pula.

Norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang harus dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial. Aturan-aturan ini biasanya tidak tertulis, namun dapat dipahami dan jika melanggarnya akan mendapatkan sanksi sosial. Maka dari itu norma termasuk salah satu dari modal sosial.

### 1.5.6 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan penelitian yang memiliki hubungan atau kaitan dari penelitian yang diteliti dengan penelitian sebelumnya yang tujuannya untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian dengan pokok permasalahan yang diteliti sama. Dari hasil pencarian dan pengamatan yang dilakukan ditemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang dijalankan.



**Tabel 1.4**  
**Penelitian Relevan**

No	Nama/Tahun	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Firdaus, Rama. 2018. Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas.	Pemanfaatan modal sosial untuk mempertahankan usaha tahu-tempe	Persamaan melihat modal sosial jaringan dan kepercayaan pedagang tahu tempe	Perbedaan lokasi dan waktu penelitian, serta penelitian ini tidak menggunakan modal sosial norma	Hasil dari penelitian ini adalah adanya kerjasama antara para pedagang tahu dan tempe dipasar Serikat C Batusangkar
2.	Ismayanti. 2021. Skripsi. Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas.	Strategi Adaptasi Rumah Tangga Nelayan Pukek Tapi Dimasa Pandemi Covid-19	Persamaan cara penjualannya dengan menggunakan media sosial	Perbedaan objek penelitian, lokasi dan waktu penelitian	Hasil dari penelitian ini adalah nelayan tetap menjalankan tugasnya sebagai nelayan dan juga para nelayan juga memanfaatkan jaringan untuk proses penjualan serta memanfaatkan media sosial <i>facebook</i> untuk mempromosikan ikannya tersebut
3.	Wahyudhansyah, Eka Putra. 2021. Thesis Fakultas Ekonomi Universitas Andalas	Strategi Penjualan Kisel Klauster Padang Pariaman pada Masa Pandemi Covid-19	Persamaan strategi penjualan pada masa pandemi covid-19	Perbedaan lokasi penelitian dan juga usaha penjualannya serta teori yang digunakan dalam penelitian ini.	-Hasil dari penelitian ini adalah dengan melakukan penjualan yaitu dengan membuka divisi untuk menghubungi konsumen yang pernah <i>repeat order</i> untuk melakukan transaksi, karyawan yang diambil adalah <i>direct sales</i> -Dalam penelitian ini juga mencoba menggunakan promosi secara online di sosial media.

**Sumber:** Data Primer 2021



Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian diatas adalah teori penelitian yang berbeda, waktu penelitian yang berbeda. Penelitian ini nantinya akan menitikberatkan pada pemanfaatan modal sosial usaha keripik tempe matahari dimasa pandemi covid-19, karena pada dasarnya pandemi covid-19 ini menyebabkan beberapa pengusaha keripik tempe mempunyai pendapatan atau omzet penjualannya menurun. Tetapi pada usaha keripik tempe matahari ini covid-19 malah menjadikan omzet mereka naik. Dalam penelitian ini juga membahas tentang pemanfaatan modal sosial menyebabkan meningkatnya produksi usaha keripik tempe matahari di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan maka penulis menggunakan metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini digunakan berdasarkan permasalahan penelitian yang mencari bagaimana strategi-strategi yang dilakukan oleh pedagang keripik tempe dalam menjual keripik tempe tersebut dan juga bagaimana pengusaha keripik tempe dapat memanfaatkan modal sosial pada masa covid-19.

Pendekatan yang menghimpun atau mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk kata-kata baik lisan maupun tulisan dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berupaya menghitung atau mengklarifikasikan data yang telah

didapatkan dan tidak menganalisis data dalam bentuk angka-angka disebut pendekatan kualitatif. Menurut Afrizal (2014:18) bahwa data yang dianalisis dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan perbuatan manusia. Data tersebut terdiri dari pembicaraan orang atau data lisan, tulisan-tulisan (tulisan di media, surat menyurat, kebijakan pemerintah, notulen rapat dan lain-lain), serta aktivitas yang dilakukan oleh orang lain. Metode penelitian kualitatif lebih fleksibel yakni memungkinkan spontanitas antara peneliti dengan informan .

Penelitian ini juga menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menguraikan suatu kejadian atau realitas sosial yang berkaitan dengan masalah yang terjadi dan yang akan diteliti. Kenyataan atau fakta yang terjadi di kehidupan bermasyarakat disebut realitas sosial.

Dengan demikian alasan peneliti menggunakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dan juga tipe penelitian deskriptif ialah agar dapat menggambarkan secara mendalam tentang data yang didapat dilapangan mulai dari mendeskripsikan strategi-strategi yang dipakai pengusaha keripik tempe dalam mendistribusikan pada masa pandemi covid-19 serta juga pengusaha keripik tempe dalam memanfaatkan modal sosialnya.

### **1.6.2 Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang baik tentang dirinya, atau orang lain mengenai suatu kejadian pada peneliti (Spradley, 1997:35-36). Untuk mendapatkan data yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian pada pendekatan kualitatif, maka menggunakan informan,

dimana yang dimaksud dengan informan adalah orang atau individu yang dijadikan sumber dalam mendapatkan data untuk kebutuhan peneliti.

Dalam penelitian ini terdapat informan pelaku dan informan pengamat yaitu:

1. Informan pelaku ialah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, pikirannya, interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Dalam penelitian ini informan pelakunya adalah pengusaha keripik tempe matahari di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.
2. Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau bisa juga disebut saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Dalam penelitian ini informan pengamatnya adalah pihak Koperindag karena dalam usaha keripik tempe matahari ini sudah ada pelatihan serta tanggung jawab oleh pihak Koperindag. Informan pengamat selanjutnya adalah pemilik warung-warung dan supermarket yang bekerjasama dalam mendistribusikan produk keripik tempe matahari.

Informan dalam penelitian ini adalah pengusaha keripik tempe matahari yang ada di Kecamatan Koto Baru, Kabupaten Dharmasraya. Dalam memperoleh data yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka pengumpulan data dilakukan yaitu dengan menentukan sejumlah informan. Pengambilan dan pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* (disengaja), maksudnya informan yang dicari berdasarkan kriteria-kriteria tertentu dan peneliti mengetahui

identitas orang yang pantas menjadi calon informan serta diketahui keberadaannya (Afrizal, 2014:140).

Dalam penelitian ini peneliti menentukan kriteria informan yaitu:

1. Tenaga kerja yang bekerja pada usaha keripik tempe matahari lebih dari 1 tahun.
2. Konsumen yang sedang membeli keripik tempe matahari.
3. Pemilik warung-warung yang ikut mendistribusikan keripik tempe matahari.
4. Supermarket yang bekerjasama dengan pengusaha keripik tempe matahari.
5. *Reseller* yang ikut mendistribusikan usaha keripik tempe matahari lebih dari 1 tahun.

**Tabel 1.5**  
**Daftar Nama Informan Penelitian**

No	Nama	Umur (Tahun)	Kategori Informan	Keterangan
1.	Sulistyawati	42	Informan Pelaku	Pengusaha Keripik Tempe Matahari
2.	Dini	56	Informan Pengamat	Tenaga kerja
3.	Marsih	42	Informan Pengamat	Tenaga kerja
4.	Ria Agustina	30	Informan Pengamat	Pemilik Warung
5.	Suparmi	39	Informan Pengamat	Pemilik Warung
6.	Rusman	51	Informan Pengamat	Supermarket
7.	Helva	47	Informan Pengamat	Supermarket
8.	Susi	27	Informan Pengamat	Konsumen
9.	Melana Fika	25	Informan Pengamat	Reseller
10.	Delvi Aulia	26	Informan Pengamat	Reseller
11.	Zainal	23	Informan Pengamat	Pemasok Bahan Baku
12.	Wiyani	46	Informan Pengamat	Pengusaha keripik tempe lain
13.	Aning	45	Informan Pengamat	Konsumen

**Sumber:** Data Primer 2021

### 1.6.3 Data Yang Diambil

Sumber utama dalam melakukan pendekatan penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan (Lofland dalam Maleong, 2004:112). Adapun dua sumber data dalam penelitian kualitatif yakni data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2017:104)

1. Data primer, yakni sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh berupa informasi-informasi dari informan seperti hasil wawancara dalam penelitian. Dengan menggunakan teknik wawancara, peneliti mendapatkan data atau informasi-informasi dari informan mengenai strategi penjualan apa saja yang dipakai dalam menjual keripik tempe pada saat pandemi covid-19.
2. Data sekunder, yakni sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau berupa dokumen. Data sekunder juga berguna sebagai pendukung data-data primer yang telah peneliti peroleh. Penelitian ini juga dilengkapi dengan data yang diperoleh dari artikel-artikel, jurnal, skripsi, buku-buku maupun data-data yang relevan. Adapun data sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data terkait jumlah pengusaha keripik tempe yang ada di Kabupaten Dharmasraya.

### 1.6.4. Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juni 2021 peneliti merancang beberapa judul untuk naskah TOR dengan pembimbing akademik, kemudian judul disetujui oleh pembimbing dan disarankan untuk membuat naskah



TOR, kemudian pada bulan Juli peneliti melakukan survei awal, selanjutnya pada bulan Juli-Agustus 2021 peneliti menyusun naskah TOR penelitian dengan judul adalah Strategi Penjualan Usaha Keripik Tempe Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya, dan pada bulan September peneliti mengajukan naskah TOR tersebut ke jurusan. Pada tanggal 10 September 2021 SK pembimbing keluar kemudian peneliti mendiskusikan topik penelitian dengan pembimbing. Dan pembimbing memberikan masukan serta saran dalam naskah TOR yang akan diajukan kepada naskah proposal penelitian nantinya. Peneliti mendapatkan saran oleh pembimbing yaitu dengan judul penelitian Strategi Pengusaha Keripik Tempe Matahari Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Dengan diberikan masukan, saran, serta ide-ide kepada peneliti akhirnya bisa menyelesaikan proposal penelitian yang siap diajukan ke jurusan untuk melakukan seminar proposal. Pada tanggal 28 Oktober 2021 peneliti mengikuti ujian seminar proposal, peneliti juga banyak mendapatkan saran dan masukan serta kritikan dari dosen penguji selama mengikuti ujian seminar proposal tersebut. Setelah melakukan revisi proposal dan juga berdiskusi pembimbing, peneliti kemudian melanjutkan tahap pembuatan skripsi dengan mulai merancang pedoman wawancara sesuai dengan tujuan penelitian dan kemudian melakukan penelitian.

Sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu peneliti mengurus surat izin turun lapangan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP). Pada tanggal 02 November 2021 peneliti mendapatkan surat izin tersebut. Selanjutnya peneliti mengurus surat izin penelitian ke KESBANGPOL (Kesatuan Bangsa dan Politik)

Kabupaten Dharmasraya yang berlokasi di Pulau Punjung. Dan pihak KESBANGPOL memberitahu bahwa jika ingin mengurus surat izin penelitian saat ini di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang berada di Sikabau. Selanjutnya peneliti mendapatkan surat Rekomendasi Penelitian tersebut pada tanggal 18 November 2021. Dan peneliti menggunakan Surat Rekomendasi Penelitian tersebut untuk meminta data terkait deskripsi lokasi penelitian yaitu di kantor Camat Koto Baru. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan pemilik dan juga tenaga kerja pengusaha keripik tempe matahari serta pihak Koperindag.

Kendala atau kesulitan dalam melakukan penelitian ini adalah informan pelaku sempat mengalami sakit dan harus dirawat di Rumah Sakit selama satu bulan, jadi peneliti tidak bisa langsung turun lapangan dan harus menunggu informan pelaku tersebut pulih kembali.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam.

#### 1. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan terhadap kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat utama atau pengamatannya selain kulit, penciuman, mulut, telinga. Observasi ialah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera mata serta dibantu oleh panca indera lainnya. Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang sesuai keadaan yang ada dilapangan. Peneliti mendapatkan data dari observasi awal adalah dengan cara megamati langsung serta mencari pengusaha

keripik tempe yang ada di Kabupaten Dharmasraya khususnya di Kecamatan Koto Baru.

Peneliti melakukan observasi tempat atau pengusaha keripik tempe di rumah usaha keripik tempe tersebut dengan beberapa pengusaha keripik tempe yang ada di Kecamatan Koto Baru, Kabupaten Dharmasraya. Observasi dilakukan pada bulan November tahun 2021. Lalu setelah melakukan pengamatan, peneliti memilih usaha keripik tempe matahari yang omset penjualannya naik pada masa pandemi covid-19 yaitu keripik tempe matahari.

Dalam penelitian ini tentang pemanfaatan modal sosial usaha keripik tempe matahari, tahap awal penelitian yaitu melakukan observasi/pengamatan tentang cara pembuatan keripik tempe di tempat usaha itu berada yaitu di Padang Bintungan 4, Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Pada saat melakukan observasi peneliti melakukan observasi selama beberapa hari. Observasi ini dilakukan dari pagi sampai dengan sore, mulai dari pembuatan keripik tempe matahari hingga pengemasan keripik tempe tersebut. Observasi cara pembuatan keripik tempe mulai dari kedelai sampai menjadi keripik tempe. Awalnya pembuatan keripik tempe ini dilakukan adalah dengan cara mencuci kedelai itu terlebih dahulu, kemudian merendam kedelai, setelah direndam lalu kedelai itu dikeringkan setelah itu memberikan ragi pada kedelai tersebut, selanjutnya kedelai tersebut dibungkus dengan menggunakan daun pisang dan juga kertas, pembungkusan kedelai pun tidak sembarang membungkus, tetapi ada teknik dalam membungkus tempe yang akan dijadikan keripik, berbeda dengan cara pembuatan tempe untuk dimasak, pembungkusan keripik tempe ini dilakukan

secara tipis-tipis, setelah melalui tahap pembuatan tempe, lalu tempe tersebut digoreng dengan menggunakan tepung dan juga bumbu-bumbu yang khas pada keripik tempe matahari tersebut. Setelah itu tenaga kerja membedakan antara keripik tempe yang bagus, keripik tempe yang pecah-pecah, dan juga kerak keripik tempe, lalu tenaga kerja melakukan tahap *packing* atau membungkus keripik tempe untuk di distribusikan ke warung-warung atau supermarket. Dan pada saat observasi juga peneliti melihat banyak konsumen yang datang langsung membeli keripik tempe tersebut, tidak hanya untuk konsumsi pribadi saja, tetapi konsumen tersebut juga ada yang ingin dijual kembali.

## 2. Wawancara Mendalam

Alasan peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam adalah agar penelitian mendapatkan data dengan kualitas informasi yang baik dan tepat sasaran. Wawancara mendalam dilakukan dengan mendalami informasi dari seseorang informan, maka perlu dilakukan secara berulang-ulang dengan seorang informan tersebut (Taylor, 1984 dalam Afrizal, 2014:136). Berulang-ulang bukan berarti mengulangi pertanyaan yang sama dengan beberapa informan atau dengan informan yang sama tetapi menanyakan hal-hal yang berbeda kepada informan yang sama untuk tujuan klarifikasi informasi yang sudah didapat dalam wawancara sebelumnya.

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pengusaha keripik tempe yang sudah memulai usahanya dari sebelum adanya pandemi covid-19 dan sesudah adanya pandemi covid-19 yang ada di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Dan juga peneliti menanyakan penghasilan yang mereka dapatkan



sebelum adanya pandemi covid-19 serta sesudah adanya pandemi covid-19. Serta strategi penjualan apa saja yang mereka gunakan untuk mempertahankan usahanya tersebut. Peneliti juga melakukan wawancara dengan pemilik usaha keripik tempe matahari, tenaga kerja, warung-warung, supermarket, *reseller* yang ikut mendistribusikan keripik tempe matahari, serta konsumen yang membeli keripik tempe matahari. Dalam tahap wawancara mendalam ini peneliti melakukan wawancara tidak hanya satu kali saja, tetapi dilakukan secara berulang-ulang agar dapat menghasilkan informasi yang baik mengenai pemanfaatan modal sosial usaha keripik tempe matahari pada masa pandemi covid-19.

Peneliti melakukan wawancara selama 3 bulan yaitu pada bulan November peneliti melakukan wawancara dengan pemilik usaha keripik tempe matahari tenaga kerja dan juga konsumen yang membeli keripik tempe matahari. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik keripik tempe matahari yang bernama ibu Sulistyawati. Selanjutnya peneliti menanyakan tentang pemanfaatan modal sosial kepada pemilik. Peneliti juga menanyakan bagaimana/strategi apa yang dilakukan oleh pemilik karena pada masa pandemi omzet usaha keripik tempe matahari meningkat.

Selanjutnya dengan waktu yang bersamaan, peneliti melakukan wawancara dengan tenaga kerja yang bekerja di keripik tempe matahari, tersebut dan sambil bekerja peneliti menanyakan bagaimana hubungan antara para tenaga kerja dengan pemilik usaha keripik tempe matahari. Peneliti melakukan wawancara dengan tenaga kerja yaitu ibu Sumarsih dan juga ibu Dini.



Setelah melakukan wawancara dengan tenaga kerja, peneliti menunggu konsumen yang sedang membeli keripik tempe matahari, peneliti menanyakan kesediaan konsumen tersebut untuk diwawancarai, dan akhirnya konsumen tersebut mau untuk diwawancarai, peneliti melakukan wawancara dengan konsumen yang bernama ibu Susi.

Pada bulan Desember peneliti melakukan wawancara dengan pemilik warung-warung yang ikut mendistribusikan keripik tempe matahari. Pemilik warung tersebut bernama ibu Ria Agustina dan ibu Suparmi. Selanjutnya pada bulan Januari peneliti melakukan wawancara dengan pemilik supermarket yang ikut mendistribusikan keripik tempe matahari ini, supermarket tersebut berada di Kecamatan Pulau Punjung. Pemilik melakukan wawancara dengan pemilik Renno Swalayan yaitu ibu Helva dan juga Metro Mart yaitu dengan bapak Rusman.

Kesulitan yang dialami peneliti pada saat wawancara mendalam ini adalah saat mengatur waktu dengan pemilik supermarket tersebut karena jarak tempuh rumah peneliti dengan supermarket tersebut adalah sekitar 1 jam perjalanan dan peneliti harus bolak balik menemui pemilik supermarket tersebut sampai pemilik supermarket tersebut memberikan waktu luang untuk bersedia diwawancarai. Serta kesulitan dalam wawancara mendalam ini adalah pemilik pertama usaha keripik tempe yaitu ibu Sumarti sudah meninggal dunia dan peneliti hanya mewawancarai anak dari ibu Sumarti tersebut yaitu ibu Sulistyawati sebagai penerus kedua dari usaha keripik tempe matahari tersebut. Sedangkan kemudahan pada saat wawancara mendalam ini adalah keterbukaan pemilik keripik tempe matahari dan juga tenaga kerja keripik tempe matahari saat diwawancarai.

### 1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis adalah sesuatu yang berkaitan dengan fokus dan komponen yang akan diteliti, dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahan atau bisa juga disebut dengan objek yang diteliti yang ditentukan berdasarkan kriteria penelitian. Dalam penelitian ini unit analisisnya individu yaitu pengusaha atau pemilik keripik tempe matahari di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.

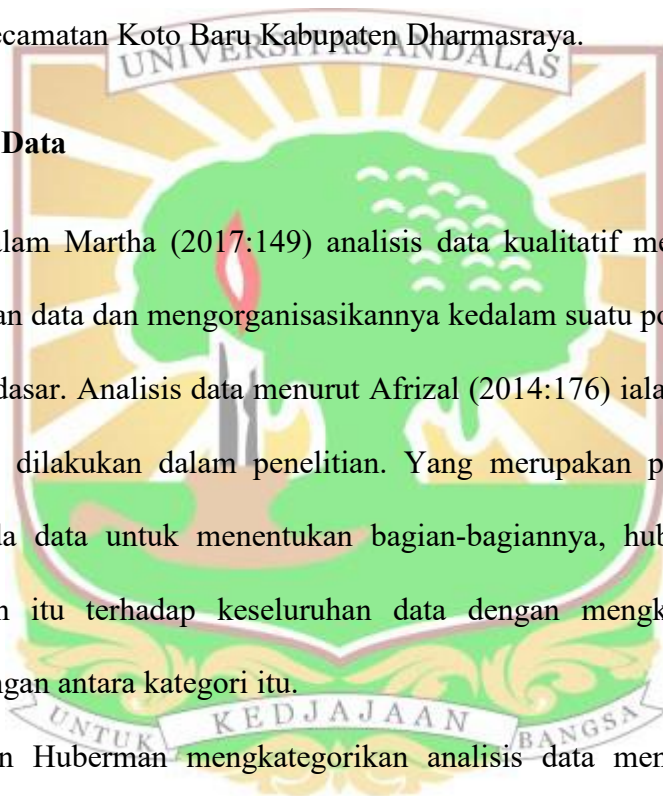
### 1.6.6 Analisis Data

Patton dalam Martha (2017:149) analisis data kualitatif merupakan proses mengatur urutan data dan mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis data menurut Afrizal (2014:176) ialah kegiatan yang terus menerus dilakukan dalam penelitian. Yang merupakan pengujian secara sistematis pada data untuk menentukan bagian-bagiannya, hubungan diantara bagian-bagian itu terhadap keseluruhan data dengan mengkategorikan dan mencari hubungan antara kategori itu.

Miles dan Huberman mengkategorikan analisis data menjadi tiga tahap yakni:

#### 1. Kodifikasi Data

Data yang telah terkumpul setelah melakukan wawancara dan sudah dituangkan kedalam tulisan setelah wawancara dilapangan, selanjutnya diberi kode atau tanda untuk informasi yang dirasa penting, informasi penting ini merupakan semua informasi yang berkaitan dengan topik atau permasalahan yang



kita teliti. Selanjutnya yaitu membedakan informasi yang tidak penting, yang mana informasi tidak penting ini adalah berupa pernyataan atau jawaban dari informan itu yang tidak berkaitan dengan topik penelitian atau topik permasalahan yang kita teliti. Hasil yang kita dapatkan dari tahap pertama adalah mendapatkan tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian yang sudah mengalami penamaan oleh peneliti (Afrizal, 2014:178).

## 2. Tahap penyajian data

Pada tahap ini peneliti menyajikan temuan penelitian dalam bentuk kelompok-kelompok atau kategori. Miles dan Huberman memberi saran agar menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian agar menjadi lebih efektif (Afrizal, 2014:179).

## 3. Menarik kesimpulan

Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan pada datanya. Kesimpulan yang dimaksudkan adalah interpretasi penulis atas temua dari suatu wawancara atau dokumen yang telah didapatkan dilapangan. Setelah mendapatkan kesimpulan kemudian peneliti memeriksa kembali keabsahan interpretadi dengan cara memeriksa ulang proses koding dan penyajian data yang telah dilakukan sebelumnya untuk memastikan tidak ada kekeliruan dalam kegiatan analisis data (Afrizal, 2014:180).

### 1.6.7 Definisi Operasional Konsep

1. Usaha Kecil Menengah (UKM), merupakan sebuah kegiatan perekonomian rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha, yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) usaha

kecil itu memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja sebanyak 20-99 orang. Pada usaha keripik tempe ini rata-rata tenaga kerjanya mulai dari 10-20 orang.

2. Pengusaha merupakan seseorang, kelompok, ataupun lembaga yang melakukan kegiatan jual beli suatu barang.
3. Keripik tempe adalah olahan makanan ringan yang berbahan dasar kedelai.
4. Modal Sosial adalah norma atau nilai yang telah dipahami bersama oleh masyarakat yang dapat memperkuat jaringan sosial/kerja yang positif, terjalannya kerjasama yang saling menguntungkan, menumbuhkan kepedulian dan solidaritas yang tinggi dan dapat mendorong tingkat kepercayaan antara sesama dalam rangka tercapainya tujuan bersama.

#### 1.6.8 Lokasi Penelitian

Menurut Afrizal lokasi penelitian adalah lokasi dari sebuah penelitian yang merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian juga merupakan *setting* atau konteks sebuah penelitian, tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah tetapi juga pada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014:128).

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Alasan memilih lokasi ini karena terdapat pengusaha keripik tempe yang masih bertahan pada saat pandemi covid-19 ini. Sehingga lokasi ini menarik untuk diketahui apa saja strategi penjualan yang dilakukan oleh pedagang keripik tempe matahari sehingga bisa meningkat produksinya pada saat adanya pandemi covid-19 ini.

### 1.6.9 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan November tahun 2021 sampai pada bulan Februari tahun 2022 yaitu selama 4 bulan yang terdiri dari beberapa kegiatan. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.6**  
**Jadwal Penelitian**

No	Nama Kegiatan	2021		2022		
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1.	Penelitian Lapangan					
2.	Analisis Data					
3.	Penulisan dan Bimbingan Skripsi					
4.	Ujian Skripsi					

