

**PENGEMBANGAN JARINGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI KUDUS
(Studi Pada Kelompok Penggiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA))**

Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Oleh :

Alyga Akbar Muzakki

1706026083

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

202

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima eksemplar)

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Ibu Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Alyga Akbar Muzakki

NIM : 1706026083

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi: PENGEMBANGAN JARINGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS KELOMPOK PENGGIAT SATUAN KARYA (PUSAKA))

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan, demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 Juni 2022

Pembimbing,

Bidang Subtansi Materi



Akhriyadi Sofian, M.A

NIDN: 2022107903

Bidang Metodologi & Tatatulis



Kaiser Atmaja, M. A

NIDN: 2013078202

PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGEMBANGAN JARINGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH DI KUDUS
(Studi Pada Kelompok Penggiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA))

Disusun oleh:

Alyga Akbar Muzakki

1706026083

Telah dipertahankan di depan majlis penguji
Pada tanggal 30 Juni 2022 dan dinyatakan LULUS

Susunan Dewan Penguji




Ketua Penguji
Muhdattul Khoir, M. Ag.
NIP.197701202005011005


Sekretaris Penguji

Akhriyadi Sofian, M.A.
NIDN: 2022107903


Penguji I


Dr. Moch. Parmudi, M. Si
NIP. 196904252000031001


Penguji II


Drs. Ghufron Ajib, M.Ag.
NIP. 196603251992031001

Pembimbing I


Akhriyadi Sofian, M.A.
NIDN. 2022107903

Pembimbing II


Kaiser Atmaja, M.A.
NIDN. 2013078202

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi UIN Walisongo Semarang ataupun di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 08 Juni 2022

Alyga Akbar Muzakki

NIM 1706026083

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'aalamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengembangan Jaringan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus (Studi pada kelompok Penggiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA))". Shalawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabi Agung Muhammad Shallallahu 'Alahi Wasallam yang telah membawa umatnya dari zaman yang gelap menuju zaman yang terang benderang ini

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial S1 (S. Sos) pada jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa syukur atas rahmat dan karunia Allah Subhanahu Wata'ala dan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis, sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku penanggung jawab terhadap berlangsungnya proses belajar mengajar di lingkungan UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo, Ibu Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M.Hum, yang telah mengizinkan penulisan skripsi ini.
3. Ketua dan Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, Dr. H. Moch Parmudi, M.Si, dan Akhriyadi Sofian, M.A, yang telah memberikan pengarahan dan

masuk dalam hal pelaksanaan perkuliahan serta tugas akhir perkuliahan.

4. Bapak Dr. H. Muhyar Fanani, M.Ag, selaku wali dosen yang telah memberikan arahan, dukungan, dan motivasi selama ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan studi dan tugas akhir ini dengan baik.
5. Bapak Akhriyadi Sofian, M. A dan Bapak Kaisar Atmaja, M.A, selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian skripsi ini yang telah memberi ilmu dan bimbingan sehingga penulis mampu mengaplikasikan teori serta menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
6. Segenap dosen dan tenaga pendidikan serta civitas academica Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah membekali penulis dengan berbagai pengetahuan dan pengalaman, sehingga penulis mendapatkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
7. Pemerintah dan masyarakat Kabupaten Kudus yang telah mengizinkan dan menerima penulis dengan baik, sehingga penulis dapat melakukan penelitian dan memperoleh data-data yang penulis butuhkan guna mendukung penulisan skripsi ini.
8. Para anggota Kelompok PUSAKA Kudus yang telah bersedia membantu penulis mengumpulkan data-data penelitian.
9. Teristimewa kedua orangtua saya Bapak Jamal Abdul Nasir dan Ibu Kholidah yang senantiasa mendoakan, mencurahkan rasa cinta, motivasi dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dalam kondisi apapun. Terimakasih tidak henti-hentinya penulis ucapkan, penulis tidak dapat membalas satupun kebaikan Bapak dan Ibu. Semoga Allah yang akan membalasnya dengan sebaik-baik pembalasan.
10. Saudara penulis, Reza Kamala Fasicha, Rafida Azzundhani, Muhammad Fikra Rafsanjani dan Nazil Khoiron Najja yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Sahabat seperjuangan, Ronal Sulaeman, Ari Triangga Esa, Arul, Kikik, Dhoni. Terima kasih telah mendo'akan, memberi dukungan, mendampingi dan memotivasi penulis. Semoga persahabatan ini terjalin sampai Surga nanti.
12. Skripsi ini merupakan persembahan istimewa untuk orang yang saya cintai (Heni fitriyanti) yang tidak pernah bosan memberikan motivasi dan semangat dalam pengerjaan skripsi.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam masa studi dan penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyampaikan terima kasih dan mohon maaf atas segala kekurangan dan kekhilafan yang penulis lakukan baik pada masa studi maupun saat menyelesaikan tugas akhir kuliah. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah Subhanahu Wata'ala dengan sebaik-baik pembalasan. Demikian skripsi ini penulis buat, semoga dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahiwabarakatuh.

Semarang, 08 Juni 2022

Alyga Akbar Muzakki

NIM 1706026083

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala

Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak Jamal Abdul Nasir dan Ibu Kholidah yang senantiasa mencurahkan seluruh usaha, do'a, dan dukungannya di setiap langkah kehidupan saya.

Terima kasih atas segala perjuangan dan rasa sakit yang Bapak Ibu lalui demi masa depan Alyga. Semoga Allah membalasnya dengan sebaik-baik pembalasan.

Dan untuk almamater kebanggaan saya,

Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

MOTTO

“Keep moving forward, opening new doors and doing new things, because we’re curious and curiosity keeps leading us down new paths”

(Walt Disney)

“Usaha dan keberanian tidak cukup tanpa adanya tujuan dan arah pencapaian”

(John F. Kennedy)

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Akan tetapi, kenyataannya pertumbuhan UMKM salah satunya di Kabupaten Kudus belum sesuai harapan, pelaku UMKM terus dihantui berbagai permasalahan baik dari faktor internal dan eksternal. Oleh sebab itu, modal sosial yang meliputi jaringan, norma, dan kepercayaan menjadi aspek penting yang harus dioptimalkan pelayannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan jaringan UMKM yang digunakan kelompok PUSAKA selaku kelompok yang menjadi wadah bagi para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Kudus dalam mengembangkan usaha, serta mengetahui peran modal sosial dalam pengembangan usaha. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data diperoleh melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Data primer berupa data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan informan pengurus kelompok PUSAKA dan para pelaku usaha yang tergabung di dalamnya, data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan. Teknik analisa data menggunakan model Miles & Huberman yang meliputi, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data. Analisis pembahasan pada penelitian ini menggunakan teori modal sosial James Coleman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Langkah strategis dan upaya yang dilakukan kelompok PUSAKA dalam rangka mengembangkan UMKM di Kabupaten Kudus adalah dengan inkubasi bisnis yang di dalamnya memuat pendataan usaha, pendampingan usaha serta segmentasi pasar, strategi ini difungsikan untuk menggali setiap potensi para pelaku usaha sehingga tercipta kemandirian para pelaku usaha di Kabupaten Kudus. 2. Efektivitas pelaksanaan strategi pengembangan jaringan UMKM oleh kelompok PUSAKA sudah cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari terpenuhinya kelima aspek dari efektivitas seperti: produksi, efisiensi, kepuasan, adaptasi dan pengembangan. 3. Modal sosial yang ada pada kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus berperan penting dalam pengembangan usaha, karena di dalamnya terdapat unsur jaringan sosial, norma serta kepercayaan. Jaringan sosial berperan dalam membantu proses produksi, pemasaran, serta memudahkan dalam mengakses sumber permodalan, norma yang berlaku di kelompok PUSAKA ialah norma tidak tertulis yang berpengaruh terhadap kelancaran kerjasama dengan mitra dagang dan menciptakan ekonomi silang (saling menguntungkan), dan kepercayaan berperan dalam membantu menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak baik internal maupun eksternal yang memberikan perubahan dan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usaha.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Modal Sosial, Kelompok PUSAKA, Kabupaten Kudus.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the sectors that play an important role in national economic development and growth. However, in reality the growth of MSMEs, one of which is in Kudus Regency, has not been as expected, problems such as limited capital, Human Resources (HR), and weak networks are the main obstacles in business development. Therefore, social capital which includes networks, norms, and trust is an important aspect that must be optimized for utilization.

This study aims to determine the strategy used by the PUSAKA group as a group that becomes a forum for MSME business actors in Kudus Regency in developing their business, and knowing the role of social capital in business development. This study uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Data collection was obtained through the methods of observation, interviews and documentation. Primary data is in the form of data obtained directly from interviews with informants of the PUSAKA group management and business actors who are members of it, secondary data is obtained from related documents. The data analysis technique uses the Miles & Huberman model which includes data reduction, data presentation, and conclusions or data verification. The analysis of the discussion in this study uses the social capital theory of James Coleman.

The results of the study show that: 1. The strategic steps and efforts made by the PUSAKA group in order to develop MSMEs in Kudus Regency are business incubation which includes business data collection, business assistance and market segmentation, this strategy is functioned to explore every potential of business actors so that creating the independence of business actors in Kudus Regency. 2. The effectiveness of the implementation of the MSME network development strategy by the PUSAKA group is quite good. This can be seen from the fulfillment of the five aspects of effectiveness such as: production, efficiency, satisfaction, adaptation and development. 3. Social capital in the PUSAKA group of Kudus Regency plays an important role in business development, because it contains elements of social networks, norms and beliefs. Social networks play a role in assisting the production process, marketing, and making it easier to access sources of capital, the prevailing norms in the PUSAKA group are unwritten norms that affect the smoothness of cooperation with trading partners and create a cross economy (mutual benefit), and trust plays a role in helping maintain good relations with various internal and external parties that provide change and convenience for business actors in developing their businesses.

Keywords: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Social Capital, PUSAKA Group, Kudus Regency

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Teoritis	5
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM.....	6
2. Strategi Pengembangan UMKM.....	8
3. Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM.....	10
F. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis dan pendekatan penelitian	13
2. Sumber dan jenis data	13
3. Teknik Pengumpulan Data	14
4. Teknik Analisis Data.....	16
G. Sistematika Penulisan	17
BAB II MODAL SOSIAL DAN PENGEMBANGAN UMKM.....	20
A. Modal Sosial	20
1. Pengertian Modal Sosial	20
2. Komponen Modal Sosial.....	21

B.	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	25
1.	Definisi UMKM	25
2.	Kriteria UMKM.....	26
C.	Pengembangan Jaringan Usaha	27
1.	Definisi Pengembangan	27
2.	Definisi Jaringan Usaha	27
3.	Tahapan Pengembangan Usaha	28
4.	Strategi Pengembangan UMKM.....	29
D.	Teori Modal Sosial James Coleman	31
1.	Konsep Modal Sosial James Coleman	31
2.	Pilar Modal Sosial James Coleman.....	34
BAB III GAMBARAN KABUPATEN KUDUS DAN PROFIL KELOMPOK PUSAKA DAN ANGGOTA KELOMPOK PUSAKA		36
A.	Gambaran Umum Kabupaten Kudus	36
1.	Kondisi Geografis.....	36
2.	Kondisi Demografi	38
B.	Profil Kelompok PUSAKA Kudus	43
1.	Sejarah Berdirinya Kelompok PUSAKA	43
2.	Visi dan Misi Kelompok PUSAKA.....	46
3.	Struktur Organisasi Kelompok PUSAKA.....	47
C.	Profil Anggota Kelompok PUSAKA.....	49
BAB IV STRATEGI PENGEMBANGAN JARINGAN UMKM PADA KELOMPOK PUSAKA		54
A.	Metode Inkubasi Bisnis	54
1.	Pendataan Usaha.....	56
2.	Mapping Potensi	58
B.	Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pelaku Usaha	59
1.	Pelatihan SWOT	59
2.	Pendampingan Usaha.....	64
C.	Segmentasi Pasar.....	72
BAB V EFEKTIVITAS PENGEMBANGAN JARINGAN UMKM OLEH KELOMPOK PUSAKA		76
A.	Efektivitas Pengembangan UMKM Oleh Kelompok PUSAKA Kudus	76

1. Produksi	76
2. Efisiensi.....	78
3. Kepuasan.....	79
4. Adaptasi	79
5. Pengembangan.....	80
B. Implikasi Teori James Coleman terhadap Pengembangan Jaringan Modal Sosial	84
1. Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan UMKM di Kelompok PUSAKA	84
2. Tiga Elemen Modal Sosial James Coleman	95
3. Modal Sosial dan Analisis SWOT pada Anggota Kelompok PUSAKA	99
BAB VI PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Luas Daerah Per Kecamatan di Kabupaten Kudus	38
Tabel 2 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Sex Ratio Per Kecamatan di Kabupaten Kudus Tahun 2021	39
Tabel 3 Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Kudus Tahun 2017-2021	40
Tabel 4 Penduduk Usia 15 Tahun Keatas yang Bekerja Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Kudus Tahun 2021	42
Tabel 5 Alur Pendataan Anggota Baru	57
Tabel 6 Strategi Analisis SWOT Kelompok PUSAKA.....	62
Tabel 7 Anlisis SWOT Kerajinan Goni	102
Tabel 8 Analisis SWOT Olahan Kain Perca Bu Nana.....	104
Tabel 9 Analisis SWOT Usaha Kerajinan Kain Flannel Bu Santi	105
Tabel 10 Analisis SWOT Usaha Stik Bu Wulan.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Wilayah Kabupaten Kudus	37
Gambar 2. Basecamp Kelompok PUSAKA.....	44
Gambar 3. Pendampingan Pelatihan SWOT Kelompok PUSAKA.....	60
Gambar 4. Pelatihan Identifikasi Pasar	65
Gambar 5. Kegiatan Fotografi Produk.....	70
Gambar 6. Bazar dengan BUKOPIN UMKM.....	73
Gambar 7. Event Pasar Krempeyeng	74
Gambar 8. Dokumentasi Kerjasama Agrobisnis	75
Gambar 9. Kerjasama dengan Tempat Wisata Mulia Waterpark Kudus.....	88
Gambar 10. Pelatihan Mengolah Makanan	81
Gambar 11. Pelatihan Manajemen Operasional dan SDM	82
Gambar 12. NGOPREK dengan Pelaku UKM.....	83
Gambar 13. Kegiatan Bakti Sosial.....	97

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah unit usaha yang melakukan kegiatan ekonomi untuk menghasilkan suatu barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu yang memiliki catatan administrasi sendiri terkait produksi dan struktur biaya, serta ada seorang atau lebih yang bertanggungjawab didalamnya (BPS, 2018). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berperan pada pembangunan serta pertumbuhan ekonomi nasional. Kementerian Koperasi dan UKM (MENKOP UKM) menyebutkan bahwa sektor UMKM menjadi tulang punggung ekonomi negara dengan total serapan tenaga kerja mencapai 97 persen dan kontribusi pada PDB mencapai 62,36 persen pada tahun 2021 ini (Kemenkopukm.go.id, 2021).

Namun kenyataanya, pertumbuhan UMKM belum sesuai harapan. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah terus dihantui berbagai permasalahan baik dari faktor internal maupun eksternal. Begitu juga yang dialami oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Kudus. Menurut Husnurrosyidah, UMKM di Kudus memiliki permasalahan yang sama terkait keterbatasan modal, sumber daya manusia dan jaringan (Husnurrosyidah, 2019).

Sebagai upaya mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut pemerintah di Kudus telah melakukan pelatihan atau pembinaan yang terkait dengan pengembangan UMKM. Akan tetapi pelatihan dan pembinaan tersebut lebih banyak menasar pada para pengusaha besar yang telah merambah pasar ekspor seperti *furniture*, batik, maupun produk-produk unggulan lainnya. Sedangkan, pada kategori usaha mikro belum banyak tersentuh oleh program pembinaan dari pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan wadah bagi usaha mikro untuk menyikapi permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan pengembangan jaringan usaha. Salah satunya ada pada kelompok

Penggiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA) di Kabupaten Kudus. PUSAKA lahir untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang ada dalam usaha mikro. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang dimaksud dengan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang-perorang dari atau badan usaha perorangan yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau omzet penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,-.

Dari hasil survei awal peneliti menemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh para pelaku usaha mikro yang tergabung dalam kelompok PUSAKA di Kudus, pertama, jumlah modal yang terbatas. Kebanyakan pemilik usaha mikro di Kudus menggunakan modal pribadi dalam menjalankan usahanya. Keterbatasan modal ini terjadi karena rata-rata usaha mikro merupakan usaha perorangan, yang bergantung pada modal pribadi yang terbatas, sementara itu pinjaman modal dari perbankan susah diakses, hal ini dikarenakan sulitnya persyaratan teknis administratif bank.

Kedua, terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM). Mayoritas usaha mikro di Kudus masih bersifat konvensional. Keterbatasan SDM dari segi keterampilan, pendidikan, serta pengetahuan yang minim ini akan memberikan efek negative pada manajemen pengelolaan usahanya. Hal tersebut, membuat usaha sulit berkembang dengan maksimal demi meningkatkan daya saing produk.

Ketiga, lemahnya jaringan usaha (*network*). Pada umumnya usaha mikro memiliki jaringan yang terbatas. Lemahnya jaringan tersebut berdampak pada akses usaha lainnya seperti proses perizinan membuka usaha, peningkatan kualitas produk dan pemasaran produk. Sedangkan, para pelaku usaha besar sudah mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk mempromosikan produk usaha sehingga memiliki jaringan pasar yang luas.

Pengembangan jaringan usaha memerlukan kebijakan yang memiliki sasaran di setiap proses dari hulu ke hilir. Namun, hal tersebut tentunya

memerlukan sumber daya besar. Oleh sebab itu, kelompok PUSAKA hadir sebagai wadah bagi para pelaku usaha, khususnya usaha mikro yang bergerak pada industri kerajinan (*craft*), oleh-oleh, makanan dan minuman serta pariwisata. Kelompok PUSAKA ingin para pelaku usaha mikro dapat mengembangkan jaringannya, demi tercapainya produktivitas dalam usahanya

Dalam hal ini, kelompok PUSAKA Kudus menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Koperasi Kabupaten Kudus serta beberapa UMKM-UMKM di seluruh Pulau Jawa untuk melakukan riset cara pengembangan produk dan usaha. Tentunya jaringan yang telah disediakan oleh kelompok PUSAKA Kudus ini akan membantu memberikan perubahan bagi pelaku UMKM dalam pengembangan usahanya. Kelompok PUSAKA Kudus ini memiliki beberapa program terkait pengembangan UMKM di Kabupaten Kudus yakni memberikan edukasi tentang managerial, studi ke UMKM lain, penyuluhan perizinan, pemanfaatan sistem digital dan edukasi pemasaran. Melalui kegiatan-kegiatan yang ada PUSAKA berharap bisa menjadi wadah untuk memajukan usaha masing-masing anggotanya dengan memenuhi kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan pasar serta mendorong semua anggota untuk memenuhi ketentuan usaha seperti legalitas, dan lain-lain.

Jaringan usaha dibentuk oleh kelompok PUSAKA Kudus sebagai tindakan untuk memperkuat usaha-usaha mikro di dalamnya. Dalam pengembangan usaha, modal sosial menjadi salah satu aspek terpenting untuk menjalin sebuah jaringan (*networking*). Menurut Prasetyo (2013) UMKM akan jauh berkembang jika mampu memanfaatkan modal sosial dengan baik. Kelompok PUSAKA menjadi sebuah tempat bagi para pelaku UMKM untuk memperkuat jaringan (relasi) usaha mereka. Modal sosial disini dapat diartikan sebagai serangkaian nilai dan norma informal yang dimiliki bersama dalam suatu entitas yang didalamnya terjadi sebuah kerjasama untuk mencapai sebuah tujuan bersama (Hasbullah, 2006). Kerjasama tersebut berupa jaringan, norma dan kepercayaan, yang sepatutnya dijadikan pedoman bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Berkaitan hal tersebut, jika dalam Agama Islam aktivitas perdagangan harus didasarkan perilaku jujur, amanah, dan menjaga hubungan baik antar pedagang. Sebagaimana hadist yang di riwayatkan oleh HR Ibnu Majah (no. 2139), al- Hakim (no. 2142) dan ad-Daraquthini (no. 17) :

عن عبد الله ابن عمر رضي الله عنه: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: النَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ
الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ - وَفِي رِوَايَةٍ : مَعَ النَّبِيِّ وَالصِّبْيَانِ وَالشُّهَدَاءِ - يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه ابن ماجه و
الدارقطني و غيرهم)

Artinya:“Dari 'Abdullah bin 'Umar radhiallahu 'anhu 'anhu Rasuluillah shallallahu 'alaihi wa sallam mengatakan, “Seorang pelaku muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersamaparaNabi, orang-orang *shiddiq* dan orang-orang yang mati syahid pada hari hari (nant)”. ”

Dalam hal ini para pelaku UMKM harus mampu memanfaatkan kedua macam modal yang dimiliki dengan optimal, baik modal ekonomi maupun modal sosialnya sehingga mampu bertahan dalam persaingan perang dagang saat ini. Permasalahan yang sudah dijelaskan di atas menjadidasar dilakukannya penelitian ini. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro di Kudus berupa permasalahan dalam hal permodalan, sumber daya manusia, serta lemahnya jaringan ini memerlukan adanya sebuah kelompok yang mampu menjadi wadah dalam pengembangan jaringan ataupun menyelesaikan masalah-masalah yang ada pada usaha mikro. Kelompok PUSAKA yang diharapkan mampu memberikan sumbangan terciptanya jaringan modal sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan kajian dengan topik penelitian yang berjudul “**Pengembangan Jaringan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Kudus (Studi Kelompok Penggiat Satuan Karya (PUSAKA).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan jaringan UMKMOleh Kelompok PUSAKA?
2. Bagaimana efektivitas dari strategi pengembangan jaringan UMKM yang diterapkan oleh Kelompok PUSAKA?
3. Mengapa peran Modal Sosial diperlukan dalam pengembangan jaringan UMKM di Kelompok PUSAKA?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan jaringan UMKM oleh Kelompok PUSAKA.
2. Untuk mengetahui efektivitas dari strategi pengembangan jaringan UMKM yang diterapkan oleh Kelompok PUSAKA.
3. Untuk mengetahui peran Modal Sosial dalam pengembangan jaringanUMKM di Kelompok PUSAKA.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris terkait pengembangan jaringan Usaha Mikro Kecil dan Menengah oleh Kelompok PUSAKA Kudus.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi khazanah keilmuan yang berkaitan dengan Modal Sosial khusus nya pada prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Hasil penelitian ini juga

diharapkan dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain yang membutuhkan sebagai acuan sumber data.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengembangan jaringan Usaha Mikro Kecil dan Menengah oleh Kelompok PUSAKA Kudus.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori modal sosial dalam pengembangan jaringan Usaha Mikro Kecil dan Menengah oleh Kelompok PUSAKA Kudus.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang terkait dengan modal sosial dan pengembangan jaringan UMKM. Hal ini difungsikan untuk mengantisipasi terjadinya sebuah pengulangan atau tindakan plagiat dalam penelitian ini, oleh sebab itu penulis mencoba memaparkan penelitian terdahulu yang berkaitan dalam permasalahan penelitian yang peneliti angkat antara lain:

1. Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM

Artikel yang pertama adalah Jurnal penelitian yang ditulis oleh Maulana Mahrus Syadzali (2020) yang berjudul *Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi Pada UKM Pembuat Kopi Muria)*. Penelitian ini memberikan lima tahapan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengembangan ekonomi lokal yakni : (1) Tahap perencanaan, tahapan ini fokus pada pembentukan konsep yang akan dibangun oleh UMKM dengan cara merumuskan rencana pengembangan ekonomi kawasan lereng muria, menciptakan lingkungan yang kondusif. (2) Tahap penguatan dan pelaksanaan, yakni dengan menggandeng

stakeholder setempat guna memperkuat program yang dijalankan(3) Tahap pemandirian, tahapan ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dari program pemberdayaan tersebut (4) Pengendalian program, tahapan ini bertujuan untuk mengawasi berjalan kegiatan tersebut sesuai dengan konsep awal program pemberdayaan tersebut (5) Tahap pendampingan, bertujuan mendampingi agar program berjalan dengan maksimal.

Menurut Syadzali (2020) faktor kunci dalam pemberdayaan masyarakat adalah menumbuhkembangkan kegiatan ekonomi masyarakat (UMKM).Syadzali juga mengungkapkan apabila kelima tahap pemberdayaan masyarakat ini diterapkan pada UMKM dengan baik akan mampu membantu meningkatkan mengembangkan UMKM. Apabila UMKM berkembang dengan baik tentunya akan membantu masyarakat dalam hal pendapatan ekonomi serta perluasan kesempatan kerja.

Kemudian dalam Jurnal penelitian yang ditulis oleh Ferry Duwi Kurniawan dan Luluk Fauziah (2014) dengan judul *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan*. Penelitian ini memberikan analisis terhadap permasalahan pengangguran dan kemiskinan melalui pemberdayaan kelompok-kelompok usaha di Dusun Waru Rejo, Desa Kejapanan, Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini menjelaskan manfaat bantuan yang diberikan oleh pemerintah melalui kegiatan-kegiatan UMKM. Bantuan tersebut meliputi pendanaan kepada kelompok-kelompok UMKM. Dalam pelaksanaan program bantuan masyarakat Dusun Waru membentuk kelompok-kelompok usaha yang beranggotakan 10 orang setiap kelompoknya. Bantuan senilai Rp 85.000.000,- tersebut dialokasikan untuk pemenuhan kebutuhan alat produksi dan kebutuhan lainnya untuk menunjang

pemberdayaan UMKM sehingga mampu mengatasi permasalahan pengangguran dan kemiskinan.

Selanjutnya, Jurnal Penelitian yang ditulis oleh Ari Soeti Yani, Fauziah, Rio Johan Putra dan Mila (2020) yang berjudul *Pemberdayaan Masyarakat Desa Cileuksa dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui UMKM*. Penelitian ini memberikan bahasan terkait pelaksanaan program pemberdayaan yang dilakukan pemerintah bekerjasama dengan kelompok masyarakat Desa Cileuksa dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat lewat pemberdayaan pada UMKM. Adapun program pemberdayaannya adalah membentuk kelompok pelatihan keterampilan berbisnis yang memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada UMKM Desa Cileuksa agar masyarakat lebih memahami terkait manajemen usahanyayang berdampak pada kondisi perekonomian para pelaku usaha mampu berkembang dengan cepat.

Masih dengan tema yang sama, selanjutnya adalah jurnal penelitian karya Murdani, Sus Widayani dan Hadromi (2019) yang berjudul *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang)*. Dalam penelitian ini, penulis menganalisa permasalahan yang terjadi di Kelurahan Kandri terkait pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM. Penulis menemukan faktor penghambat dan faktor pendukung dalam upaya pemberdayaan yang akan dilakukan. Penulis menjelaskan keterbatasan modal menjadi faktor penghambat dari pengembangan ekonomi masyarakat. Sedangkan, SDA dan SDM yang potensial di kelurahan Kadri menjadi faktor pendukung..

2. Strategi Pengembangan UMKM

Kajian kedua adalah artikel jurnal penelitian yang ditulis oleh Ravik Karsidi dan Heru Irianto (2005) yang berjudul *Strategi*

Pemberdayaan UMKM Di Wilayah Surakarta. Dalam penelitian ini penulis menerapkan konsep “*bottom up*” sebagai salah satu strategi yang dipakai dalam pengembangan UMKM. Strategi tersebut untuk mengupayakan hal yang diperlukan UMKM secara partisipatif. Selain strategi “*bottom up*” penulis juga menjelaskan terkait pentingnya menjalin hubungan dengan pihak yang memiliki kepentingan. Menurutnya menjalin hubungan antar pihak yang memiliki kepentingan akan menghasilkan kinerja yang lebih baik untuk pengembangan UMKM..

Selanjutnya, dalam jurnal penelitian karya Ali Zaenal Abidin dan Moh Budi Dharma (2017) yang berjudul *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan.* Dalam penelitian ini penulis menjelaskan permasalahan utama yang terjadi adalah kurang optimalnya pemanfaatan modal yang tersedia dan manajerial yang buruk dalam pengelolaan usaha. Oleh karena itu, Dinas Koperasi dan UKM berkerjasama dengan masyarakat setempat menyusun sebuah program yang nantinya diharapkan melalui program ini UMKM akan lebih mampu mandiri serta bertahan lama dipasar. Adapun program tersebut antara lain (1) pelatihan, (2) bimbingan teknis, dan (3) workshop kewirausahaan. Program-program tersebut dinilai memberikan efek positif bagi beberapa pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Jurnal penelitian yang ditulis oleh Ade Onny Siagian dan Trisna Fajar Parsetyo (2020) yang berjudul *Strategi Pengembangan Kompetensi Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Jombang.* Penulis menjelaskan banyak diantara para pelaku UMKM tidak memiliki jiwa *entrepreneurship* yang baik. Mereka hanya cenderung memahi secara kasarnya saja dalam berwirausaha. Menurut penulis, manajemen pengelolaan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Jombang masih jauh dari professional, ini terbukti dari beberapa UMKM yang tidak

memiliki konsep perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi usaha yang baik. Hal ini diperburuk dengan sikap apatis terhadap pentingnya sebuah kelembagaan yang menaungi sebuah usaha. Tentunya dalam mengatasi persoalan tersebut, diperlukan sebuah strategi yang mampu mengubah pola pikir pelaku UMKM. Salah satunya adalah membuat sebuah lembaga pelatihan yang diisi para pelaku UMKM di Kota Jombang.

3. Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM

Kajian ketiga adalah Skripsi karya Fadilla Azhari (2017) dengan judul *Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi pada rumah makan Padang Ampera Malang, Rumah Makan Padang Harapan Indah Malang dan rumah makan sari minang Malaysia)*. Penelitian ini menjelaskan (1) jaringan yang kuat dalam suatu kelompok didasarkan atas kepercayaan antar anggotanya (2) Peran modal sosial mempengaruhi kualitas suatu kelompok. Fadillah mengungkapkan bahwa solidaritas yang terbentuk dalam HIMATOS (Himpunan Masyarakat Toboh Ladang dan sekitarnya) dikarenakan kemampuan anggota kelompok dalam mengoptimalkan fungsi dan peran modal sosial yang dimiliki.

Kemudian, skripsi karya Sidik Rohiwan (2020) yang berjudul *Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Kerajinan Keramik Sanggar Asmat Desa Lumbir Kabupaten Banyumas*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial berperan untuk mengembangkan UMKM kerajinan keramik. karena terdapat komponen-komponen modal sosial berupa jaringan, norma serta kepercayaan. Jaringan sosial dalam UMKM ini berperan dalam perluasan pasar dan memberikan kemudahan dalam mendapatkan tambahan. Sedangkan norma dalam UMKM ini adalah norma yang berlaku pada masyarakat umumnya. Kemudian

kepercayaan berperan menjaga hubungan baik dengan mitra dagang dalam pengadaan bahan baku dan sebagainya.

Masih dengan tema kajian yang sama, skripsi karya Bimo Haryo Utomo (2015) yang berjudul *Peran Modal Sosial terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Padang di Sandratex Rempoa Ciputat* Bimo menjelaskan mengenai peran modal sosial terhadap perkembangan pedagang kaki lima asal daerah Padang di Sundratex Ciputat. Peneliti melakukan penelitiannya pada kegiatan paguyuban arisan PKL. Bimo menjelaskan bahwa kegiatan arisan tersebut difungsikan mengukuhkan rasa solidaritas, mengeratkan hubungan kerjasama antar pedagang, menumbuhkan rasa kepercayaan yang membangun, dan menjalin silaturahmi. Dalam penelitiannya peneliti juga menjelaskan bahwa kegiatan paguyuban PKL juga terdapat kegiatan simpan pinjam modal usaha. Praktek simpan pinjam berjalan dengan cara pedagang membayarkan iuran setiap minggunya, kemudian uang iuran dari arisan PKL tersebut diberikan kepada pedagang yang ingin meminjam untuk modal usaha, uang iuran juga difungsikan untuk dana sosial pedagang yang sedang tertimpa musibah.

Selanjutnya peneliti juga menggambarkan hubungan yang terjalin antara pedagang dengan pihak pengelola. Keberadaan pengelola disini berperan sebagai mengamankan serta mengatur pedagang selama berjualan. Hubungan baik terjalin antar kedua pihak melalui biaya keamanan dan kebersihan yang mana interaksi tersebut membuat hubungan sosialnya terjalin. Pedagang mendapatkan tempat jualan, kebersihan serta keamanan sedangkan pengelola mendapatkan uang sebagai bayaran jasa yang telah dijalankan.

Inti dari Penelitian ini menjelaskan bahwa hubungan yang terjalin antara sesama pedagang atau pedagang dengan pengelola keamanan merupakan hasil dari komponen modal sosial yang

berjalan, dengan menggunakan teori dari James Coleman. Komponen modal sosial meliputi norma, kepercayaan dan jaringan.

Berdasarkan hasil kajian pustaka diatas, dengan menggunakan tiga sub kajian yang memfokuskan pada pemberdayaan masyarakat melalui UMKM, strategi pengembangan UMKM dan modal sosial dalam pengembangan UMKM, penulis menemukan permasalahan untuk dikaji lebih mendalam. Permasalahan umum yang sering terjadi diantara para pelaku UMKM adalah kurangnya kemampuan dalam pengelolaan permodalan, minimnya pengetahuan serta manajerial usaha yang buruk. Dalam kajian pertama dan kedua, penulis sebelumnya memfokuskan pemberdayaan masyarakat dengan menciptakan kelompok-kelompok usaha yang difungsikan sebagai tempat untuk para pelaku UMKM melatih keterampilan usahanya. Akan tetapi, program pemberdayaan ini dinilai kurang optimal yang hanya mengandalkan *input* yang didapatkan dari pelaku UMKM yang ikut serta saja. Sedangkan dalam kajian ketiga, dapat disimpulkan bahwa modal sosial memiliki peran yang penting dalam pengembangan serta pemberdayaan sebuah UMKM, dengan pemanfaatan komponen-komponen modal sosial seperti kepercayaan, norma dan jaringan.

Titik perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis ini adalah kegiatan *follow-up* dari program yang telah dirancang kelompok yang menaungi UMKM tersebut. Dalam kelompok UMKM yang akan penulis teliti, kegiatan *follow-up* dinilai wajib dilakukan untuk menciptakan kemandirian dalam diri pelaku UMKM. Kegiatan tersebut juga menjadi tolak-ukur perkembangan kemampuan para pelaku UMKM. Adapun kegiatan *follow-up* biasanya adalah bazar pasar lokal dan event-event UMKM. Dalam penelitian yang akan penulis lakukan ini tidak terfokus pada pembentukan kelompok-kelompok usaha saja akan tetapi menciptakan kemandirian dalam diri pelaku UMKM. Sehingga

pengembangan UMKM berjalan sesuai tujuan bersama, menciptakan kemandirian pangan dan kemajuan ekonomi kemasyarakatan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Creswell (1998) penelitian kualitatif merupakan gambaran kompleks, meneliti kata-kata, memberikan laporan-laporan terinci dari perspektif narasumber, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Juliansyah, 2011). Pada penelitian ini, penulis ingin menggambarkan sebuah gejala atau peristiwa yang terjadi secara nyata (*real*), bukan dalam kondisi terkendali, labolatoris atau sebuah eksperimen. Adapun pendekatan yang diambil dalam penelitian ini merupakan pendekatan deskriptif kualitatif yakni sebuah pendekatan yang memberikan gambaran suatu peristiwa yang berlangsung dalam bentuk kata-kata atau frase dan memecahnya ke dalam kategori-kategori untuk mencapai kesimpulan (Juliansyah, 2011). Penelitian deskriptif berusaha gambarkan peristiwa atau fenomena yang sedang terjadi dilapangan sesuai dengan fakta yang ditemukan.

Sedangkan jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu menggambarkan serta menjelaskan keadaan yang terjadi dan gejala-gejala yang berkaitan dengannya secara lebih rinci (Sugiyono, 2006). Demikian diharapkan nantinya penelitian ini mampu memberikan gambaran terkait peristiwa atau gejala yang terjadi dilapangan dengan alamiah dan jelas.

2. Sumber dan jenis data

Dalam penelitian ini, ada dua jenis data yang diperoleh penulis, yaitu data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer sebagai data utama yang didapatkan oleh pengumpul data dari sumber data pertama. Dalam hal ini, penulis mendapatkan data utamanya dari hasil wawancara ketua PUSAKA Kudus, Ketua Divisi Pengembangan UMKM anggota Kelompok Penggiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data pendukung pada penelitian yang yang diperoleh melalui jurnal penelitian, buku, media cetak dan elektronik, terkait dengan pokok bahasan pengembangan jaringan UMKM di Kudus. Data sekunder juga dapat diartikan sebagai bahan pelengkap ketika melaksanakan suatu analisis.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah terpenting dalam setiap penelitian. Pada dasarnya, inti dari penelitian adalah untuk mendapatkan sebuah data. Menurut Sugiyono (2005), ada beberapa metode seperti: observasi, wawancara dan dokumentasi, sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah aktivitas mengamati serta pendokumentasian apa yang terjadi di lapangan secara natural dan langsung. Adapun instrumen yang digunakan ketika di lapangan yaitu panduan pengamatan dan lembar pengamatan (Juliansyah, 2011). Adapun informasi yang didapatkan saat melakukan observasi di lapangan meliputi: informasi terkait tempat, waktu, kejadian atau peristiwa, objek dan perasaan. Dalam observasi ini peneliti melibatkan diri dengan kegiatan subjek penelitian, yaitu kegiatan PUSAKA Kudus dan turut serta dalam kegiatan usaha di tempat anggota PUSAKA. Dengan memadukan data yang telah terkumpul menjadi satu

untuk selanjutnya dilakukan analisis yang mana akan menjadi interpretasi dasar dari laporan penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu prosedur dalam pengumpulan data antara pewawancara dan narasumber, yang mana dimaksudkan untuk mencari sumber informasi atau data lapangan dari narasumber kepada pewawancara dengan memberikan pertanyaan dan jawaban antar keduanya dengan memanfaatkan kaidah wawancara. Teknik wawancara pada penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, dengan menggunakan metode *Indepth Interview* atau wawancara mendalam dengan nara sumber.

Dalam menentukan informan, peneliti terlebih dahulu melakukan pengamatan di lokasi penelitian hal ini dimaksudkan agar membantu peneliti dalam memahami fenomena yang muncul sehingga dapat mendukung kelancaran dari penelitian tersebut. Dalam hal ini peneliti memakai teknik *snowball sampling* yakni prosedur pengumpulan sumber data, yang awalnya sangat sedikit dan akhirnya menjadi sangat besar (Sugiyono, 2005). Adapun informan yang dipilih sebagai berikut:

- 1) Ketua kelompok PUSAKA Kudus, Ibu Rubiyanti. Sebagai informan yang mengetahui seluk beluk perkembangan kelompok PUSAKA dan salah satu pendiri kelompok.
- 2) Ketua Divisi Pendidikan dan Pelatihan Pengembangan SDM dan Motivasi Bisnis, Bapak Taufiq. Sebagai informan penting terkait pengembangan serta pemanfaatan modal sosial dalam kelompok PUSAKA Kudus.
- 3) Anggota kelompok PUSAKA. Dalam hal ini peneliti mengambil 5 usaha mikro yang tergabung dengan kelompok PUSAKA tentunya yang memiliki kriteria sesuai dengan tema kajian ini yakni Ibu Soffiah, Ibu Nana, Ibu Santi, Ibu Wulandari dan Bapak Nunung Ervana

c. Studi Dokumen dan Literatur

Studi dokumen merupakan kegiatan mengumpulkan data-data pendukung yang ditemukan di lapangan berupa rekaman wawancara, gambar, video, diagram statistik serta informasi faktual. Data-data tersebut akan membantu peneliti saat melakukan analisis yang berkenaan dengan penelitian yang sedang diteliti. Dokumen tersebut juga berfungsi sebagai penguat data di lapangan yang mana akan membantu penulis dalam menganalisis persoalan yang terjadi. Sedangkan studi literatur merupakan data-data pendukung yang bersumber dari jurnal penelitian lain, buku, surat kabar serta dokumen-dokumen tertulis lainnya. Studi literatur dilakukan sebagai penguat argumen serta membantu penulis dalam menganalisis dengan teori yang terkait persoalan yang diteliti oleh penulis sebagai sebuah rujukan dalam analisis hasil penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah kegiatan menggali serta mengumpulkan yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi data secara sistematis, melalui cara memilah data ke dalam bentuk klasifikasi, kemudian menjabarkan, dicari sintesanya, disusun ke dalam pola, serta disortir mana data yang penting dan relevan dengan penelitian ini, kemudian disimpulkan sehingga memudahkan diri sendiri ataupun orang lain dalam memahami (Sugioyono, 2005). Dalam hal ini proporsi yang nilai kebenarannya ditentukan oleh observasi dan fakta di lapangan.

Dalam penelitian ini penulis memakai teknik analisis data yang menurut Miles dan Huberman yang memberikan 3 komponen dalam menganalisis sebuah data yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Sugiono, 2005). Mereduksi data dapat dilakukan dengan

mencatat, merangkum data, dan memilih data kunci sambil fokus pada apa yang penting. Oleh karena itu, data yang direduksi dapat memberikan kemudahan dan gambaran yang jelas dari data yang ditemukan di lapangan. Selanjutnya yakni penyajian data, dengan menyajikan data membantu penulis dalam memahami apa yang terjadi sehingga mampu melakukan analisa terkait data temuan di lapangan dari data yang sudah terkumpul sehingga dapat membantu untuk teknik analisis data selanjutnya. Teknik selanjutnya yakni melakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi data, yakni dengan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian terkait pengembangan jaringan UMKM pada Kelompok Penggiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA).

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka perlu akan dijabarkan menjadi lima bab, berikut susunannya:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menerangkan permasalahan yang akan diteliti terkait pengembangan jaringan UMKM pada kelompok PUSAKA Kudus dengan menggunakan modal sosial. Adapun teknik penulisan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II MODAL SOSIAL DAN PENGEMBANGAN UMKM

Pada bab ini peneliti akan memaparkan definisi konseptual dan kerangka teori. Penyusunan definisi konseptual berdasarkan pada unsur-unsur yang menjadi fokus penelitian seperti, modal sosial dan unsur-unsurnya, pengembangan jaringan serta strategi pengembangan UMKM dengan memanfaatkan beberapa pandangan yang dikemukakan oleh para ahli dan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang

diteliti kemudian menjadikannya sebagai acuan untuk memahami dan menjelaskan data hasil penelitian serta jawaban atas masalah penelitian.

BAB III GAMBARAN KABUPATEN KUDUS DAN PROFIL KELOMPOK PUSAKA DAN UMKM

Bab ini penulis menjelaskan gambaran lokasi yang akan dilakukannya penelitian. Pertama, gambaran umum Kabupaten Kudus meliputi letak geografis, kondisi topografis dan kondisi demografis. Kedua, Profil dari Kelompok Pegiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA) Kudus meliputi sejarah kelompok PUSAKA, visi dan misi kelompok serta struktur organisasi kelompok. Ketiga, Profil UMKM anggota PUSAKA

BAB IV STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM OLEH KELOMPOK PUSAKA KUDUS

Dalam bab ini penulis memfokuskan pembahasan terkait model pengembangan UMKM yang dijalankan oleh kelompok PUSAKA Kudus.

BAB V EFEKTIVITAS PENGEMBANGAN UMKM OLEH KELOMPOK PUSAKA KUDUS

Dalam bab ini penulis memfokuskan pembahasan hasil penelitian mengenai; Pertama, efektivitas modal sosial dalam pengembangan UMK. Kedua, peran modal sosial dalam pengembangan UMKM. Ketiga, implikasi teori James Coleman terhadap pengembangan Jaringan modal sosial.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan beberapa saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

MODAL SOSIAL DAN PENGEMBANGAN UMKM

Pada penulisan bab ini, penulis akan memaparkan beberapa definisi konseptual dan teori yang sejalan dengan masalah yang diteliti dan menggunakannya sebagai referensi untuk menganalisis data penelitian dan jawaban atas permasalahan yang diangkat. Adapun penyusunan definisi konseptual ini berdasarkan pada unsur-unsur yang menjadi fokus kajian penelitian dengan memanfaatkan beberapa pandangan teoritik dari para ahli.

A. Modal Sosial

1. Pengertian Modal Sosial

Modal Sosial (*Social Capital*) berasal dari dua suku kata “modal” dan “sosial”. Kata “modal” bermakna sumber-sumber yang digunakan untuk suatu tujuan produktif, penyediaan harta benda atau kekayaan (modal) dalam masyarakat (Soekamto, 2013). Kata “sosial” berarti sesuatu yang berhubungan perilaku interpersonal dan proses sosial (Soekamto, 2013). Kedua kata tersebut memiliki arti kekayaan publik (modal sosial).

Menurut para sosiolog, ada beberapa penjelasan tentang pentingnya modal sosial yang dirumuskan berdasarkan fenomena-fenomena tertentu yang terjadi di masyarakat. Modal sosial (*social capital*) dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki masyarakat untuk saling bekerjasama di dalam suatu kelompok. Menurut Coleman, modal sosial mewakili sebuah sumber daya, yang mencakup harapan timbal-balik dan menciptakan jaringan yang lebih luas di mana hubungan didominasi oleh individu di mana-mana dengan tingkat kepercayaan dan nilai bersama (Field, 2010). Secara tidak langsung, modal yang terbentuk dalam masyarakat merupakan intisari dari nilai dan norma sosial yang hidup dan ditaati di masyarakat, yang kemudian menjadi sebuah kebudayaan yang terbentuk di masyarakat yang

meliputi seluruh aspek manusia. Modal sosial bisa disebut sebagai sumber daya yang bisa diinvestasikan guna mendapatkan sumber daya baru. Modal sosial apabila dimanfaatkan secara optimal akan tumbuh kuat dan bertahan lama. Melalui keintiman hubungan yang dijalin dengan berbagai pihak, menjadi dasar terjalinnya sebuah kerjasama dalam entitas tersebut.

Coleman (1988 dalam Setyanto dkk, 2015) berpendapat bahwa modal sosial bukanlah suatu entitas tunggal, melainkan entitas multidimensi dengan dua komponen yakni aktor (pelaku) dan struktur. Konsepsi modal sosial mengacu pada komponen-komponen organisasi sosial yang dimiliki masyarakat meliputi norma, nilai, kepercayaan, dan jaringan sosial yang memungkinkan tindakan kolektif. Masyarakat melihat modal sosial sebagai salah satu pendekatan untuk meningkatkan kualitas hidup bersama. Dimensi modal sosial yang terbentuk tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat yang didalamnya terdapat pola interaksi, norma dan nilai-nilai yang menentukan.

2. Komponen Modal Sosial

Modal sosial mempunyai karakteristik kuat, terbukti bahwa modal sosial dapat mengontrol kekuatan masyarakat serta mampu menjadi dasar masyarakat dalam memecahkan sebuah permasalahan yang ada di masyarakat tersebut. Modal sosial sebagai energi pembangunan yang memberikan energi positif dengan mengedepankan keberhasilan bagi setiap individu, karena masyarakat dapat didorong secara mandiri untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial memiliki pola timbal-balik yang saling menguntungkan dan dibangun di atas kepercayaan, didukung oleh norma dan nilai sosial yang positif. Kekuatan ini sangat sempurna bila dibarengi dengan semangat proaktif dalam membangun hubungan berdasarkan prinsip-prinsip sosial di atas.

a. Partisipasi Dalam Suatu Jaringan

Partisipasi dalam suatu jaringan adalah upaya yang dilakukan individu untuk ikutserta dalam segala bentuk kegiatan kelompok dalam jaringannya. Menurut Coleman, partisipasi ditandai dengan interaksi yang berulang dan intens antara individu atau komunitas (Herdiyanti, 2017). Partisipasi ini akan melahirkan jaringan sosial dalam masyarakat sesuai dengan kehendak dan lingkungannya. Menurut (Hasbullah, 2006) modal sosial adalah hasil dari kecenderungan untuk bersosialisasi dalam suatu kelompok daripada dibangun oleh satu individu. Dengan demikian manusia akan dengan sendirinya berelasi atau membentuk sebuah jaringan sosial dengan orang lain.

Modal sosial akan tumbuh lebih kuat tergantung bagaimana masyarakat dapat memanfaatkan modal yang tersedia tersebut. Kunci untuk membangun modal sosial adalah kemampuan sekelompok orang untuk bergabung dalam jaringan sosial. Fadilla (2017) berpendapat bahwa jaringan sosial adalah sistem saluran komunikasi yang awalnya untuk perlindungan dan pengembangan hubungan interpersonal, di mana jaringan berperan dalam membangun dan mengoordinasikan koalisi, dan jaringan untuk informasi yang dapat mempengaruhi individu. Menurut Dasgupta dalam Utari (2011) berasumsi bahwa tidak ada orang yang dapat memilih untuk berinteraksi dengan orang lain. Namun pada kenyataannya, setiap individu memiliki pola tertentu, mau berinteraksi dan berhak memilih dengan siapa berinteraksi dan mengapa. Masyarakat yang sehat cenderung memiliki jaringan-jaringan yang kuat. Jaringan atau relasi sosial yang terbentuk merupakan infrastruktur dinamis dari modal sosial. Jaringan memungkinkan tumbuhnya kepercayaan yang memfasilitasi interaksi dan komunikasi serta meningkatkan kerjasama. Jaringan dibangun memperkuat ikatan emosional antar anggota dan memudahkan anggota membangun

kerjasama. Kemudian mereka membangun hubungan yang kuat, baik formal maupun informal.

Berdasarkan pemahaman jaringan yang dibangun dalam penelitian ini, dengan kelompok PUSAKA Kudus sebagai kelompok yang menaungi mereka. Penulis menelaah lebih dalam lagi melalui program kegiatan kelompok PUSAKA Kudus dalam memfasilitasi anggotanya untuk mampu mengembangkan dan memiliki jaringan sosial yang kuat untuk membentuk hubungan dengan individu atau kelompok lain.

b. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah salah satu faktor terpenting dalam membina hubungan antara dua orang atau lebih. Kepercayaan merupakan faktor pengikat emosional yang cukup kuat untuk menjalin sebuah hubungan kerjasama dengan lainnya dan ini merupakan modal utama individu dalam menjalin hubungan kerjasama demi tercapainya tujuan bersama. Menurut Coleman, kepercayaan atau mutual *trust* merupakan kekuatan atau alasan untuk mencapai suatu tujuan bersama (John Fiel:2013). Rasa saling percaya memudahkan individu dan masyarakat untuk menjalin kerjasama. Analisis pilihan rasional Coleman adalah penentu kerjasama di antara mereka. Hasbullah (2007) juga menunjukkan bahwa tindakan kolektif yang dilandasi oleh rasa saling percaya yang tinggi akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam banyak hal dan aspek, terutama dalam kaitannya dengan membangun kemajuan bersama.

Sikap saling percaya diharapkan mampu menjaga hubungan yang telah dibangun. Peningkatan kepercayaan tidak terlepas dari faktor-faktor seperti kejujuran, toleran, keadilan, keramahan dan sikap saling menghormati. Kepercayaan berkaitan erat dan

merupakan salah satu sumber dan unsur kekuatan modal sosial. James Coleman (1998) menyatakan, sistem yang terbentuk dari rasa saling percaya merupakan bagian dari modal sosial sebagai dasar komitmen dan harapan masa depan (Hasbullah, 2006). Dengan kepercayaan, orang cenderung tidak skeptis dalam mencapai tujuan bersama (Rahmat, 2009). Oleh karena itu, orang yang kredibel cenderung diikuti oleh aturan yang positif dan kuat.

c. Norma

Norma merupakan sebuah aturan-aturan yang dibentuk masyarakat sebagai alat pengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh di masyarakat. Norma mungkin atau mungkin tidak tertulis yang ditaati dan diterapkan pada kehidupan bermasyarakat sebagai alat pengontrol perilaku masyarakat. Menurut Lawang (2005), norma merupakan aturan, harapan, dan petunjuk yang bersifat positif dan penting. Norma tersebut dapat merugikan diri kita dan orang lain jika tidak diikuti dan dilaksanakan. Aturan-aturan tersebut biasanya dilembagakan dan mencakup sanksi sosial yang dapat mencegah individu terlibat dalam kegiatan yang melanggar praktik sosial umum.

Norma sosial yang berlaku di masyarakat bersifat aturan-aturan kolektif seperti cara menghormati orang yang lebih tua, cara menghargai pendapat orang lain, cara selalu bersama, dan aturan perbuatan baik. Norma yang diterapkan, ditumbuhkan dan dibina dalam suatu masyarakat atau kelompok nantinya akan memperkuat masyarakat itu sendiri. Inilah sebabnya mengapa norma merupakan salah satu komponen modal sosial yang dapat merangsang kohesi sosial.

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Definisi UMKM

Dalam perkembangan dunia bisnis di Indonesia, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor perekonomian terbesar dan terbukti tangguh. Dalam pendefinisian pengertian UMKM memiliki macam-macam pengertian, akan tetapi kesemua pengertian itu tidak jauh dari pokok pengertian. Menurut Subroto (2015) ada beberapa instansi atau lembaga memberikan berbagai pengertian terkait pendefinisian pengertian dari UMKM. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM ada beberapa pengertian dalam UMKM sebagai berikut:

- a) Usaha Mikro: usaha ekonomi produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b) Usaha Kecil : 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 : 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.

Dalam definisi yang lain, Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM sebagai perusahaan atau industry dengan antara 5 sampai 19 karyawan. Sedangkan menurut Bank Indonesia (BI), yang dimaksud dengan usaha mikro kecil menengah perusahaan atau industri ciri permodalan penjualan sebagai berikut:

- a) Modal kurang dari Rp 20.000.000;
- b) Yang dibutuhkan untuk satu putaran dari bisnis adalah hanya Rp 5.000.000;
- c) Kekayaan bersih maksimum tidak termasuk tanah dan bangunan adalah Rp 600.000.000,- dan penjualan tahunan adalah tahunan Rp 1 Milliar.

Dari definisi UMKM diatas, terlihat jelas bahwa usaha mikro kecil dan menengah merupakan entitas yang memiliki banyak definisi. Namun, dapat kita simpulkan bahwa penjelasan definisi usaha mikro kecil dan menengah dapat dilihat dari berbagai perspektif, seperti jumlah omset, jumlah asset, jumlah karyawan, dan pertumbuhan ekonomi nasional.

2. Kriteria UMKM

Standar UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah asset dan penjualan yang dimiliki oleh masing-masing entitas sesuai dengan UU No. 20 Tahun 2008 sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah usaha yang mempunyai asset maksimal Rp. 50.000.000 dan mempunyai omzet tahunan maksimal Rp. 300.000.000.
- b) Usaha kecil adalah usaha yang mempunyai asset minimal antara Rp. 50 juta – 500 juta dan omzet tahunan maksimal antara Rp. 300 juta – Rp. 2,5 Milliar.
- c) Usaha menengah adalah usaha yang mempunyai asset minimal antara Rp. 500 Juta – Rp 10 Milliar dan

mempunyai omzet tahunan sebesar maksimal antara Rp.2,5 Milliar – Rp. 50 Milliar.

C. Pengembangan Jaringan Usaha

1. Definisi Pengembangan

Menurut KBBI, merupakan suatu proses, metode atau kegiatan yang dikembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang diorganisir kelompok untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, keahlian dan kemampuan. Pengembangan pada dasarnya merupakan proses perubahan tanpa henti yang mendorong peningkatan tujuan yang diinginkan. Pengembangan juga bisa diartikan perjalanan perbaikan diri atau kelompok dari satu keadaan ke keadaan yang lebih baik.

Menurut Mangkuprawira (dalam Lubis, 2002), pengembangan merupakan upaya untuk meningkatkan pengetahuan yang tersedia untuk tujuan saat ini atau masa depan. Pengembangan adalah segala upaya untuk meningkatkan kinerja pekerjaan saat ini dan masa depan dengan memberikan informasi yang mempengaruhi sikap dan meningkatkan keterampilan.

Sebagaimana didefinisikan diatas, pengembangan adalah segala sesuatu yang dilakukan untuk meningkatkan diri sendiri atau kelompok lain sekarang atau di masa depan dengan menggunakan keahlian, keterampilan, dan pengetahuan sebagai pedoman untuk meningkatkan diri sendiri.

2. Definisi Jaringan Usaha

Jaringan usaha dapat menjadi jawaban atas persoalan yang sering ditemui oleh pelaku usaha mikro kecil menengah. Jaringan usaha dapat diartikan cara paling umum untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan seperti sesama pengusaha, dengan penyedia barang serta pelanggan yang potensial. Kunci dalam membangun

jaringan usaha adalah menjalin hubungan yang saling menguntungkan dalam usahanya.

3. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam hak ini, tahapan pengembangan memiliki beberapa tahapan, Menurut Pandji Anoraga (2007) antarlain:

a. Identifikasi peluang

Menurut Pandji, dalam mengidentifikasi sebuah peluang usaha dibutuhkan sebuah data yang jelas terkait dengan bisnis yang digeluti. Datatersebut bisa diperoleh melalui:

- 1) Konsep perusahaan
- 2) Ide dan gagasan administrsi perusahaan
- 3) Proyek pemerintah
- 4) Hasil survey terhadap peluang bisnis
- 5) Kadin atau afiliasi bisnis yang sama

b. Pengembangan Opsi Usaha

Setelah data dikumpulkan dan dianalisis, manajemen senior atau CEO dapat menemukan bisnis yang mungkin sedang berjalan

c. Pilihan Alternatif

Tahap berikutnya adalah membuat keputusan dengan memilih satu atau lebih daripilihan yang direncanakan terbaik. Pandji mengungkapkan dengan tujuan akhir untuk memilih bisnis diusulkan berdasarkan kriteria berikut:

- 1) Pemasok bahan baku
- 2) Kondisi pasar
- 3) Potensi sebuah kekegagalan
- 4) Harga jual dan beli

d. Implementasi dari Alternatif yang Dipilih

Setelah semua konsep bisnis terbentuk dengan baik, tahapan selanjutnya adalah mengimplementasikan dari konsep bisnis yang dipilih.

e. Evaluasi

Evaluasi dimaksudkan untuk memungkinkan penyesuaian dan peningkatan pada bisnis yang sedang diselesaikan. Melalui revisi dan penyempurnaan konsep bisnis yang diterapkan. Hal ini juga dirancang untuk memberikan masukan guna meningkatkan rencana bisnis selanjutnya. Serta perbaikan dari konsep usaha yang dijalankan.

4. Strategi Pengembangan UMKM

Keberadaan UMKM memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berjasa pada perluasan lapangan kerja serta memberi pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini tentunya butuh sebuah strategi agar keberadaan UMKM dilindungi masyarakat benar-benar memberikan andil yang besar tentunya dalam pemberdayaan masyarakat. Dalam upaya pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di masa depan, diperlukan hal sebagai berikut:

a) Menciptakan Iklim Usaha yang Kondusif

Dalam hal ini, pemerintah perlu turut serta membangun iklim usaha yang kondusif bagi para pelaku UMKM. Iklim usaha yang baik adalah yang mendukung dan mendorong UMKM untuk menghasilkan, berinovasi, dan meningkatkan pendapatan yang mengarah pada peningkatan keuntungan bagi para pelaku UMKM tersebut. Maka dari itu, pemerintah harus mengupayakan keamanan dan ketentraman, pederhataan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak, bantuan pendanaan

UMKM serta membuat kebijakan-kebijakan yang mendukung keberlangsungan dari UMKM.

b) Bantuan Permodalan Pemerintah

Modal segar sangat dibutuhkan pelaku UMKM untuk mengembangkan serta menjalankan UMKM nya agar tetap eksis dalam persaingan pasar. Oleh dari itu, pemerintah ikut membantu para pelaku UMKM dalam penambahan modal sosial dengan mempermudah segala persayarakat program pinjaman. Contohnya kegiatan penambahan modal melalui beberapa lembaga keuangan yang ada di daerah masing-masing seperti koperasi simpan pinjan, perbankan dan seterusnya.

c) Perlindungan Usaha

Perlindungan usaha perlu dilakukan oleh pemerintah untuk memberikan rasa tenang, aman dan nyaman dalam menjalankan kegiatan usahanya. Adapun bentuk perlindungan pemerintah berupa undang-undang danperda pemerintah yang saling menguntungkan. Perasaan aman sangat penting bagi siapapun yang bergerak pada sektor usaha. Rasa aman disini berarti tidak ada kecemasan atau ketakutan akan sesuatu yang tidak diinginkan.

d) Pengembangan Kemitraan

Penting untuk mendorong kemitraan yang saling mendukung antara UMKM atau UMKM dengan pengusaha besar dalam dan luar negeri dan menghindari praktik bisnis monopoli. Dalam hal ini, membangun kemitraan sangat penting sebagai pembuka akses menuju kemandirian masyarakat, terutama dalam pemasaran hasil produk yang mereka miliki. Kemitraan sebagai pondasi daripada pelaku UMKM

untuk mencapai tujuannya. Membangun kemitraan dagang merupakan sebuah jalan untuk memperlancar usahanya.

Selain itu, dengan membangun sebuah kemitraan dagang akan membantu memperluas pangsa pasar sehingga usaha tersebut akan berkembang pesat. Oleh karena itu, UMKM memiliki kekuatan untuk bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya.

e) Pelatihan Pemerintah

Pemerintah perlu meningkatkan keterampilan dan skill para pelaku UMKM, dengan menyediakan beberapa program pengembangan serta pelatihan terkait manajemen, administrasi serta pengetahuan dalam pengembangan usaha.

f) Membentuk Lembaga Khusus

Dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif, diperlukan lembaga-lembaga khusus yang akan senantiasa menaungi atau melindungi para pelaku UMKM serta memudahkan pemerintah dalam mengkoordinasikan.

D. Teori Modal Sosial James Coleman

1. Konsep Modal Sosial James Coleman

James Coleman, adalah seorang ilmuwan sosial Amerika yang berkonsentrasi pada masalah modal sosial. Coleman dalam karya ilmiahnya yang berjudul "*Social Capital in the Creation of Human Capital* (1988)" mencoba mengidentifikasi komponen dari perspektif sosiologis dan ekonomi, sehingga memberikan arahan teoritis untuk perilaku sosial (Field, 2013). Menurutnya modal sosial merupakan metode untuk memahami bagaimana individu atau komunitas melakukan sebuah kerjasama. Pada dasarnya, juga Coleman memahami bahwa modal sosial tidak terbatas pada aktor atau kelompok mayoritas

yang menguasai semua hal dalam sistem, tetapi dapat digunakan oleh aktor atau kelompok minoritas melalui keintiman hubungan dan kerjasama timbal balik (Putra, 2017). Modal sosial akan melekat dalam hubungan banyak orang (aktor), dan diidentifikasi hanya dalam pembangunan hubungan sosial (Usman, 2018).

Menurut Coleman, modal sosial adalah sumber daya karena memerlukan harapan timbal balik dan mencakup jaringan yang lebih luas yang melampaui setiap individu dan yang hubungannya didominasi oleh tingkat kepercayaan yang tinggi dan nilai-nilai bersama (Field, 2010). Kepercayaan merupakan salah satu sarana modal sosial yang dibentuk dengan adanya perkumpulan dan jejaring. Kepercayaan yang tumbuh dan berkembang dalam kehidupan kelompok dan masyarakat ini didorong atas nasib dan tujuan bersama untuk mencapai tujuan tertentu, memaksa individu atau masyarakat untuk saling bekerjasama. Menurut Coleman, kepercayaan tidak didapatkan secara tiba-tiba, namun kepercayaan tersebut berkembang dan tercipta melalui interaksi tertentu. Pada level individual, kepercayaan tercipta berawal dari ekspektasi dan kerelaan dari seorang aktor (*trustor*) yang menyerahkan sebagian dari kewajiban kepada aktor tertentu lainnya (*trustee*) yang mana aktor tersebut menerima (*willingness*) dan dapat memegang kewajiban yang didapat (Usman, 2018). Coleman menjelaskan bahwa modal sosial tampaknya menjadi bagian dari usahanya untuk menjelaskan tarik-menarik antara kehendak kolektif dan keinginan pribadi (Usman, 2018).

Dalam penelitian ini, konsep yang dikemukakan oleh James Coleman akan digunakan sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi fenomena yang diteliti. Pemilihan konsep modal sosial James Coleman didasarkan pada esensi dari konsep tersebut, yang sangat sejalan dengan fenomena perkembangan ekonomi UMKM. Penggunaan konsep modal sosial oleh Coleman ini didasarkan pada deskripsi elemen-elemen yang menjembatani penciptaan modal sosial. Dalam kelompok PUSAKA Kudus, elemen-elemen tersebut meliputi jaringan, norma dan

kepercayaan. Jejaring sosial adalah interaksi pribadi dengan individu lain, yang terikat norma dan nilai bersama. Norma di sisi lain, adalah seperangkat nilai konkret yang dibuat untuk memandu perilaku masyarakat dan, kepercayaan adalah ikatan hubungan emosional yang dibangun di atas norma dan nilai bersama. Kepercayaan berkaitan dengan hubungan timbal balik anatar keduanya.

Konsep modal sosial Coleman berfokus pada jaringan, norma dan kepercayaan yang menjadi dasar pengembangan UMKM oleh kelompok PUSAKA Kudus. Oleh karena itu, Coleman menyakini bahwa modal sosial memiliki komponen produktif dalam arti dapat digunakan sebagai cara untuk mendukung proses pencapaian tujuan tertentu, termasuk pemberdayaan sumber daya manusia (Coleman, 1988 dalam Usman, 2018). Selain itu, Coleman membagi modal sosial menjadi dua bagian; modal fisik dan modal manusia dan percaya bahwa kedua modal mempromosikan kegiatan produksi dan modal sosial (Coleman, 2011). Menurut Coleman modal fisik dapat berupa milik pribadi (*private property*). Karena orang dapat menginvestasikan modal fisik sebagai sumber daya untuk menerima manfaat sosial (Usman, 2018). Menurutnya, tanpa adanya modal sosial, seseorang tidak dapat mencapai keuntungan materi dan mencapai kesuksesan yang optimal (Syahra, 2003).

Coleman menunjukkan bahwa modal sosial ditentukan oleh fungsinya. Meskipun banyak elemen modal sosial, pada dasarnya ia menemukan bahwa masing-masing memiliki dua kesamaan. Ia menekan dua aspek yang dapat mendorong terciptanya dan berkembangnya modal sosial dengan berbagai cara. Pertama, aspek struktur sosial yang menciptakan kurungan jaringan sosial yang menghubungkan setiap orang yang menjadi anggota jaringan tersebut. Kedua, adanya organisasi sosial yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan bersama (Field, 2013).

Selain itu, Coleman mengatakan bahwa hubungan dan jaringan yang melembagakan harapan dapat menciptakan lingkungan sosial yang sesuai dengan sikap dan perilaku saling percaya, akan memiliki fungsi penting, itu adalah fungsi peting dalam proses pencapaian tujuan yang dimiliki (Usman, 2018). Dengan kata lain, setiap aktor akan merasa bagian dari ikatan (kesatuan) yang harus menjaga nilai persatuan. Rasa persatuan ini dapat diciptakan dengan merencanakan program pemberdayaan sama halnya pada kelompok PUSAKA kali ini.

2. Pilar Modal Sosial James Coleman

Coleman juga memberikan tiga elemen kunci yang menjadi pilar modal sosial. Pertama, kewajiban dan harapan yang timbul dari mempercayai lingkungan sosial masyarakat. Dan, menurut Coleman, pilar kedua modal sosial adalah pentingnya arus informasi dalam bentuk komunikasi yang lancar dalam struktur sosial untuk mendorong perkembangan kegiatan sosial. Pilar ketiga adalah norma dan sanksi yang efektif.

Kewajiban dan harapan yang muncul dari pilar kepercayaan pertama berasal hubungan yang dibangun oleh para anggota UMKM kelompok PUSAKA Kudus dan hubungan dengan masyarakat sekitar. Adapun pada pilar yang kedua menurut Coleman adalah arus informasi yang jelas. Tentunya dalam memulai sebuah usaha pada dasarnya dibutuhkan informasi yang jelas. Jika arus informasi tersebut mengalami suatu gangguan, maka suatu kelompok sosial mengalami ketidaktahuan atau kekurangan informasi serta dapat tidak dapat menindaklanjuti untuk mengatasi masalah yang muncul. Dalam kelompok PUSAKA Kudus ini, kebutuhan akan jaringan sosial dibentuk dengan beberapa instansi kedinasan yang bergerak pada pengembangan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah. Pilar ketiga adalah Norma dan sanksi yang efektif. Adanya kesepakatan bersama antar anggota kelompok mengenai norma dan sanksi yang efektif dapat menertibkan di tingkat

kelompok. Tanpa norma-norma yang disepakati dan dipatuhi oleh semua anggota, tentunya akan terjadi keadaan *anomie*. Suatu keadaan dimana setiap orang bertindak (bebas) tanpa aturan atas kehendaknya sendiri (Syahra, 2003). Tanpa modal sosial, individu atau kelompok akan kesulitan mencapai kepentingan yang signifikan dan hasil optimal lainnya.

BAB III
GAMBARAN KABUPATEN KUDUS DAN PROFIL KELOMPOK
PUSAKA DAN ANGGOTA KELOMPOK PUSAKA

A. Gambaran Umum Kabupaten Kudus

Kabupaten Kudus atau yang lebih dikenal sebagai kota santri terletak di Jawa Tengah. Penamaan “Kota Santri” tersebut disebabkan banyaknya pondok pesatren yang berdiri di Kabupaten Kudus, selain itu juga terdapat dua Makam Sunan yang termasuk kedalam Walisongo yang membantu menyebarkan agama Islam di Nusantara yakni Sunan Muria dan Sunan Kudus. Selain sebutan itu, Kudus juga dikenal sebagai “Kota Kretek”, penamaan “Kretek” ini diambil karena Kabupaten Kudus merupakan kota industri rokok, yang mana banyak perusahaan-perusahaan produsen rokok yang beroperasi di kota tersebut. Kabupaten Kudus memiliki semboyan yang pedoman masyarakat Kudus yakni “*Gusjigang*” dalam arti gus ”bagus”, rajin mengaji dan pandai berdagang. Semboyan inilah yang menjadi pedoman masyarakat Kudus disamping ketaatan kepada Sang Pencipta mereka juga pandai berdagang.

1. Kondisi Geografis

a. Letak Wilayah

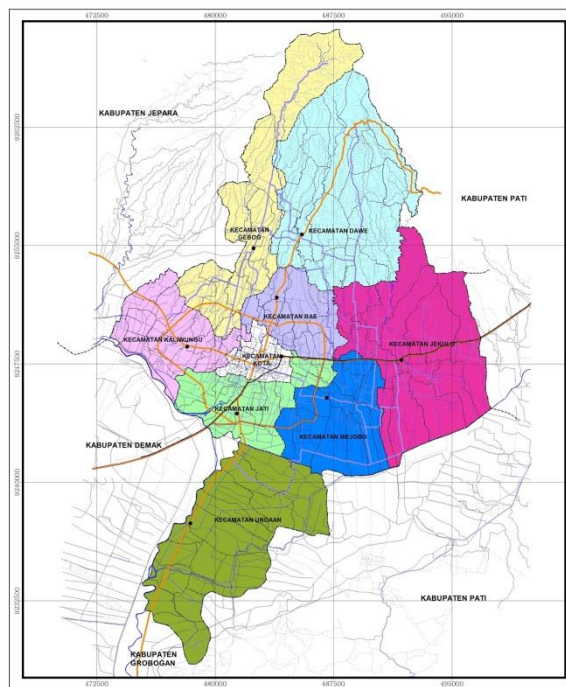
Kabupaten Kudus termasuk dalam 35 Kabupaten atau Kota dengan luas terkecil dengan 42.516 Ha di Pulau Jawa. Rata-rata ketinggian Kabupaten Kudus adalah 55 MDPL. Kabupaten Kudus beriklim tropis, dengan suhu hangat, curah hujan relative rendah, kurang 3000mm per tahun, dan curah hujan kurang dari 150 hari per tahun. Berdasarkan letak geografis Kabupaten Kudus terletak pada garis bujur 110.36' - 110.50' BT serta 6.51' - 7.16' LS. Kemudian lokasi terjauh dari barat ke timur adalah 16 km, dan dari utara ke selatan 22 km. Disisi lain terletak ± 51 km sebelah timur ibu kota Jawa Tengah

(Kota Semarang) dan mempunyai batas wilayah administratif sebagai berikut:

- 1) Sebelah utara perbatasan dengan Kabupaten Jepara dan Kabupaten Pati
- 2) Sebelah barat perbatasan dengan Kabupaten Demak dan Kabupaten Jepara
- 3) Sebelah selatan perbatasan dengan Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Pati
- 4) Sebelah timur perbatasan dengan Kabupaten Pati

Gambar 1

Peta Wilayah Kabupaten Kudus



Sumber: *Kudus Dalam Angka 2022*

b. Luas Wilayah

Berdasarkan data statistik, pemerintahan daerah Kudus terbagi menjadi 9 kecamatan, 123 desa dan 9 kelurahan, serta 707 RW, 3.698 RT dan 4.343 Dusun. Kudus sebagian besar memiliki luas 42.516 hektar atau

1,31 % dari luas wilayah Jawa Tengah. Sub-lokal terbesar adalah sub-lokal Dawe yaitu 8.584 (20,19%), sedangkan yang terkecil adalah sub-wilayah kota dengan luas 1.047 hektar (2,46%) dari luas wilayah Kudus. Adapun luas wilayah tersebut terdiri dari 20.687 Ha (48,66%) yang merupakan lahan persawahan dan 7.563 Ha (17,79%) merupakan lahan non-agraris sedangkan sisanya merupakan lahan non-hortikultura yang diketahui seluas 14.266 Ha (33,55%).

Tabel 1

Luas daerah per kecamatan di Kabupaten Kudus

NO	Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Luas Wilayah
1	Kaliwungu	Kedungdowo	32,713 km ²
2	Kota	Purwosari	10, 473 km ²
3	Jati	Tanjung Karang	26,298 km ²
4	Undaan	Undaan Kidul	71,770 km ²
5	Mejobo	Jepang	36,766 km ²
6	Jekulo	Klaling	82,917 km ²
7	Bae	Bae	23,323 km ²
8	Gebog	Gondosari	55,060 km ²
9	Dawe	Piji	85,837 km ²
Kabupaten Kudus			425, 15 km ²

Sumber :*Kudus Dalam Angka 2022*

2. Kondisi Demografi

a. Kependudukan Kabupaten Kudus

Jumlah penduduk di Kabupaten Kudus pada tahun 2021 adalah 852.443 jiwa yang terdiri dari 425.320 jiwa adalah laki-laki(49,90 persen) dan 427.123jiwa adalah perempuan (50,10 persen). Jika dilihat dari penyebarannya, maka kecamatan dengan tingkat penduduk terbesar adalah Kecamatan Jati yang memiliki tingkat penduduk terbesar, yaitu

12,81 persen dari jumlah penduduk di Kabupaten Kudus. Sementara itu, Kecamatan Bae memiliki jumlah penduduk palingsedikit, yaitu 8,72 % dari penduduk di Kabupaten Kudus. Jika dilihat dari perbandingan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan, proporsi jenis kelamin pada tahun 2021 adalah 99,58 % yang berarti setiap 100 penduduk perempuan, terdapat 99 penduduk laki-laki. Dengan demikian, jumlah penduduk perempuan melebihi jumlah penduduk laki-laki, hal ini terlihat di semua sub-wilayah, bahwa proporsi jenis kelamin dibawah 100 %, yaitu pada kisaran antara 94,24 % dan 98,31 %.

Tabel 2

Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Sex Ratio Per Kecamatan di Kabupaten Kudus Tahun 2021

No	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Sex Ratio
1	Kaliwungu	52.272	51.766	104.008	100,92
2	Kota Kudus	43.426	45.591	89.017	95,25
3	Jati	54.131	54.864	109.202	99,04
4	Undaan	38.429	38.170	76.599	100,62
5	Mejubo	39.081	38.735	77.816	100,89
6	Jekulo	54.476	54.626	109.102	99,73
7	Bae	37.085	37.209	74.294	99,67
8	Gebog	52.463	52.372	104.834	100,17
9	Dawe	53.607	53.594	107.201	100,02
	Kabupaten Kudus	425.320	427.123	852.443	99,58

Sumber: *Kudus Dalam Angka 2022*

b. Kondisi Perekonomian dan Mata Pencaharian Masyarakat Kabupaten Kudus

Sektor industri dan perdagangan menjadi sektor yang sangat memberikan dampak pada pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kudus, dimana sektor ini dapat menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi

yang signifikan terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto).PDRB masih digunakan sebagai alat untuk mengukur laju perkembangan ekonomi regional suatu wilayah.PDRB menunjukkan tingkat kegiatan ekonomi yang dicapai pada tahun tertentu. Dengan melihat perubahan nilai PDRB Kudus dari tahun ke tahun, baik atas dasar harga berlaku maupun harga konstan, maka akan diketahui tingkat pertumbuhannya. Kondisi perekonomian yang membaik ditunjukkan dengan pertumbuhan ekonomi yang positif. Sektor industrial menjadi focus utama yang memberikan pendapatan PDRB yang besar pada Kabupaten Kudus. Keadaan ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini..

Tabel 3

Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Kudus Tahun 2017-2021

	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	2,26	2,25	2,25	2,32	2,39
2	Pertambangan dan Penggalian	0,14	0,14	0,14	0,15	0,16
3	Industri Pengolahan	80,85	80,63	80,39	81,06	79,64
4	Pengadaan Listrik dan Gas	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
6	Konstruksi	3,36	3,48	3,54	3,23	3,61
7	Perdagangan Besar dan Kecil	5,40	5,43	5,48	5,16	5,57
8	Transportasi dan Pengudangan	1,03	1,04	1,08	0,86	0,95

9	Penyediaan Akomodasi	1,14	1,16	1,20	1,12	1,23
10	Informasi dan Komunikasi	0,60	0,64	0,67	0,79	0,88
11	Jasa Keuangan	1,80	1,78	1,73	1,81	1,97
12	Real Estet	0,54	0,55	0,55	0,54	0,57
13	Jasa Perusahaan	0,11	0,11	0,12	0,12	0,12
14	Administrasi Pemerintah	0,78	0,76	0,76	0,77	0,78
15	Jasa Pendidikan	1,07	1,10	1,14	1,13	1,16
16	Jasa Kesehatan	0,31	0,32	0,33	0,35	0,36
17	Jasa Lainnya	0,54	0,55	0,57	0,51	0,53
	Produk Domestik Regional Bruto	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber: *Kudus dalam Angka 2022*

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa perekonomian Kabupaten Kudus pada tahun 2017-2021 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) menurut lapangan usaha di Kabupaten Kudus diatas, sektor industri memiliki persentase pada distribusi PDRB sebesar 79,64 persen dan sektor perdagangan 5,47 persen dari 100 persen pendapatan PDRB Kabupaten Kudus. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Kudus berkonsentrasi untuk mengembangkan sector industri dan perdagangan. Disamping kontribusinya terhadap pendapatan PDRB Kabupaten Kudus, sektor industri dan perdagangan mampu memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Kudus. Informasi yang tercatat data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kudus, menunjukkan bahwa lebih dari 181 perusahaan besar yang dapat menyerap sekitar 216.890 tenaga kerja. Sementara itu, jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kudus mencapai 25.000 UMKM. Secara topografis, letak wilayah Kabupaten Kudus terbilang strategis, hal ini disebabkan karena

Kudus berada pada jalur persilangan ekonomi antar wilayah, menjadikan kota ini sebagai komunitas pertukaran publik yang memiliki portabilitas tinggi. Kabupaten Kudus terkenal dengan industri tembakau terbesar di Indonesia. Kehadiran perusahaan-perusahaan rokok tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat Kudus dalam pemenuhan lapangan pekerjaan. Namun saat ini sentra UMKM di Kabupaten Kudus berkembang secara paralel, dan kita lihat tidak kalah dengan industri tembakau. Kemajuan UMKM ini diawali dengan beragam, mulai makanan dan minuman hingga kopi kemudian ada border, jenang, batik, tas, dan gebyok.

Ini menunjukkan rata-rata masyarakat Kabupaten Kudus bekerja pada sektor sekunder yaitu pada sektor lapangan usaha Listrik, Gas dan Air, Industri dan Konstruksi yakni dengan total serapan tenaga kerja mencapai 434,745 Jiwa dari lapangan usaha yang tersedia. Sektor lain sebagai lapangan kerja yang kedua adalah sektor tersier yang mencakup Perdagangan Komunikasi dan Angkutan, Keuangan sebesar 323,930 Jiwa, kemudian sektor terakhir adalah sektor primer yang meliputi Pertanian, Pertambangan dan Penggalian dengan 93,768 Jiwa.

Tabel 4

Penduduk Usia 15 Tahun Keatas yang Bekerja Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Kudus Tahun 2021

Lapangan Usaha	Tenaga Kerja	Persentase
Sektor Primer	93,768 Jiwa	11
Sektor Sekunder	434,745 Jiwa	51
Sektor Tersier	323,930 Jiwa	38
Jumlah	852,443 Jiwa	100

Sumber: *Kudus dalam Tahun 2022, diolah.*

B. Profil Kelompok PUSAKA Kudus

1. Sejarah Berdirinya Kelompok PUSAKA

Kelompok PUSAKA Kudus atau Penggiat Usaha Satuan Karya merupakan sebuah organisasi atau kelompok masyarakat yang bergerak pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi wadah untuk para pelaku UMKM di Kabupaten Kudus dalam mengembangkan produk serta jaringannya. Penamaan PUSAKA memiliki makna sebagai kumpulan berbagai karya-karya dari berbagai bidang usaha seperti kuliner, kerajinan, budaya, pariwisata dan media yang disatukan dalam satu wadah yang memiliki misi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Kelompok PUSAKA terbentuk pada tanggal 12 Juni 2020 yang diketuai oleh Ibu Rubiyanti. Kelompok ini terbentuk dari hasil perkumpulan para pelaku UMKM, pariwisata, budaya dan media. Tujuan dari perkumpulan para penggiat usaha ini untuk membahas 2 perkara. *Pertama*, pembahasan keterpurukannya ekonomi masyarakat karena pandemi virus corona yang berdampak pada beberapa usaha gulung tikar karena susah akses keluar masuk barang dan pembatasan berskala besar-besaran. *Kedua*, pembahasan yang lain adalah banyaknya para pelaku UMKM yang belum matang dalam mempersiapkan usahanya, sehingga usahanya tidak berjalan semestinya. Adapun permasalahannya seperti konsep usaha yang kurang baik, marketing, manajemen usaha, modal dan SDM rendah. Dari hasil perkumpulan itulah membuahkan sebuah hasil, dibentuklah sebuah kelompok usaha yang bisa mewadahi dan membimbing para pelaku usaha untuk dapat berkembang dan membawa dampak baik pada perekonomian masyarakat (Wawancara dengan Ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Kelompok PUSAKA ini beralamatkan di Desa Pedawang, RT 04 RW 03 Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus. Awal terbentuknya kelompok ini memiliki 35 anggota yang terus meningkat hingga mencapai 130

anggota pada pertengahan tahun 2021 lalu, namun menurut Ibu Rubiyanti, setelah melakukan penyisiran tercatat hingga kini ada 90 anggota. Menurut beliau, penyisiran anggota kelompok tersebut difungsikan untuk menyaring anggota yang aktif dan tidak aktif. Sehingga mereka yang bergabung ini benar-benar pelaku usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan yang baik. Adapun 90 anggota tersebut berasal dari berbagai sektor usaha, seperti kerajinan, makanan dan minuman, pariwisata dan media. Media disini memiliki peran yang penting dalam membantu mempublikasikan usaha dan pembentukan pasar bagi para anggota PUSAKA. Selain itu, keseluruhan anggota kelompok PUSAKA tidak hanya berasal dari lingkup Kabupaten Kudus saja, ada beberapa anggota yang dari luar kota seperti dari Kabupaten Pati dan Jepara (Wawancara dengan Ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Gambar 2

Basecamp Kelompok PUSAKA



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

Basecamp kelompok PUSAKA terletak pada lokasi yang strategis jalur usaha, yakni jalur alternatif kecamatan. Hal ini memungkinkan untuk lebih mudah mengenalkan Kelompok PUSAKA ke masyarakat sekitar. *Basecamp* ini bertujuan sebagai tempat kumpul, diskusi, pelatihan serta sebagai tempat untuk men-*display*-kan hasil atau produk dari para pelaku usaha. Tempat *display* produk ini ditujukan ketika ada kunjungan dari

dinas maupun kelompok usaha lain, untuk membantu mengenalkan produk-produk dari kelompok PUSAKA kepada mereka. Dalam perekrutan serta pengelolaan kelompok, PUSAKA mengajak semua elemen masyarakat untuk bergabung atau berkontribusi secara langsung dalam pengembangan dan peningkatan perekonomian daerah. Selain itu, kelompok PUSAKA menjalin hubungan kerjasama dengan beberapa kelompok masyarakat hingga kedinasan seperti:

- a) Kelompok Agro Wisata Kopi Colo
- b) Kelompok UKM Petani Nanas Subang
- c) Kelompok Agro Wisata Menawan
- d) Pusat Oleh-Oleh Muria
- e) Pegadaian
- f) Bank Bukopin UMKM
- g) Dinas Pariwisata Kabupaten Kudus
- h) Media Online ISK (Informasi Seputar Kudus)

Adapun kerjasama yang dijalin oleh Kelompok PUSAKA ini melalui kesepakatan lisan antar kedua belah pihak yang mana didasarkan pada visi dan misi yang sama terkait pengembangan UMKM di Kabupaten Kudus.

Dalam melaksanakan visi dan misi, kelompok PUSAKA membentuk berbagai bidang dengan fokus tersendiri, namun tetap dalam pengembangan UMKM baik dari segi keahlian maupun perluasan jaringan pasar. Dalam melaksanakan program kerja tersebut, PUSAKA membentuk beberapa kelompok dari setiap sektor usaha, kemudian diberikan beberapa pengarahan dan pelatihan usaha. Sebagai wadah bagi para pelaku usaha, kelompok PUSAKA turut menyediakan lahan dan jaringan pasar, guna meningkatkan kualitas pemasaran dari setiap individu. Menurut Bu Rubiyanti hingga kini, kelompok PUSAKA sudah menjalin beberapa hubungan dengan kedinasan seperti Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Pariwisata, dan juga beberapa kelompok usaha lainnya dari berbagai

kota. Melalui kerjasama dalam membangun UMKM di Kabupaten Kudus ini diharapkan dari setiap individu dapat mengembangkan usahanya kearah yang lebih baik. (Wawancara dengan Ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Lebih lanjut, ketua kelompok PUSAKA menjelaskan bahwa kelompok Penggiat Satuan Karya Kabupaten Kudus ini telah berbadan hukum yang telah terdaftar di Kemenkumham sejak 24 Maret 2021 sebagai Perkumpulan Penggiat Usaha Satuan Karya dengan nomor transaksi 6021032433101649 serta memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) perkumpulan adalah 41.916.211.0-506.000, yang mana legalitas beroperasi dari Kelompok PUSAKA ini terjamin. (Wawancara dengan Ketua PUSAKA, 19 Juli 2022).

2. Visi dan Misi Kelompok PUSAKA

Visi

Mewujudkan UMKM dan Pariwisata yang Sehat, Kuat, Tangguh dan Mandiri untuk Berkontribusi dalam Perekonomian dan Ketahanan Pangan Nasional”

Misi

- a. Meningkatkan akses pembiayaan formal bagi UMKM dan Pariwisata.
- b. Membentuk jaringan nasional dan internasional bagi seluruh anggota meliputi UMKM dan Pariwisata.
- c. Pendampingan dan usulan terhadap kebijakan pemerintah yang kondusif, bagi perkembangan UMKM dan Pariwisata.
- d. Mengoordinasikan dan menyinergikan pelaku UMKM dan Pariwisata.
- e. Melakukan pembinaan dan pemberdayaan bagi pelaku UMKM dan Pariwisata.
- f. Monitoring dan evaluasi pelaksanaan program.

- g. Memberikan layanan informasi secara luas bagi pelaku UMKM dan Pariwisata.

3. Struktur Organisasi Kelompok PUSAKA

Kelompok PUSAKA Kudus merupakan kelompok usaha mandiri tanpa terikat kedinasan atau lembaga lainnya. Dalam kinerjanya pada pengembangan usaha masyarakat, dibentuklah struktur organisasi agar memudahkan dalam pelaksanaan tujuan kelompok, berikut struktur organisasi kelompok PUSAKA masa jabatan 2020-2023:

Pelindung	: H. Sudir Santoso, SH.
Penasehat	: H. Djumadi Subur, MM.
Pembina	: Umi Cahyaningrum, S.Pd. : Arif Budiyanto, S.T. : Sertu Sofyan Alfianto
Ketua	: Rubiyanti
Wakil Ketua	: Siswanto, SE.
Sekretaris	: Nur Alim, S.Pd.
Wakil Sekretaris	: Rafida Azzundani, SS.
Bendahara	: Nur eko haryanti
Wakil Bendahara	: Danintya Anindya Salsabila

Bidang dan Lembaga:

a) Bidang Organisasi dan Kode Etik

Ketua	: Musyarif Supriyanto, SE.
Anggota	: Noor Ahlis, S.Pd.I

Anggota : Antok Pujiharto

b) Bidang Hukum dan Perijinan

Ketua : Khoiril Anwar, SH.,MH.

Anggota : Sutopo, S.Pd.

Anggota : Jumadi

c) Bidang Humas dan Kemitraan

Ketua : Anshori

Anggota : Ahmad Amin

Anggota : Sesie Wulandari

d) Bidang SDM dan Diklat

Ketua : Taufiq, M.Pd.

Anggota : Ficky Fristian

Anggota : Satria

e) Lembaga pengembangan Kepariwisataaan

Ketua : H. Maskur, S.Pt.

Anggota : Arus Harhara

Anggota : Hasanudin

f) Lembaga UMKM dan Koprasi

Ketua : Sugiharto

Anggota : Dwi Wimay

Anggota : Mochlas

g) Lembaga IT dan Media Promosi

Ketua : Aris Sofianto

Anggota : Naim

Anggota : Faisal Fadli, S.Pd.

C. Profil Anggota Kelompok PUSAKA

Pada poin ini, penulis akan memberikan gambaran terkait profil usaha atau bisnis anggota yang tergabung dalam Kelompok PUSAKA sebagai salah satu obyek penelitian.

1) Nama Usaha : Waroeng Ndeso “Moro Miri”

Nama Pemilik : Sofiah

Bidang Usaha : Kuliner

Jumlah Karyawan : 5 Orang

Tahun Berdiri : 2010

Alamat : Desa Japan Rt 08 Rw 02, Kec. Dawe, Kab.Kudus.

Deskripsi Usaha :

Waroeng Ndeso “Moro Miri” merupakan tempat yang menyajikan berbagai makanan dan minuman khas pedesaan. Warung ini milik Ibu Sofiah, yang berlokasi di Desa Japan, Kecamatan Dawe. Usaha Ibu Sofiah sudah beroperasi sejak 2010 hingga sekarang. Warung ini menampilkan konsep ala-ala pedesaan di kaki Gunung Muria dengan menu makanan dan minuman yang khas seperti kopi colo, gehuk goreng, ketan, pecel pakis dan menu-menu pedesaan lainnya. Selain itu, Ibu Sofiah juga menjual kopi dalam bentuk dengan kemasan. Saat ini usaha warung “Moro Miri” ini hanya mengandalkan wisatawan yang berkunjung ke lereng Gunung Muria (Wawancara dengan pelaku usaha Bu Sofiah, 07 Maret 2022).

2) Nama Usaha : Olahan Kain Perca Bu Nana

Nama Pemilik : Nana Mariana

Bidang Usaha : *Craft* (Kerajinan)

Jumlah Karyawan : 4 Orang

Tahun Berdiri : 2013

Alamat :Desa Karangbener Rt 03 Rw 04,
Kec.Bae,Kab.Kudus.

Deskripsi Usaha :

Kerajinan kriya, kerajinan berbahan dasar kain perca adalah salah satu jenis usaha yang mengandalkan kreatifitas dan keahlian yang tinggi. Adapun hasil produknya seperti tas, dompet, dan penghias rumah, sebgaaian besar bahan bakunya berasal dari tekstil dari pabrik gaarmen. Usaha Ibu Nana ini sudah berjalan 10 Tahun, berawal dari banyaknya tumpukan kain-kain bekas atau perca dirumahn. Setlah itu, ia berinisiatif mengolah kain perca menjadi produk yang lebih bernilai.Kerajinan kriya kain perca ditangan Ibu Nana bisa menjadi dompet, taplak meja, serbet, aprondan lain-lain, dan sangat digemari pelanggan expo. Adapun untuk pasar dari usaha kain perca milik Bu Nana saat ini seputaran Kudus dan sekitarnya, menurutnya Bu Nana belum mampu untuk melakukan ekspansi pasar lebih luas lagi karena lemahnya jaringan pasar yang dimilikinya (Wawancara dengan pelaku usaha Bu Nana, 03 Maret 2022).

3) Nama Usaha : Usaha Kain Flanel

Nama Pemilik : Santi

Bidang Usaha : *Craft* (Kerajinan)

Jumlah Karyawan : 4 Orang

Tahun Berdiri : 2015

Alamat : Desa Gribig Rt 05 Rw 01, Kec. Kaliwungu,
Kab.Kudus.

Deskripsi Usaha :

Kerajinan kain flanel merupakan kerajinan yang berbahan dari kain flanel yang dimanfaatkan menjadi hiasan dan aksesoris seperti gantungan kunci, souvenir pernikahan, hiasan sepatu, brooch dan lain-lain. Kain Flanel sendiri merupakan kain yang memiliki ketebalan, tekstur dan warna yang beragam sehingga mudah untuk dikombinasikan dengan bahan lainya. Usaha Bu Santi ini sudah berjalan sejak 2015, yang sudah menghasilkan ribuan kerajinan. Menurut Bu Santi alasan memilih kain flannel sebagai bahan usaha kerajinanya adalah karena harga yang relative murah, tekstur kain mudah dibentuk serta mudah didapatkan. Adapun ketrampilan ini Bu Santi dapatkan secara otodidak dari ketidaksengajaan membuat hiasan dari sisa kain flannel yang ditemukan dirumahnya. Berkat keterampilan dalam memanfaatkan peluang dengan baik, sekarang usaha Bu Santi sudah menemukan pasarnya sendiri (Wawancara dengan pelaku usaha Bu Santi, 09 Maret 2022).

4) Nama Usaha : Kerajinan Karung Goni “Gon-Ku”

Nama Pemilik : Nunung Ervana

Kategori Usaha : *Craft* (Kerajinan)

Jumlah Karyawan : 5 Orang

Tahun Berdiri : 2015

Alamat : Desa Piji Rt 02 Rw 07, Kec. Dawe, Kab.Kudus.

Deskripsi Usaha:

Gon-Ku merupakan sebuah brand atau produk kerajinan tangan berbahan limbah karung goni. Kain goni adalah kain kasar yang digunakan untuk membuat tas dan karung, yang terbuat dari serat jute dari kulit batang pohon *fibre*. Karung goni yang biasanya

dimanfaatkan sebagai kantong atau karung, kini ditangan Pak Nunung diubah menjadi kerajinan tangan yang bernilai ekonomis. Adapun beberapa kerajinan yang biasa dibuat dari bahan goni ini seperti tas, tempat tisu, bantal, pajangan dinding, pajangan kaligrafi, dompet, peci dan figura siluet wajah. Berkat ketrampilan yang dimiliki oleh Pak Nunung, usaha ini mampu merambah banyak pasar bahkan se-tingkat nasional. Untuk kerajinan siluet wajah, biasanya Pak Nunung menerima pesanan siluet wajah dari berbagai tokoh nasional seperti Gus Dur, Ir. Soekarno, Jokowi dan tokoh-tokoh lainnya. Adapun untuk harga per-siluetya dibandrol Rp. 250.000-Rp. 350.000 tergantung tingkat kesulitan atau detail permintaan (Wawancara dengan pelaku usaha Bapak Nunung, 15 Maret 2022).

5) Nama Usaha : Stik *Godhong* Kersen

Nama Pemilik : Wulandari

Bidang Usaha : Kuliner

Jumlah Karyawan : 3 Orang

Tahun Berdiri : 2020

Alamat : Desa Karangbener Rt 04 Rw 08, Kec. Bae,
Kab.Kudus.

Deskripsi Usaha:

Cemilan stik merupakan salah satu jajanan yang terbuat dari adonan tepung yang dibentuk dan digoreng dalam waktu yang lama. Umumnya cemilan ini hanya berbahan tepung dan berbagai bumbu lainnya, tapi beda cerita ditangan Bu Wulandari, ia mengkreasikan adonan stik dengan daun pohon kersen. Adapun ide ini beliau dapat dari murid suaminya, yang membuat kreasi bakwan daun kersen. Dari situ Bu Wulan terinspirasi untuk membuat olahan lainnya yang tahan lama. Usaha ini sudah berjalan 2 tahun dan memiliki banyak peminat

karna kereasi uniknya. Omzet seminggu menurut Bu Wulan mencapai Rp 1,2 juta pada awal-awal perilisannya. Cemilan stik *godhong* kersen Bu Wulan memiliki beberapa varian rasa antara lain original, super pedas, balado dan jagung manis. Beliau mematok harga Rp 10.000,- per kemasan (Wawancara dengan pelaku usaha Bu Wulan, 11 Maret 2022).

Kelompok PUSAKA memiliki total anggota aktif sebanyak 90 orang. Tentunya ada begitu banyak macam jenis usaha dalam kelompok ini. Dalam kelompok PUSAKA ini, setiap individu yang bergabung dikelompok sesuai dengan fokus usahanya seperti: usaha berbasis kerajinan di kelompokkan dengan yang berbasis kerajinan, kuliner dengan kuliner dan seterusnya. Ada 4 bidang usaha dalam kelompok PUSAKA ini yakni: *craft* (kerajinan), *fashion*, kuliner dan *tour & travel*. Diketahui rata-rata usaha yang bergabung merupakan usaha yang termasuk dalam kategori usaha mikro. Dalam sesi wawancara dengan Bu Rubiyanti, beliau menegaskan perekrutan keanggota kelompok PUSAKA ini memang disasarkan bagi usaha-usaha mikro. Beliau menilai bahwa usaha mikro patut mendapatkan perhatian lebih terkait pengembangan usaha. Dalam penelitian ini, penulis hanya mengambil 5 pelaku usaha sebagai obyek penelitian seperti yang telah penulis paparkan diatas.

BAB IV

STRATEGI PENGEMBANGAN JARINGAN UMKM PADA KELOMPOK PUSAKA KUDUS

A. Metode Inkubasi Bisnis

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pembangunan negara, terutama dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Dengan demikian, sepatutnya pengembangan UMKM menjadi fokus utama untuk pertumbuhan ekonomi nasional. Pemberdayaan UMKM perlu dilakukan agar taraf kesejahteraan para pelaku usaha tersebut terjamin. Kelompok PUSAKA sebagai kelompok yang menaungi serta mewadahi para pelaku UMKM ini memiliki tujuan dalam memberikan kontribusinya pada perkembangan perekonomian.

Adapun dalam mewujudkan tujuan tersebut, tentunya dibutuhkan sebuah strategi atau cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam menjalankan program pengembangan UMKM, kelompok ini mengadopsi metode inkubator bisnis. Inkubator bisnis adalah metode pengembangan bisnis yang banyak digunakan, inkubator bisnis berorientasi pada pemberian dukungan dalam memulai suatu bisnis melalui konsultasi dan pendampingan usaha, penyediaan ruang usaha, penawaran infrastruktur administrasi dan inkubator bisnis ini juga memungkinkan disediakannya sebuah koneksi yang baik dengan sumber pendanaan (Marzaman, 2020). Program inkubasi usaha oleh kelompok PUSAKA ini dilaksanakan secara berkala dengan masa inkubasi selama 4 bulan. Adapun program inkubasi usaha ini sudah berjalan dua kali dalam satu periode sejak berdirinya kelompok PUSAKA, yakni pada bulan November-Januari 2021 inkubasi pertama dan inkubasi kedua pada bulan Juni 2021-September 2021. Sebagaimana yang diungkapkan oleh ketua bidang SDM dan diklat berikut ini :

“Jadi gini mas, program inkubasi ini kita laksanakan secara berkala. nah, setiap inkubasi itu kami laksanakan selama 4 bulan

masa inkubasi. Selama masa inkubasi itu mas, kita fokuskan pada pengajaran terkait manajemen, mindset, produk, izin usaha dan seterusnya. Gol kami nanti setelah inkubasi itu mas, para pelaku usaha ini nantinya paling enggak usahanya berkembanglah dari segi produk dan pemasaran” (Wawancara dengan ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA, 12 Mei 2022).

Hal demikian, sejalan dengan yang dijelaskan oleh *National Business Incubator Association* (NBIA) bahwa metode inkubasi bisnis sebagai proses pendukung bisnis yang dapat mempercepat pengembangan bisnis *start-up* dan dengan menyediakan berbagai sumber daya dan layanan kepada pengusaha (Marzaman, 2020). Sederhananya, adalah sebuah metode yang membantu mengarahkan sebuah usaha yang berskala kecil untuk bisa membentuk manajemen organisasi dan finansial yang baik.

Lebih lanjut, ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA mengatakan:

“Selama masa inkubasi itu mas, kita melakukan pendampingan dengan memberikan pelayanan, fasilitas dan konsultasi bisnis. Sehingga para pelaku usaha ini betah dan enggak mencla-mencle ngono mas” (Wawancara dengan ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA, 12 Mei 2022).

Selama masa inkubasi ini, menurut kepala bidang SDM dan diklat PUSAKA sebagai tempat pelaksanaan program tersebut dilaksanakan bukan hanya pada satu bangunan rumah seperti makna dari inkubasi yang mengumpulkan dalam satu tempat selama beberapa waktu, akan tetapi kelompok PUSAKA memiliki cara sendiri sehingga peserta inkubasi tidak merasa jenuh. Adapun tempat yang dilaksanakan program inkubasi tersebut bersifat fleksibel yakni bisa disalah satu rumah peserta, ditempat publik ataupun di *basecamp*PUSAKA.

Inkubasi bisnis merupakan salah satu metode yang dapat dikembangkan untuk lebih memberdayakan potensi yang dimiliki setiap pelaku usaha. Pengembangan usaha yang dilakukan kelompok PUSAKA dengan menggunakan metode inkubator bisnis ini difungsikan untuk menggali setiap potensi para pelaku UMKM dan berorientasi pada

terciptanya kemandirian usaha khususnya di Kabupaten Kudus. Dalam wawancara dengan Bapak Taufiq selaku ketua bidang SDM dan diklat, beliau mengatakan:

“Dalam pengembangan pelaku usaha ini mas, kami emang memfokuskan untuk menggali setiap potensi dari para pelaku usaha, kami arahkan, kami bimbing, ending nya nanti potensi yang dimiliki setiap usahawan bener-bener matang. Nantinya setiap pelaku usaha ini kami bimbing step by step melalui tahapan inkubasi, seperti pendataan dan maaping usaha, pendamping dan evaluasi pasar, seperti itu mas” (Wawancara dengan ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA, 12 Mei 2022).

Menurutnya, Pembinaan dengan menggunakan metode inkubasi ini dipercaya akan membantu para pelaku usaha untuk dapat mengembangkan usahanya melalui beberapa tahapan inkubasi yang akan didapatkan para pelaku usaha, sebagai berikut:

1. Pendataan Usaha

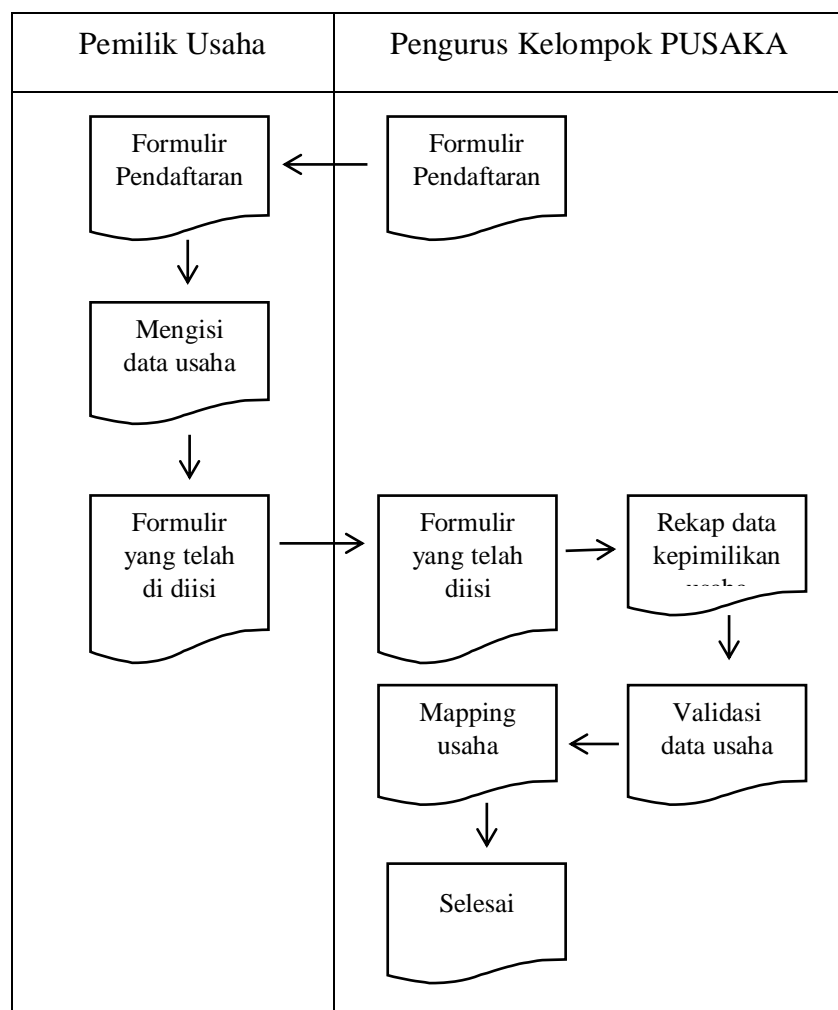
Tahapan awal dari inkubasi usaha mikro ini merupakan pendataan usaha. Pendataan usaha adalah suatu proses pencatatan keterangan usaha yang dimiliki setiap individu secara benar dan nyata sesuai dengan keadaan atau kondisi usaha tersebut. Dalam kelompok PUSAKA ini, pendataan dilakukan ketika seorang atau pelaku usaha pertamakali bergabung dengan kelompok ini. Setiap anggota diberikan formulir untuk diisi berdasarkan kondisi usahanya. Pencatatan data usaha ini akan didampingi oleh pengurus kelompok PUSAKA, pencatatan data usaha ini agar memudahkan pengurus kelompok PUSAKA untuk mengelompokkan pelaku usaha sesuai dengan bidang usahanya. Pencatatan ini ditujukan sebagai suatu bentukpendokumentasian atau arsip data yang memungkinkan dapat digunakan diwaktu yag akan datang. Selain berfungsi sebagai arsip kelompok usaha, pendataan ini juga akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya dalam inkubasi. Pendataan juga berfungsi untuk

memberikan gambaran potensi, pemetaan usaha dan mengetahui permasalahan UMKM.

Adapun alur pendataan anggota baru kelompok PUSAKA sebagai berikut:

Tabel 5

Alur Pendataan Anggota Baru



Sumber : Analisis Primer

Pencatatan tersebut meliputi nama usaha, nama pemilik, jenis usaha, alamat usaha, kendala usaha, jumlah pekerja, legalitas usaha, produk, omzet dan sebagainya. Pendataan yang dilakukan dalam kelompok PUSAKA ada dua jenis yakni konvensional dan *modern*.

Pendataan konvensional yakni pendataan yang masih menggunakan cara-cara tradisional dengan melakukan pencatatan di buku. Sedangkan *modern* merupakan pendataan yang dilakukan dengan menginput data yang sudah tersedia ke dalam komputer berbentuk file. Menurut Bu Rubiyanti selaku ketua kelompok PUSAKA, pendataan secara konvensional dibutuhkan ketika terjadi *human error* yang mana mengakibatkan hilangnya data dari komputer.

2. Mapping Potensi

Setelah dilakukannya pendataan usaha langkah selanjutnya yakni adalah *Mapping* potensi. *Mapping* usaha atau pemetaan usaha merupakan pengelompokan sebuah usaha berdasarkan kesamaan yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan usahanya seperti target pasar, produk, jenis usaha dan lainnya. Dalam kelompok PUSAKA, pemetaan usaha dilakukan dengan membagi dan mengelompokkan para pelaku usaha tersebut berdasarkan bidang usahanya seperti: kerajinan dengan kerajinan, kuliner dengan kuliner dan seterusnya. Pemetaan usaha ini harus mengikuti pedoman dan prosedur tertentu sesuai kebijakan kelompok PUSAKA agar dapat menghasilkan peta usaha yang baik. Sejalan dengan yang dikatakan ketua bidang SDM dan diklat bahwasanya

“...mapping usaha itu dilakukan terhadap satu pendamping, kudu siji-siji orak iso sekalian kabeh mas. Ngono iku biar mapping usaha iku sesuai karo usahane mas, ogak anggeran ada beberapa tahapan. Berarti mas, setiap pelaku usaha didatangi satu pendamping untuk dilakukannya pemetaan usaha” (Wawancara dengan ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA, 12 Mei 2022).

Lebih lanjut, beliau menjelaskan terkait bagaimana pemetaan usaha dilakukan dalam kelompok PUSAKA sebagai berikut:

“...sebelum pemetaan dilakukan kami harus mengetahui eh keuangane piye, pemasarane piye terus kemudian pemasuk bahan baku, cara luru bahan baku kepiye ono pemasuk e tah

ora dan seterusnya, tingkat kesulitane opo kendala-kendalane opo. Terus bagian produksi, proses produksine kepiye, mesin produksine kepiye sampe sak proses e sak hasil e itu masuk di pendataan kabeh” (Wawancara dengan ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA, 12 Mei 2022).

Dengan demikian, setiap pelaku usaha nantinya akan disurvei lokasi usahanya oleh salah satu pendamping dari kelompok PUSAKA. Menurut beliau, pemetaan usaha harus sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Selain itu, pengelompokan ini ditujukan untuk pengoptimalisasian potensi yang dimiliki dari setiap individu agar lebih maksimal dengan adanya pemetaan usaha. Secara umum proses pembuatan peta usaha oleh kelompok PUSAKA melibatkan beberapa langkah mulai dari pengambilan dan pengumpulan data hingga eksekusi data akhir. Langkah selanjutnya merupakan pengelompokan berdasarkan jenis usaha.

B. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pelaku Usaha

Sumber daya manusia (SDM) bukan sebagai sebuah alat produksi akan tetapi sebagai penggerak dan penentu keberlangsungan dari setiap proses dan aktivitas sebuah UMKM. SDM yang mempunyai memiliki andil dalam menentukan perkembangan sebuah UMKM. Dalam menjalankan sebuah usaha tentunya dibutuhkan pengetahuan, keahlian dan keterampilan dalam berbisnis. Hal ini tidak bisa didapatkan dengan instan, melalui beberapa proses kegiatan dan pengalaman yang kemudian membentuk karakter pebisnis yang baik. Kelompok PUSAKA berusaha untuk membantu para pelaku UMKM ini mendapatkan manfaat dari program inkubasi yang diterapkan sebagai berikut:

1. Pelatihan SWOT

SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) bertujuan untuk mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor dalam mengembangkan strategi pengembangan UMKM (Rangkuti, 2019). SWOT merupakan analisis yang mengintegrasikan internal UMKM

dan lingkungan eksternal, dengan mengembangkan pendekatan SWOT (Assauri, 2013). Sejalan dengan kutipan wawancara dengan pendamping kelompok PUSAKA,

“Analisis SWOT membantu pelaku usaha ini untuk lebih mengenali usahanya. Sejatinnya mas, usaha enggak akan berjalan optimal ketika orang tersebut tidak memahami usahanya. SWOT akan membantu mereka mengenal usahanya dari dalam dan luar.”(Wawancara dengan pendamping kelompok PUSAKA, 10 Mei 2022).

Dari pernyataan tersebut harus dibarengi dengan pemahaman yang didasarkan pada pola pikir untuk dapat memaksimalkan sebuah kekuatan dan peluang, sekaligus mengidentifikasi kelemahan dan ancaman bisnis mereka (Astuti, 2020). Pelatihan SWOT pada kelompok PUSAKA dilakukan dua kali selama periode 2021, dengan membagi dua kelompok. Kelompok-kelompok tersebut merupakan gabungan dari semua bidang usaha, karna pada dasarnya pelatihan SWOT dibutuhkan disetiap jenis usaha (Wawancara dengan pendamping kelompok PUSAKA, 10 Mei 2022).

Gambar 3

Pendampingan Pelatihan Analisis SWOT Kelompok PUSAKA



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

Pelatihan Analisis SWOT akan membantu mengetahui terkait dengan 4 hal tersebut sebagai berikut: *Pertama, strenght* (kekuatan)

akan membantu mengetahui terkait sumberdaya yang dimiliki usaha tersebut seperti: keunggulan produk, bahan baku melimpah, lokasi usaha, strategi pemasaran dan seterusnya. *Kedua, weakness* (kelemahan) akan membantu mengetahui kelemahan atau keterbatasan sumber daya yang ada pada usahanya seperti: kualitas produk rendah, kekurangan bahan baku, keterbatasan alat produksi dan lainnya. *Ketiga, opportunity* (peluang) akan membantu dalam melihat situasi utama yang menguntungkan bagi usahanya seperti: identifikasi pasar, lokasi strategis dan lainnya. *Keempat, threat* (ancaman) ini akan membantu mengetahui situasi utama yang tidak menguntungkan yang akan berpengaruh terhadap perkembangan usahanya seperti sulitnya pemasok bahan baku, perubahan teknologi dan peraturan atau regulasi yang berubah yang dapat mengancam keberlangsungan usaha.

Hal demikian, akan memberikan solusi permasalahan yang terjadi pada pelaku usaha. Sebagaimana yang dikatakan oleh pendamping inkubasi kelompok PUSAKA:

“Banyak diantara para pelaku UMKM mas, mereka itu tidak bisa kita sebut dalam kategori berbisnis, mereka hanya menjual dan membeli. Kenapa begitu, karna banyak diantara pelaku usaha tidak dapat menerapkan konsep bisnis dengan baik mereka hanya menjual terus keuntungannya dipake buat kulakan barang lagi gitu terus bahkan pengelolaan usahanya tercampur dengan kebutuhan sehari-hari. Sedangkan bisnis mas, adalah mereka yang sudah menetapkan pembukuan usaha, pengelolaan uang keluar-masuk, konsep dan produk jelas dan sebagainya. Nah, kami mau membantu pelaku usaha khususnya yang ada dikelompok PUSAKA ini untuk bisa berbisnis dengan baik bukan hanya jual dan beli” (Wawancara dengan pendamping kelompok PUSAKA, 10 Mei 2022).

Seperti yang dikatakan pendamping kelompok PUSAKA diatas, bahwa banyak diantara para pelaku usaha (anggota kelompok PUSAKA) tersebut hanya melakukan aktivitas jual-beli bukan berbisnis. Permasalahan lain yang ditemui pada pelaku usaha yang bergabung dengan kelompok PUSAKA adalah sikap *moh ribet* (tidak

mau susah). Seperti yang diutarakan Ibu Soffiah pemilik Warung Kopi, ketika diwawancarai peneliti terkait kendala pendampingan masa inkubasi sebagai berikut:

“Wah, ngelu mas. Boso inggris kabeh ogak mudeng aku awale mas. Tapi setelah ngikuti arahane Pak Taufiq, dijelasno arti mbi karep e opo. Suwe-suwe paham, tapi iseh rodo binggung mas. Jan-jane si ilmu iki apik kanggo usahaku hera mas, wong diajari ben paham bentuk usahane kepiye, produksine kepiye, tapi yo ngono iku. Wong dasare wong deso mas yo maklum”

(wah, pusing mas. Bahasa inggris semua jadi enggak paham pertama mas. Tapi setelah mengikuti arahan dari Pak Taufiq, dijelaskan arti dan maksudnya. Lama kelamaan paham, tapi masi bingung mas. Seharusnya si penting ilmunya ini baik buat usahaku mas, orang diajari biar mengerti usahanya bagaimana, produksinya bagaimana tapi ya begitu mas. Orang desa mas, ya maklum) (Wawancara dengan anggota kelompok PUSAKA, 07 Maret 2022).

Dalam hal ini, pelatihan analisis SWOT ini akan berfungsi untuk membantu menentukan strategi pemasaran dan mengetahui daya saing pasar. Berikut adalah strategi dirumuskan kelompok PUSAKA sebagai kelompok yang menjalankan inkubasi bisnis:

Tabel 6

Strategi Analisis SWOT Kelompok PUSAKA

NO	Strategi	<i>Out Put</i>
1.	<i>Strenght and Oppurtunity</i>	1. Melakukan kerjasama dengan berbagai instansi pemerintah Kab. Kudus seperti Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UKM, Pegadaian. 2. Membangun Kerjasama dengan bank Bukopin untuk pengurusan pendanaan bagi pelaku usaha 3. Menjalin hubungan dengan

		berbagai kelompok usaha lainya untuk peningkatan UMKM 4. Melakukan pendampingan produk, manajemen usaha, dan pendampingan pasar
2.	<i>Weekness and Oppurtunity</i>	1. Program kerja yang didukung CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) swasta 2. Mendampingi pelaku usaha berpotensi untuk mendapatkan pendanaan usaha dari CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)
3.	<i>Strenght and Threat</i>	1. Mengeluarkan regulasi yang mendukung program kerja inkubator 2. Memperkuat SDM
4.	<i>Weekness and Threat</i>	1. Melengkapi sarana dan prasarana yang menunjang pendampingan usaha 2. Menambah tenaga kompeten yang memiliki lisensi mentoring inkubasi bisnis 3. Memperkuat struktur inkubator

Sumber: *Analisis Primer*

Dari tabel diatas, dengan menggunakan strategi analisis SWOT tersebut akan membantu memudahkan jalannya inkubasi bisnis pada kelompok PUSAKA. Analisis SWOT ini akan membantu setiap pelaku usaha untuk dapat mengevaluasi lingkungan usahanya baik dari faktor internal maupun eksternal.

2. Pendampingan Usaha

Proses pendampingan usaha kelompok PUSAKA dilakukan setelah terkumpulnya data-data usaha dari setiap pelaku usaha, data tersebut meliputi kegiatan produksi, bahan baku, jaringan market dan kendala-kendala usaha. Data-data ini nantinya sebagai bahan dalam menentukan pendampingan seperti apa yang dibutuhkan pelaku usaha tersebut. Pendampingan ini termasuk didalamnya adalah pelatihan keterampilan dan keahlian usaha. Pelatihan bertujuan untuk mengembangkan kemampuan serta menambah pengetahuan bagi pelaku usaha, sehingga usahanya dapat berkembang dengan lebih cepat dan efektif. Dalam kelompok PUSAKA, pelatihan usaha yang akan didapatkan setiap anggota kelompok ini nantinya disesuaikan berdasarkan potensi yang mereka miliki. Sebagaimana yang dikatakan oleh ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA sebagai berikut :

“...pendampingan usaha ini kami lakukan sesuai dengan apa yang pelaku usaha itu butuhkan mas. Misal dia kurang dalam hal produksi, maka kami lakukan pendampingan pada produksi, biar produksi usahane meningkat, kami kasih saran dan trik. Terus, usaha ini enggak bisa caranya pembukuan usaha, manajemen usaha, kami dampingi kami ajari dan seterusnya. Intine mas, pendampingan yang kita lakukan iku emang bener sesuai mbi apa seng dibutuhke pelaku usaha” (Wawancara dengan ketua bidang SDM dan diklat PUSAKA, 12 Mei 2022).

Pelatihan sangat penting untuk mengasah imajinasi, kemampuanserta pengetahuan para pelaku UMKM dalam mengoperasikan bisnisnya. Kegiatan pelatihan pada dasarnya dilakukan untuk membawa perubahan perilaku bagi mereka yang mengikuti pelatihan. Perubahan perilaku yang dimaksud dapat terjadi dengan menambahkan informasi, keterampilan, berpikir dan perubahan perilaku.

Berikut merupakan beberapa pendampingan yang dilakukan oleh kelompok PUSAKA :

a. Identifikasi Peluang Usaha

Dalam pendampingan pembuatan manajemen usaha ini kelompok PUSAKA terlebih dahulu mengajak pelaku usaha agar mengidentifikasi peluang bisnis apa saja yang bisa di dapatkan dalam lingkungan usahanya. Identifikasi peluang bisnis akan membantu mengetahui secara akurat terkait berbagai macam faktor yang membantu pengembangan usaha dan mengetahui resiko-resiko usaha.

Dalam pendampingan ini, kelompok PUSAKA menggandeng beberapa tenaga ahli dari luar pengurus kelompok PUSAKA untuk memberikan pelatihan terkait identifikasi peluang usaha bagi pelaku usaha. Pelatihan tersebut baru dilaksanakan sekali pada 29 November 2020 dengan pendamping Bapak Jumadi Subur sebagai *trainer* UMKM di Kabupaten Kudus. Kerjasama ini diharapkan akan membantu meningkatkan SDM pada kelompok PUSAKA serta dapat diaplikasikan dalam setiap UMKM di kelompok Pusaka.

Gambar 4

Pelatihan Identifikasi Peluang Usaha



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

Adapun identifikasi peluang usaha, bisa dimulai dengan mencari ide produk atau jasa usaha baru. Ide tersebut bisa berasal dari kebutuhan, minat/kesenangan, memperhatikan pola tren yang adadan memperhatikan iklim usaha sekitar. Setelah menemukan ide yang akan diterapkan dalam bisnisnya, tahap selanjutnya adalah melakukan sebuah studi kelayakan bisnis guna menilai apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan atau tidak, hal ini bisa dilihat dari berbagai perspektif, sebagai berikut:

1) Studi Manajemen

Kelompok PUSAKA beranggapan bahwa usaha akan berkembang ketika seorang pelaku usaha tersebut mampu mengelola dan melakukan perencanaan yang baik pada usahanya (Wawancara dengan Ketua PUSAKA, 10 Februari 2022). Manajemen adalah mengatur segala bentuk kegiatan usaha mulai dari perencanaan, pengelolaan barang baku, produksi, pekerja untuk mencapai tujuan. Perencanaan usaha sebagai “*controlling tools*” yakni mengontrol agar usaha tersebut sesuai dengan *line* atau konsep usaha yang dirancang. Manajemen usaha sangatlah dibutuhkan bagi setiap usaha, perencanaan terkait kendala dan peluang usaha akan membantu perkembangan setiap usaha. Perencanaanya tersebut mencakup bagaimana siapa yang akan menanganibisnis tersebut, bagaimana SDM berkerja dalam bisnis tersebut. Dalam memilih SDM juga perlu diperhatikan, apakah setiap jenis perkerjaan disesuaikan dengan kemampuanyang dimiliki setiap karyawan atau semua bidang ilmu dapat dibebankan pada karyawan. Jelas, semakin tinggi tingkatpendidikan seorang karyawan, semakin tinggi juga kompensasinya. Hal ini

perlu di perhitungkan semua, sehingga usaha tersebut dapat bertahan lama.

2) Studi Pasar

Studi pasar mencakup studi terkait dengan pelanggan. Pelanggan adalah pasar objektif untuk produk atau jasa yang dioperasikan, apakah unit bisnis yang melayani tujuan produk atau jasa yang dioperasikan hanya melayani sub area tertentu atau semua sub. Apakah anda menyediakan layanan untuk area tersebut. Ini adalah hal yang sangat perlu diketahui sebelum terjun ke pasar.

3) Studi Modal

Kajian permodalan mencakup darimana sumber keuangan perusahaan berasal. Apakah pemilik modal 100%, apakah itu hutang (bank, pihak lain), atau suatu bentuk kerjasama dengan pihak lain. Hampir sama dengan modal yang digunakan oleh suatu perusahaan, baik modal besar, menengah maupun kecil yang dibutuhkan. Setelah mengetahui modal yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha, langkah selanjutnya adalah menentukan apakah modal tersebut cukup dari modal pemilik atau perlu meminjam dari pihak lain.

4) Studi Persaingan

Studi terkait persaingan di pasar usaha mencakup analisis kompetitor yang beroperasi di area bisnis yang sama. Studi persaingan dapat dilakukan dengan melihat secara langsung kondisi lingkungan usaha, apakah mendukung untuk mendirikan usaha di tempat tersebut atau sebaliknya. Hal ini juga bisa melihat terkait produk

kompetitornya dari segi kekurangan dan keunggulan produk.

b. Pembukuan Laporan Keuangan

Akuntansi bisnis memiliki peranan penting untuk membuat kemajuan bisnis bagi pemilik bisnis, manajer dan karyawan. Data pembukuan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan ekonomi dalam manajemen bisnis. Akuntansi bisnis ini membantu menggabungkan laporan keuangan bisnis. Laporan keuangan adalah catatan data keuangan untuk suatu periode pembukuan yang menggambarkan kinerja suatu perusahaan. Pelaporan keuangan sangat berharga bagi bank, pemberi pinjaman, pemilik dan individu yang terlibat dalam menganalisis dan menjelaskan kinerja dan kondisi keuangan suatu perusahaan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2009).

Menurut kelompok PUSAKA, tujuan akuntansi atas laporan keuangan adalah menyediakan data yang berkaitan dengan posisi keuangan, hasil operasi dan laporan arus kas. Setelah itu, para pelaku usaha ini akan menyusun semua informasi dalam laporan bisnis mereka, mulai dari catatan keuangan hingga, laba rugi dan laporan arus kas masuk dan keluar. Kelompok PUSAKA nantinya akan membantu setiap pelaku usahanya untuk menulis laporan keuangan usahanya masing-masing (Wawancara dengan ketua PUSAKA, 23 Mei 2022).

c. Pendampingan Produksi

Setiap pelaku usaha memerlukan kegiatan produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dan mengiklankannya kepada pembeli mereka. Dalam pendampingan ini kelompok PUSAKA sebagai inkubator akan membantu para peserta inkubasi ini agar mampu meningkatkan produksinya baik dari segi kuantitas dan kualitas.

Sebagaimana yang dikatakan Ketua PUSAKA Kudus, sebagai berikut:

“Kami bantu dampingi setiap anggota kami dalam peningkatan produk mereka mas, kami sediakan bukan hanya materi saja saat inkubasi ini mas, kami juga akan bantu dari segi kebutuhan dan kekurangan peralatan produksi. Kita data semua nya dlu mas, usaha ini produksinya kurang apa, misal kurang alat produksi kita nanti carikan solusi kedepanya” (Wawancara dengan Ketua PUSAKA, 23 Mei 2022).

Selain membantu menyediakan peralatan yang dibutuhkan dalam pengembangan produk, kelompok PUSAKA memberikan beberapa pelatihan yang difungsikan agar menaikkan kualitas dan kuantitas produk, sebagai berikut:

1) Pelatihan Foto dan *Packaging* Produk

Dalam dunia bisnis sekarang, kebutuhan akan produk yang ciamik sangat berpengaruh dimata konsumen. Produk dengan foto, iklan dan kemasan yang bagus akan membantu dalam meningkatkan minat pembeli. Kelompok PUSAKA menggandeng beberapa fotografer yang ahli dalam pemotretan produk untuk memberikan cara dan tips yang perlu dilakukan saat pemotretan produk. Mulai dari tata letak obyek foto, *background*, pencahayaan dan editing foto.

Gambar 5

Kegiatan Fotografi Produk



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

2) Pembuatan Logo Usaha

Dalam pendampingan inkubasi ini, setiap usaha yang tergabung dalam program inkubasi PUSAKA ini diwajibkan untuk memiliki logo atau *branding* usaha. Logo disini difungsikan untuk membantu mengenali setiap produk yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, kegunaan logo juga bisa menjadi bentuk gambaran atau filosofi dari usaha yang ingin dibangun. Logo akan menjadi ciri dan karakter dari perusahaan.

3) Pelatihan Pembuatan Ijin Usaha

Sejalan dengan produktivitas yang meningkat, maka dibutuhkan legalitas yang jelas pada usahanya agar operasional usaha berjalan dengan baik. Akan tetapi, banyak para pelaku usaha yang mengesampingkan hal tersebut. Mereka beranggapan bahwa perizinan tersebut hanya berlaku untuk perusahaan yang sudah beroperasi secara besar-besaran. Demikian pula, masih banyak yang merasabingung dan memberatkan untuk mendapatkan izin usaha untuk mengoperasikan usahanya. Menurut pembina kelompok PUSAKA, beliau mengatakan terkait kemudahan akses pembuatan surat izin, sebagai berikut:

“Dipermudah sekali mas, bisa bikin sendiri dirumah, paling 30 menit sudah jadi mas. lewat OSS.co.id nanti keluar surat izinnya NIB” (Wawancara dengan pembina PUSAKA, 17 April 2022).

Kemudahan akses perizinan yang diberikan pemerintah ini sepatutnya dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku usaha. Sebagian besar manfaat izin usaha UMKM: 1) UMKM terjamin kepastian hukumnya. Dengan memperoleh izin beroperasi, perusahaan dapat menjalankan fungsi usahanya dengan aman dan tenang. Tanpa perlu merasa cemas terhadap ancaman dari pihak luar. Seperti penertiban usaha. 2) Mempermudah dalam membangun usaha. misalnya, perlu bekerjasama dengan pengusaha yang lain. 3) Membantu mempromosikan pemasaran perusahaan. Dengan adanya izin usaha, sebuah usaha akan memiliki kebebasan dalam melakukan ekspansi produknya baik ditingkat nasional maupun internasional, termasuk juga impor dan ekspor produk. 4) akses keuangan yang lebih mudah. Jika sudah memiliki izin usaha, akan dapat dengan mudah meminjam uang ke perbankan. Hal ini akan membantu dari pengembangan usahanya. 5) Mendapatkan dukungan dari pemerintah. Pemerintah akan turut hadir dalam memberikan pelatihan dan pendampingan usahaseperti *workshop*, seminar maupun pendampingan langsung ke area bisnis (Kusmanto, 2019).

Dalam pendampingan ini, kelompok PUSAKA akan mengajari bagaimana cara membuat perizinan usaha. Saat ini, perizinan yang dapat dibantu buat hanya NIB (Normor Induk Berusaha). Sedangkan untuk perizinan PIRT, Halal, BPOM dan sebagainya kelompok PUSAKA hanya membantu sebatas mengarahkan saja. Jadi setiap

pelaku usaha yang ingin mendapatkan izin usahanya nanti diarahkan bagaimana langkah-langkahnya apa saja yang dibutuhkan dan kemana surat-surat atau dokumen-dokumen usaha tersebut ditujukan.

C. Segmentasi Pasar

Setelah semua proses dari pendataan, *mapping* dan pendampingan. Proses akhir dari pendampingan inkubasi bisnis ini adalah segmentasi pasar. Segmentasi pada hakikatnya merupakan pembagian kelompok-kelompok pembeli yang berbeda berdasarkan kebutuhan dan karakteristik. Setelah melakukan evaluasi permasalahan ataupun kendala yang dimiliki oleh setiap anggota usahanya, kelompok PUSAKA melakukan segmentasi pasar. Segmentasi yang dilakukan kelompok PUSAKA ini berdasarkan kebutuhan apa yang sedang dibutuhkan dipasaran. Segmentasi pasar sangat diperlukan mengingat di dalam sebuah pasar tentunya terdapat pembeli yang beragam dengan berbagai kebutuhan dan kesukaannya. Dengan melakukan segmentasi tersebut, aktivitas pemasaran akan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki akan lebih efektif dan efisien. Pada dasarnya perusahaan besar akan membidik pangsa pasar dengan volume transaksi yang besar, sementara perusahaan kecil akan menghindari pangsa pasar yang besar, terbatasnya sumberdaya yang dimiliki dan jumlah pesaing yang lebih besar (Agustini, 2010).

Kelompok PUSAKA akan membagi dan mengelompokkan pelaku usaha yang tergabung dalam anggotanya untuk dilakukan segmentasi pasar dengan melihat produk dan peluang pasar seperti apa yang akan didapatkan. Setelah itu, pelaku usaha ini nantinya bebas untuk melakukan terobosan-terobosan baru pada produknya. Kegunaan kegiatan segmentasi pasar sebelum pelaku usaha terjun adalah bentuk antisipasi dari kegagalan menangkap dan menganalisis peluang usaha yang berakibat pada bangkrutnya sebuah usaha tersebut. Dalam hal ini kegunaan segmentasi pasar menurut Sudrartono (2019) sebagai berikut:

1. Mendapatkan tempat bersaing yang lebih unggul untuk produk yang tersedia saat ini.
2. Mendapatkan tempat yang lebih strategis pada pangsa pasar yang terbatas.
3. Identifikasi peluang pasar yang menunjukkan suatu kesempatan untuk kemajuan produk baru.
4. Identifikasi kebutuhan pembeli baru yang potensial.

Dalam hal tersebut, kelompok PUSAKA ingin menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku usahanya. Hal tersebut bisa diraih dengan menjalin hubungan dengan berbagai kalangan dan pihak yang berpotensi pada pengembangan perluasan pasar. Berikut beberapa hubungan yang pernah dijalin dengan beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Kerjasama dengan Bukopin.

Kerjasama ini membahas terkait Bazar UMKM yang akan disuport oleh Bukopin UMKM. Acara tersebut berlokasi di Gedung Bank Bukopin Kudus, Acara tersebut juga dihadiri oleh Bupati Kabupaten Kudus Bapak Hartopo.

Gambar 6

Bazar dengan BUKOPIN UMKM



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

2. Kerjasama Pariwisata Kota Kudus.

Kerjasama ini dalam agenda event pasar “*Krempeyeng*” kata tersebut berasal dari bahasa Jawa yang memiliki makna “sebentar”. Acara tersebut berlangsung pada 14 Oktober 2020, berlokasi di Taman Sardi Kudus. Kegiatan ini ditujukan untuk mengumpulkan semua pelaku UMKM-UKM-IKM pada satu tempat dengan memamerkan hasil produk usahanya.

Gambar 7

Event Pasar *Krempeyeng*



Sumber: *Dokumentasi Pusaka Kudus*

3. Kerjasama dengan Agrowisata Menawan, Kudus

Kerjasama ini untuk membangun hubungan pada sektor agrowisata khususnya di Kabupaten Kudus.

Gambar 8

Dokumentasi Kerjasama Argobisnis



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

Hubungan yang dijalin oleh kelompok PUSAKA ini nantinya diharapkan dapat membantu setiap anggotanya dalam perkembangan usahanya. Melalui segmentasi tersebut pelaku usaha dapat mengetahui potensi atau peluang yang mungkin bisa didapatkan. Inti dari pendampingan pelaku usaha ini adalah agar menciptakan kemandirian, keberanian dan kecakapan dalam dunia bisnis.

BAB V
EFEKTIVITAS PENGEMBANGAN JARINGAN UMKM OLEH
KELOMPOK PUSAKA KUDUS

**A. Efektivitas Pengembangan Jaringan UMKM Oleh Kelompok PUSAKA
Kudus**

Istilah efektivitas oleh Berelson (dalam Handayani, 1992) dimaknai sebagai penilaian terhadap tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektivitas adalah suatu kegiatan yang menggambarkan seberapa jauh tujuan dapat tercapai baik secara kuantitas maupun kualitas. Semakin besar persentase dari tujuan tersebut tercapai, maka semakin tinggi tingkat efektivitasnya (Irawan, 2020). Gibson (1984) mengungkapkan bahwa tolok ukur efektivitas dapat dilihat pada lima aspek pokok yakni: 1. Produksi: berdasar pada ukuran *output* utama yang dihasilkan dalam sebuah kelompok baik menyangkut jumlah, maupun kualitas keluaran yang dibutuhkan. 2. Efisiensi: berkaitan dengan ukuran pemanfaatan sumberdaya yang dimiliki dalam suatu kelompok. 3. Kepuasan: berkaitan dengan kinerja dalam mencukupi kebutuhan anggotanya. 4. Adaptasi: yakni sebuah kelompok mampu mengatasi dan bertahan terhadap perubahan internal dan eksternal. 5. Pengembangan: proses meningkatkan kapasitas dan potensi suatu kelompok dalam menghadapi berbagai macam kondisi.

1. Produksi

Produksi menjadi salah satu tolok ukur efektivitas yang berdasar pada ukuran *output* utama yang dihasilkan oleh suatu kelompok. Skala produksi mencakup; laba, penjualan, pangsa pasar, dokumen yang diproses, mitra yang disediakan dan lain-lain. Ini terkait langsung dengan pembeli dan mitra bisnis yang terkena dampak. Konsep produksi mengasumsikan bahwa produksi merupakan proses dimana *input* diubah *output*, yang meningkatkan nilai barang. Kombinasi faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses manufaktur membuatnya sangat penting

untuk menjalankan proses tersebut secara lebih efisien dan menghasilkan produk berkualitas tinggi (Gibson, 1984).

Mengacu pada hasil observasi dan wawancara yang ditemui di lapangan, dalam aspek produksi pada program pengembangan usaha oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus. Pertama, dengan adanya program pengembangan usaha, produktivitas telah berjalan dengan baik dari segi kualitas dan segi kuantitas. Terkait dengan pemasaran usaha, kelompok PUSAKA hingga sekarang ini telah menunjukkan peningkatan, temuan ini nampak dari ketersediaan pasar di Kabupaten Kudus yang akan mendukung dalam peningkatan usaha mereka. Hanya saja masih menjadi permasalahan ialah penggunaan layanan kredit masih sangat rendah, sehingga menjadi salah satu penyebab peningkatan produksi tidak berjalan sesuai harapan jika dibandingkan dengan apa yang seharusnya terjadi.

Kedua, perwujudan dari pedoman Standar Operasional Pelayanan (SOP) yang ditentukan oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus padapelaksanaan program kerja pengembangan usaha. Berdasarkan temuan peneliti dilapangan, demi kelancaran program pengembangan usaha diperlukan pemenuhan sebuah aturan seperti perizinan usaha. Dalam hal ini kelompok PUSAKA membantu para anggotanya untuk dapat memenuhi SOP ini, PUSAKA memberikan pelayanan seoptimal mungkin supaya para pelaku usaha yang tergabung didalamnya dapat bekerja dengan optimal. Sebagaimana yang diungkapkan oleh ketua PUSAKA berikut ini:

“Kami setiap satu bulan sekali ada pertemuan khusus, pertemuan rutin ya, dari pengurus, untuk apa, untuk mensinergikan, jadi kita mempunyai program kerja di mana kita insyaa Allah akan mengupayakan untuk mencukupi kebutuhan anggota, kita memang harus komunikasi dengan BALATKOP, kerjasama dengan bidang perijinan bagi pelaku UKM terutama ijin dagang, PIRT, dan sertifikasi halal, terus nanti ada juga yang mengacu ke agar menuju ke SNI tuh apa ya, atau hak paten yang berkaitan dengan kementerian perdagangan tetep diperijinan tapi naik kelas, misal PIRT ini ke halal, terus halal ke BPOM gitu, apa itu ya, peningkatan produk” (Wawancara dengan ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Ketiga, dengan dilaksanakannya sebuah program pengembangan usaha mikro kecil yang dijalankan oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus membantu meningkatkan usaha pelaku UMK yang tergabung di dalamnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus PUSAKA mereka menyatakan bahwa pelaku usaha bekerjasama dengan Bank Kabupaten Kudus untuk memperoleh bantuan permodalan. Hanya saja untuk mendapatkan bantuan modal cukup sulit, maka PUSAKA dan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi serta UMKM Kabupaten Kudus berusaha semaksimal mungkin dalam membantu para pelaku usaha supaya memperoleh bantuan modal secara merata.

2. Efisiensi

Efisiensi merupakan kriteria efektivitas pengembangan usaha yang berkaitan pada pemanfaatan sumberdaya yang dimiliki oleh suatu kelompok. Efisiensi adalah proporsi antara *output* dan *input*. Konsep efisiensi lahir dari konsep ekonomi yang sangat mendasar. Bagaimanapun, gagasan tentang efisiensi dapat diartikan menurut sudut pandang dan landasan yang berbeda. Pada umumnya, efisiensi mengacu pada gagasan melalui pencapaian hasil dengan cara memanfaatkan sumberdaya yang ada secara maksimal.

Berdasarkan pada temuan penelitian ini, penerapan efisiensi dalam melaksanakan program pengembangan mikro kecil oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus ini tidak sepenuhnya berjalan sebagaimana yang diharapkan. Dalam hal pemanfaatan sumberdaya manusia boleh dikatakan belum optimal, ini disebabkan oleh keterbatasan jumlah pengurus kelompok PUSAKA yang menangani usaha mikro kecil, padahal tidak sedikit UMKM yang harus didata dan dilakukan pendampingan. Pada pemanfaatan material dan finansial sudah sesuai dengan program pengembangan usaha kelompok PUSAKA yang mana dari segi penggunaan waktu bisa sudah cukup efisien terutama dalam hal

mengurusdokumen-dokumen usahaguna memperoleh izin usaha, modal usaha serta pendampingan usaha.

3. Kepuasan

Kepuasan merupakan kriteria efektivitas pengembangan usaha yang berkaitan dengan kinerja dalam memenuhi setiap kebutuhan anggotanya. Proporsi dari kepuasan mencakup sikap anggota, kelambanan, keluhan, kesejahteraan, dan sebagainya. Kepuasan adalah perasaan puas atau ketidakpuasan yang muncul dari setiap individu terhadap ekspektasi yang diberikan pada kinerja (hasil) dari suatu aktivitas. Menurut Kotler (2006) kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan persepsi atau kesan yang diharapkan. Anggota kelompok tidak puas, ketika kinerja tidak sesuai harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, anggota kelompok akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, anggota kelompok akan sangat puas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, kepuasan yang diberikan oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus kepada pelaku usaha mikro kecil yang tergabung di dalamnya dapat dikatakan sudah cukup baik, baik dari segi pendampingan pembuatan izin usaha, menerima pembinaan dan pelatihan, serta cara untuk mendapatkan modal usaha yang difasilitasi oleh PUSAKA dengan menggandeng Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus.

4. Adaptasi

Adaptasi menjadi tolok ukur efektivitas yang menuju pada tingkat dimana sebuah kelompok mampu mengatasi dan bertahan terhadap perubahan internal dan eksternal. Perubahan internal berupa ketidakefisienan, ketidakpuasandan sejenisnya. Sedangkan, perubahan-perubahan eksternal meliputi competitor dagang, keinginan individu, kualitas barang dan sejenisnya. Gibson (1984) mengungkapkan bahwa kemampuan adaptasi adalah kemampuan kelompok dalam membuat perubahan yang sesuai dengan tuntutan kondisi. Berdasarkan hasil temuan penelitian mengenai indikator adaptasi dalam pelaksanaan program

pengembangan UMKM oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus terbilang cukup baik, seperti halnya dalam pemberian pelatihan dan pembinaan pada para pelaku usaha, dalam berbagi informasi terkait pangsa pasar, pengurusan dokumen-dokumen usaha, perizinan dan bantuan terhadap akses permodalan usaha. Kelompok PUSAKA berusaha semaksimal mungkin memberikan informasi terkait program bantuan permodalan dari pemerintah, baik secara personal maupun dalam bentuk pelatihan..

5. Pengembangan

Pengembangan mengacu pada proses meningkatkan kapasitas dan potensi suatu kelompok dalam menghadapi berbagai macam kondisi. Pengembangan adalah suatu kegiatan edukatif baik formal ataupun nonformal yang dilakukan secara sengaja, tersusun, terkordinasi, dan penuh dengan tanggungjawab sebagai upaya memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu konsep dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta *skill* yang dimiliki para pelaku usaha sebagai bekal untuk meningkatkan, mengembangkan diri secara optimal.

Berdasarkan temuan penelitian, kemampuan SDM yang ada pada kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus dalam mengembangkan usaha sudah cukup optimal karena dari segi pendidikan formal maupun keterampilan para pengurusnya sudah cukup mumpuni. Yang menjadi permasalahan adalah SDM dari para pelaku usaha yang tergabung dalam PUSAKA. Keterbatasan SDM para pelaku usaha di Kabupaten Kudus baik dari segi pendidikan formal ataupun wawasan dan keterampilan memiliki pengaruh yang besar pada hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan usaha yang menyebabkan usaha tersebut susah untuk berkembang secara maksimal. Akan tetapi dalam hal ini kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus tetap berusaha semaksimal mungkin untuk terus melakukan

pembinaan dan pelatihan dengan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh ketua PUSAKA sebagai berikut:

“Pelatihan kemarin pembukuan sederhana, jadi tahu kan kita hutangnya berapa, piutangnya berapa, bagaimana menentukan harga pokok produksi gitu, kemudian pelatihan-pelatihan bikin ini apa rempah instan. Diseleksi kira-kira kebutuhan pasar apa, sesuai kebutuhan, jadi kemarin inikan baru rempah jadi kita ajarkan mengolah rempah menjadi minuman instan. Jadi ketika jahe merah dikeringkan dibikin serbuk kan lebih bisa awet, juga harganya kan naik lagi kan (Wawancara dengan ketua PUSAKA Kudus, 10 Februari 2022).

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa PUSAKA sebagai kelompok yang mewadahi para pelaku usaha mikro kecil melakukan upaya berupa pelatihan, baik pelatihan yang berhubungan dengan manajemen usaha, maupun pelatihan keterampilan dalam mengolah makanan. Dengan pelatihan berupa pengetahuan dan keterampilan tersebut diharapkan manajemen pengelolaan usaha mereka dapat berjalan dengan optimal.

Gambar 9

Pelatihan Keterampilan Mengolah Makanan



Sumber: *Dokumentasi Pusaka Kudus*

Sebelum melakukan pelatihan dengan para pelaku usaha, yang tidak kalah penting adalah dengan memberikan penguatan skill pada

pengurus PUSAKA supaya dapat menyalurkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki pada UKM yang tergabung di dalamnya:

“Terus penguatan skill itu kemarin dari pengurus kita kerja bareng dengan BALATKOP (Balai Pelatihan Koperasi) Jawa Tengah, ya jadi gini, dari pengurus itu kan pengurusnya harus pinter sek to mas, jadi yang diajari pelatihan pengurus dulu kan, pelatihan dari pengurus kerja bareng dengan balatkop Jawa Tengah untuk penguatan skill dan SDMnya. Terus ada lagi mas kemarin untuk umkm, bagaimana caranya menjadi umkm tangguh, jadi kan kita undang trainer yaa, jadi itu untuk pengurus mas” (Wawancara dengan ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Tujuan diadakannya penguatan skill pengurus PUSAKA sebagaimana yang telah Bu Rubiyanti sampaikan tentunya untuk bekal pengetahuan dan keterampilan supaya lebih optimal dalam penyaluran pengetahuan pada para pelaku usaha. Berikut merupakan dokumentasi dari program pelatihan manajemen operasional dan SDM yang diisi oleh Kepala BALATKOP Jawa Tengah, Bapak Hatta Hatnansya, SSTP, M Si.

Gambar 10

Pelatihan Manajemen Operasional dan SDM



Sumber: *Dokumentasi Pusaka Kudus*

Lebih lanjut Ketua PUSAKA Kabupaten Kudus mengungkapkan bahwa dalam upaya pengembangan usaha selain pelatihan dan penguatan *skill* juga ada program yang mereka namai NGOPREK (Ngobrolin Program Ekonomi Kreatif):

“Kemudian kita juga kegiatannya ada yang namanya NGOPREK (ngobrolin program ekonomi kreatif), jadi produk-produk yang unik itu ini jadi kita mediakan mas kemudian kita upload ke youtube, setidaknya orang yang tidak tau kan akhirnya tau, nah ini juga akhirnya meningkatkan pengunjung juga, misalnya sego kinco, nah orang kan pengen tahu sego kinco itu apasih, padahal kinco sendiri itukan dari isi perut bandeng ya, terus sup balungan, bakso kopi, roti sehat. Ada juga pelatihan foto produk, jadi itu peningkatan juga ya peningkatan peningkatan ini pelatihan foto produk (Wawancara dengan ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa dalam program NGOPREK selain membahas mengenai produk-produk UKM juga membuat konten yang kemudian dipublikasikan pada beberapa media sosial seperti youtube dan instagram.

Gambar 11

NGOPREK (Ngobrolin Program Ekonomi Kreatif) dengan Pelaku UKM



Sumber: *Dokumentasi Pusaka Kudus*

Program pengembangan berupa pembinaan dan pelatihan dilaksanakan oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus ini sangat bermanfaat sebagai bekal ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan usaha. Pembinaan dan pelatihan yang dilakukan oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus sebagaimana yang telah penulis paparkan di atas adalah wujud pemberdayaan untuk memotivasi dan mendorong para pelaku usaha yang tergabung di dalamnya untuk mengasah *skill* yang mereka miliki serta dapat mengembangkan usaha secara optimal.

B. Implikasi Teori James Coleman terhadap Pengembangan Jaringan Modal Sosial

1. Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan UMKM di Kelompok PUSAKA

Modal sosial mempunyai karakteristik yang kuat dan terbukti dapat mengontrol kekuatan masyarakat serta mampu menjadi dasar masyarakat dalam memecahkan sebuah permasalahan yang terjadi di masyarakat tersebut. Modal sosial sebagai energi pembangunan mendorong keberhasilan untuk setiap individu sebab mampu mendorong masyarakat secara bebas memiliki pilihan guna mewujudkan tujuan bersama. Modal sosial memiliki pola timbal-balik yang menguntungkan satu sama lain yang dibangun di atas kepercayaan (*trust*), kemudian dijunjung tinggi oleh praktik serta nilai-nilai normal yang positif. Kekuatan ini akan menjadi besar jika dikombinasikan dengan jiwa proaktif untuk membangun koneksi pada prinsip-prinsip sosial diatas. Modal sosial jika dikelola dengan tepat dan akurat akan membawa pada pemberdayaan masyarakat. Dalam kajian ini, modal sosial diharapkan dapat membantu kemajuan pengembangan jaringan UMKM.

Modal sosial menunjukkan betapa pentingnya suatu *relationship* dalam segala hal, terutama yang berhubungan dengan ekonomi. Sebuah usaha dapat berjalan lebih efektif dan efisien apabila kedua belah pihak sama-sama menghargai dan mempunyai kepercayaan yang tinggi. Dengan demikian, bisa

disimpulkan bahwa modal sosial sangat berpengaruh dalam pembangunan sebuah usaha, sebab di dalamnya ada jaringan, norma, dan kepercayaan. Dalam Usaha Mikro Kecil (UMK) yang tergabung dalam kelompok PUSAKA (Pegiat Usaha Satuan Karya) di Kabupaten Kudus modal sosial memainkan peran penting dalam kemajuan ekonomi, kondisi tersebut bisa dilihat dari hasil temuan berikut ini:

a. Jaringan Sosial

Jaringan sosial adalah sebuah sistem saluran korespondensi yang berguna untuk mengamankan dan membina *relationship* dan mengambil bagian dalam membangun koalisi dan koordinasi serta memfasilitasi individu pada akses informasi yang penting dalam sebuah usaha (Fadilla, 2017). Membentuk hubungan saling menguntungkan menjadi kunci utama dalam membangun jaringan usaha. Dalam konteks ini, Kelompok PUSAKA menjadi sebuah wadah dalam mengembangkan jaringan para pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) yang tergabung di dalamnya, PUSAKA memfasilitasi setiap anggotanya agar dapat membina serta menciptakan koneksi dengan pihak lain yang berpotensi menumbuhkan kepercayaan untuk memperkuat kerjasama. Melalui jaringan tersebut perasaan atau keterikatan emosional antar anggota semakin kuat sehingga memudahkan mereka dalam menjalin sebuah hubungan kerjasama. Jaringan yang difasilitasi oleh kelompok PUSAKA Kudus membantu memberikan perubahan dan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya pada beberapa aspek berikut ini:

1) Kemudahan dalam Proses Produksi

Dalam upaya pengembangan UMKM kelompok Pegiat Usaha Satuan Karya (PUSAKA) di Kabupaten Kudus hadir sebagai wadah bagi para pelaku usaha di Kudus, khususnya usaha mikro yang bergerak pada industri kerajinan (*craft*), oleh-oleh, makanan dan minuman serta pariwisata untuk mengembangkan jaringan yang dibutuhkan guna mempertahankan usaha dengan baik, dengan tujuan agar dapat mencapai

efisiensi dan daya saing yang tinggi, yang dengan demikian dapat menumbuhkan modal sosial sebagaimana yang diharapkan. Jaringan usaha yang dibangun oleh kelompok PUSAKA merupakan sebuah usaha untuk memperkuat usaha mikro kecil (UMK) di Kabupaten Kudus. Peran jaringan ini terlihat salah satunya pada kemudahan akses produksi. Pada tahap produksi, ketersediaan bahan baku dan bagaimana memperoleh bahan yang sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang diinginkan menjadi aspek yang sangat penting.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, jaringan sosial para pelaku usaha PUSAKA Kudus dibangun dengan menjalin hubungan kerja sama antara pedagang dengan pihak lain yang saling berkepentingan. Misalnya, hubungan yang terjalin sesama pedagang, hubungan pelaku usaha dengan penyedia barang dagangan, dan lain-lain. Seorang informan yang merupakan pemilik usaha stik *godhong* kersen, ibu Wulandari menyampaikan bahwa ia sangat percaya dengan dengan penyedia barang, baik dalam hal jumlah pasokan produk dan sifat produk. Hubungan ini saling menguntungkan karena pemilik usaha tidak harus repot-repot menghitung kembali bahan baku dan memastikan kualitasnya. Selain itu, harga bahan baku yang ditawarkan kepada para pelaku usaha yang tergabung dalam PUSAKA juga lebih murah dibandingkan dengan yang tidak tergabung di dalamnya (Wawancara dengan pelaku usaha makanan minuman, 11 Maret 2022). Temuan tersebut sejalan dengan pendapat Robison dkk (dalam Syahra, 2003) yang menyatakan bahwa di berbagai transaksi ekonomi, pelaku usaha yang mempunyai modal sosial cenderung memperoleh manfaat yang lebih tinggi (termasuk dalam hal produksi) dibandingkan pelaku usaha yang tidak/kurang modal usahanya..

2) Peningkatan Pemasaran

Kekuatan modal sosial berupa jaringan juga berperan pada aspek pemasaran. Dalam hal ini kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus memberikan kemudahan dalam mengakses pasar seperti; memberikan data terkait kondisi pasar, memberikan bantuan pengembangan produk,

membantu melakukan identifikasi pasar serta membantu meningkatkan kualitas serta nilai ekonomi produk dengan mengadakan kerjasama dengan dinas pariwisata, pusat oleh-oleh dan galeri-galeri kreatif, dan lain-lain sebagaimana yang diungkapkan oleh ketua kelompok PUSAKA berikut ini:

“Alhamdulillah dalam pengembangan pasar sudah lumayan mas, sudah lumayan dalam arti kayak kemarin kita sudah ada beberapa permintaan ke Surabaya terus kami juga sudah mulai mempersiapkan terkait temen temen yang bisa kami bawa ke pusat oleh-oleh. Jadi memang betul-betul kita siapkan pasar, asal produk itu sudah layak sesuai dengan SOP, termasuk perijinan tadi, kalau belum punya perijinan kan kita susah mas, nah inikan kami utamakan bagi mereka (para pelaku usaha) yang kurang faham dengan sosmed. Kalau anak muda yang faham dengan sosmed kan mereka bisa jualan online. Jadi dalam pemasaran kita menggandeng pariwisata, pusat oleh-oleh, galeri-galeri kreatif, kita bisa sharing-sharing di situ” (Wawancara dengan ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Lebih lanjut ketua kelompok PUSAKA tersebut mengungkapkan bahwa tujuan memperluas pasar tersebut supaya pasar tidak tercecer dan ekonomi usaha mikro kecil dapat mengalami peningkatan:

“Tujuannya ya baliklagi, peningkatan ekonomi mas, biar pasarnya nggak kececer, karena saya yakin ketika ini nanti ukm, pusaka memiliki ukm, media, media itu media online media offline, katakanlah media promo ya tapi di situ ketika ada pariwisata, apapun yang akan dijual melalui pariwisata ini otomatis jadi beda mas, yang bisa menjual apapun itu di pariwisata mas, oleh-oleh, cinderamata, bahkan kita tidak berfikir kalo para pelancong para wisatawan itu butuh data seluler, butuh token, butuh apapun itu, jadi di sini ada sebuah aminitas yang tidak difikirkan oleh sektor-sektor lain. Kalau semua ini bisa dikemas di pariwisata pasti nilai ekonominya akan jadi lebih tinggi, karena kita bukan di pasar biasa” (Wawancara dengan ketua PUSAKA, 10 Februari 2022).

Dari pernyataan di atas menggambarkan bahwa PUSAKA memfasilitasi para anggotanya berupa pasar, baik itu pasar online maupun offline. Bagi pelaku usaha yang belum memiliki *outlet* mereka dibantu mempromosikan produk ke beberapa pusat oleh-oleh yang terdapat di Kabupaten Kudus dengan syarat telah sesuai dengan SOP dan tentunya

telah memiliki perijinan, dan bagi anak-anak muda juga dibantu dalam pemasaran online. Berikut merupakan dokumentasi kerja sama antara kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus dengan pusat oleh-oleh Mulia Wisata Waterpark Kudus.

Gambar 12

Kerjasama Kelompok PUSAKA dengan Pusat Oleh-Oleh Mulia Wisata Waterpark Kudus



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

Hasil temuan diatas memperlihatkan terbangunnya jaringan mikro (hubungan yang terjalin antara pelaku usaha dengan pembeli) dan meso (jaringan yang dijalin oleh aktor dengan dan atau di dalam kelompok) pada kelompok PUSAKA di Kabupaten Kudus. Jaringan meso ini juga bisa melalui hubungan antara seseorang dengan institusi pemerintahan atau perusahaan yang mendukung keberadaan usaha di Kabupaten Kudus. Dengan terbangunnya jaringan mikro dan meso ini memudahkan pelaku usaha yang tergabung dalam kelompok PUSAKA untuk mengembangkan dan meningkatkan pasarnya. Kondisi tersebut sesuai dengan pandangan Coleman (dalam Field, 2013) bahwa pada dasarnya modal sosial mempunyai dua komponen yang sama, yaitu modal sosial meliputi sejumlah aspek dari struktur sosial, serta memudahkan seseorang atau kelompok dalam bertindak dalam kerangka struktur sosial tersebut.

3) Kemudahan Akses pada Sumber-Sumber Permodalan

Aspek permodalan (keuangan) menjadi salah satu factor pencapaian utama dalam bidang usaha, dalam konteks ini pelaku usaha mikro kecil, permodalan berguna sebagai operasional pengolahan usaha, seperti biaya produksi, promosi, distribusi, dan lain-lain (Mahendra, 2015). Sumber permodalan pelaku usaha di Kabupaten Kudus pada umumnya mengandalkan modal pribadi, dan tidak sedikit dari mereka yang terjebak dengan keterikatan rentenir, ditambah efek dari pandemi covid-19 yang mempengaruhi pendapatan sehari-hari mereka sehingga kelancaran dari permodalan jadi terhambat, hal tersebut dapat berpengaruh pada proses produksi barang dagangan. Keterbatasan modal ini terjadi karena aksesibilitas terhadap sumber-sumber pembiayaan formal masih rendah sehingga mau tidak mau bergantung pada modal pribadi yang terbatas, sementara itu modal yang berasal dari bank atau institusi peminjaman lainsusah diakses, sebab sulit memenuhi syarat yang ditentukan oleh lembaga-lembaga tersebut.

Berkaitan dengan hal tersebut kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus sebagai kelompok yang menaungi para pelaku usaha mikro kecil memberikan akses pada sumber-sumber modal melalui cara membagikan informasi terkait sumber-sumber penkreditan, prosedur pengajuan penjaminan, prosedur penyertaan modal, dan sebagainya melalui kerja sama dengan berbagai pihak, seperti Koperasi Kabupaten Kudus, Pegadaian dan lain-lain. Selain itu, Jaringan dalam kelompok PUSAKA ini juga memberikan sebuah peluang bagi setiap anggotanya untuk dapat memperoleh pemberitahuan terkait bantuan dari pemerintah. Akses inklusif dengan pemerintah menjadi kunci kelangsungan permodalan oleh kelompok PUSAKA sebagai upaya membantu UMK dalam sulitnya akses permodalan (Wawancara dengan ketua PUSAKA, 10 Februari 2022). Adanya aspek modal sosial berupa jaringan yang baik, berdampak positif pada hubungan yang terjalin di dalam kelompok serta mendorong para

pelaku usaha yang tergabung dalam kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus untuk lebih termotivasi dalam mengembangkan usahanya.

b. Norma

Norma merupakan sebuah aturan-aturan yang dibentuk masyarakat sebagai alat pengontrol bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh di masyarakat. Norma bisa dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis yang senantiasa dipatuhi serta digunakan setiap orang dalam menjalankan aktivitas. Sebagaimana menurut pendapat Lawang (2005) norma merupakan aturan-aturan, harapan-harapan, pedoman yang bersifat positif dan penting, norma-norma itu berpotensi merugikan diri sendiri dan orang lain jika tidak dipatuhi dan dijalankan. Selain itu, norma-norma tersebut juga berisi dukungan sosial yang mampu mencegah orang melakukan kegiatan yang bertentangan dengan perilaku masyarakat pada umumnya.

Begitu juga dengan kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus yang menaungi para pelaku usaha mikro kecil, mempunyai norma-norma yang senantiasa dipatuhi oleh para anggotanya, yakni berupa aturan tidak tertulis sebagai pedoman untuk menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dengan selalu menjunjung tinggi sikap saling menghormati, menghargai, sadar akan kewajiban satu sama lain, dan lain-lain, sehingga akan membawa pada hubungan yang akan cenderung bertahan lebih lama. Hal ini disampaikan oleh salah satu pembina PUSAKA saat diwawancarai pada tanggal 29 April 2022. Dengan demikian, norma yang terdapat dalam kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus ialah norma yang sifatnya tidak tertulis sebagaimana yang berlaku dimasyarakat. Norma sosial ini selain sebagai cara mengontrol atau membatasi anggota PUSAKA dalam bertindak juga berfungsi sebagai alat kontrol dalam segala aktivitas sosial.

Paskarina (2007) menyatakan bahwa kemajuan finansial dapat didorong dan diperkuat dengan membangun kekuatan sosial. Dengan demikian, perilaku yang tepat akan mengacu pada norma sosial yang ada mengambil bagian penting dalam mengembangkan usaha, sehingga para

pelaku usaha mampu menjalankan kegiatannya dengan kesadaran akan hak dan kewajibannya, hal demikian akan membantu membangkitkan jiwa *entrepreneurship* mereka dalam mengembangkan usaha. Dengan demikian, modal sosial merupakan perwujudan dari hubungan kerjasama yang baik sehingga membantu mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Ketaatan terhadap norma yang ada dalam kelompok PUSAKA ini merefleksikan nilai-nilai kebersamaan, sehingga setiap individu-individu tersebut mampu menekan ego masing-masing demi kepentingan umum, meskipun aturan-aturan yang berlaku bersifat tidak tertulis. Ketaatan terhadap norma sebagaimana yang digambarkan diatas juga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya konflik baik sesama pelaku usaha ataupun dengan pihak yang lain.

c. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor pengikat emosional yang cukup kuat untuk menjalin sebuah hubungan kerjasama dengan lainnya dan ini merupakan modal utama individu dalam menjalin hubungan kerjasama demi tercapainya tujuan bersama. Menurut Coleman kepercayaan menjadi kekuatan atau basis dalam mencapai tujuan bersama (John Field, 2013). Kepercayaan bersama mampumemudahkan setiap individu atau komunitas masyarakat untuk membangun sebuah hubungankerjasama.

Dalam konteks ini, kepercayaan merupakan aspek yang selalu kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus rawat sejak awal membangun sampai saat ini, dari kepercayaan inilah yang meyakinkan para pelaku usaha untuk bergabung dalam PUSAKA dan secara konsisten menjalin kerjasama dengannya, seperti kepercayaan dibangun untuk menjalin kerjasama dengan mitra dagang dari luar Kudus yang dapat bertahan hingga sekarang (Wawancara dengan pembina PUSAKA 17 April 2022) Jadi, kepercayaan dalam usaha oleh kelompok PUSAKA ini memiliki peran yang luar biasa dalam menjaga hubungan kerjasama dengan

berbagai pihak, baik pihak formal seperti pemerintah maupun pihak non formal.

Lebih lanjut pembina PUSAKA Kabupaten Kudus tersebut mengatakan bahwa modal sosial berupa kepercayaan sangat penting, bahkan mampu menciptakan ekonomi silang:

“Modal sosial kepercayaan juga ngga kalah penting mas, kalo ngga ada rasa saling percaya ngga akan jadi ekonomi silang mas, ekonomi silang itu bagaimana mereka bisa saling menghargai dan saling percaya yang pada akhirnya saling menguntungkan. Jadi kalo udah saling percaya itu nanti bisa saling membantu. Contoh ini bagian produk *craft* butuh tenaga bisa minta tolong ke bagian yg lain. Atau contoh lagi ini bikin acara butuh makanan nanti dihandle sama yang punya produk makanan, saling menguntungkan, atau saya punya program terus kesulitan ini bisa minta tolong ke yang lain, saling menyokong.” (Wawancara dengan pembina PUSAKA, 17 April 2022).

Kepercayaan satu sama lain diharapkan agar hubungan yang telah terjalin dapat terjaga dengan baik. Kepercayaan yang tumbuh tidak terlepas dari elemen seperti kejujuran, toleran, keadilan, keramahan dan sikap saling menghormati. Coleman (1998) mengungkapkan, kerangka kerja yang terbangun dari kepercayaan adalah bagian dari modal sosial yang menjadi basis kewajiban serta harapan masa depan (Hasbullah, 2006). Dengan adanya kepercayaan, para pelaku usaha tidak akan gampang curiga yang seringkali menghambat kesuksesan sebuah usaha (Rahmat, 2009). Dengan cara tersebut, masyarakat dengan tingkat kepercayaan yang besar, dapat lebih sering memiliki keputusan atau aturan yang bersifat positif dan akan berlangsung lama.

Berdasarkan reduksi data primer yang telah penulis peroleh, maka data disajikan sedemikian rupa sebagaimana yang telah tertera di atas. Dari data yang disajikan terkait peran modal sosial terhadap pengembangan usaha, maka dapat ditarik intisari pada tabel di bawah ini:

Tabel 6
Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Jaringan UMKM di
Kelompok PUSAKA

NO	Unsur Teori Coleman	Temuan	Keterangan/Dampak
1	Jaringan	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dalam proses produksi • Perluasan dan peningkatan Pemasaraan • Kemudahan akses pada sumber-sumber permodalan 	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu setiap pelaku usaha dalam peningkatan produktivitas usahanya seperti ketersediaan bahan baku, kuantitas dan kualitas produk dan alat produksi dan lain-lain. • Melalui jaringan yang telah dibangun kelompok PUSAKA ini membantu setiap pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasarnya • Melalui jaringan tersebutlah, dapat membantu pendanaan setiap usaha melalui CSR atau lembaga lainnya
2	Norma	<ul style="list-style-type: none"> • Kelancaran kerjasama antar pelaku usaha • Kelancaran kerjasama dengan mitra dagang • Menghindari konflik sesama 	<ul style="list-style-type: none"> • Norma sosial ini selain sebagai cara mengontrol atau membatasi anggota PUSAKA dalam bertindak juga berfungsi sebagai alat kontrol dalam segala aktivitas social yakni seperti sikap saling menghargai dan menghormati • Melalui norma yang ditaati

		pedagang dan pihak luar	<p>akan membantu pelau usaha terhidar dari perselisihan antar pelaku usaha atau mitra dagang</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai-nilai budaya atau norma yang disepakati masyarakat sebagai sarana yang efektif untuk menumbuh kembangkan keteraturan social dalam kebidupan bersosialisasi
3	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan saling menguntungkan dengan mitra dagang • Menciptakan ekonomi silang 	<ul style="list-style-type: none"> • Melalui kepercayaan yang dibangun oleh kelompok PUSAKA ini memiliki peran yang luar biasa dalam menjaga hubungan kerjasama dengan berbagai pihak, baik pihak formal seperti pemerintah maupun pihak non formal. • Kepercayaan yang kuat antar pelaku usaha dalam menjalin sebuah hubungan, akan membantu pengembangan usahanya.

Sumber: *Analisis Primer*

Dari pemaparan di atas, bisa dikatakan bahwa modal sosial yang diklaim oleh kelompok PUSAKA (Pegiat Usaha Satuan Karya) Kabupaten Kudus sejalan dengan teori yang ada, di mana penataan modal sosial bisa menyumbang pada pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) karena

adanya jaringan (*networks*), norma (*norms*), dan kepercayaan (*trust*) di dalamnya yang menjadi kolaborasi (koordinasi dan kooperasi) sosial guna mencapai tujuan bersama.

2. Tiga Elemen Modal Sosial James Coleman

Coleman (dalam Field, 2013) mengungkapkan, konsep modal sosial adalah sebuah metode untuk memahami bagaimana individu atau komunitas dalam melakukan sebuah kerjasama. Penggunaan konsep modal sosial menurut Coleman ini didasarkan pada penjelasan terkait komponen-komponen yang menjembatani terciptanya modal sosial tersebut. Dalam kelompok Pusaka Kudus, unsur-unsur tersebut meliputi jaringan, norma dan kepercayaan. Adapun jaringan sosial adalah sebuah interaksi antara individu dengan individu lainnya yang terikat norma dan nilai-nilai bersama. Sedangkan, norma adalah serangkaian nilai konkrit yang diciptakan sebagai patokan dalam berperilaku dimasyarakat. Kemudian, kepercayaan merupakan ikatan hubungan emosional yang terjalin berdasarkan pada norma dan nilai yang dipatuhi bersama. Kepercayaan menyangkut hubungan timbal-balik antar keduanya.

Konsep modal sosial Coleman menitik beratkan pada jaringan, norma dan kepercayaan yang menjadi dasar pengembangan UMKM oleh kelompok Pusaka Kudus. Coleman juga memberikan tiga elemen kunci yang menjadi pilar modal sosial. Pertama, kewajiban dan harapan yang timbul dari mempercayai lingkungan sosial masyarakat. Pilar kedua modal sosial adalah pentingnya arus informasi dalam bentuk komunikasi yang lancar dalam struktur sosial untuk mendorong perkembangan kegiatan sosial. Pilar ketiga adalah norma dan sanksi yang efektif.

a. Kewajiban dan Harapan yang Timbul dari Rasa Kepercayaan

Kepercayaan adalah salah satu instrumen modal sosial yang terbentuk dalam kehidupan kelompok maupun masyarakat. Kepercayaan ini didorong atas kesamaan nasib dan tujuan, sehingga memaksa individu atau masyarakat untuk saling bekerjasama. Jika dikaitkan dengan

fenomena yang ditemukan oleh peneliti, dapat dilihat bahwasanya pilar pertama yang merupakan kewajiban dan harapan timbul dari rasa kepercayaan didapatkan dari kesamaan nasib dan tujuan para pelaku usaha sebagaimana yang diungkapkan oleh ketua kelompok PUSAKA berikut ini:

“Pusaka itu lahir dari pandemic, pada saat itu kita merasakan terpuruknya sebuah perekonomian yang akhirnya kita kumpul bareng dengan temen-temen yang kebetulan itu ada para pelaku wisata, ada ukm, di situ juga ada media, nah jadi disitulah akhirnya kita berpikir, kenapa ndak kita munculkan, karena pandemic itu semuanya tidak boleh berkumpul, tidak boleh apapun kan ini saatnya kita mengangkat produk kita. Akhirnya kita bentuklah itu PUSAKA, perhimpunan satuan usaha karya, jadi kami menghimpun beberapa usaha, beberapa karya yang kami jadikan satu di sebuah wadah yaitu pusaka perhimpunan satuan usaha karya, jadi kita satukan dalam sebuah wadah yang insyaa Allah nanti akan memunculkan ekonomi kreatif yang bisa dikaitkan dengan pariwisata dan apapun itu supaya semua usaha-usaha itu nanti bisa berkembang dengan bagus dengan optimal” (Wawancara dengan Ketua PUSAKA Kudus, 10 Februari 2022).

Kerjasama tersebut tidak akan terwujud jika tidak dibarengi kesamaan nasib dan tujuan yang sama serta rasa saling percaya antar sesama dengan latarbelakang yang berbeda. Kepercayaan yang dijalin oleh anggota kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus merupakan bagian dari energi pembangunan yang difungsikan sebagai pondasi dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Dengan adanya rasa saling percaya maka komunikasi yang efektif antara para pelaku usaha dengan stakeholder setempat tercipta.

Selain menjalin hubungan dengan sesama anggota, kelompok PUSAKA Kudus juga membangun hubungan dengan masyarakat sekitar. Seperti beberapa kegiatan bakti sosial kelompok PUSAKA Kudus yang tentunya bertujuan untuk mengukuhkan solidaritas baik dalam kelompok maupun masyarakat. Perkumpulan tersebut tentunya dilakukan atas dasar kepercayaan (*trust*). Kemudian kewajiban dan harapan dari rasa kepercayaan bisa didapatkan pada aktivitas iuran bulanan kelompok PUSAKA Kudus. Iuran sebesar Rp. 10.000,- perbulan ini nantinya

difungsikan sebagai uang kas bersama untuk membantu ketika terdapat anggota kelompok yang terkena masalah dan sebagai bantuan modal usaha jika ada anggota yang membutuhkan. Kegiatan ini tentunya akan semakin memupuk dan menguatkan ikatan solidaritas mereka. Hubungan yang dibangun diatas *trust* ini akan menjadi pondasi yang kuat bagi keberlangsungan kelompok PUSAKA Kudus.

Gambar 13

Kegiatan Bakti Sosial



Sumber: *Dokumentasi PUSAKA Kudus*

Temuan tersebut sejalan dengan penuturan Coleman (dalam Field, 2013) bahwa dalam merepresentasikan sumberdaya dapat dilakukan melalui hubungan yang dijalin dan diatur oleh tingginya sebuah kepercayaan dan nilai-nilai bersama yang dyakini masyarakat. Tingkat kepercayaan yang tinggi menjadi ukuran terhadap suatu keberhasilan pengembangan usaha, dan sebaliknya tingkat kepercayaan yang rendah menjadi penghambat keberhasilan pengembangan usaha.

b. Arus Informasi yang Jelas

Dalam memulai sebuah usaha tentunya dibutuhkan informasi yang jelas. Arus informasi yang tidak/kurangjelas cenderung berdampak negated dalam pengembangan usaha, seperti orang menjadi ragu-ragu sehingga takut melangkah kedepan. Dalam kelompok Pusaka Kudus ini, kebutuhan akan informasi dibentuk dengan beberapa instansi kedinasan

yang bergerak pada pengembangan UMKM dan kelompok ini juga turut mengajak beberapa kelompok UMKM baik di daerah Kudus maupun dari luar kota. Seperti halnya kegiatan yang dilaksanakan bersama Balatkop dan UMKM Provinsi Jateng pada tanggal 9 November 2020 yang bertema “Palatihan Manajemen Operasional dan SDM bagi UMKM” ini menjadi salah satu proses perluasan jaringan sosial sehingga mampu membantu para anggota dalam pembentukan pasar dagang mereka. Selanjutnya, kegiatan yang dilaksanakan bersama Dinas Pariwisata yang bertajuk *event* pasar lokal di Taman Ria Kudus dan kelompok Pusaka juga melakukan *study tour* ke beberapa kelompok UMKM luar seperti kelompok petani Nanas Prabumulih, kelompok petani nanas Subang, kelompok pengerajin karung goni kota Pati dan sebagainya. Pusaka Kudus ini memiliki misi untuk membawa kemandirian pada para anggotanya dengan menyediakan jaringan sosial. Arus informasi yang jelas tentunya akan membantu para anggota kelompok Pusaka Kudus lebih berani untuk melangkah.

c. Norma dan Sanksi yang Efektif

Pilar ketiga yakni norma dan sanksi yang efektif. Kelompok PUSAKA Kudus meyakini bahwa norma atau aturan tersebut akan berpengaruh pada kelangsungan kelompoknya. Tentunya tanpa adanya norma yang disepakati bersama dan dipatuhi oleh setiap anggota kelompok berpotensi memunculkan keadaan *anomie* yakni keadaan dimana orang-orang akan bertindak berdasarkan keinginan sendiri (bebas) (Syahra, 2003). Adapun norma yang berlaku pada kelompok PUSAKA Kudus ialah norma yang bersifat tidak tertulis dalam masyarakat pada umumnya seperti larangan menjatuhkan, memusuhi, dan menyakiti antar sesama anggota UMKM atau kompetitor dagang. Sebagai contoh apabila terdapat salah satu anggota yang memiliki kesamaan bidang usaha yang ditekuni, maka mereka diharuskan untuk saling berbagi dan saling menolong, demi terciptanya persaingan yang sehat. Dengan demikian

pengembangan modal sosial pada dasarnya ditujukan untuk membangun ketiga pilar sebagaimana yang dimaksudkan Coleman tersebut.

3. Modal Sosial dan Analisis SWOT pada Anggota Kelompok PUSAKA

Dalam perkembangan sebuah usaha, modal sosial menjadi salah satu yang berperan penting melalui unsur-unsur modal sosial tersebut seperti jaringan sosial, kepercayaan dan norma. Ketiga komponen ini apabila dimanfaatkan dengan maksimal akan membawa dampak baik pada perkembangan usaha, seperti halnya pada anggota kelompok PUSAKA berikut:

a. Waroeng Ndeso “Moro-Miri”

Modal sosial memiliki peran besar bagi setiap usaha yang mampu mengelola modal tersebut. Sama halnya dengan usaha waroeng ndeso Ibu Soffiah ini dalam menjalankan usahanya, Bu Soffiah menjalin berbagai hubungan dengan sesama pelaku usaha dan pemasok bahan baku. Sebagaimana yang beliau katakana,

“Untuk saat ini mas, jaringan yang kita bangun adalah menjalin hubungan baik dengan sesama pelaku usaha yang bergerak di sektor sama kayak gini mas, terus dengan pemasok bahan baku, yang saat ini saya dapatkan dari bakul-bakul di Pasar Dawe, ya mungkin itu mas.”(Wawancara dengan Ibu Soffiah, 19 Juli 2022).

Berdasarkan wawancara tersebut, jaringan yang didapatkan oleh Bu Soffiah ini yakni hubungan yang dibangun antar sesama pelaku usaha dan pemasok bahan baku. Disamping itu beliau juga menambahkan bahwa dengan bergabung dengan kelompok UMKM akan membantu beliau dalam memperluas relasi usahanya.

Selanjutnya adalah norma, norma yang berlaku dalam usaha Bu Soffiah merupakan norma tidak tertulis yang disepakati antar pemilik usaha dengan karyawan. Sedangkan unsur kepercayaan merupakan aspek yang selalu beliau jaga dari awal merintis samapi sekarang ini, dari kepercayaan inilah yang membuat orang yakin untuk selalu

menjalin kerjasama denganya, seperti kepercayaan yang membuat kerjasama dengan mitra dagangnya seperti bakul-bakul di Pasar Dawe dan konsumen.

Selain itu, dalam menjalankan sebuah usaha juga diperlukan sebuah analisis yang mana dapat mengukur dari pertumbuhan dan perkembangan usaha tersebut melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam usahanya. Adapun analisis SWOT pada usaha milik Bu Soffiah 1) Kekuatan, yang dimiliki dalam usahanya ini merupakan karakteristik dan keautentikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan dalam Waroeng Ndeso ini, sebagaimana yang beliau katakan,

“Keunggulan yang kita miliki itu mas, mungkin dari kekhasan dari produk kopi colo kita dengan cita rasa khas kopi robusta muria, terus kita juga ada gethuk goreng, terus ada nasi pecel pakis yang mana hanya dapat ditemui disekitaran lereng muria” (Wawancara dengan Ibu Soffiah, 19 Juli 2022).

Karakter yang dimiliki oleh Waroeng Ndeso milik Bu Soffiah ini, menjadi sebuah kekuatan atau keunggulan yang mana tidak bisa didapatkan di warung manapun. Selain itu, tempat yang strategis dan harga yang bersaing turut menjadi keunggulan dalam usaha Bu Soffiah. Sedangkan 2) kelemahan, yang dihadapi oleh Bu Soffiah ini adalah terkait kendala dalam pemasaran yang kurang menarik minat pembeli terutama di media sosial. Menurut Bu Soffiah, beliau kurang menguasai jika harus memasarkan atau mengiklankan produk usaha di media sosial. 3) Peluang, peluang yang bisa dimanfaatkan oleh Bu Soffiah merupakan ke khas yang pada produknya baik makanan dan minuman yang mana jarang ditemui di tempat manapun. 4) Ancaman, menurut Bu Soffiah, ancaman yang dihadapi untuk sekarang adalah sudah banyak orang-orang yang memiliki produk yang sama dengan usahanya seperti pecel pakis dan gethuk goreng.

b. Kerajinan Karung Goni “Gon-Ku”

Usaha kerajinan karung goni milik Bapak Nunung Ervana memproduksi berbagai macam barang seperti peci goni, tas goni, sandal goni, pajangan kaligrafi, dompet goni, figura siluet dan nampan goni. Dalam memasarkan usahanya, tentunya dibutuhkan jaringan pasar yang kuat dan stabil agar usaha tersebut berjalan lancar. Jaringan sosial mempunyai peran penting dalam pengembangan usaha karung goni milik Bapak Nunung Ervana. Dalam hal ini peran dari jaringan sosial dalam perkembangan usaha kerajinan goni ialah menjembatani dalam proses pemasaran produknya yang menembus pasar nasional bahkan internasional, sebagaimana yang beliau katakana,

“Alhamdulillah mas, untuk saat ini kita sudah memiliki pelanggan dari luar negeri seperti Jerman, Mesir, Malaysia dan Singapura. Selain luar negeri, peci goni Gon-ku sudah mempunyai *reseller* di semua kota di Indonesia.” (Wawancara dengan Nunung Ervana, 22 Juli 2022).

Jaringan sosial mempunyai peran dalam proses pemasaran kerajinan goni milik bapak Nunung Ervana yang pada awalnya mengalami kesulitan terkait pemasarannya karena mempunyai jaringan sosial akhirnya kerajinan goni Gonku menemukan kemudahan dalam pemasarannya.

Selanjutnya, norma yang berlaku ialah norma-norma sebagaimana umumnya yang disepakati pemilik usaha dengan karyawan. Adapun kepercayaan dalam usaha kerajinan goni milik Bapak Nunung Ervana mempunyai peran dalam menjaga hubungan kerjasama dengan mitra dagangnya, dengan adanya kepercayaan diantara kedua belah pihak makan akan mengurangi rasa ketidakpastian saat berkerjasama. Adapun kepercayaan yang berikan adalah selalu menjaga kualitas dan kuantitas dari setiap produk kerajinan goni. Selain itu kepercayaan akan menjaga hubungan baik

dengan pemasok bahan baku goni dan konsumen sehingga keberlangsungan usaha tersebut terjaga.

Selanjutnya adalah analisis SWOT pada usaha kerajinan goni milik bapak Nunung, sebagaimana yang ada pada table berikut:

Tabel 7
Analisis SWOT Kerajinan Goni

Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1. Memiliki segmentasi dan target pasar 2. Kualitas produk terjamin 3. Pasar sudah merambah nasional dan internasional 4. Inovasi baru dari olahan limbah karung goni	1. Kurangnya pekerja, sehingga apabila ada pesanan banyak akan kuwalahan	1. Keunikan dari inovasi kerajinan limbah karung goni 2. Lokasi yang strategis 3. Pemanfaatan pemasaran baik online maupun offline dengan baik	1. Sulitnya mendapatkan bahan baku yang selalu tersedia setiap saat

Sumber : *Analisis Primer*

c. Usaha Olahan Kain Perca Bu Nana

Jaringan berfungsi membantu jalannya sebuah usaha yang akan dibangun oleh seseorang. Pada usaha olahan kain perca milik Bu nana jaringan membantu dalam membuka pasar usahanya. Menurut Bu Nana, beliau selalu aktif ikut berbagai pelatihan dan kelompok UMKM guna meningkatkan skil serta pemahamannya dalam dunia usaha. Selain itu, beliu

juga mendapatkan banyak manfaat melalui hubungan-hubungan yang dijalin :

“Usaha saya ini sudah lama mas berjalan, tapi masi gitu-gitu aja. Terus saya memutar otak gimana usaha saya ini bisa berkembang. Akhirnya saya kenal dengan bu Rubiyati (Ketua Pusaka) dan sering mengikuti kegiatan-kegiatan kelompok PUSAKA dan kenalah dengan banyak pelaku ekonomi kreatif. Nah mulai dari sini saya sudah mendapat jaringan usaha antar sesama pelaku usaha maupun saya juga mendapatkan beberapa konsumen baru, Alhamdulillah”(Wawancara dengan Bu Nana, 15 Juli 2022).

Dari hasil kegaitan dan interaksi yang selalu Bu Nana jalin, membantu beliau dalam membuka pasar usaha yang lebih luas sehingga beliau tidak mengalami kesulitan lagi seperti dulu. Selain menjaga hubungan yang baik dengan beberapa mitra kerjanya, beliau juga selalu memegang teguh norma dan nilai-nilai sosial sehingga menguatkan dari hubungan yang beliau bangun. Disamping itu, peran kepercayaan juga sangat berpengaruh dalam mengutakan hubungan dengan mitra dagang, menurutnya:

“Saya itu mas bener-bener menjaga kepuasan konsumen ku mas, dengan apa? Pertama dengan selalu memberikan pelayanan yang baik, ramah, sopan. Kedua saya selalu menjaga kualitas dari produk kain perca saya mas, missal tas saya aka teliti dalam menjual. Soale mas semisal kita tidak memberikan dengan barang yang terbaik nanti juga berdampak pada usaha kita, yakan mas” (Wawancara dengan Nana Mariana, 15 Juli 2022).

Keyakinan yang selalu Bu Nana jaga dan perlihara dengan baik dengan selalu memberikan pelayanan dan memberikan kualitas produk yang terbaik akan mengurangi rasa keraguan pada mitra dagang.

Selain itu, analisis SWOT juga diperlukan Bu Nana dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman usahanya akan membantu memahami usahanya dengan baik, adapaun analisisnya sebagai berikut:

Tabel 8

Analisis SWOT Usaha Kerajinan Olahan Kain Perca Bu Nana

Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1.Melakukan Inovasi Produk dan Menciptakan Produk Baru Untuk Memperkuat Posisi Daya Saing 2.Keunikan Produk Olahan Kain Perca 3.Memiliki Konsumen Tetap	1. Jaringan Usaha Masih Belum Terlalu Kuat 2. Kurangnya Pemahaman Strategi Pemasaran 3. Belum Dapat Mengoptimalkan Pemasaran Melalui Medai Sosial	1. Produk Sudah Dikenal Sebagai Hasil Khas 2. Menciptaan Produk Baru Dari Olahan Kain Perca 3. Selalu Mengikuti Trend Fashion	1. Pemasaran Hanya Mengandalkan Mulut ke Mulut 2. Keterbatasan Alat Produksi 3. Promosi Tidak Menarik

Sumber: *Analisis Primer*

d. Usaha Kerajinan Kain Flanel

Usaha milik Bu Santi yang telah beroperasi sejak 2015 ini sudah menghasilkan berbagai macam produk olahan kain flannel. Dalam menjalankan usaha hingga sekarang Bu Santi selalu menjaga kepuasan mitra dagangnya. Menjalin hubungan yang baik dengan mitra dagang akan mempermudah dalam mengembangkan usahanya,

“Pelanggan yang mau beli dikita itu mas, selalukita layani dengan baik setiap permintaanya, kan kadang ada yang reques, bisa bikin ini nggak bu, ya mau nggak mau saya ya nurutin mas saya belajar tu

kadang gimana cara buat pesanan bu ini, ya begitu si mas” (Wawancara dengan Santi, 07 Juli 2022).

Selain itu, jaringan juga membantu Bu Santi dalam mendapatkan pemasok bahan baku. Sementara ini bahan baku di dapatkan dari berbagai pemasok atau toko kain di Kudus. Dalam menjaga hubungan tersebut berlangsung lama beliau selalui mengamalkan nilai dan norma-norma sosial yang disepakati bersama di masyarakat umumnya, untuk menghindari keretakan hubungan yang beliau sudah jalin. Dengan demikian, beliau mendapatkan kepercayaan dengan mitra dagangnya.

Selain hubungan kerjasama yang baik dalam menjalin usaha, dibutuhkan juga analisi SWOT yang dapat mengetahui usaha dengan baik melalui berbagai sudut pandang, sebagai berikut:

Tabel 9

Analisi SWOT Usaha Kerajinan Kain Flanel Bu Santi

Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1. Memiliki Target Pasar yang Jelas Yakni Anak-Anak, remaja, dewasa dan beberapa Kegiatan Pelatihan Ketrampilan Sekolah 2. Harga Terjangkau 3. Inovasi	1. Kurangnya Pemanfaatan Teknologi Sebagai Pemasaran 2. Area Pemasaran Terbatas Di Kudus 3. Kurangnya Pemahaman Strategi Pemasaran	1. Lokasi Strategis 2. Pelatihan Kerampilan Anak-anak 3. Melakukan Inovasi Pada Produk	1. Pemasaran hanya sebatas Offlin 2. Alat Produksi yang Sederhana 3. Promosi Tidak Menarik

Produk	Kain			
Flanel				

Sumber: *Analisis Primer*

e. Usaha Stik “Godhong Kersen”

Kreasi usaha cemilan stik godhong kersen milik Bu Wulan ini sudah berjalan sejak 2020 dan memiliki banyak peminat karena kreasi uniknya. Hal tersebut dikarenakan jaringan usaha yang dibangun oleh Bu Wulan dengan berbagai kalangan. Dalam menjalin hubungan dengan mitra dagang, beliau selalumenjaga mutu dari produknya. Selain itu jaringan tersebut juga membantu Bu Wulan dalam memasarkan produknya,

“Usaha saya itu terbilang baru mas, tapi saya emang mempunyai tekad untuk mengembangkan usaha saya ini mas, makanya saya milik kreasi dari godong kersen ini sebagai salah satu daya tarik keunikan yang mampu memikat pembeli. Jaringan saat ini saya ikut dalam PUSAKA itu mas, saya ikut missal kalo ada event diluar seperti kemaren ada di Citywalk, banyak temen pelaku usaha saling sharing dan lain-lain dan itu juga bisa membawa pembeli baru baru mas. Untuk bahan baku saya mamiliki pohon sendiri dari rumah jadi tidak perlu beli.”(Wawancara dengan Wulandari, 12 Juli 2022).

Melalui event-event yang diikuti Bu Wulan ini jaringan usahanya terbentuk, dari situlah Bu Wulan mempunyai beberapa kenalan baik pelaku usaha, pejabat, dan trainer UMKM. Jaringan inilah yang memudahkan pemasaran produknya, di lain sisi karena kreasi unik yang beliau buat yang mampu memikat banyak pembeli,

“Cemilan ini baru pertama di Kudus. Alhamdulillah mas, pembelinya luar biasa, banyak yang penasaran.”(Wawancara dengan Wulandari, 12 Juli 2022).

Selain menjaga mutu dan kualitas dari produknya, Bu Wulan juga sellau berpegang teguh pada prinsip usaha dengan menjaga norma dan nilai-nilai yang positif dalam berbisnis sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen pada pelayanan yang beliau berikan. Adapun norma yang selalui dipatuhi adalah saling menghargai, saling menolong,

etika usah dan lain lain. Hal ini bersifat tidak tertulis, sebagaimana norma pada umumnya dimasyarakat.

Selain hubungan kerjasama yang baik dalam menjalin usaha, dibutuhkan juga analisi SWOT yang dapat mengetahui usaha dengan baik melalui berbagai sudut panjang, sebagai berikut:

Tabel 10

Analisis SWOT Usaha Stik Bu Wulan

Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1. Kreasi Unik Cemilan Stik Godhong Kersen 2. Packaging bagus 3. Promosi Produk Setiap Kalangan	1. Pekerja, hanya 3 orang 2. Area Pemasara n Yang Terbatas, Masih Sekitaran Kudus	1. Cemilan baru yang ada di Kudus 2. Letak Usaha yang Strategis 3. Penjualan Produk Bisa Dilakukan Online	1. Bahan Baku Naik seperti Minyak, Tepung Gula dan lain-lain.

Sumber: *Analisi Primer*

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pertama, strategi pengembangan jaringan usaha yang dilakukan oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus berupa metode inkubasi bisnis yang di dalamnya terdapat pendataan usaha, pendampingan usahaserta segmentasi pasar melalui penyediaan sumber daya dan fasilitas yang dibutuhkan oleh para pelaku usaha. Melalui metode ini sebuah usaha yang berskala kecil bisa membentuk manajemen organisasi dan finansial yang baik. Selain itu, metode inkubator bisnis ini membantu menggali setiap potensi para pelaku usaha dan menciptakan kemandirian usaha di Kabupaten Kudus.

Kedua, Efektivitas pelaksanaan strategi pengembangan jaringan UMKM oleh kelompok PUSAKA sudah cukup baik. Hal ini bisa dilihat dari terpenuhinya kelima aspek dari efektivitas seperti: produksi, efisiensi, kepuasan, adaptasi, dan pengembangan. Dengan adanya program pengembangan usaha oleh kelompok PUSAKA produktivitas para pelaku usaha yang tergabung di dalamnya telah berjalan dengan baik dari segi kualitas dan kuantitas. Pada pemanfaatan material, finansial serta penggunaan waktu sudah cukup efisien dan memuaskan, hal ini terlihat pada kecakapan dalam mengurus dokumen-dokumen usahaguna memperoleh izin usaha, serta modal usaha. Selain itu juga terlihat pada tercapainya pendampingan usaha seperti pembinaan dan pelatihan oleh PUSAKA dengan menggandeng stakeholder terkait sehingga berhasil mewujudkan UMKM yang mandiri serta mampu beradaptasi sesuai dengan tuntutan kondisi.

Ketiga, sebab modal sosial yang dimiliki oleh kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus membantu dalam meningkatkan produktivitas, efektivitas, dan efisiensi para pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya melalui hubungan kerjasama dengan berbagai

pihak. Jaringan sosial yang terdapat dalam modal sosial berperan dalam membantu proses produksi, pemasaran, serta memudahkan dalam mengakses sumber permodalan, kemudian norma yang berlaku di kelompok PUSAKA ialah norma tidak tertulis yang berdampak terhadap kelancaran kerjasama dengan mitra dagang dan menciptakan ekonomi silang (saling menguntungkan), kepercayaan berperan dalam membantu menjaga *relationship* dengan berbagai pihak baik pihak internal ataupun pihak eksternal yang memberikan perubahan serta kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usaha. Dengan demikian, pembentukan modal sosial oleh kelompok PUSAKA menyumbang pada pembangunan usaha di Kabupaten Kudus karena dengan adanya jaringan (*networks*), norma (*norms*), dan kepercayaan (*trust*) di dalamnya menjadi kolaborasi (koordinasi dan kooperasi) sosial untuk kepentingan bersama dalam pengembangan usaha.

B. Saran

1. Pemerintah Kabupaten Kudus diharapkan dapat memberikan perhatian lebih dalam mengoptimalkan dan meningkatkan produksi serta penggunaan dana untuk pengembangan UMKM.
2. Pemerintah Kabupaten Kudus harus ikut andil dalam memaksimalkan potensi modal sosial yang dimiliki setiap pelaku usaha dengan memberikan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan kemampuan usaha para pelaku UMKM serta memberikan perhatian terhadap kelompok-kelompok pelatihan seperti PUSAKA dan lain-lain agar dimudahkan segala akses untuk menunjang pengembangan UMKM di Kabupaten Kudus.
3. Kelompok PUSAKA Kabupaten Kudus diharapkan memperbaiki permasalahan internal yang ada yakni dengan melakukan perbaikan dan mendorong pelaku usaha supaya tidak takut menggunakan kelompok PUSAKA sebagai tempat pelatihan dan pembelajaran dalam menjalankan usaha.

4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam permasalahan yang sama dengan mengambil lebih banyak lagi informan kelompok modal sosial supaya memperoleh temuan yang lebih variatif dan bisa menjadi bahan perbandingan untuk mengetahui seperti apakah penelitian lain terkait pengembangan jaringan UMKM dengan menggunakan Modal Sosial.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Buku:

- Anoraga, Pandji. 2007. *Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Coleman, James S. 2011. *Foundation Of Social Theory*. (Imam Muttaqien, terjemahan). Bandung: Nusa Pedia.
- Field, John. 2005. *Modal Sosial*. Medan: Bina Media Perintis.
- Field, John. 2013. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Fukuyama, F. 2002. *Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Yogyakarta: Qalam.
- Fukuyama, F. 2005. *Guncangan Besar Kodrat Manusia dan Tatahan Sosial Baru*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasbullah, Jousairi. 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta: MR-United Press.
- Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Lawang, R.M.Z. 2005. *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologi*. Jakarta: FISIP UI Press.
- Muchtar, Haryanto. 2009. *Peran Modal Sosial Di Indonesia Dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muller, Johannes. 2005. *Perkembangan Masyarakat Lintas-Ilmu*. Yogyakarta: Gramedia.
- Rahmat, Rais. 2009. *Modal Sosial Sebagai Strategi Pengembangan Madrasah*. Jakarta: Litbang dan Diklat Dapertemen Agama RI.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soerjono. Soekanto. 2013. *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugioyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Penyusun (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Utari, Nyoman. 2011. *Modal Sosial dan Pembangunan Wilayah*. Bali: UB Press.
- Usman, Sunyoto. 2018. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

2. Sumber Jurnal Penelitian:

- Abdullah, Suparman. 2013. "Potensi dan Kekuatan Modal Sosial dalam Suatu Komunitas". *Jurnal Sosiologi*, 12(1). Hlm. 16-20.
- Abidin, Ali Zaenal, dkk. 2017. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan". *Jurnal Pascasarjana, Universitas Pamulang*, 2(1). Hlm. 469-472.
- Cahyono, Budhi dkk. 2014. "Peran Modal Sosial Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau di Wonosobo". *EKOBIS Unissula Semarang*, 15(1). Hlm. 11-12

- Fitriawati, E. 2010. "Modal Sosial dalam Strategi Industri Kecil". *DIMENSIA*, 4(1). Hlm. 24-25.
- Hasanah Tri Uswatun, Nurhadi, Abdul Rahman. 2020. "Modal Sosial dan Strategi Kelangsungan Usaha Sektor Informal Pedagang Kaki Lima pada Era Pandemi COVID-19". *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(2). Hlm. 60-64.
- Husnurrosyidah. 2019. "E-Marketplace UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah STAIN Kudus*, 7(2).Hlm. 226.
- Irawan, Dandan. 2020. "Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah melalui Jaringan Usaha". *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 11(2). Hlm 103-116.
- Kurniawan, Ferry Duwi. 2014. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penanggulangan Kemiskinan". *Jurnal Program Administrasi Negara Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 2(2).Hlm 7-8.
- Lantu, D. C, dkk. 2016. "Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model". *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1).Hlm. 79.
- Marzaman, Atika Puspita. 2020. "Business Incubator: A Strategy For Improving Food-Based Smes Capacity In Gorontalo Regency". *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. 05 (2). Hlm.45.
- Murdani, dkk. 2019. "Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang)". *Jurnal Pengabdian Masyarakat, Universitas Negeri Semarang*, 23(2).Hlm. 23.
- Putra, Brian Syah. 2017. "BUMDES Al-Madina dalam Perspektif Modal Sosial James Coleman". *Jurnal TSO Universitas Airlangga*, 3(1). Hlm. 4-7.
- Samuda, S. 2017. "Barifola Sebagai Modal Sosial dan Instrumentasi Masyarakat Tangguh Bencana". *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(2).Hlm 15.
- Setyanto, Alief Rakhman dkk. 2015. "Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadap Perdagangan Bebas Kawasan Asean (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan)". *Jurnal Etiknomi*, 14(3). Hlm. 205-209.
- Setyanto, Alief Rakhman, dkk. 2015. "Kajian Pola Pengembangan UMKM di Kampung Batik Laweyan Melalui Modal Sosial dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan (JIEP)*, 15(2).Hlm. 179.
- Siagian, Ade Onny. Dkk. 2020. "Strategi Pengembangan Kompetisi Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Jombang". *Jurnal Akrab Juara*, 5(4). Hlm. 77-85.
- Supriyanto". 2006. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 3(1). Hlm. 1-3.
- Sudrartono, Tiris. 2019. "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil". *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1). Hlm 57.
- Suryana, 2010. "Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif". *Universitas Pendidikan Indonesia*, 2(5).Hlm. 23.

- Syadzali, Maulana Mahrus. 2020. "Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi Pada UKM Pembuat Kopi Muria)". *Jurnal*, 2(5). Hlm. 37-38.
- Syahra, Rusdi. 2003. "Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi". *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 5(1). Hlm. 2-6.
- Syahriar, Galang Hendry, dan Darwanto. 2015. "Modal Sosial dalam Pengembangan Ekonomi Pariwisata (Kasus Daerah Obyek Wisata Colo Kabupaten Kudus)". *Jurnal Eko-Regional*. 10 (2). Hlm. 10-12.
- Yani, Ari Soeti dkk. 2020. "Pemberdayaan Masyarakat Desa Cileuksa dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui UMKM". *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1). Hlm. 9-11.

3. Sumber Penelitian Skripsi dan Thesis:

- Akrom, Muhammad. 2019. "Strategi Modal Sosial dan Kelangsungan Usaha Batik Tulis Di Desa Pialng, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen". Skripsi. Surakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret.
- Bimo, Haryo Utomo. 2015. "Peran Modal Sosial Terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima Asal Daerah Padang Di Sandratex Rempoa Ciputat". Skripsi. Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah.
- Fadilla, Azhari. 2017. "Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah". Skripsi. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Haris, Muhammad Nidham. 2019. "Analisis Peran Modal Sosial dalam Mengatasi Permasalahan Permodalan, Sumber Daya Manusia, Pemasaran, dan Produksi pada UMKM (Studi Kasus Paguyuban UMKM di Kota Malang)". Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Mahmud, Rizal. 2020. "Model Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Konstruksi Modal Sosial di Kawasan Pegunungan Mandigu Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember". Tesis. Jember: Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Jember.
- Rohiwan, Sidik. 2020. "Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Kerajinan Keramik Sanggar Asmat Desa Lumbir Kabupaten Banyumas". Skripsi. Purwokerto: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

4. Sumber Internet:

- AY Lubis, Pengembangan Usaha. <https://repository.usu.ac.id/bistream.html> Diakses pada tanggal 4 April 2022 pukul 08.00 WIB.

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2018. <https://www.bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html> Diakses pada tanggal 12 Oktober 2021 pukul 16.00 WIB.
- HR Ibnu Majah (no. 2139), al-Hakim (no. 2142) dan ad-Daraquthni (no. 17). <https://pengusahamuslim.com/2884-padagang-jujur-dan-1533.html>. Diakses pada tanggal 15 September 2021 pukul 20.00 WIB.
- Karsidi, Ravik dkk.2005. *Strategi Pemberdayaan UMKM Di Wilayah Surakarta*. Artikel Jurnal. Kerjasama Bank Indonesia Solo dengan Badan Koordinasi Pembangunan Lintas Kabupaten Surakarta. Diakses tanggal 23 Februari 2021.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkopukm). 2021. <https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkopukm-susun-6-indikator-strategis-adaptasi-dan-transformasi-kumkm> Diakses pada tanggal 12 Oktober 2021 pada pukul 17.00 WIB.
- TribunNews. <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/01/28/serap-97-persen-tenaga-kerja-umkm-terbukti-jadi-penyangga-ekonomi-nasional-di-masa-pandemi-covid-19.html> Diakses pada tanggal 27 Agustus 2021 pada pukul 08.00 WIB.

5. Sumber lain:

- Bank Indonesia (BI).
Undang-Undang No.20 Tahun 2008, Kriteria UMKM.
Undang-Undang No.20 Tahun 2008, Tentang UMKM.

LAMPIRAN
DOKUMENTASI PENELITIAN

1. Tempat Display Produk anggota Kelompok PUSAKA

Tempat display ini ditujukan ketika ada kunjungan dari dinas maupun kelompok usaha lain, untuk membantu mengenalkan produk-produk dari kelompok PUSAKA kepada mereka. Adapun produknya terdiri dari olahan makanan dan minuman, batik, kain tenun, peci goni, tas goni, dan kerajinan lainnya.



2. Dokumentasi Wawancara



Wawancara dengan Bapak Budi dan Bapak Nunung selaku Pembina PUSAKA Kudus



Wawancara dengan Pelaku anggota kelompok PUSAKA Ibu Sofiah, pemilik Warung Ndeso “Moro-Miri” sebagai salah satu UMKM yang menjadi obyek penelitian oleh peneliti.



Wawancara dengan Anggota Kelompok PUSAKA yang sedang mengikuti Event UMKM di Citywalk Kudus. Wawancara ini meliputi beberapa UMKM yang tergabung dengan Kelompok PUSAKA Kudus.



Wawancara dengan Ketua PUSAKA Kudus Ibu Rubiyanti di Rumah beliau sebagai narasumber utama pada penelitian ini.

3. Legalitas Kelompok PUSAKA Kudus

i. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) Kelompok Pusaka



ii. Badan Hukum Kelompok PUSAKA



Detail Transaksi Perkumpulan

DATA PERKUMPULAN

Nama Perkumpulan : PENGGIAT USAHA SATUAN KARYA
Nama Singkatan :
Npwp Perkumpulan : 41.916.211.0-506.000
Nomor Transaksi : 6021032433101649
Tanggal transaksi : 24 Maret 2021

AKTA NOTARIS

Nama Notaris : MAULANA FACHRURROZI S.H., M.Kn.
Nomor Akta : 13
Tanggal Akta : 20 Maret 2021

KEDUDUKAN PERKUMPULAN

Provinsi : JAWA TENGAH
Kabupaten : KABUPATEN KUDUS

DOMISILI PERKUMPULAN

Alamat Perkumpulan : DESA PEDAWANG
RT : 004
RW : 003
Kode Pos : 59324
Kelurahan : PEDAWANG
Kecamatan : BAE
Nomor Telepon : 081237823939

RAPAT ANGGOTA PERKUMPULAN

No	Nama Rapat Anggota	Periode Pelaksanaan	Organ Perkumpulan	Jenis Rapat Anggota
1	RAPAT BADAN PENGURUS	2021-2026	RAPAT ANGGOTA	LAINNYA

PENGURUS DAN PENGAWAS PERKUMPULAN

No	Nama	No. Ktp / Passport	Organ Perkumpulan	Jabatan
1	RUBIYANTI	3319076608760001	PENGURUS	KETUA
2	ARUS HARHARA	3319022111800001	PENGURUS	SEKRETARIS
3	NUR EKO HARYANTI	3312125405750004	PENGURUS	BENDAHARA
4	JUMADI	3319052610750004	PENGAWAS	KETUA

MAKSUD DAN TUJUAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Alyga Akbar Muzakki
2. NIM : 1706026083
3. Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 27 Juli 1999
4. Alamat : Desa Pedawang RT 01 RW 03 Kecamatan
Bae Kabupaten Kudus
5. Jenis Kelamin : Laki-laki
6. Agama : Islam
7. Jurusan/Prodi : Sosiologi
8. Riwayat Pendidikan : - MI NU Sholahiyah Pedawang
- MTs Ma'ahid Kudus
- MA Ma'ahid Kudus
- S1 Sosiologi FISIP UIN Walisongo
Semarang
9. No. Telp : 089699591419
10. Email : Akbar.alyga99@gmail.com

Semarang, 10 Juni 2022

Alyga Akbar Muzakki