

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki kerja 20-99 orang (Khudaefah, 2018: 2). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berperan sangat penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. UMKM tidak hanya menjadi alternatif lapangan kerja baru, tetapi juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara dan menarik lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Fadilah et al., 2021: 1290).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu industri yang dapat berkembang dan menyatu dalam perekonomian masyarakat dan juga tempat yang baik untuk menciptakan lapangan kerja yang produktif. UMKM merupakan usaha padat karya yang tidak memerlukan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (*skill*), dan penggunaan modal wirausaha relatif kecil, serta teknologi yang digunakan biasanya sederhana (Amaliannisa, 2020: 1-2).

Berdasarkan data Dinas Koperasi Perindustrian Perdagangan dan UKM Solok Selatan pada tahun 2022 jumlah UMKM berjumlah 9.902 unit (Solokselatankab.bps.go.id, 2022: 432). UMKM ini memiliki tujuh buah jenis sektor yaitu sektor perdagangan, sektor penyediaan akomodasi makanan dan minuman, sektor industri, sektor kerajinan, sektor peternakan dan perikanan, sektor pertanian dan perkebunan, dan sektor jasa (Dinas Koperasi UKM Solok Selatan, 2023).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan rumah usaha produk barang yang jumlah pekerjanya mencapai 1- 4 orang, memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja

berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya (Effendy, 2018: 104).

Usaha Kipang Ketan KW (Karya Wanita) merupakan salah satu usaha yang mengolah hasil pertanian. Usaha kipang ketan ini memiliki tenaga kerja hanya sebuah keluarga saja yang terdiri dari ayah, ibu dan anak-anaknya. Asal mula usaha Kipang Ketan KW terdiri dari usaha kelompok tani wanita yang diberi nama Karya Wanita namun 2 tahun kemudian usaha kelompok tani tidak berjalan sesuai dengan kehendak dari kelompok itu maka salah satu keluarga mempunyai ide untuk mendirikan sebuah usaha yang bisa menghasilkan uang dengan tujuan bisa membantu kebutuhan sehari – hari dan juga bisa mengolah hasil pertanian di Kabupaten Solok Selatan. Modal awal yang dipergunakan pun hanya menggunakan modal sendiri. Kipang ketan merupakan yang sering menjadi buah tangan masyarakat Solok Selatan pada saat pergi keluar kota.

UMKM Kipang Ketan Karya Wanita (KW) berdiri pada tahun 2012 yang berada di daerah Sungai Rambutan Nagari Pakan Rabaa Kecamatan Koto Parik Gadang Diateh (KPGD) dan nama pemilik usaha Zulkifli (Hasil wawancara survei awal). Usaha kipang ketan ini awal mula dikenalkan kepada masyarakat bersama adanya *tour de singkarak* pada tahun 2013, dimana Dinas Koperindag meminta bapak Zulkifli untuk ikut serta dalam acara tersebut, dengan tujuan agar usaha UMKM Kipang Ketan KW ini bisa dikenal oleh masyarakat luar terutama para turis yang ikut dalam acara *tour de singkarak* ini.

UMKM Kipang Ketan Karya Wanita (KW) ini mulai dikenalkan kepada masyarakat setempat pada tahun 2014, kemudian pada tahun 2016 pemasaran UMKM kipang ketan mulai dipasarkan keluar dari Kabupaten Solok Selatan yaitu ke Kota Padang yang bertempat di toko Christine Hakim. Pada bulan Juni 2017 pemilik Christine Hakim meminta bapak Zulkifli mengirimkan kipang ketan sebanyak 100 pak ke Padang karena pemilik Christine Hakim ini sedang melakukan pemasaran secara langsung (di Hotel Pangeran City), sehingga pemasaran

yang dilakukan oleh pemilik Christine Hakim membuat usaha milik bapak Zulkifli semakin berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas sehingga bapak Zulkifli bisa menjual kipang ketan sebulan sebanyak 2000 pak per bulannya.



**Tabel 1.1**  
**Omset Per Tahun Penjualan Kipang Ketan Karya Wanita (KW)**  
**Pada Tahun 2015 sampai 2022**

Tahun	Jumlah omset
2015	123.060.000
2016	88.920.000
2017	1.146.600.000
2018	751.300.000
2019	835.780.000
2020	55.770.000
2021	77.125.000
2022	159.335.000

*Sumber: Pemilik Usaha Kipang Ketan (2023)*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa pada tahun 2015 mendapatkan omset yang mulai meningkat dari awal penjualan produk ini. Pada tahun 2017 omset penjualan kipang ketan ini meningkat drastis yaitu sebanyak 1.146.600.000, namun pada tahun 2018 sampai 2022 omset penjualan kipang ketan KW mengalami ketidakstabilan, dimana pada 5 tahun terakhir banyak mengalami keadaan krisis seperti masa covid-19 dan itu pun banyak usaha yang mengalami kerugian sampai tidak bisa melakukan proses jual beli lagi (gulung tikar), setelah mengalami masa covid-19 untuk membangun atau membangkit lagi sebuah usaha itu harus memiliki strategi yang cocok agar usaha tersebut bisa tetap berjalan sesuai dengan keinginan dari pemilik usaha, maka dari itu usaha Kipang Ketan KW juga mengalami permasalahan dalam penjualan (omset penjualan) pada masa covid-19 sampai setelah covid-19

ini berakhir, dan juga pemilik usaha Kipang Ketan KW saat mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha Kipang Ketan KW ini memiliki sebuah hubungan atau ikatan kerjasama dengan sesama mitra usaha atau rekan usaha yang ikut memasarkan Kipang Ketan KW dengan tujuan agar usaha yang sudah dibangun atau didirikan sejak lama tetap beroperasi atau berjalan.

Usaha Kipang Ketan KW ini mengikuti suatu pola interaksi dengan menjalin hubungan baik dengan pemilik warung-warung kecil, pemilik minimarket, pemilik Christine hakim mereka menjalin pola interaksi dan membentuk sebuah jaringan sosial dan kekuatan antara penjual karena adanya modal sosial.

Penelitian tentang usaha UMKM makanan ini bukanlah salah satu penelitian yang baru, namun ada beberapa penelitian tersebut lebih banyak membahas tentang perkembangan dan faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha umkm tersebut. Usaha UMKM sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Perkembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan. Dalam penelitian (Sukasmi, 2022) perkembangan umkm dalam sektor kuliner atau makanan di Kota Banda Aceh ini dapat mengalami peningkatan dan juga membantu masyarakat dalam mendapatkan pekerjaan dan juga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi masyarakat Kota Banda Aceh. Kemudian penelitian (Cahyanti & Anjaningrum, 2018) juga membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM sektor industri pengolahan di Kota Malang antara lain: kualitas sumber daya manusia, sistem produksi, sistem pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, sistem kemitraan serta kualitas infrastruktur dan regulasi. Faktor berpengaruh positif dan signifikan adalah sistem kemitraan. Peningkatan sistem kemitraan, baik kemitraan dengan pemasok, pemerintah, pengusaha besar, lembaga

keuangan maupun sentra dapat mendukung faktor-faktor lainnya, sedemikian hingga industri pengolahan berkembang pesat.

Disamping perkembangan dan faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM, juga ada peran modal sosial dalam usaha UMKM. Dalam (Widodo, 2016), Peran modal sosial dalam usaha UMKM bisa membentuk jaringan, rasa kepercayaan, norma sosial, kepemimpinan, dan solidaritas sedangkan manfaat modal sosial ditemukan dengan bentuk gotong royong, proses transfer ilmu yang lebih efektif, dan komunikasi yang terjaga baik. Upaya peningkatan modal sosial dikelola secara transparan dan sesuai dengan kemampuan.

Maka pemaparan diatas peneliti tertarik meneliti tentang modal sosial yang berbeda yaitu apa saja modal sosial yang dimiliki usaha UMKM Kipang Ketan KW dan juga mengidentifikasi bentuk-bentuk dari modal sosial seperti kepercayaan, jaringan, dan norma sosial.

Dalam modal sosial menunjuk pada kepercayaan, jaringan sosial dan norma sosial, yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. 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), dan juga modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial, jaringan, norma, kepercayaan yang mendorong partisipasi bertindak secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama (Amalia, 2015: 314).

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 kipang ketan Karya Wanita (KW) ini pemilik memiliki tenaga kerja yaitu anak- anak dari pemilik usaha itu sendiri dengan pembagian kerja tertentu seperti anak- anak dari pemilik usaha kipang ketan ini bekerja sebagai

membungkus kipang dan menyusun kipang kedalam plastik sedangkan pemilik usaha kipang dengan istrinya bekerja sebagai pembuat/tukang masak kipang ketan ini.

Sedangkan Mitchell dalam Damsar jaringan sosial pada tingkatan individu adalah rangkaian hubungan yang khas di antara sejumlah orang – orang dengan sifat tambahan, yang ciri – ciri dari hubungan ini sebagai keseluruhan yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial individu yang terlibat (Damsar, 2005: 59). Dalam usaha kipang ketan KW ini jaringan yang dijalin oleh pemilik kipang ketan adalah interaksi yang baik dibangun antara pemilik usaha kipang ketan dengan warung - warung yang mendistribusikan atau yang menjual kipang ketan, lalu pemilik usaha kipang ketan dengan pekerja serta pemilik usaha kipang ketan dengan konsumennya.

Norma merupakan suatu aturan yang harus dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu dan norma ini tidak dapat dipisahkan dari jaringan dan kepercayaan. Seperti contoh antara pemilik usaha kipang ketan dan pemilik warung, jikalau seorang pembeli sudah merasakan kenyamanan dan keuntungan maka dia akan menjadi pelanggan dari pemilik usaha kipang ketan tersebut dalam hal ini terjadi sebuah pertukaran yang saling menguntungkan antara pemilik usaha kipang ketan dan pemilik warung. Dalam hal ini seorang pemilik warung mempunyai suatu kewajiban sosial untuk selalu membeli terhadap pemilik usaha kipang ketan yang sama, dan itulah yang disebut dengan norma dan tingkah laku dalam konteks hubungan sosial (Mathematics, 2016: 18–19).

Pentingnya modal sosial pada UMKM merupakan salah satu faktor non finansial dalam pengembangan UMKM yang lebih *sustainability*. Premis yang diajukan dalam penggunaan modal sosial adalah semakin besar modal sosial yang dimiliki oleh UMKM maka tingkat keberhasilan sekaligus keberlangsungan usaha tersebut lebih besar dibandingkan dengan yang tidak memiliki atau modal sosialnya tidak besar (Walenta, 2019: 126).

Secara umum, usaha mikro, kecil dan menengah adalah ciri khasnya lemahnya jaringan antar lembaga yang ada, baik horizontal maupun vertikal. Hal ini karena mereka tidak memiliki persyaratan sosial yang memadai seperti kurangnya pendidikan, pengetahuan, keterampilan dan keterampilan komunikasi yang baik. Modal sosial merupakan salah satu modal dasar yang selama ini kurang mendapat perhatian. Maka upaya pemanfaatan modal sosial sebagai faktor penting untuk meningkatkan efisiensi penjualan dalam produk harus diperkuat (Widodo, 2016: 2-3).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, dapat dilihat bahwa usaha Kipang Ketan Karya Wanita (KW) juga memiliki sebuah kepercayaan dan hubungan atau ikatan kerjasama dengan sesama rekan kerja atau bisnis yang ikut memasarkan Kipang Ketan Karya Wanita (KW) dan juga memiliki sebuah kesepakatan antara pemilik dengan sesama rekan kerja yang didasari oleh modal sosial.

Modal sosial adalah investasi sosial yang meliputi sumber daya sosial seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individu atau kelompok secara efisien dan efektif dengan modal lainnya. Modal sosial atau *social capital* ini memiliki peranan terhadap kelangsungan industri, khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan juga modal sosial memberikan solusi bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu kelompok untuk bekerja sama membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Dari uraian diatas maka penulis memiliki ide untuk merumuskan masalah yang ingin dipecahkan adalah: **“Apa saja modal sosial yang dimiliki usaha UMKM Kipang Ketan Karya Wanita (KW)”**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan “Modal Sosial Pemilik Usaha UMKM Kipang Ketan KW”.

### **1.3.2 Tujuan khusus**

1. Mengidentifikasi bentuk-bentuk kepercayaan dalam Usaha UMKM Kipang KW (Karya Wanita).
2. Mengidentifikasi bentuk-bentuk jaringan sosial dalam Usaha UMKM Kipang KW (Karya Wanita).
3. Mengidentifikasi bentuk-bentuk norma sosial dalam Usaha UMKM Kipang Ketan KW (Karya Wanita).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi atau sumbangan pemikiran mahasiswa untuk mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan modal sosial dan sosiologi pasar secara umum.

### **1.4.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada berbagai pihak, terutama kepada pemilik usaha bagaimana mengidentifikasi modal sosial dalam berusaha. Kemudian penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti lain yang tertarik meneliti permasalahan ini untuk dikaji lebih lanjut.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Faktor yang Mendorong Berkembangnya UMKM

Menurut Anoraga (2007: 66) pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi, kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi usaha yang besar. Maka dari itu dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Menurut Bappeda Kota Malang (2015), Ada 6 aspek yang mempengaruhi perkembangan UMKM secara khusus adalah:

1) Sumber daya manusia

Menurut Joesron (2005), kualitas sumber daya manusia adalah potensi, kekuatan, atau kemampuan yang ada dalam diri manusia yang menentukan sikap dan kualitas manusia untuk dapat berprestasi dan menjadikan organisasinya tetap hidup dan berjalan.

2) produksi

Produk adalah sebuah koleksi subsistem berinteraksi satu sama lain. Tujuannya adalah mengubah input produksi menjadi dalam hal produksi. Input produksi ini dapat berupa: bahan baku, mesin, tenaga kerja, modal dan informasi. Sedangkan output produksi merupakan produk yang dihasilkan berikut sampingannya seperti limbah, informasi, dan sebagainya

3) keuangan menurut Baridwan (2008) merupakan suatu kerangka prosedur terhubung dan terstruktur sesuai dengan program lengkap untuk melaksanakan kegiatan meliputi

perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, pelaporan, pertanggungjawaban dan pengawasan.

- 4) Strategi pemasaran adalah alat dasar untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan.
- 5) Kemitraan adalah kerjasama usaha antar usaha kecil sampai usaha menengah dengan usaha besar disertai dengan pelatihan atau pembinaan dan dikembangkan oleh menengah atau usaha bisnis besar dengan memperhatikan prinsip saling membutuhkan, saling menguatkan dan saling menguntungkan.
- 6) infrastruktur dan peraturan, adalah seperangkat aturan dimaksudkan untuk memberikan perlindungan dan manfaatnya bagi masyarakat luas atau sekelompok orang. Infrastruktur memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dimana pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi ditemukan di daerah yang memiliki tingkat ketersediaan infrastruktur yang memadai.

Sementara Menurut Madura (2001), pengembangan usaha dapat diukur melalui kinerja usaha dengan indikator hasil dan risiko yang terkait dengan pertanian modal untuk usaha. Sedangkan menurut Shanmugam dan Bhaduri (2002), pengembangan Usaha kecil dapat dilihat melalui pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan laba (Cahyanti & Anjaningrum, 2018: 74–75).

### **1.5.2 Konsep Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pengertian UMKM yaitu:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang- Undang.

- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. 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 Makanan Tradisional**

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap orang. Makanan merupakan kebutuhan manusia untuk menunjang kelangsungan hidup manusia, berguna untuk pertumbuhan dan membangun sel-sel tubuh, menjaganya agar tetap sehat dan berfungsi sebagaimana mestinya. Sedangkan tradisi berasal dari bahasa latin yaitu tradisio, yang berarti kabar atau penerusan. Maka dapat dikatakan makanan tradisional adalah makanan dan minuman, termasuk makanan ringan dan bahan campuran atau bahan tradisional, telah lama dikembangkan secara khusus di daerah tersebut dan dibuat menurut resep yang sudah lama dikenal masyarakat setempat, dari sumber bahan baku lokal, dan dengan rasa yang relatif

mirip dengan masyarakat setempat, contohnya saja seperti kipang ketan (Savira & Suharsono, 2017: 9–10). Kipang ketan adalah makanan yang terbuat dari beras ketan.

Beras merupakan komoditas pangan strategis karena tidak hanya berkaitan dengan kehidupan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia, namun juga sebagai komponen penting dalam sistem ketahanan pangan nasional. Beras selain sebagai bahan pokok utama, beras juga menjadi penunjang bahan dasar berbagai jenis produk makanan. Beras ketan merupakan salah satu bahan pangan yang biasa dikonsumsi sebagai makanan pokok atau olahan menjadi tepung untuk aneka kue dan makanan kecil, selain itu beras ketan sangat bermanfaat bagi kesehatan yang berguna mengatur metabolisme normal lemak, untuk pertumbuhan dan pembentukan tulang serta gigi. Untuk kesehatan beras ketan juga dapat mengobati penyakit kencing manis atau diabetes melitus (Sartika dan Rozakurniati, 2010).

Beras ketan mengandung karbohidrat yang cukup tinggi yaitu sekitar 80 %, lemak sekitar 4%, protein 6% dan air 10%. Selain kandungan karbohidrat yang terdapat di dalamnya, terdapat juga kandungan kalori, kalsium dan fosfat yang lebih tinggi dibandingkan dari padi biasa. Ketan juga mengandung berbagai jenis mineral serta vitamin B1 dan B2. Sifat kelunakan pada beras ketan dipengaruhi oleh suhu gelatinisasinya dan konsentrasi gel beras. Beras ketan memiliki kandungan amilosa rendah sehingga bila diolah hasilnya sangat lengket dan basah (Juliano, 1971. Cit. Alawiati, 2003). Beras ketan merupakan beras yang memiliki kandungan amilopektin yang tinggi sehingga dapat memberikan tekstur lengket (sticky) atau pulen jika di masak. Sedangkan kandungan amilosa, fraksi penting pati lainnya, sangat rendah berkisar antara dari 0-2 %. Oleh karena kandungan amilosa tersebut, beras ketan banyak dimanfaatkan dalam olahan makanan berstruktur lunak dan liat (Haryadi, 2006).

Kipang ketan adalah salah satu makanan ringan yang bahan dasarnya adalah beras ketan. Awal mula pembuatan kipang ketan dimulai dari pengukusan ketan lalu penjemuran ketan dibawah terik matahari yang kemudian ketan digoreng dalam minyak panas lalu diaduk

dengan gula merah yang sudah dilelehkan, setelah itu dicetak dengan cetakan yang sesuai dengan urutan yang akan dipasarkan sebelumnya. Kipang ketan kw ini merupakan salah satu makanan yang banyak dibeli seseorang atau pembeli sebagai cemilan untuk dirumah dan juga oleh-oleh untuk bepergian, karena kipang ketan kw ini memiliki cita rasa yang gurih, manis dan kemasan dari kipang ketan kw sangat rapi. Kebanyakan pembeli dari kipang ketan kw ini adalah ibu rumah tangga, dimana menurut ibu rumah tangga ini kipang ketan kw cocok sebagai cemilan disaat keluarga berkumpul atau bersantai, dan juga pembeli kipang ketan kw ini ada dari beberapa kalangan remaja, dimana mereka membeli kipang ketan ini sebagai oleh-oleh atau makanan disaat perjalanan menuju ke kota.

#### **1.5.4 Tinjauan Sosiologi**

Modal Sosial adalah untuk menggambarkan kumpulan sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat atau individu dalam bentuk hubungan, jaringan, kepercayaan, dan norma/nilai yang mendukung, serta bekerjasama dalam mencapai kepentingan bersama.

Menurut Fukuyama mendefinisikan modal sosial adalah serangkaian nilai atau norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalannya kerjasama diantara mereka (Fukuyama, 2002: 22).

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 pengenalan timbal balik (keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk dukungan kolektif (Damsar, 2003:49).

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).

Putnam juga menyimpulkan modal sosial yang berwujud norma-norma dan jaringan

keterkaitan merupakan prakondisi bagi perkembangan ekonomi. Selain itu juga merupakan prasyarat yang mutlak diperlukan bagi terciptanya tata pemerintah yang baik dan efektif (Eni, 1967: 33), dan Menurut Putnam, modal sosial merujuk pada elemen (bagian-bagian) organisasi sosial seperti keyakinan, norma, dan jaringan yang dapat menentukan efektivitas masyarakat dengan memungkinkan tindakan yang terkoordinasi (Lawang, 2004: 212).

Menurut James Coleman pengertian modal sosial merupakan aset yang ditemukan dalam hubungan keluarga dalam organisasi sosial dan berguna untuk kemajuan kognisi atau sosial anak-anak. Aset ini berbeda untuk individu tertentu dan pasti membantu anak-anak serta remaja dalam proses perkembangan mereka. Arti mendasar dari modal sosial adalah komunitas informal berupa sumber daya yang sesuai. Jaringan muncul premis untuk persatuan sosial yang mendorong individu untuk bekerja dengan satu sama lain dan tidak hanya dengan individu untuk bekerja dengan satu sama lain dan tidak hanya dengan individu yang mereka ketahui secara langsung demi keuntungan Bersama (Field, 2015: 300). Secara sederhana di dalam struktur hubungan sosial terdapat modal sosial yang merupakan investasi sosial untuk mendapatkan tujuan dan harapan bersama (Damsar dan Indrayani, 2015: 175).

Menurut Portes (1998) modal sosial adalah kemampuan dari para aktor untuk menjamin manfaat dengan bertumpu pada keanggotaan dalam jejaring sosial dan struktur-struktur sosial lain (Rusydan, Winarni, 2020: 4).

Menurut Hasbullah Modal sosial adalah keterampilan untuk bekerja sama dalam masyarakat secara keseluruhan atau dalam kelompok untuk membangun jaringan guna mencapai tujuan bersama. Kerjasama ini ditandai dengan hubungan timbal balik dan saling menguntungkan, berdasarkan kepercayaan dan didukung oleh norma dan nilai sosial yang positif dan kuat. Kekuatan ini akan maksimal bila didukung dengan semangat untuk membangun hubungan berdasarkan asas timbal balik, saling menguntungkan dan

kepercayaan (Cookson & Stirk, 2019: 3). Sedangkan menurut Bank Dunia, modal sosial merujuk pada norma institusi dan hubungan sosial yang memungkinkan orang bekerja sama (Lawang, 2004: 212).

Dari sekian banyak ahli mengemukakan pendapat mengenai modal sosial, penelitian ini menggunakan konsep modal sosial yang dikemukakan oleh Lawang, modal sosial merujuk pada semua kekuatan sosial yang komunitas yang dikonstruksikan oleh individu atau kelompok dengan mengacu pada struktur sosial yang menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individual dan/atau kelompok secara efisien dan efektif dengan modal-modal lainnya (Lawang, 2004: 217).

Ada konsep-konsep inti dari modal sosial menurut Robert M.Z Lawang terdiri dari kepercayaan, jaringan, dan norma. Yang akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kepercayaan (*trust*)

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), kepercayaan ini mengacu pada sesuatu yang bagaimana akan terjadi mulai sekarang, baik untuk saat ini ataupun dalam jangka Panjang. Identik seperti orang-orang yang mencita-citakan sesuatu.
- c) Interaksi sosial memungkinkan hubungan itu terwujud (Lawang, 2004:216)

Kepercayaan yang dimaksud disini sangat penting, karena dapat membantu membangun hubungan yang kuat, saling menguntungkan, berkelanjutan dalam jaringan sosial. Kepercayaan memungkinkan individu atau kelompok untuk merasa

aman, berbagi informasi, bekerja sama, dan membangun kolaborasi atau hubungan yang baik

## 2. Jaringan sosial (*social network*)

Jaringan sosial dan fungsinya terhadap pencapaian suatu tujuan tidak terlepas dari kepercayaan. Menurut Lawang, konsep jaringan sosial yang digunakan dalam teori modal sosial sebagai berikut :

- a) Ada ikatan antar simpulnya (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan.
- b) Ada kerjasama 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) Ikatan atau pengikat dalam modal sosial ialah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan

Jaringan sosial mencakup pola koneksi dan interaksi antar individu dan kelompok dalam sebuah jaringan. Jaringan sosial membantu individu atau kelompok dalam mengakses peluang, memperoleh sumber daya, memperluas pengetahuan dan mempengaruhi keputusan dan tindakan kolektif. Intinya, konsep jaringan dalam kapital sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif.

## 3. Norma

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

- a) Norma itu muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan. Apabila pertukaran itu keuntungan hanya dinikmati oleh salah satu pihak saja, pertukaran sosial selanjutnya pasti tidak akan terjadi. Jika dalam pertukaran pertama keduanya saling menguntungkan, akan muncul pertukaran yang kedua, dengan harapan akan 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 dari pertukaran itu. Dengan cara tersebutlah hubungan pertukaran itu 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 terbina lama dan menjamin keuntungan kedua belah pihak secara merata, akan memunculkan norma keadilan. Yang melanggar prinsip keadilan akan dikenakan sanksi yang keras pula.

Norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang harus dipatuhi dan diikuti oleh masyarakat dalam suatu entitas sosial. Aturan-aturan kolektif tersebut biasanya tidak tertulis tapi dipahami oleh setiap anggota masyarakat dan menentukan pola tingkah laku yang diharapkan dalam konteks hubungan sosial, serta norma juga membantu membentuk identitas dalam kelompok, memfasilitasi koordinasi sosial dan mempromosikan kerjasama dan kepatuhan terhadap peraturan. Norma juga dapat

membantu memecahkan masalah atau konflik, mengurangi ketidakpastian, dan memperkuat hubungan sosial dalam jaringan.

Modal sosial pada hakikatnya adalah pembangunan sosial. Hal ini bertujuan agar melalui kerjasama yang bersahabat, saling simpati, kemauan baik untuk menghimpun kekuatan modal sosial secara bersama-sama untuk menaklukan isu-isu sosial yang mereka hadapi. Dalam mengembangkan kekuatan bersama ini, standar kekuatan mengambil bagian yang signifikan, mulai dari yang paling menguntungkan sesuai keputusan individu, hingga yang paling sedikit, karena modal sosial merupakan pembangunan sosial pada hakikatnya bersifat utilitarianisme, maka di dalamnya terdapat komponen komitmen, standar dan persetujuan (Lawang, 2004: 217).

### **1.5.5 Penelitian Relevan**

Penelitian relevan merupakan suatu penelitian yang sebelumnya sudah pernah dilakukan. Penelitian relevan dijadikan acuan dan rujukan bagi peneliti setelahnya karena keterkaitan baik dari segi judul, fenomena yang diteliti, dan permasalahan yang diteliti. Penelitian relevan berfungsi sebagai referensi yang berhubungan dengan suatu penelitian yang diangkat. Penelitian terkait modal sosial pemilik usaha UMKM Kipang Ketan KW ini bukanlah merupakan penelitian yang pertama. Sudah ada beberapa penelitian sebelumnya yang juga meneliti tentang permasalahan ini. Peneliti-peneliti tersebut diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Evita Nuraisyah, Rama Firdaus, Harge Trio Widodo, Abdi Sakti Walenta, Ayu Diah Amalia dan Mohamad Trio Febriyantoro. Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan diteliti, yang disajikan ke dalam tabel berikut ini :

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Penelitian dengan Peneliti Terdahulu :**

No	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Widodo, Harge Trio (Magister Pengembangan Sumber Daya Manusia, Sekolah Pascasarjana, Universitas Airlangga Surabaya 2016).	Peranan dan Manfaat Modal Sosial Peningkatan Efektivitas Kerja Karyawan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Sentral Kerajinan Tas Dan Koper Tanggulangin Sidoarjo.	Persamaan dalam topik penelitian ini adalah lemahnya modal sosial dalam UMKM dan Metode yang digunakan penelitian juga sama.	Perbedaan lokasi dan waktu penelitian, serta usaha penjualannya.	Hasil penelitian adalah modal sosial yang terbentuk di sentra industri tas dan koper Tanggulangin dimulai dari keluarga, kerabat, tetangga dan teman mereka, dan tumbuh bersama dengan kebiasaan lokal masyarakat Tanggulangin.
2.	Febryanto, Mohamad Trio, Debby Arisanri (Universitas Universal, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis 2018).	Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean	Persamaan dalam topik penelitian ini yaitu sama-sama menjelaskan bagaimana perkembangan penggunaan UMKM serta menggunakan metode penelitian yang sama.	Penelitian ini membahas terkait pemanfaatan modal sosial dalam penjualan kipang ketan kw dan mencari penyebab naiknya omset penjualan kipang ketan kw serta Lokasi dan teori yang digunakan juga berbeda	Digital marketing mempermudah pelaku UMKM untuk memberi informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan pelaku UMKM.

3.	Firdaus, Rama. 2018. Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan 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 membahas tentang naik-turunnya omset penjualan kipang ketan kw	Hasil dari penelitian ini adalah adanya kerjasama antara para pedagang tahu dan tempe di pasar Serikat C Batusangkar
4.	Walenta, Abdi Sakti, (Jurnal Pinisi Business Administration, Universitas Kristen Tentena 2019).	Pengaruh Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Rumah Makan di Kota Tentena Kabupaten Poso	Menggunakan metode penelitian yang sama dan pembahasan juga sama – sama terkait modal sosial.	Topik penelitian yang berbeda, penelitian ini membahas tentang naik-turunnya omset penjualan kipang ketan kw Kabupaten Solok Selatan serta lokasi dan teori yang berbeda.	Modal sosial memiliki pengaruh positif namun kurang signifikan terhadap kinerja UMKM, serta menggambarkan bagaimana hubungan masyarakat yang satu dengan masyarakat lainnya.
5.	Nuraisyah, Evita. 2022. Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas	Pemanfaatan modal sosial pengusaha keripik tempe matahari pada masa covid-19 di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya	Memiliki persamaan dalam topik penelitian dan metode penelitian	Perbedaan lokasi dan waktu penelitian serta penelitian ini tidak menggunakan teknologi sebagai pemasaran dalam usaha	Hasil dari penelitian ini adalah pemanfaatan modal sosial dalam pengusaha keripik tempe ini bisa kerjasama antar pengusaha keripik tempe yang berada di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya dan

				kipang ketan kw	juga usaha keripik tempe lainnya bisa menerapkan atau mengembangkan sistem penjualannya seperti penjualan online yang dilakukan oleh pemilik usaha keripik tempe matahari.
--	--	--	--	--------------------	--

Penelitian ini berbeda dengan kajian-kajian sebelumnya karena berlangsung di lokasi yang berbeda, di wilayah yang berbeda, dalam kondisi sosial yang berbeda serta pada waktu yang berbeda juga. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini lebih memfokuskan pada kajian mengenai pembahasan apa saja modal sosial yang dimiliki usaha UMKM Kipang Ketan Kw dan mengidentifikasi bentuk-bentuk modal sosial dalam usaha UMKM Kipang Ketan Karya Wanita (KW).

## **1.6 Metode penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan penelitian dan tipe penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta penelitian tidak berusaha menghitung dan mengkuantifikasi data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014: 13).

Metode penelitian kualitatif ini digunakan sesuai dengan permasalahan penelitian yang mencari bagaimana pemanfaatan modal sosial dalam penjualan kipang ketan dan bagaimana strategi-strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha kipang ketan dengan warung-warung yang bekerjasama dengan si pemilik usaha kipang ketan ini.

Tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif. Moleong menjelaskan penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Kenyataan atau fakta yang terjadi di kehidupan bermasyarakat disebut realitas sosial. Penggunaan pendekatan ini akan memberikan peluang untuk mengumpulkan data-data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi guna menggambarkan subjek penelitian (Moleong, 2004:6). Alasan penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif karena bisa memudahkan peneliti dalam mengungkapkan permasalahan dan penyebab naik-turunnya omset penjualan kipang ketan kw dan juga bagaimana cara pemilik usaha kipang ketan kw ini memanfaatkan modal sosial sebagai pendorong usahanya.

### **1.6.2 Informan penelitian**

Informan peneliti adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya atau orang lain ataupun suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara. Ada dua kategori informan yaitu :

a) Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Dalam penelitian ini informan pengamat adalah pemilik warung-warung dan minimarket yang bekerjasama dalam mendistribusikan kipang ketan kw (karya wanita).

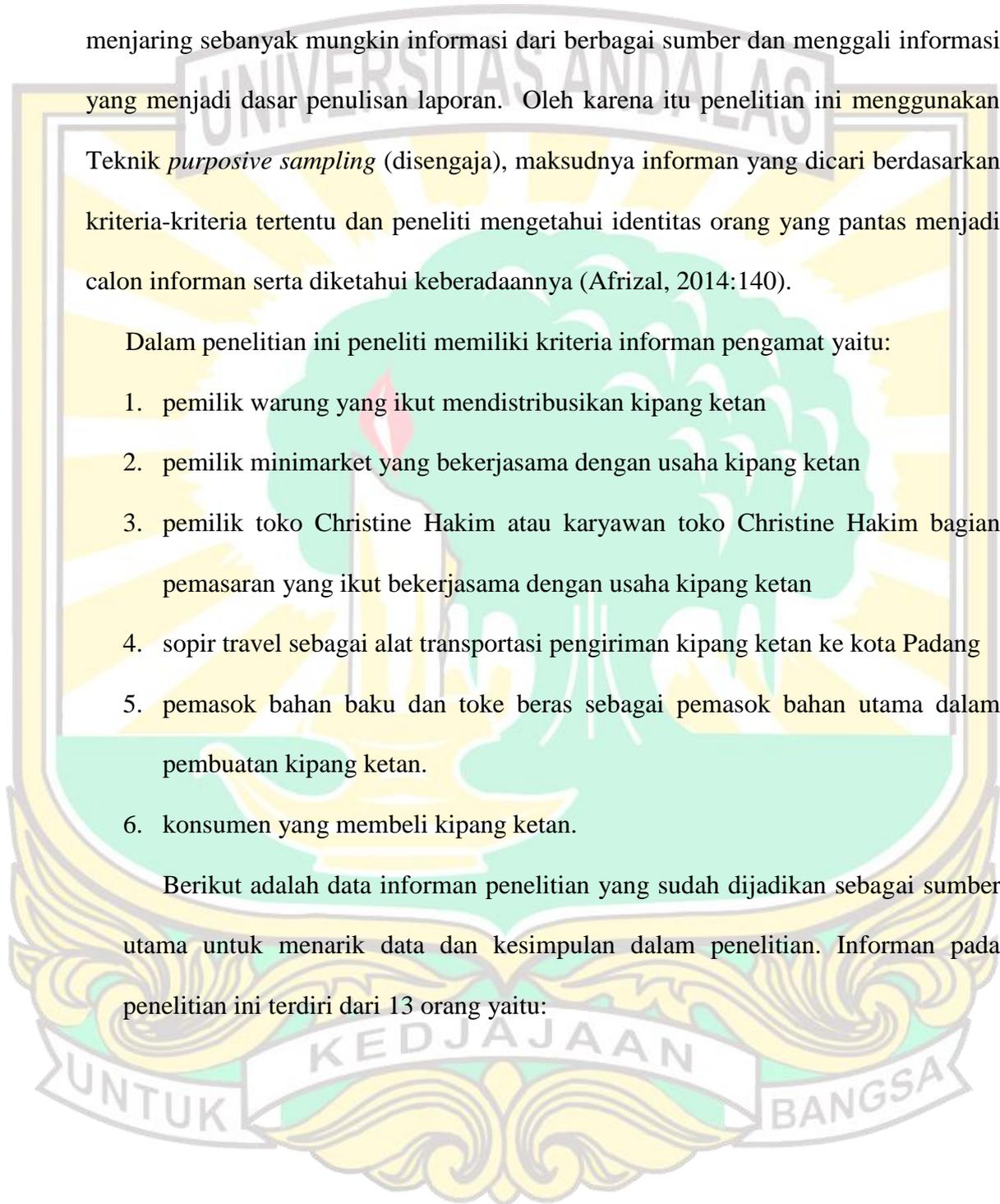
b) informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatan, tentang pikiran, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya (Afrizal, 2014: 139). Dalam penelitian ini informan pelakunya adalah pengusaha kipang ketan kw (karya wanita) di Nagari Sungai Rambutan Pakan Rabaa Tengah Kecamatan KPGD Kabupaten Solok Selatan.

Informan dalam penelitian ini adalah pengusaha kipang ketan kw yang berada di Nagari Sungai Rambutan Pakan Rabaa Tengah Kecamatan KPGD Kabupaten Solok Selatan. Pemilihan informan dilakukan dengan metode tertentu yang tujuannya untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber dan menggali informasi yang menjadi dasar penulisan laporan. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan Teknik *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 memiliki kriteria informan pengamat yaitu:

1. pemilik warung yang ikut mendistribusikan kipang ketan
2. pemilik minimarket yang bekerjasama dengan usaha kipang ketan
3. pemilik toko Christine Hakim atau karyawan toko Christine Hakim bagian pemasaran yang ikut bekerjasama dengan usaha kipang ketan
4. sopir travel sebagai alat transportasi pengiriman kipang ketan ke kota Padang
5. pemasok bahan baku dan toke beras sebagai pemasok bahan utama dalam pembuatan kipang ketan.
6. konsumen yang membeli kipang ketan.

Berikut adalah data informan penelitian yang sudah dijadikan sebagai sumber utama untuk menarik data dan kesimpulan dalam penelitian. Informan pada penelitian ini terdiri dari 13 orang yaitu:



# UNIVERSITAS ANDALAS

**Tabel 1.3**  
**Informan Penelitian**

No	Nama	Keterangan	Informan
1.	Zulkifli	Pemilik usaha kipang ketan karya wanita(kw)	Pelaku
2.	Yusmanidar	Pekerja	Pelaku
3.	Fitri	Pekerja	Pelaku
4.	Susmilawati	Pemilik Warung	Pengamat
5.	Nova	Pemilik Warung	Pengamat
6.	Eli	Pemilik Warung	Pengamat
7.	Evi Musri	Pemilik Minimarket	Pengamat
8.	Indah Permata	Konsumen	Pengamat
9.	Yoan Anita Sari	Konsumen	Pengamat
10.	Peri Gusman	Pemasok Bahan Baku	Pengamat
11.	Dian	Toke Beras	Pengamat
12.	Roby Bronces	Supir Travel	Pengamat
13.	Guswati	Bagian pemasaran Toko Christine Hakim	Pengamat

*Sumber: Data Primer 2023*

### 1.6.3 Data yang Diambil

Dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data (Sugiyono, 2017: 104-105), yaitu sebagai berikut :

## 1. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung di lapangan dari sumber data (informan penelitian) kepada pengumpul data (peneliti). Data ini langsung didapatkan peneliti di lapangan ketika melakukan wawancara mendalam. Data primer yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah informasi-informasi dari sumber data atau informan peneliti terkait bagaimana strategi penjualan dalam pengusaha kipang ketan.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui orang lain atau melalui dokumentasi, literatur, laporan atau studi kepustakaan yang terkait dengan masalah penelitian yang diteliti. Artinya data sekunder tidak langsung sampai kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang penulis dari buku, jurnal/artikel ilmiah, skripsi dan data yang relevan. Data-data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain, seperti: jumlah warung yang ikut mendistribusikan kipang ketan kw ini.

### **1.6.4 Teknik Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data dilakukan pada 26 Januari 2023 penulis merancang beberapa judul untuk naskah TOR dengan pembimbing akademik, kemudian judul disetujui oleh pembimbing akademik dan disarankan untuk membuat naskah TOR, lalu pada bulan Februari 2023 penulis melakukan survei awal, selanjutnya pada bulan Februari-Maret 2023 penulis menyusun naskah TOR penelitian dengan judul Pemanfaatan Modal Sosial dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kipang Ketan KW (Karya Wanita) dan penulis mengajukan naskah TOR tersebut ke jurusan. Pada tanggal 19 Mei 2023 SK pembimbing keluar kemudian penulis mendiskusikan topik penelitian dengan pembimbing, dan pembimbing memberikan masukan serta saran dalam naskah

TOR yang akan diajukan kepada naskah proposal penelitian nantinya. Hingga akhirnya pada bulan Agustus 2023 proposal yang dibuat berhasil disidangkan.

Pada bulan September 2023, penulis langsung mendiskusikan mengenai pedoman wawancara yang digunakan untuk menggali data dan informasi. Setelah itu, penulis langsung turun kelapangan dengan mewawancarai para informan penulisan secara mendalam. Wawancara dilakukan dengan tidak terstruktur dan bebas. Lokasi pertama yang dikunjungi oleh penulis adalah rumah pemilik usaha kipang ketan KW, kedatangan penulis disambut dengan baik oleh pemilik usaha kipang ketan KW, sehingga wawancara terlaksanakan dengan baik. Besoknya penulis mengunjungi lagi rumah pemilik usaha kipang ketan kw yang berada di Batang Lolo Sungai Rambutan, wawancara dilakukan pada siang hari dikarenakan penulis takut mengganggu aktivitas karyawan yang menjaga toko usaha kipang ketan KW ini. Wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha kipang ketan KW dan karyawannya dilakukan beberapa kali karena penulis takut bahwa informan ini tidak paham dengan pertanyaan yang penulis berikan, sehingga penulis memberikan gambaran atau contoh terdahulu kepada informan. Setelah selesai melaksanakan wawancara penulis langsung mengobservasi lokasi penelitian dengan melihat apakah jawaban para informan tersebut benar adanya atau tidak. Lalu penulis mengambil beberapa foto yang bisa dijadikan sebagai bukti dalam penelitian. Namun, pada bulan September ini peneliti hanya mendapatkan dua informan yaitu satu informan pelaku dan satu informan pengamat, dan juga data yang dihasilkan yaitu terdapatnya modal sosial dalam usaha UMKM kipang ketan KW dan bentuk-bentuk modal sosial dalam usaha UMKM kipang ketan KW.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian itu sendiri adalah untuk mendapatkan

data (Sugiyono, 2017: 104). Disini penelitian menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu :

1. Observasi

Marshall (1995) menyatakan bahwa *“through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior”*. Melalui observasi, penelitian belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2017: 106). Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang sesuai keadaan yang ada di lapangan. Sehingga teknik observasi merupakan teknik pengamatan yang dilakukan secara langsung pada objek yang diteliti.

Untuk melakukan observasi dalam penelitian ini, penulis telah merencanakan beberapa hal yaitu, penulis akan membuat pedoman observasi terdahulu terkait hal-hal apa saja yang perlu penulis observasi. Observasi ini akan penulis lakukan setelah seminar proposal dilaksanakan. Peneliti mendapatkan data dari observasi awal adalah dengan cara mengamati langsung serta mencari usaha kipang ketan yang ada di Kabupaten Solok Selatan khususnya di Nagari Sungai Rambutan Pakan Rabaa Tengah.

Untuk melakukan observasi ini tentunya penulis butuh perkenalan secara pribadi dengan informan terlebih dahulu agar informan tidak terganggu atau risi ketika diamati sehingga takut nantinya menyebabkan salah paham. Maksudnya disini agar penulis berterus terang terkait tujuan dalam mengamati si informan ini. Tempat yang diobservasikan oleh peneliti adalah di rumah usaha kipang ketan KW (Karya Wanita), warung-warung yang ikut memasarkan kipang ketan KW dan juga toko kripik balado Christine Hakim.

Peneliti mulai melakukan observasi pada tanggal 27 September sampai 19 Oktober 2023, observasi peneliti dilakukan tidak setiap hari melainkan pada waktu tertentu saja. Observasi pertama peneliti dilakukan pada tanggal 27 September 2023 sampai tanggal

28 September 2023, dengan pergi ke rumah informan pelaku pada pukul 09.00-17.00 WIB. Pengamatan ini dilakukan peneliti selama seharian untuk melihat secara langsung bagaimana bentuk modal sosial yang digunakan oleh informan pelaku seperti melakukan hubungan kerjasama dengan sesama rekan kerja atau bisnis yang ikut memasarkan kipang ketan ini dan juga melihat aktivitas yang dilakukan oleh pemilik usaha kipang ketan KW ini sehari-harinya. Selama mengamati, peneliti melihat anggota keluarga pemilik usaha kipang ketan KW yang bekerja dalam proses pembuatan kipang ketan KW seperti istri beliau yang sedang memasak kipang ketan KW dan anak-anak si pemilik juga bekerja sebagai pembungkus atau membungkus kipang ketan. Dengan demikian, alasan pemilik mengerjakan keluarga sebagai pekerja atau karyawan dalam menjalankan usaha ini dengan tujuan agar bisa menghemat pengeluaran dan juga membantu anak-anak beliau dalam mendapat uang demi menghidupi kebutuhan rumah tangga dari anak pemilik usaha kipang ketan yang sudah berkeluarga.

Pada tanggal 08 Oktober 2023, sekitar pukul 08.00-18.00 WIB peneliti melakukan observasi ke informan kedua, peneliti melakukan pengamatan ini selama seharian. Pada saat pengamatan berlangsung, peneliti melihat secara langsung proses pemasaran yang dilakukan oleh anak dan menantu pemilik usaha kipang ketan KW di toko milik bapak Zulkifli. Pada pengamatan ini peneliti melihat kegiatan yang dilakukan oleh anak dan menantu pemilik usaha kipang ketan ini dan juga melihat kondisi toko yang dimiliki oleh pemilik usaha kipang ketan dimana toko tersebut juga sebagai rumah untuk anak dan menantu pemilik usaha kipang ketan ini tinggal, sama pada hari pertama dan hari kedua observasi yang dilakukan juga berjalan dengan lancar.

Selanjutnya pada tanggal 30 September 2023 sekitar pukul 10.00-16.00 WIB. Selama pengamatan berlangsung, peneliti melakukan pengamatan kepada informan dengan pergi ke rumah informan untuk melihat seperti apa proses pengiriman kipang

ketan kw ini ke kota Padang yang beralamat ke toko keripik balado Christine Hakim. Pada saat pengiriman kipang ketan KW ini peneliti melihat bagaimana hubungan yang terjadi antara pemilik usaha kipang ketan KW dengan supir travel yang mengantar kipang ketan ini ke Padang, dimana hubungan yang terjalin sangat baik dan juga peneliti melihat adanya kepercayaan yang diberikan pemilik usaha kipang ketan kepada supir travel tanpa ada rasa takut atau merasa kipang ketan ini tidak akan sampai langsung kepada toko Christine Hakim, serta juga adanya kesepakatan antara pemilik usaha kipang ketan ini dengan supir travel dalam melakukan transaksi.

Pada tanggal 13 Oktober 2023 sekitar pukul 08.00-15.00 WIB, peneliti kembali melakukan observasi kepada informan yang lain untuk melihat secara langsung seperti apa kerjasama yang dilakukan pemilik usaha kipang ketan kw ini dengan rekan kerja atau bisnis yang ikut memasarkan kipang ketan kw contoh seperti pemilik minimarket tiga putra. Peneliti melihat bahwa kerjasama yang terjalin antara pemilik usaha kipang ketan KW dengan pemilik minimarket tiga putra bilang cukup baik dikarenakan hubungan yang terjalin berlangsung secara terus menerus atau berlangsung selama 2 kali dalam sebulan, apabila stok kipang ketan habis dalam 2 minggu di minimarket tiga putra maka pemilik minimarket langsung menghubungi pemilik usaha kipang ketan KW untuk mengantar kipang ketan ini ke minimarket agar pelanggan minimarket tiga putra tidak susah untuk mendapatkan kipang ketan KW ini.

Pada tanggal 19 Oktober 2023 peneliti melakukan observasi kepada informan yang lain untuk melihat secara langsung seperti apa kerjasama yang dilakukan pemilik usaha kipang ketan KW ini dengan rekan kerja atau bisnis yang ikut memasarkan kipang ketan KW contoh seperti toko kripik balado Christine Hakim yang diwakili oleh salah satu karyawan bagian pemasaran toko tersebut, dimana beliau menyampaikan bahwa kerjasama yang terjadi dengan pemilik kipang ketan KW ini terjalin sangat baik dan

juga apabila kipang ketan ini habis pemilik kipang ketan sangat cepat atau sigap dalam mengirimkan kipang ke toko kripik Christine Hakim sehingga tidak pernah kehabisan stok dan juga pelanggan yang membeli pun tidak perlu menunggu. Maka dari itu toko kripik balado Christine Hakim ini sangat senang dengan respon yang diberikan pemilik kipang ketan KW sehingga kerjasama yang terjalin pun sangat baik.

Pada saat melakukan observasi ke warung-warung atau ke toko-toko lainnya, peneliti mengalami kendala seperti informan tidak mau memberikan jawaban berupa harga atau kesepakatan dengan pemilik usaha kipang ketan dan juga informan tidak berada di warung tersebut saat peneliti melakukan observasi.

## 2. Wawancara Mendalam

Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara ini bisa membuat peneliti mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan di dalam observasi (Sugiyono, 2017: 114).

Wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan tidak terstruktur dan berkali-kali. Sehingga wawancara tidak terstruktur adalah informan dapat dengan bebas menjawab pertanyaan peneliti namun tidak keluar dari topik penelitian yang dimaksud oleh peneliti (Afrizal, 2016: 137).

Wawancara mendalam ini tidak dapat dilakukan sekali aja, namun dilakukan berulang-ulang agar peneliti mendapatkan data yang baik atau berkualitas. Dalam penelitian ini yang akan diwawancarai oleh peneliti adalah pengusaha kipang ketan KW (Karya Wanita) di Nagari Sungai Rambutan Pakan Rabaa Tengah Kabupaten Solok Selatan dan juga warung-warung yang ikut memasarkan kipang ketan KW (Karya

Wanita) seperti warung kacang Arifin Surian dan juga toko kripik balado Christine Hakim.

Wawancara dimulai pada tanggal 27 September 2023 sampai 19 Oktober 2023.

Dalam melakukan penelitian ini diwawancarai oleh peneliti adalah keluarga pemilik usaha kipang ketan, pemilik warung-warung, pemilik minimarket, pemasok bahan bahan baku, supir travel, toko Christine Hakim dan juga konsumen.

Pada saat melakukan penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan 12 informan. Informan pelaku sebanyak 3 orang informan, yang terdiri dari 1 informan pelaku yaitu kepala rumah tangga atau pemilik usaha kipang ketan, 1 informan pelaku yaitu istri dari pemilik usaha kipang ketan dan 1 informan pelaku yaitu menantu dari pemilik usaha kipang ketan KW. Kemudian informan pengamat sebanyak 9 orang informan yaitu Susmila, Nova, Eli, Evi Musri, Indah Permata, Yoan Anita Sari, Roby Bronces, Peri Gusman, dan Guswati. Wawancara dilakukan terlebih dahulu dengan menghubungi informan untuk menanyakan ketersediaan waktu mereka agar tidak mengganggu kegiatan atau aktivitas lain yang mereka lakukan, setelah kesepakatan waktu didapatkan barulah peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan.

Pada tanggal 27 September 2023, peneliti melakukan wawancara pertama dengan pemilik usaha kipang ketan KW yaitu bapak Zulkifli. Wawancara dilakukan di rumah informan pada pukul 09.00 – 10.00 WIB. Wawancara dilakukan selama 1 jam dengan informan. Kedua peneliti melakukan wawancara dengan istri pemilik usaha kipang ketan KW yaitu dengan ibu Yusmanidar, wawancara dilakukan pada tanggal 28 September 2023 yang bertempat di rumah informan pada pukul 14.00 – 15.30 WIB. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara ketiga pada tanggal 29 September 2023 dengan bapak Peri Gusman yang merupakan pemasok bahan baku gula dalam usaha kipang ketan KW, wawancara dilakukan pada pukul 13.11 – 14.00 WIB. Pada tanggal

30 September 2023 peneliti juga melakukan wawancara dengan supir travel yang mengantar kipang ketan KW ini kota Padang, dan wawancara ini dilakukan di rumah pemilik usaha kipang ketan pada pukul 09.00 – 10.00 WIB. Wawancara dilakukan dengan lancar tanpa ada kendala dari informan.

Kemudian pada tanggal 08 Oktober 2023 dilanjutkan wawancara dengan ibu Susmila yang merupakan pemilik warung kacang Arifin Surian, beliau juga merupakan rekan bisnis atau rekan kerja dengan bapak Zulkifli yang ikut memasarkan kipang ketan KW ini. Wawancara yang dilakukan pada pukul 11.00 – 12.00 WIB, yang bertempat di warung milik informan. Selama proses wawancara informan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dengan mudah. Setelah itu, pada tanggal yang sama peneliti juga mewawancarai pemilik warung kacang Arifin lainnya seperti ibu Nova, beliau juga merupakan rekan kerja atau rekan bisnis yang ikut memasarkan kipang ketan KW milik bapak Zulkifli. Wawancara ini dilakukan di warung milik ibu Nova pada pukul 12.20 – 13.30 WIB. Pada wawancara ini peneliti sedikit kendala dalam mendapatkan informasi mengenai kerjasama dengan pemilik usaha kipang ketan KW ini, dikarenakan informan ini kaya takut memberikan informasi kepada peneliti sehingga peneliti meyakinkan informan bahwa wawancara yang dilakukan untuk memenuhi tugas dalam perkuliahan (skripsi), dari beberapa menit kemudian barulah informan baru memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Pada tanggal yang sama peneliti juga mewawancarai ibu Eli yang merupakan pemilik warung kacang Arifin Surian dan juga sebagai rekan kerja dengan bapak Zulkif yang ikut memasarkan kipang ketan KW milik beliau. Wawancara dilakukan pada pukul 14.00 – 14.55 WIB, yang bertempat di warung ibu Eli. Wawancara dilakukan pada pukul 15.10 – 16.00 WIB. Informan pada saat dilakukan wawancara dapat memahami pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sehingga proses wawancara berjalan dengan

baik. Namun pada pukul 16.30 – 17.10 WIB dan pada tanggal yang sama dilakukan wawancara dengan menantu bapak Zulkifli yaitu dengan kakak Fitri yang menjaga toko kipang ketan KW ini. Dalam wawancara ini informannya sangat baik dan ramah dalam menanggapi pertanyaan yang diajukan peneliti sehingga peneliti pun sangat berterimakasih kepada informan karena memberikan banyak informasi dari toko kipang ketan KW ini.

Pada tanggal 13 Oktober 2023 wawancara kembali dilakukan dengan pemilik minimarket tiga putra yaitu dengan ibu Evi Musri, wawancara ini berlangsung di minimarket tiga putra pada pukul 15.00 – 16.00 WIB, wawancara ini sedikit kendala karna pemilik minimarket kurang memahami pertanyaan yang diberikan oleh peneliti sehingga peneliti menyederhanakan pertanyaan sehingga informan memahami pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Selanjutnya pada tanggal yang sama ada konsumen yang membeli kipang ketan kw ini di minimarket tiga putra yaitu dengan ibu Yoan Anita Sari, wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan dilakukan pada pukul 16.08 – 16.40 WIB. Dalam wawancara ini berjalan dengan baik dan informan juga memahami pertanyaan yang diberikan atau yang diajukan oleh peneliti sehingga proses wawancara berjalan dengan baik. Pada tanggal 15 Oktober 2023 wawancara dilakukan kembali dengan konsumen yang sedang membeli kipang ketan di toko kipang KW yaitu dengan Indah Permata. Wawancara ini dilakukan pada pukul 14.00 – 14.30 WIB. Wawancara ini sedikit terburu-buru sebab informan sedang bepergian ke Padang menggunakan travel, sehingga pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada informan cukup sedikit dan juga inti dari pertanyaan dari permasalahan yang dicari oleh peneliti. Selanjutnya pada tanggal 19 Oktober 2023 wawancara kembali dilakukan dengan karyawan toko kripik balado Christine Hakim bagian bidang pemasaran yaitu dengan ibu Guswati, wawancara ini dilakukan di kantor toko kripik

balado Christine Hakim yang berlangsung pada pukul 15.00 – 16.00 WIB. Wawancara yang dilakukan dengan informan mengalami sedikit kendala yang dimana pada saat proses wawancara informan kurang terbuka dan peneliti berusaha melobi informan dengan berbagai cara agar pertanyaan dari peneliti dapat dijawab oleh informan.

Pemilihan informan yang diwawancarai tersebut dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu dengan menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh orang dijadikan sumber data atau informasi pada penelitian ini. Selama proses wawancara berlangsung peneliti mengalami beberapa hambatan seperti, peneliti susah meminta waktu informan untuk diwawancarai, kesulitan dalam memahami pertanyaan peneliti, dan juga kurang terbukanya informan kepada peneliti sehingga peneliti merayu atau melobi informan agar mendapatkan data yang diinginkan. Namun dengan usaha yang dilakukan peneliti bisa mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Dalam melakukan wawancara wawancara peneliti juga mempersiapkan alat yang digunakan dalam melakukan wawancara mendalam ini yaitu:

1. Daftar pedoman wawancara yang digunakan sebagai pedoman dalam mengajukan pertanyaan kepada para informan.
2. Alat tulis yang digunakan untuk mencatat informasi/keterangan yang diberikan oleh informan
3. Handphone yang akan digunakan sebagai alat perekam ketika wawancara berlangsung.

### **1.6.5 Unit analisis**

Unit analisis dalam penelitian merupakan segala sesuatu yang memberikan informasi atau keterangan tentang masalah yang akan diteliti, unit analisis dapat berupa individu atau kelompok sosial. Pada penelitian ini unit analisisnya adalah kelompok

yaitu keluarga usaha umkm kipang ketan yang meliputi ayah, ibu, anak-anak dari pemilik usaha kipang ketan.

### **1.6.6 Analisis data**

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta bahan yang lainnya, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2017: 132). Pada penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Miles dan Huberman.

Menurut Miles dan Huberman membagi analisis data menjadi 3 tahap (Sugiyono, 2017: 133-141) yaitu :

1. Tahap kodifikasi data

Tahap kodifikasi data merupakan tahap pengkodean terhadap data. Pada tahap ini peneliti memberi nama atau penanaman terhadap hasil penelitian yang dimana diperoleh tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Pada tahap ini peneliti pun menulis ulang catatan-catatan lapangan yang mereka buat, merapikan kembali dan mendengarkan rekaman yang mana nantinya peneliti akan memilah informasi yang penting dan memberikan tanda.

2. Tahap penyajian data

Pada tahapan ini menyajikan temuan penelitiannya berupa kategori atau pengelompokan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori dan juga yang paling sering digunakan penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang bersifat naratif. Selain itu, juga dianjurkan pada tahap penyajian data ini menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan temuan data penelitian.

3. Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi

Tahapan ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari temuan data. Tahapan ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari data lapangan baik melalui wawancara maupun dokumen-dokumen. Setelah kesimpulan ditarik, peneliti harus mengecek kembali keakuratan interpretasi data dengan cara mengecek ulang proses pengkodean dan penyajian data agar tidak ada kesulitan.

#### **1.6.7 Definisi Operasional Konsep**

1. Modal Sosial adalah untuk menggambarkan kumpulan sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat atau individu dalam bentuk hubungan, jaringan, kepercayaan, dan norma/nilai yang mendukung, serta bekerjasama dalam mencapai kepentingan bersama.
2. Kepercayaan adalah adanya hubungan sosial antara 2 orang atau lebih dengan memiliki adanya rasa aman, nyaman, bersifat jujur, baik/ramah dan memberikan informasi serta membangun hubungan kerjasama yang baik dengan harapan saling menguntungkan
3. Jaringan adalah adanya ikatan atau simpul antara individu dengan kelompok yang dihubungkan dengan hubungan sosial dan juga adanya norma yang mengatur bagaimana ikatan hubungan sosial ini bisa bertahan.
4. Norma adalah sekumpulan aturan yang harus dipatuhi dan diikuti/dijalankan secara bersama.
5. Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan rumah usaha produk barang yang jumlah pekerjanya mencapai 1- 4 orang, memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya.

