

# **JARINGAN SOSIAL PELAKU UMKM KULINER**

**(Studi pada Komunitas Rangkul Kota Semarang)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Untuk  
Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

**Adi Bahtiar**

1906026122

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner**  
**(Studi pada Komunitas Rangkul Kota Semarang)**

Oleh :

**Adi Bahtiar**

**1906026122**

Telah dipertahankan di depan penguji skripsi  
pada tanggal 23 Juni 2023 dan dinyatakan

**LULUS**

Ketua:



**Dr. Mochammad Parmudi, M.Si**

NIP. 196904252000031001

Sekretaris:



**Endang Supriyadi, M.A**

NIP. 198909152016012901

Penguji 1



**Kaiser Atmaja, M.A**

NIP. 198207132016011901

Pembimbing 1



**Dr. Mochammad Parmudi, M.Si**

NIP. 196904252000031001

Pembimbing 2



**Ririh Mega Safitri, M.A**

NIP. 199209072019032018

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) Eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada  
Yth Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
UIN Walisongo Semarang  
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya maka kami menyatakan bahwa Skripsi saudara/i :

Nama : Adi Bahtiar

NIM : 1906026122

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner (Studi pada Komunitas Rangkul  
Kota Semarang

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 6 Juni 2023

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi



Dr. Mochamad Parmudi, M.Si.

NIP.196904252000031001

Bidang Metodologi & Tata Tulis



Ririh Megah Safitri M.A.

NIP. 199209072019032018

## PERNYATAAN

Dengan ini saya Adi Bahtiar menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di Lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar Pustaka.

Semarang, 6 Juni 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink is written over a 10000 Indonesian postage stamp. The stamp is orange and yellow, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERA', and 'TEMPEL'. The serial number '5A545AJX017204510' is visible at the bottom of the stamp.

Adi Bahtiar

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya skripsi yang berjudul **“Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner (Studi Pada Komunitas Rangkul Kota Semarang)”**. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk dari masa yang penuh kebodohan menuju masa yang dipenuhi keberkahan ilmu pengetahuan. Semoga kita sebagai pengikutnya tergolong sebagai umat yang mendapatkan syafaatnya kelak.

Pada penyusunan skripsi ini, penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak hal yang mesti diperbaiki karena kemampuan yang terbatas dari penulis. Namun, atas izin Allah SWT, dukungan, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik moril maupun materiel sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan yang baik ini, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elisabeth, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. H. Mochamad Parmudi, M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak membimbing, memberikan saran, dukungan, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
4. Kaisar Atmaja, M.A., selaku dosen wali penulis yang telah memberikan arahan dan motivasi penulis selama belajar di UIN Walisongo Semarang.
5. Ririh Mega Safitri, M.A., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan pikiran, tenaga, dan waktunya dalam memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.

6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman serta membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Komunitas Rakyat Semarang Kuliner (RANGKUL) dan narasumber yang telah bersedia memberikan izin, data, dan informasi terkait dengan penelitian penulis.
8. Bapak Sudrajat dan Ibu Witri selaku kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan, menunjukkan contoh untuk bekerja keras sehingga menjadi semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. H. Suwito dan Hj. Siti Khotijah selaku kakek dan nenek penulis yang senantiasa memberikan doa dan nasihat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi. Serta segenap keluarga penulis yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dedi Riyadi, S.Pd., Khilyatus Sufi Annisa, Amd.Kes., dan Salsa Andini Fitriyani selaku kakak dan adik penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Dra. Hj. Anggarani Safiryana, M.Pd dan Tesiana Arie Rahcmawati, BA selaku eyang uti penulis yang selalu memberikan doa, nasihat, dan motivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Semangatbantu.com yang telah memberikan kesempatan berharga kepada penulis sebagai penerima beasiswa Pemuda Semangat Bantu Bangsa (PSBB) 2020/2021.
13. Teman-teman sedulur sosiologi kelas D 2019, HMJ Sosiologi 2020, Fisip Entrepreneurship, Kopma Walisongo, KKN Mandiri Inisiatif Terprogram kelompok 45 2022 dan penerima beasiswa PSBB yang telah memberikan warna dalam perjalanan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
14. Sahabat dan orang-orang yang penulis sayangi, Ayu Nindika Parastuti, Alan Amanatillah Ridlo, Ahmad Rohendi, Hafis Surya Aditya, Alfina

Jihan Nuza, Mahardika Afifah Rahmasari, dan teman-teman seperjuangan (batang berjalan) yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

15. Serta seluruh pihak yang telah bertemu dengan penulis dan terlibat dengan penulis yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, saya ucapkan terimakasih.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik dari apa yang telah mereka berikan kepada penulis. Semoga laporan penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta pihak-pihak yang bersangkutan. Penulis juga sadar bahwasanya penulisan skripsi ini masih sangat kurang dari kesempurnaan. oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis mengajukan kritik dan saran yang membangun dapat diberikan guna di masa yang akan datang dapat tercipta karya ilmiah yang lebih baik.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 6 Juni 2023

Penulis,



Adi Bahtiar

NIM. 1906026122

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan karya tugas akhir. Karya ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta, Bapak Sudrajat dan Ibu Witri yang setia memanjatkan doa tanpa henti, memberikan kasih sayang, dukungan, semangat dan motivasi sepanjang perjalanan perkuliahan penulis.

Almamater kebanggaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sebagai tempat menuntut ilmu, menemukan jati diri dengan ahlak dan budi pekerti dan telah menjadi bagian saksi penulis untuk mempersiapkan masa depan dengan baik.



## **MOTTO**

*“Salah satu pengkerdilan terkejam dalam hidup adalah membiarkan pikiran yang cemerlang menjadi budak bagi tubuh yang malas, yang mendahulukan istirahat sebelum lelah”*

(Buya Hamka)

## ABSTRAK

Komunitas UMKM Rangkul adalah sebuah perkumpulan berbadan hukum dari para pelaku UMKM pada bidang kuliner di Kota Semarang. Anggota pada komunitas ini memperkuat relasi dengan sesama pelaku UMKM Kuliner untuk dapat bertahan dari situasi pandemi covid-19. Skripsi ini menganalisis jaringan sosial dalam Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang yang memainkan peran penting dalam menciptakan rasa kekeluargaan yang mendorong anggota untuk terlibat dalam kegiatan kolaboratif demi kemajuan UMKM Kuliner di Kota Semarang. Terbentuknya jaringan ini disebabkan oleh kesamaan niat dan tujuan para anggota dalam Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang. Kesamaan niat dan tujuan para anggota adalah dapat bertahan dalam melewati masa pandemi covid-19 dan UMKM kuliner dapat naik kelas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan naratif deskriptif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipan, wawancara mendalam dengan pengurus dan anggota Komunitas UMKM Rangkul dan dokumentasi berupa catatan pertemuan dan gambar-gambar kegiatan komunitas. Kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori jaringan sosial yang dikemukakan oleh Mark Granovetter bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dengan konteks sosial. Teori ini mencakup 4 poin kunci yaitu: Pertama, norma dan kepadatan jaringan yaitu aturan main yang digunakan dalam Komunitas UMKM Rangkul. Kedua, ikatan yang lemah dan ikatan yang kuat yaitu anggota baru memiliki ikatan lemah dengan anggota lain dan setelah berjalan menjadi ikatan kuat karena kesamaan motivasi yang dimiliki. Ketiga, peran lain yang menjembatani aktor adalah cara yang dilakukan anggota dalam menjalin hubungan dan keempat adanya keterlekatan sosial dalam aktivitas ekonomi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan dalam Komunitas UMKM Rangkul di Kota Semarang terbentuk melalui hubungan berdasarkan kepentingan, emosi dan kekuasaan. Terdapat norma yang mengatur perilaku anggota, ikatan yang lemah dan berkembang menjadi sebuah ikatan yang kuat, serta terdapat peran lain yang menjembatani antara aktor-aktor. Selain itu konsep keterlekatan sosial dalam aktivitas ekonomi tercermin melalui adanya rasa kekeluargaan yang dimiliki Komunitas UMKM Rangkul. Hasil penelitian ini juga mengidentifikasi adanya faktor-faktor pendukung yang memperkuat jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul di Kota Semarang. Faktor-faktor tersebut yaitu adanya pertemuan rutin anggota, melakukan bazar rutin, menggunakan media sosial sebagai fasilitas pemasaran produk, anggota dijadikan vendor produk dan penentuan harga berdasarkan relasi yang dimiliki anggota.

Kata Kunci: Hubungan, Jaringan Sosial, Komunitas UMKM Rangkul

## ***ABSTRACT***

The UMKM Community Embrace is a legally incorporated association of MSME actors in the culinary field in the city of Semarang. Member of this community strengthen relationships with fellow culinary MSMEs to be able to survive the covid-19 pandemic situation. This thesis analyzes social networks in the Semarang City Embracing MSME Community which play an important role in creating a sense of kinship that encourages members to engage in collaborative activities for the advancement of Culinary MSME in Semarang City. The formation of this network was due to the similarity of intentions and goals of the members in the Embracing Semarang MSME Community. The members have the same intentions and goals, namely to survive through the covid pandemic and for culinary MSMEs to move up a class.

This study uses a qualitative approach with a descriptive narrative to gain a deeper understanding. Data collection techniques included participant observation, in-depth interviews with administrators and members of the Embrace UMKM Community and documentation in the form of meeting notes and pictures of community activities. The theoretical framework used in this study is the social network theory put forward by Mark Granovetter that economic activity cannot be separated from social context. This theory includes 4 key points, namely: First, Network Norms and Density, namely the rules of the game used in the Embracing MSME Community. Second, weak bonds and strong bonds, namely new members have weak bonds with other members and after walking become strong bonds because of the similarity of motivation they have. Third, another role that bridges actors is the way in which members establish relationships and fourth, there is social attachment in economic activity.

The results of this study indicate that the network within the Embracing MSME Community in Semarang City is formed through relationships based on interests, emotions and power. There are norms that regulate the behavior of members, bonds that are weak and develop into a strong bond, and there are other roles that bridge between actors. In addition, the concept of social attachment in economic activity is reflected through the sense of family that is owned by the Embrace UMKM Community. The results of this study also identified supporting factors that strengthen the social network of the Embrace UMKM Community in Semarang City. These factors are regular member meetings, using social media as a product marketing facility, members are made product vendors and pay prices based on the members relationships.

Keywords: Relationships, Social Networks, Embracing UMKM Community

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
1. Jaringan Sosial .....	6
2. Pembentukan Komunitas Sosial .....	8
3. Pelaku UMKM Kuliner .....	8
F. Kerangka Teori.....	9
1. Definisi Konseptual .....	9
2. Jaringan Sosial Mark Granovetter .....	15
G. Metode Penelitian .....	16
1. Jenis dan pendekatan penelitian.....	16
2. Sumber dan Jenis Data.....	16
3. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	17
4. Teknik Pengumpulan Data .....	18

5. Teknik Analisis Data .....	21
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	22
<b>BAB II JARINGAN SOSIAL DALAM PERSPEKTIF TEORI MARK</b>	
<b>GRANOVETTER .....</b>	<b>24</b>
A. Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter .....	24
1. Konsep Jaringan Sosial.....	24
2. Asumsi Dasar Jaringan Sosial Mark Granovetter .....	24
3. Istilah-Istilah Kunci Jaringan Sosial Mark Granovetter .....	25
B. Implementasi Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter pada	
Penelitian .....	27
1. Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter.....	27
2. Implementasi Jaringan Sosial Mark Granovetter.....	30
<b>BAB III PROFILE KOMUNITAS UMKM RANGKUL KOTA SEMARANG</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Kota Semarang.....	33
1. Letak Geografis .....	33
2. Kondisi Topografis .....	34
3. Kondisi Demografi .....	35
4. Kondisi Perekonomian Kota Semarang.....	38
5. Pendidikan Kota Semarang.....	41
6. Sosial Budaya Kota Semarang.....	42
B. Profile Komunitas Rangkul .....	42
1. Sejarah Singkat Berdirinya UMKM Rangkul.....	42
2. Maksud dan Tujuan UMKM Rangkul.....	44
3. Visi dan Misi Komunitas .....	45
4. Logo Rangkul dan Maknanya.....	46
5. Struktur Kepengurusan UMKM Rangkul.....	47
6. Program UMKM Rangkul .....	48
<b>BAB IV BENTUK HUBUNGAN SOSIAL ANGGOTA KOMUNITAS</b>	
<b>RANGKUL KOTA SEMARANG.....</b>	<b>50</b>

A.	Hubungan Kepentingan ( <i>Interest</i> ) Dalam UMKM Rangkul .....	50
1.	<i>Survival Strategy</i> .....	50
2.	Memperluas Relasi Usaha .....	51
3.	Meningkatkan Pendapatan.....	53
4.	Pengembangan <i>Skill</i> .....	54
B.	Hubungan Emosi ( <i>Sentiment</i> ) Dalam UMKM Rangkul.....	58
1.	Keluargaan .....	58
2.	Relasi Pertemanan .....	60
C.	Hubungan Kekuasaan ( <i>Power</i> ) Dalam UMKM Rangkul.....	63
1.	Kebijakan Pengurus Pusat .....	63
2.	Perizinan dari Pihak Masjid.....	65
BAB V FAKTOR PENDUKUNG KEBERTAHANAN JARINGAN SOSIAL		
KOMUNITAS UMKM RANGKUL .....		
A.	Pertemuan Rutin (Kopdar) Anggota.....	68
B.	Bazar Rutin .....	71
C.	Media Sosial Sebagai Fasilitas Pemasaran Produk.....	73
D.	Menjadi Vendor Produk .....	78
E.	Penentuan Harga .....	80
BAB VI PENUTUP .....		
A.	Kesimpulan .....	82
B.	Saran .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....		
LAMPIRAN.....		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Informan .....	13
Tabel 2 Jumlah Penduduk Kota Semarang.....	34
Tabel 3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4 Mata Pencaharian Kota Semarang.....	39
Tabel 5 Pendidikan Masyarakat Kota Semarang.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta Administrasi Kota Semarang 2022 .....	34
Gambar 3. 2 Peta Penetapan Sebaran Penduduk Kota Semarang .....	36
Gambar 3. 3 Logo UMKM Rangkul .....	46
Gambar 3. 4 Bagan Pengurus Komunitas UMKM Rangkul.....	48
Gambar 4. 1 Pelatihan Anggota Rangkul .....	56
Gambar 4. 2 Hasil Pelatihan Design Kemasan Produk.....	56
Gambar 5. 1 Kegiatan Rutin Kopdar Rangkul.....	69
Gambar 5. 2 Rapat Bulanan Pengurus.....	71
Gambar 5. 3 Bazar Rangkul Festival.....	73
Gambar 5. 4 Akun Group Facebook Komunitas UMKM Rangkul .....	75
Gambar 5. 5 Postingan Produk UMKM Rangkul di Akun Instagram Rangkul.....	76
Gambar 5. 6 Website UMKM Rangkul.....	77



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Jaringan sosial merupakan konstruksi pola hubungan sosial masyarakat yang dimiliki oleh individu atau kelompok untuk saling terikat. Pola hubungan tersebut memiliki keteraturan untuk bagaimana aktor bersikap dalam lingkungan masyarakat. Adanya jaringan sosial pada masyarakat didasari oleh cara berfikir dan perilaku manusia dalam mencapai tujuannya (Achwan, 2013). Batasan jaringan sosial dapat dipahami sebagai media (hubungan sosial) yang mengikat antar simpul yaitu seorang individu atau kelompok. Kemudian hubungan sosial ini dipertahankan oleh norma dan nilai kepercayaan yang mengikat pada kedua belah pihak. Menurutnya ada kerja sama antar simpul atau aktor yang disebabkan oleh jaringan sosial melalui media hubungan sosial. Seperti halnya sebuah jaring yang tidak putus, jaringan sosial yang menghubungkan antar simpul bisa kuat dalam menahan beban bersama (Lawang, 1986).

Dalam sudut pandang sosiologi ekonomi, konsep jaringan sosial dapat dilihat dari bagaimana cara individu dapat mengalokasikan sumberdaya dan menjalin dengan berbagai relasi sebanyak-banyaknya dengan individu lain untuk mendapatkan keuntungan bagi dirinya sendiri. Lingkungan dengan motif jaringan yang sama akan cenderung membentuk dan mengelompok dengan sendirinya ke dalam satu komunitas tertentu. Jaringan seperti ini diawali berdasarkan apa yang aktor sukai atau minati secara bersana-sama (Suryanti, 2018). Jaringan sosial menjadi sebuah konektivitas dalam tipikal kegiatan khusus di masyarakat. Kegiatan masyarakat yang saling menghubungkan satu sama lain memiliki fungsi dalam melanggengkan sesuatu yang terjadi di lingkungan masyarakat.

Studi terkait jaringan dikaitkan dengan bagaimana seseorang melakukan hubungan satu orang dengan orang yang lain dan menggunakan ikatan sebagai sebuah pelicin untuk mencapai suatu tujuan. Selain itu juga sebagai sebuah perekat dan jembatan dalam memudahkan hubungan yang memberi tatanan dan makna bagi kehidupan social masyarakat (Powell dan Smith-Doer, 1994) dalam (Damsar, 2009). Sebagai contoh komunitas supir truk modifikasi solo raya yang

memanfaatkan jaringan sebagai perekat hubungan tempat berbagi informasi seputar truk dan cara melakukan operasi perjalanan dengan aman serta sebagai jembatan dalam membuka potensi perluasan usaha. Contoh jaringan yang lain yaitu jaringan pedagang buah nanas madu khas pemalang di kota Jakarta dimana aktor memanfaatkan jaringan untuk mendapatkan informasi wilayah mana yang potensial untuk membuka usaha buah nanas. Jaringan tersebut memiliki karakteristik yang dilatar belakangi oleh masyarakat perantau dari Kab. Pemalang.

Salah satu komunitas yang berada di Kota Semarang yaitu Komunitas UMKM Rakyat Semarang Kuliner (Rangkul) terdapat fenomena yang menarik terkait dengan jaringan sosial yang dimiliki oleh komunitas tersebut. Jaringan sosial ini dipelopori oleh adanya keresahan pelaku usaha kuliner Kota Semarang pada saat pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk berkegiatan di rumah masing-masing sebagai upaya dalam memutus rantai penyebaran virus sesuai dengan himbauan dan anjuran dari pemerintah. Aturan dari sebuah kebijakan tersebut mengakibatkan banyak kegiatan yang memerlukan interaksi yang dilakukan langsung wajib dihindari dan membatasi kegiatan masyarakat untuk tidak keluar dari rumah masing-masing (Tuwu, 2020).

Perkumpulan Rakyat Semarang Kuliner atau yang disingkat UMKM Rangkul adalah wadah silaturahmi yang dibuat atas keprihatinan di tengah munculnya pandemi covid-19 beberapa waktu lalu dimana banyak pengusaha kuliner Kota Semarang yang langsung terkena dampaknya bahkan tidak sedikit yang usahanya gulung tikar atau bangkrut dan berimbas pada penutupan. Adanya perkumpulan komunitas ini memiliki harapan dapat menjadi sarana komunikasi, konsultasi berbagi informasi dan pengetahuan baru bagi para pelaku usaha kuliner di Kota Semarang. Komunitas UMKM Rangkul memiliki sekretariat di jl. Bukit Barisan, Blok A no 6-7, Ruko Permata Puri, Bringin, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50272. Komunitas ini memiliki satu dewan penasihat yaitu walikota Semarang Ir. Hj. Hevearita Gunaryanti Rahayu, M.Sos, memiliki empat dewan pembina dan memiliki sebelas pengurus yang terdiri dari ketua umum, sekretaris, bendahara, bidang sosial kemasyarakatan, bidang business support, bidang humas dan antar lembaga, bidang event dan promosi, bidang

edukasi kewirausahaan dan bidang pengembangan SDM. Selain itu juga ada anggota komunitas yang terdiri atas 256 orang yang terbagi atas lima coordinator wilayah yaitu wilayah Semarang Barat, wilayah Semarang Timur, wilayah Semarang Utara, wilayah Semarang Selatan dan wilayah Semarang Tengah.

Komunitas UMKM Rangkul merupakan komunitas UMKM kuliner yang berdiri pertama kali di Kota Semarang pada tanggal 10 Oktober 2020 dan telah memiliki legalitas komunitas berbadan hukum sebagai perkumpulan yang telah diberikan SK oleh Kemenkumham dengan harapan komunitas ini menjadi wadah kolaborasi bagi pelaku usaha kuliner di Kota Semarang. Komunitas ini semakin kuat karena anggota memiliki hubungan rasa kekeluargaan dalam menjalankan usahanya. Sebagai contoh *nglairisi dagangan konco* yaitu kegiatan membeli barang dagangan anggota yang pertama kali membuka usaha dan sebagai anggota yang baru bergabung dalam komunitas. Kemudian selain itu juga ada kegiatan *kon nyicipi* yaitu kegiatan merasakan produk yang dimiliki anggota dan *diriview* serta diunggah di sosial media sebagai cara membantu promosi dagangan anggota Komunitas UMKM Rangkul.

Komunitas ini tidak hanya sebuah perkumpulan akan tetapi ada sebuah program pemberdayaan untuk mengembangkan usaha kuliner ke di Kota Semarang naik kelas dengan melakukan setidaknya tujuh program antara lain: pertama, pengurusan legalitas usaha dan produk (NIB, IUMK, PIRT, Sertifikat halal dan lain sebagainya). Kedua, akses permodalan karena Komunitas UMKM Rangkul sebagai perkumpulan berbadan hukum menjalin kerjasama dengan beberapa bank yang dituangkan dalam bentuk MoU untuk membantu akses permodalan bagi anggota. Ketiga, pelatihan gratis yang bekerjasama dengan berbagai pihak yang disesuaikan dengan kebutuhan anggota. Keempat, promosi gratis dengan cara Komunitas UMKM Rangkul membantu pemasaran anggota dengan marketing online melalui website [www.umkmrangkul.com](http://www.umkmrangkul.com), instagram @umkmrangkul, facebook UMKM Rangkul dan bekerjasama juga dengan beberapa radio dan stasiun TV local untuk promosi. Kelima, jadi vendor jumat berkah dalam hal ini Komunitas UMKM Rangkul mempunyai program jumat berkah dan hasil dari sedekah dibelanjakan produk makanan anggota dan

dibagikan ke masjid, panti asuhan, yayasan dan yang membutuhkan lainnya. Keenam, anggota diikutkan bazar kuliner karena Komunitas UMKM Rangkal sering mendapatkan jatah stand bazar, stand ini bisa dimanfaatkan anggota untuk berjualan dan mempromosikan dagangannya. Ketujuh, dapat *update* atau mengetahui informasi seputaran UMKM kuliner dengan memanfaatkan group *whatsapp* yang terdiri dari semua anggota yang dapat dijadikan sebagai mengirimkan pesan, bertukar informasi, penjualan produk, informasi bazar, dan informasi-informasi penting lainnya yang diharapkan pelaku usaha kuliner Kota Semarang dapat bertahan dan bangkit di tengah krisis yang disebabkan oleh adanya pandemi beberapa waktu lalu.

Berdasarkan observasi pra riset peneliti melihat Komunitas UMKM Rangkal memiliki maksud dan tujuan yaitu melakukan kegiatan di bidang sosial masyarakat dengan membentuk wadah bagi para pengusaha kuliner di Kota Semarang. Jaringan dari komunitas ini digunakan untuk tujuan membina, mengembangkan kemampuan/ketrampilan, memupuk persaudaraan, menanamkan jiwa *socialpreneur* dan meningkatkan keikutsertaan anggota dalam rangka membantu perekonomian anggota khususnya dan masyarakat sekitar serta Negara Republik Indonesia umumnya.

Terdapat tiga signifikansi dalam penelitian ini. Pertama, bahwa jaringan Komunitas UMKM Rangkal dapat memberikan manfaat yang baik bagi para aktor yang terlibat untuk saling bertukar informasi dan menambah edukasi. Demikian juga dengan adanya jaringan akan memudahkan para anggota untuk saling terhubung. Dalam Komunitas UMKM Rangkal, hubungan aktor dengan aktor lain dapat menguntungkan kedua belah pihak. Kedua, jaringan pada komunitas ini digunakan sebagai sarana pemberdayaan peningkatan ketrampilan pelaku usaha kuliner Kota Semarang. aktivitas yang terbangun dalam Komunitas UMKM Rangkal adalah bagaimana supaya kedepannya usaha kuliner Kota Semarang bisa berkembang mampu untuk berhasil dan bagaimana mereka dapat tetap eksis terus dalam berwirausaha kuliner. Ketiga, adanya keterlekatan aktivitas ekonomi dengan aktivitas sosial yang dilakukan sehingga jaringan sosial digunakan untuk mengembangkan usaha juga digunakan sebagai aktivitas sosial seperti kegiatan

jumat berkah, serbu masjid, serbu warung dan program *nglarisi dagangan konco* hal ini didasari atas kesadaran anggota dalam keberkahan dari perbuatan sedekah. Dengan melihat pentingnya jaringan sosial pelaku usaha kuliner penulis tergerak untuk melakukan sebuah penelitian skripsi dengan mengangkat judul “**Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner (Studi pada Komunitas Rangkul Kota Semarang)**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses terbentuknya hubungan sosial yang ada pada anggota Komunitas Rangkul Kota Semarang?
2. Bagaimana faktor pendukung dalam mempertahankan hubungan sosial pada jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengumpulkan informasi yang akurat dalam kaitannya dengan isu-isu yang sudah dirumuskan. Sehingga tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini berupaya dalam menggambarkan dan menjelaskan proses terbentuknya hubungan sosial yang ada pada anggota Komunitas Rangkul Kota Semarang.
2. Guna mengetahui faktor pendukung dalam mempertahankan hubungan sosial pada jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan bisa memberikan sumbangsih dan kontribusi positif pada dunia pengetahuan khususnya tentang jaringan sosial di antara sesama pelaku usaha kuliner dalam suatu komunitas sebagai acuan pada penelitian mendatang yang relevan.

2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi literatur dan menjadi perbandingan untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan jaringan sosial pada suatu komunitas pelaku usaha kuliner.

b. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi untuk siapa saja yang ingin menambah pengetahuan tentang jaringan sosial antar sesama pelaku usaha kuliner disuatu komunitas.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pandangan untuk pelaku usaha kuliner dalam membentuk jaringan sosial yang baik pada kegiatan ekonomi khususnya kegiatan usaha kuliner.
3. Hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu UMKM kuliner dalam merumuskan jaringan sosial dalam mengembangkan aktivitas usahanya.

**E. Tinjauan Pustaka**

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini juga dilakukan tinjauan pustaka dengan mengambil rujukan dari penelitian sebelumnya agar dapat terhidar dengan kesamaan penelitian sebelumnya. Literatur yang dikutip adalah studi yang berkaitan dengan fokus bahasan peneliti dan dibagi menjadi 3 tema yaitu tentang jaringan sosial, pembentukan komunitas sosial dan pelaku UMKM Kuliner. Berikut literturnya :

**1. Jaringan Sosial**

Kajian tentang jaringan sosial telah dilakukan oleh banyak peneliti diantaranya telah dilakukan oleh Rama Nuhlia (2018), Mardianti (2019), Afifah Bidayatur Rohmah (2020), Maklon Felipus Killa dan Alfons Ndamung Ratukani (2020) dan Raymundus Neno (2021).

Rama Nuhlia (2018) fokus pada penelitian ini adalah aktivitas aktor dalam hal ini pengusaha bertindak memainkan perannya, yang diatur oleh peraturan yang sudah disepakati dan ditopang dengan kepercayaan yang dibangun oleh sikap dari masing-masing aktor tersebut. Dalam memanfaatkan jaringan masing-masing aktor memainkan perannya sendiri dalam mengelola sumber daya alam

kopi. Selanjutnya, Mardianti (2019) penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan aktivitas petani bawang merah tentang jenis jaringan sosial yang dimiliki di Desa Mataran Kabupaten Enrekang, para petani berpartisipasi dalam kerja melalui kerjasama khusus berdasarkan kepentingan bersama yang saling melengkapi untuk mencapai tujuan yang telah ditargetkan bersama.

Kemudian, Afifah Bidayatur Rohmah (2020) fokus dari penelitian ini adalah mengetahui sifat jaringan sosial yang ada di pada pelaku penjual pecel lele lamongan di Ciputat, Tangerang Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan jaringan pedagang pecel lele lamongan dipengaruhi oleh empat faktor yang pertama adalah norma dan kepadatan jaringan. Kedua, aktor memiliki hubungan yang sangat kuat sesama pedagang pecel lele dalam mencapai jaringan kepentingan dan jaringan sentimen. Ketiga, pedagang pecel lele Lamongan memiliki ikatan-ikatan yang berkontribusi dalam menjembatani relasi aktor. Keempat, Keterlekatan aktivitas sosial non ekonomi pada jaringan pedagang pecel lele Lamongan yang disebabkan oleh adanya pengaruh eksternal yang mengakibatkan tindakan ekonomi individu.

Selanjutnya Maklon Felipus Killa dan Alfons Ndamung Ratukani (2020) penelitian ini memiliki fokus yaitu untuk mengetahui relasi antar aktor atau pelaku usaha mikro kecil dalam jaringan. Dalam penelitian ini fokus peneliti ada pada identifikasi kepentingan hubungan-hubungan dari individu dalam jaringan sosial yang dimiliki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan sentralitas jaringan terletak pada tiga aktor yaitu pengurus pasar, pemasok dan pelaku usaha mikro kecil itu sendiri. Dari ketiga aktor tersebut memerankan penting dalam berbagi informasi dan sumber daya untuk kepentingan keberhasilan secara bersama.

Kemudian Raymundus Neno (2021) dalam penelitiannya fokus terhadap jaringan yang dimanfaatkan oleh organisasi dan kepompok petani. Aktor-aktor yang terlibat dalam pengembangan jaringan sosial kelompok tani Sawargi Makmur Sekerendeu dikaji dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kelompok tersebut menggunakan jaringan sosialnya. Jaringan sosial kelompok tani Sawargi Makmur Sekerendeu berfungsi menjadi jembatan bagi antar anggota, dalam hal ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan akses ke

sumber daya dan dukungan sosial yang mereka butuhkan untuk memperluas pengetahuan mereka melalui jaringan organisasi sosial.

Dari paparan penelitian di atas, penulis mempelajari perbedaannya dengan beberapa karya tersebut. Yaitu, pada penelitian ini penulis mengkaji tentang bentuk hubungan sosial dan faktor pendukung jaringan sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha kuliner.

## **2. Pembentukan Komunitas Sosial**

Berikutnya kajian mengenai pembentukan sosial yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya yang oleh Sarwonto (2021) dan Veronika (2021).

Sarwonto dkk (2021) penelitian ini mengfokuskan pada pelaku usaha kuliner di Kab, Karanganyar dengan jumlah 250 orang masih berjalan sendiri-sendiri tanpa adanya koordinasi serta komunikasi diantara para pelaku usaha. Sehingga untuk menguatkan posisi tawar dan daya saing yang tinggi kemudian dibuatlah kelompok berupa komunitas pelaku usaha kuliner. Selanjutnya Veronika dkk (2021) penelitian ini difokuskan pada membentuk dan mengembangkan jaringan melalui sebuah komunitas dengan melakukan kegiatan berupa diskusi dan pelatihan, penelitian ini menggunakan kegiatan pengabdian dalam program pengembangan kreativitas komunitas. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan berupa pembentukan sebuah komunitas yang memiliki tujuan satu visi akan menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas lebih baik.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di atas, terdapat sebuah perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini akan mengkaji tentang pemanfaatan sumber daya yang dimiliki anggota dengan jaringan komunitas yang dibentuk.

## **3. Pelaku UMKM Kuliner**

Berikutnya kajian tentang pelaku UMKM Kuliner telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu diantaranya Zeni Eka Putri (2018) dan Abdi Sakti Walenta (2019).

Zeni Eka Putri (2018) penelitian ini difokuskan pada jaringan sosial yang dimiliki aktor dan pemanfaatannya bagi UMKM sebagai aktor jaringan tersebut.



Hasil penelitian ini menunjukkan pelaku usaha atau aktor telah memiliki jaringan sosial yang baik berupa jaringan sosial yaitu jaringan mikro dan jaringan sosial meso. Abdi Sakti Walenta (2019) fokus kajian penelitian Abdi adalah penggunaan modal sosial yang dimiliki pelaku UMKM kuliner (Rumah Makan) yang ada di kota Tentena sebagai instrument yang digunakan untuk mengembangkan usahanya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja bisnis yang memiliki modal sosial yang baik dapat meningkatkan sumber daya manusia.

Berbeda dengan penelitian di atas, yang akan dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu membahas dampak bagi pelaku usaha kuliner terkait dengan pemanfaatan jaringan sosial yang dimiliki oleh aktor.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Definisi Konseptual**

#### **a. Konsep Jaringan Sosial**

Jaringan sosial adalah suatu relasi dimana ikatan yang menghubungkan antara satu titik dengan titik yang lain melalui hubungan sosial masyarakat. Jaringan adalah terjemahan dari sebuah kata *network* yang mana mengandung dua suku kata yaitu net sebagai jaring atau tenunan dan work yang memiliki arti kerja. Penekanan kata *network* ada pada bekerja dalam hubungan antar simpul yang terhubung antara satu dengan yang lain (Lawang, 2004). Jaringan sosial merupakan jenis jaringan tipe khusus dimana ikatan dihubungkan dari satu titik ke titik yang lain adalah hubungan sosial. Garis yang menghubungkan dari satu titik ke titik yang lain adalah wujud dari hubungan sosial antar individu, persahabatan, pertemenana, persaudaraan, pertukaran, hubungan antar organisasi dan lain sebagainya (Suparlan, 1982). Menurut Lawang (2004) Konsep jaringan sosial dapat dimengerti sebagai berikut:

- Dalam jaringan sosial ada ikatan antar simpul (individu/kelompok) yang dihubungkan dengan sebuah media. Hubungan sosial ini diikatkan dengan kepercayaan

kemudian dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak (individu/kelompok).

- Ada kerja dalam simpul yang melalui media hubungan sosial menjadi sebuah aktivitas kerja sama.
- Seperti sebuah jaring yang tidak putus kerja yang terjalin dalam jaringan sosial dapat menahan beban secara bersama-sama.
- Media dan simpul dalam jaringan tidak dapat dipisahkan dalam hal ini adalah orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
- Dalam kerja jaring terdapat ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri-sendiri. Jika salah satu simpul putus maka keseluruhan jaringan tersebut akan terganggu atau berfungsi secara tidak maksimal dan tidak berfungsi secara baik. Semua simpul dalam jaringan menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat.
- Ikatan yang mengikat (simpul) adalah aturan atau norma yang menjaga dan mengontrol kestabilan bagaimana sebuah hubungan tersebut dan medianya dijaga atau dipelihara dan dipertahankan.

Hubungan sosial dalam sebuah jaringan sosial adalah interaksi sosial terus menerus yang bersifat langgeng dan berkelanjutan yang menjadi terikat satu dengan yang lain dan kestabilan dari seperangkat harapan. Hubungan sosial dapat dipahami sebagai jalur atau merupakan sebuah jalan atau saluran yang menghubungkan antara satu dengan yang lain dimana melalui jalan tersebut bisa menjadi akses dalam mengalirkan sesuatu misalnya barang, jasa, informasi dan lain sebagainya (Agusyanto, 2014).

#### **b. UMKM Kuliner**

UMKM atau usaha mikro kecil dan menengah adalah suatu usaha yang memiliki ruang lingkup market yang kecil, tenaga kerja yang sedikit, dan dikelola sendiri atau keluarga oleh pemilik usaha (Simmons, 2008).

Sedangkan menurut Bank Dunia (World Bank) UMKM merupakan suatu usaha yang memenuhi tiga kriteria diantaranya yaitu kekuatan karyawan yang masih lemah, ukuran asset yang masih kecil dan penjualan tahunan (Das, 2017). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah membagi menjadi beberapa ciri yaitu:

1. Ciri Usaha Mikro

- Aktiva bersih atau modal kerja bersih maksimal sebesar Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) nilai ini tidak termasuk dengan tanah dan bangunan komersial.
- Meemiliki hasil penjualan tahunan paling tinggi sebesar Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Ciri Usaha Kecil

- Mempunyai aktiva bersih atau modal kerja bersih minimal Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) atau sampai dengan Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) nilai ini tidak termasuk tenaga kerja dan tanah atau bangunan komersial.
- Mempunyai hasil dari penjualan tahunan mulai dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Ciri Usaha Menengah

- Mempunyai aktiva bersih atau modal bersih minimal Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dan maksimal yaitu Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah).
- Dari sisi penjualan mempunyai hasil penjualan paling sedikit atau minimal Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) dan paling maksimal yaitu 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sedangkan usaha pada bidang kuliner dipahami sebagai rangkaian aktivitas memilih makanan yang berkualitas untuk menghasilkan makanan atau minuman sehat dengan penampilan menarik (Soenardi, 2013). UMKM kuliner merupakan usaha yang dilakukan dengan transaksi penjualan pada bidang makanan dan minuman. Konteks UMKM kuliner menunjukkan adanya aktivitas pemenuhan kebutuhan barang atau jasa yang oleh konsumen sehingga pelaku usaha bisa mendapatkan sebuah keuntungan ekonomi dari produk makanan atau minuman yang dijualnya. Ada beberapa jenis UMKM dalam bidang kuliner antara lain usaha warung makan, usaha kuliner grobagan, usaha kue atau makanan kering, usaha catering dan usaha minuman (Ayodya, 2016). Dapat dipahami dari definisi di atas bahwa pelaku UMKM kuliner adalah seseorang baik individu atau kelompok yang melakukan tindakan dengan memiliki motif untuk mendapatkan sebuah keuntungan dari penjualan pada bidang makanan dan minuman dengan skala usaha yang kecil.

### **c. Komunitas**

Komunitas atau organisasi adalah bentuk kelompok kerja sama antara beberapa individu dalam menggapai tujuan dengan melakukan pembagian dan peraturan kerja pada setiap aktor yang terlibat (Moedjiono, 2012). sebuah komunitas dapat bertahan dan berkembang apabila dalam komunitas tersebut memiliki nilai budaya yang sama dan dapat diterima oleh masyarakat serta kelompok lain (Fredrick, 1988). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Komunitas merupakan organisme (orang) yang hidup dan saling berinteraksi satu sama lain disuatu daerah tertentu. Sedangkan menurut sosiologi komunitas (*community*) dapat dipahami sebagai bagian dari masyarakat bertempat tinggal di wilayah tertentu yang didasari pada perasaan yang sama, sepenanggungan dan saling membutuhkan satu sama lain.

Komunitas memiliki dua prinsip yang harus tetap dijalankan dalam aktivitasnya yaitu bertahan hidup (*survive*) dan berkembang (*develop*). Komunitas harus bisa bertahan dalam keberadaan eksistensinya dan

berkembang kalau tidak maka komunitas itu akan bangkrut, gulung tikar dan bubar. Dari dua prinsip tersebut kemudian fungsi jaringan diperlukan dalam mempertahankan keberadaannya (Agusyanto, 2013). Berdasarkan pengertian tersebut perkumpulan Rakyat Semarang Kuliner (Rangkul) dapat disebut sebagai komunitas karena keberadaan perkumpulan tersebut telah terakumulasi segala sumber daya serta potensi yang ada dalam anggota untuk bertahan dan berkembang melalui jaringan yang dimiliki.

#### **d. Jaringan Sosial Perspektif Islam**

Secara umum jaringan sosial dapat dipahami sebagai sikap individu maupun kelompok dalam sebuah pola hubungan sosial yang sifatnya kolektif. Sedangkan islam memandang jaringan sosial melalui Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai pedoman hidup umat islam. Dalam perspektif islam Al-Qur'an dan Al-Hadist tidak hanya membahas hubungan manusia dengan Tuhan tetapi dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist juga membahas hubungan manusia dengan manusia karena pada dasarnya manusia tinggal di bumi tidak sendirian baik konteks fisik ataupun pada konteks sosial budaya. Sehingga manusia dalam menjalani kehidupan memerlukan manusia lain dalam membangun kerja sama (Rahmanda, 2022). Berikut penjelasan Al-Qur'an tentang hubungan sesama manusia sebagai pedoman untuk melakukannya:

Dalam Al-Qur'an surat An-nisa ayat 36 Allah SWT berfirman:

وَاَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِآلِ الْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ  
وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۚ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ  
اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

*“Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apa pun. Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil, dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri” (QS. An-Nisa' 4: Ayat 36).*

Selain dijelaskan di Al-Qur'an, berikut salah satu hadist yang menjelaskan keutamaan menjaga hubungan sosial atau jaringan sosial. Rasulullah SAW bersabda:

عن ابن شهاب أَخْبَرَنِي أَنَسُ بْنُ مَالِكٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ وَ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ - رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ

*Diriwayatkan dari Ibnu Sihab (dimana) telah memberitahu Anas bin Malik Radhiyallahu 'anhu : Aku Mendengar Rasulullah SAW Bersabda : "Siapa yang ingin diluaskan rizqinya atau meninggalkan nama sebagai orang baik setelah kematiannya (dipanjangkan umurnya) hendaklah ia menyambung silaturahmi" (HR. Bukhori).*

Dari ayat Al-Quran dan hadist nabi di atas memiliki pokok pembahasan mengenai perintah Allah kepada manusia untuk saling tolong menolong dan jaminan pahala bagi mereka yang melakukan ringan tangan untuk membantu. Dimana Allah akan menganugerahkan kepada (mereka) manusia dalam bentuk rezeki untuk membantu atau tolong-menolong kepada sesama. Begitupun sebaliknya, bagi siapa yang menghendaki untuk membantu sesama tanpa pamrih (ikhlas) dalam hal kebaikan, niscaya Allah akan memberikan balasan ganjaran di akhirat kelak.

Tokoh muslim Ibnu Khaldun mengatakan bahwa hubungan solidaritas ('ashabiyah) yang didasarkan oleh sebuah agama atau akidah bahkan dapat lebih kuat dari hubungan yang didasarkan oleh sebuah hubungan darah atau keluarga (nasab). Dari pengamatannya orang yang membangun suatu kerajaan yang berisi orang-orang yang satu agama maka kerajaan itu akan lebih kuat dan berlangsung lebih lama (Khaldun, 2000).

Dari uraian di atas telah menjelaskan bahwa peran agama sebagai pedoman bagi umatnya dapat menjadi media interaksi yang efektif. Dari beberapa pengalaman sejarah tidak dapat dipungkiri bahwa agama telah menjadi cerminan paling besar untuk menciptakan suatu ikatan bersama atau jaringan sosial, baik diantara anggota dari beberapa asosiasi masyarakat. Menurut Soerjono Soekanto Ketika ada factor kesamaan dalam kelompok maka masyarakat itu lebih solid dengan memiliki

persaudaran yang kuat factor-faktor ini memiliki tujuan yang sama, kepentingan yang sama, nasib yang sama serta ideologi dan agama yang sama.

Banyak anjuran dan perintah dalam ajaran Islam yang menyuruh manusia untuk berbuat baik kepada sesama manusia tau orang lain, memperbaiki hubungan dengan sesama, peduli sesama, dan menyanyangi sesama. Melanggar solidaritas itu dilarang, bahkan Islam mengajurkan umatnya untuk mencintai orang lain sebagaimana mencintai dirinya sendiri. Selain anjuran dan perintah tersebut, ajaran agama Islam juga menganjurkan manusia untuk melakukan ritual atau ibadah tertentu sebagai wujud keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Ritual tersebut berkaitan dengan kegiatan sosial di masyarakat (Kamiruddin, 2006).

Uraian di atas memberikan penjelasan bagi umat muslim untuk melakukan ritual keagamaan seperti ibadah secara berjamaah, silaturahmi, menjaga persaudaraan dengan umat muslim, saling bahu-membahu ketika saudaranya (sesama muslim) sedang dilanda musibah. Kemudian setiap ibadah yang disebutkan jika hal ini dilakukan secara berulang kali, maka akan mengakibatkan umat Islam sering bertemu, berinteraksi, dan saling memahami sesama, menimbulkan kesadaran dan mempunyai tujuan yang sama. Dengan demikian akan menciptakan sentimen perasaan, rasa simpati dan rasa cinta dan kasih sesama umat muslim.

## **2. Jaringan Sosial Mark Granovetter**

Pada penelitian ini penulis menggunakan kerangka teori jaringan social dari Mark Granovetter. Konsep dasar jaringan sosial adalah aktivitas sosial yang disebabkan oleh kombinasi kekuatan ikatan dari jumlah intensitas interaksi, waktu yang diperlukan, emosi yang dilakukan, keintiman interaksi dan layanan timbal balik yang melekat pada aktivitas ekonomi (Granovetter, 1973). Hubungan pada jaringan ditingkat mikro dianggap seperti tindakan yang melekat dalam hubungan pribadi dan dalam struktur hubungan jaringan tersebut.

Menurut pemikiran dari Mark Granovetter terkait dengan jaringan social terdapat empat kunci utama yang dapat digunakan dalam menganalisis sebuah jaringan sosial yaitu pertama norma atau kepadatan jaringan, kedua lemah dan kuatnya suatu ikatan, ketiga terdapat peran lain yang menjembatani para aktor dan yang terakhir adanya konsep keterlekatan sosial dengan perilaku ekonomi yang dimiliki oleh aktor.

## **G. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang terdiri beberapa poin yaitu sebagai berikut:

### **1. Jenis dan pendekatan penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif melihat kondisi objek alamiah. Peneliti berfungsi sebagai instrument utama dan dalam penelitian kualitatif triangulasi (gabungan) digunakan untuk mengumpulkan data, analisis induktif digunakan untuk menganalisis data, dan temuan menekankan makna dari pada generalisasi. Metode kriteria penelitian memerlukan berbagai metode pengumpulan data dari sumber data. Analisis data sangat penting ketika mengembangkan hipotesis dalam penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif menggunakan cara analisis data non-matematis dengan menghasilkan jawaban rumusan masalah melalui data yang didapatkan oleh penulis dengan cara sebagai berikut yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi atau arsip data. Terdapat hubungan langsung antara metode kualitatif yang digunakan oleh peneliti dan informan. Penelitian ini diarahkan untuk memperoleh dan mengeksplorasi fakta terkait jaringan sosial pelaku usaha kuliner di Kota Semarang pada ruang Komunitas Rangkul Kota Semarang.

### **2. Sumber dan Jenis Data**

Menurut Artikunto (2002) sumber data merupakan subjek dari mana data itu didapatkan. Pada penelitian kualitatif sumber utama data adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data meliputi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer



atau data yang diambil dari sumber pertama di lapangan yang berasal dari observasi dan wawancara. Selanjutnya yang kedua adalah data sekunder atau data yang diperoleh dari sumber kedua penelitian seperti dari buku, jurnal, atau situs internet dan memuat materi yang digunakan oleh peneliti. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua macam yaitu:

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dari observasi (pengamatan langsung) tentang pola pembentukan jaringan sosial Komunitas Rangkul dan wawancara terhadap aktor yang terlibat. Mengamati lingkungan dan melakukan tanya jawab kepada pelaku usaha kuliner kota Semarang yang ada pada komunitas Rangkul kota Semarang.
- b. Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari buku dan artikel jurnal yang diakses melalui media *online* dan *website* yang terkait dengan pokok bahasan penelitian.

### **3. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **a. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Komunitas Rakyat Semarang Kuliner / Rangkul kota Semarang yang berada di Jalan Bukit Barisan, Blok A no 6-7, Ruko Permata Puri, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50272. Lokasi tersebut dipilih karena dengan pertimbangan;

- Rangkul adalah komunitas ruang komunikasi, konsultasi, kolaborasi dan berbagi ilmu bagi sesama pelaku usaha kuliner kota Semarang.
- Komunitas Rangkul kota Semarang adalah pionir yang hadir untuk menjadi ekosistem *builder* untuk perekonomian kreatif kota Semarang.
- Rangkul sebagai komunitas yang bisa membantu dalam permasalahan-permasalahan yang muncul untuk bisa diselesaikan melalui cara kekeluargaan dan gotong royong antar sesama anggota komunitas UMKM Kuliner.

#### **b. Waktu Penelitian**

Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data, kemudian mengolah data, sampai menganalisis data yang didapat sehingga bisa menarik kesimpulan adalah dari bulan September 2022 sampai selesai.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah metode yang digunakan oleh penulis untuk pengumpulan data dari instrument penelitian. Pengumpulan data merupakan alat yang diperlukan oleh penulis untuk mengumpulkan data. Seperti yang diketahui bahwa tujuan dari penelitian itu sendiri adalah mencari data. Pada penelitian ini penulis bertugas menjadi instrument sekaligus menjadi pengumpul data penelitian. Guna memperoleh data secara benar dan valid prosedur yang digunakan dalam mengumpulkan data antara lain sebagai berikut:

##### **a. Observasi**

Menurut Ahmadi (2016) observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan mengamati dan memahami situasi atau perilaku objek yang diteliti. Peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi lokasi penelitian Komunitas UMKM Rangkul, mengamati, dan berbicara langsung dengan anggota atau informan Komunitas Rangkul kota Semarang untuk mengetahui seberapa luas dan solid jaringan sosial yang dimiliki oleh anggota komunitas.

##### **b. Wawancara**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian kualitatif lebih ditekankan pada jenis teknik wawancara khususnya wawancara mendalam. Menurut Ahmadi (2016) Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan komunikasi untuk mengetahui jawaban dari responden secara mendalam dengan cara bertanya secara langsung atau suatu komunikasi percakapan yang ditujukan ke dalam masalah tertentu. Menurut Lincoln dan Guba (1985) yang ditulis dalam buku Rulam Ahmadi (2016) wawancara dalam penelitian kualitatif terbagi menjadi dua jenis,

yaitu wawancara yang dilakukan dengan terstruktur dan wawancara yang dilakukan dengan tidak terstruktur.

Wawancara terstruktur juga sering disebut sebagai wawancara buku (*standardized interview*) yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang telah ditentukan (biasanya tertulis) dengan pilihan jawaban yang telah disediakan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur sering disebut juga sebagai wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara etnografi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam. Melalui wawancara tidak terstruktur diharapkan peneliti mendapatkan jawaban yang lebih mendalam tentang partisipasi anggota Komunitas UMKM Rangkul dalam memaknai situasi dan fenomena jaringan.

Pada penentuan informan, penelitian ini menggunakan metode purposive. Menurut Sugiyono (2009) metode purposive merupakan pengumpulan informan berbasis pada informasi dengan pertimbangan yang spesifik. Seperti informan tersebut dianggap sangat tahu mengenai jawaban apa yang diharapkan. Adapun kriteria dan alasan peneliti menggunakan metode tersebut seperti peneliti memilih informan dengan berdasarkan telah bergabung selama dua tahun, aktif mengikuti kegiatan pelatihan Rangkul, dan mengikuti kegiatan sosial yang dilaksanakan Komunitas UMKM Rangkul.

Dalam proses wawancara peneliti bertemu dengan informan secara langsung yaitu pelaku usaha kuliner yang ada di Komunitas UMKM Rangkul dalam hal ini penulis akan melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada informan dengan melakukan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dari tujuan penelitian yang telah ditentukan.

*Tabel 1 Data Informan*

No	Nama	Keterangan
1.	Suyatno Hutomo	Ketua Rangkul

2.	Rifky Prananda	Humas Rangkul
3.	Vivit	Anggota Rangkul Semarang Timur
4.	Veronica Devi	Anggota Rangkul Semarang Utara
5.	Subaktiyanto	Anggota Rangkul Semarang Barat
6.	Mamat	Anggota Rangkul Semarang Timur
7.	Yulia	Anggota Rangkul Semarang Selatan
8.	Warto	Takmir Masjid Al-Makmur

Sumber: *Data Primer*

Sebagai sumber data pemilihan informan dalam penelitian ini berdasarkan pada kriteria yang telah disebutkan di atas. Dengan rincian yaitu ketua Komunitas UMKM Rangkul yang benar-benar mengetahui tentang jaringan Komunitas UMKM Rangkul, kedua humas Komunitas UMKM Rangkul sebagai penguat sumber informasi tentang jaringan Komunitas UMKM Rangkul, dan anggota Komunitas UMKM Rangkul yang terlibat langsung dalam proses pelaksanaan manfaat jaringan yang dimiliki dengan kriteria telah bergabung selama dua tahun, aktif mengikuti pelatihan Rangkul, dan mengikuti kegiatan-kegiatan dari komunitas Rangkul. Terakhir pengurus masjid Al-Makmur di Kelurahan Bambankerep, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Masjid ini dipilih penulis menjadi informan karena sebagai masjid yang sering dijadikan kegiatan jumat berkah semenjak Komunitas UMKM Rangkul berdiri.

#### c. Dokumentasi

Dokumen dalam hal ini adalah bahan seperti fotografi, video, film, memo, surat, dan sejenisnya. Dokumen tersebut bisa digunakan untuk melengkapi data yang dihasilkan dari observasi dan wawancara (Ahmadi, 2016). Teknik dokumentasi dilakukan untuk memperkuat dan mempertajam keakuratan data atau informasi yang didapatkan dari bahan dokumentasi lapangan yang dapat digunakan untuk memeriksa keabsahan data. Hal tersebut untuk membantu peneliti dalam menganalisis dokumen penelitian yang relevan. Pengumpulan data ini nantinya akan ditambahkan

untuk mendukung dan menyempurnakan data yang telah diperoleh dari observasi dan wawancara.

## **5. Teknik Analisis Data**

Berdasarkan data yang dikumpulkan selama observasi dan wawancara, maka data tersebut akan lebih bermakna jika menafsirkan dan menganalisisnya lebih dalam. Pengolahan dan penataan secara sistematis wawancara dan bahan data lainnya dikenal sebagai analisis data. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini untuk memecahkan masalah dengan menggambarkan kondisi, khususnya subjek penelitian dan fakta-fakta yang muncul (Hardiansyah, 2010). Data yang terkumpul akan dideskripsikan secara ringkas dan dijelaskan dengan kata-kata atau kalimat.

Menurut Bodgan dan Taylor (1975) analisis data digunakan sebagai proses menemukan tema dalam merumuskan hipotesis kerja. Menurutnya pemilihan data ke dalam pola, kategori, dan dasar deskripsi dilakukan sebagai proses analisis data sehingga dapat ditemukan tema, hal ini karena pencarian teori dalam data merupakan dasar dari penelitian kualitatif. Pada penelitian jaringan sosial Komunitas Rangkul menggunakan analisis induktif. Ada tiga tahapan dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1984) ketiga hal tersebut yaitu reduksi data atau pemilihan hal pokok, penyajian data atau informasi yang tersusun, kemudian melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

### **a. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan sesuatu yang terpisah dari analisis. Kegiatan ini berlangsung secara terus menerus terutama pada saat proses pengumpulan data. Mereduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok mencari tema dan mengfokuskan kepada hal yang penting. Reduksi data juga membuang yang tidak perlu dan menyusun data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan. Kegiatan reduksi data akan selalu dilakukan sampai laporan selesai.

### **b. Penyajian Data**

Penyajian data yang menggambarkan informasi yang dikumpulkan dan dapat digunakan sebagai kesimpulan dan pengambilam tindakan. Penyajian yang digunakan dalam data kualitatif berupa teks yang menjelaskan data.

#### c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau bisa juga disebut sebagai verifikasi merupakan tahapan akhir dalam suatu penelitian kualitatif. kesimpulan serta verifikasi harus dilakukan dengan baik dan dijabarkan dengan jelas sesuai dengan data yang diperoleh. Karena setiap makna yang ditulis oleh peneliti harus diuji kebenarannya.

### **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi ini berguna dalam memudahkan untuk memahami skripsi dan memberikan penjelasan yang komprehensif secara lebih dalam. Untuk itu, skripsi ini dibagi menjadi enam bab yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan metode penelitian.

#### **BAB II JARINGAN SOSIAL DALAM PERSPEKTIF TEORI MARK GRANOVETTER**

Pembahasan bab ini merupakan paparan tentang penegasan istilah dan teori. Dalam bab ini pembahasan dibagi menjadi dua bagian yaitu tentang UMKM dan jaringan sosial serta teori jaringan sosial perspektif Islam dan jaringan sosial menurut Mark Granovetter.

#### **BAB III PROFILE KOMUNITAS UMKM RANGKUL KOTA SEMARANG**

Bab ini menjelaskan objek penelitian, gambaran umum dari kondisi geografis, topografis, demografis, kondisi ekonomi, sosial budaya, gambaran umum lokasi penelitian, profil lembaga (sejarah, struktur organisasi komunitas, dan mekanisme kerja) pada Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang.

#### **BAB IV BENTUK HUBUNGAN SOSIAL ANGGOTA KOMUNITAS UMKM RANGKUL KOTA SEMARANG**

Pada bab ini dijelaskan uraian mengenai implementasi hubungan sosial pelaku usaha kuliner Kota Semarang pada ruang Komunitas UMKM Rangkal. Bentuk hubungan yang muncul meliputi hubungan kepentingan (*interest*), hubungan emosi (*sentiment*), dan hubungan kekuasaan (*power*).

#### **BAB V FAKTOR PENDUKUNG KEBERTAHANAN JARINGAN SOSIAL KOMUNITAS UMKM RANGKUL**

Bab ini dijelaskan macam-macam faktor yang mendukung dalam mempertahankan jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkal untuk para anggota bisa selalu melakukan aktivitas usahanya. Faktor pendukung keberlanjutan para anggota ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan agar terus bisa berdagang dimana dapat diketahui bahwa kegiatan berdagang adalah alasan mereka membentuk jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkal. Faktor-faktor pendukung yang ditemukan oleh penulis yaitu pertemuan rutin (kopdar), bazar rutin, peran media sosial sebagai fasilitas pemasaran produk, menjadi vendor produk dan penentuan harga menjadi harga teman.

#### **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini membahas kesimpulan dari penulis dan saran dari penulis. Kesimpulan adalah sebuah jawaban dari hasil penelitian baik dari jawaban teoritis ataupun jawaban empiris berdasarkan pada masalah yang ditemukan. Saran merupakan masukan atau pandangan bagi penulis dari berbagai pihak.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini memuat daftar sumber yang dijadikan sebagai referensi untuk membantu penyusunan laporan penelitian.

## **BAB II**

### **JARINGAN SOSIAL DALAM PERSPEKTIF TEORI MARK GRANOVETTER**

#### **A. Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter**

##### **1. Konsep Jaringan Sosial**

Konsep dasar jaringan sosial adalah aktivitas sosial yang disebabkan oleh kombinasi kekuatan ikatan dari jumlah intensitas interaksi, waktu yang diperlukan, emosi yang dilakukan, keintiman interaksi dan layanan timbal balik yang melekat pada aktivitas ekonomi (Granovetter, 1973). Hubungan pada jaringan ditingkat mikro dianggap seperti tindakan yang melekat dalam hubungan pribadi dan dalam struktur hubungan jaringan tersebut. Hubungan itu didasari pemikiran bahwa aktor setiap pada jaringan baik individu ataupun kelompok memiliki perbedaan akses kepada sumber daya yang memiliki nilai contohnya kekuasaan, kekayaan, informasi dan lain sebagainya. Sehingga dalam jaringan komponen-komponen tertentu tergantung dengan komponen yang lain.

Dalam pemikiran Granovetter jaringan sosial pada dasarnya merupakan konstruksi sosial yang melekat pada kegiatan ekonomi yang dibangun untuk mengatasi masalah sosial melewati interaksi antar individu dan juga antar kelompok sehingga terbentuklah kekuatan sosial kolektif. Sehingga jaringan sosial dapat dipahami sebagai sebuah konstruksi yang digunakan oleh aktor untuk mencapai tujuannya. Suatu hubungan apapun bentuknya baik yang terjalin secara lemah atau kuat akan memberikan kemudahan dalam menjalankan kehidupan. Suatu jaringan yang terbangun secara kuat akan memberikan basis motivasi yang lebih besar untuk saling membantu dan memberikan kemudahan dalam menjalankan kehidupan bagi aktor (Granovetter, 1973).

##### **2. Asumsi Dasar Jaringan Sosial Mark Granovetter**

Asumsi dasar yang Granovetter bangun adalah perilaku aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dengan konteks sosial. Ia mengembangkan konsep jaringan sosial sebagai hubungan sosial antar individu yang relative stabil dan jaringan sosial merupakan bahan dasar



pertukaran ekonomi (Granovetter, 1973). Kelekatan perilaku ekonomi dalam hubungan sosial bisa dijelaskan oleh jaringan sosial yang hadir dalam kehidupan ekonomi. Granovetter berpendapat bahwasanya dalam tindakan ekonomi seperti pertukaran atau jual beli selalu melekat dan terkait dengan hubungan sosial.

Hubungan sosial dan struktur hubungan sosial (jaringan sosial) akan menghasilkan sebuah kepercayaan (*trust*) dan mengurangi atau mencegah terjadinya penyimpangan oleh aktor ekonomi (*malfeasance*). Alasan mengapa demikian terjadi adalah:

- a. dalam hubungan sosial individu akan memberikan informasi lebih murah
- b. aktor yang memiliki hubungan secara terus menerus dalam jaringan sosial akan memiliki motif ekonomi agar dirinya dapat dipercaya.
- c. aktor yang mempertimbangkan hubungan sosial akan mendapatkan gambaran ekonomi yang berbeda karena banyak hal yang terjadi dalam aktivitas ekonomi melekat pada hubungan sosial.

### **3. Istilah-Istilah Kunci Jaringan Sosial Mark Granovetter**

Granovetter (2005) mengatakan bahwa pemikiran pengaruh hubungan antara jaringan sosial dan manfaat ekonomi didasarkan pada empat prinsip utama yaitu:

- a. Norma dan kepadatan jaringan (*norms and networks density*)

Aktor dalam menjalankan jaringan sosial menerangkan bahwa norma menjadi sebuah tata aturan dalam berperilaku. Norma adalah aturan main yang diterapkan dan memberikan pengaruh penyelenggaraan sosial itu sendiri (Granovetter, 1973). Norma juga dapat dipahami sebagai peraturan-peraturan untuk seseorang dapat mematuhi dalam hubungan dengan orang lain pada sebuah jaringan sosial. Norma tidak hanya menyediakan petunjuk-petunjuk perilaku

tertentu dalam situasi tertentu akan tetapi norma juga memberikan sebuah ekspektasi mengenai bagaimana orang akan merespon perilakunya. Dengan demikian Mark Granovetter menekankan bahwa norma sering merujuk kepada sekumpulan aturan yang diharapkan dapat dilaksanakan dengan baik.

b. Lemah dan kuatnya suatu ikatan (*the strength of weak ties*)

Komponen jaringan yang paling penting adalah adanya aktor atau pelaku dan sebuah ikatan. Manusia sebagai makhluk sosial suatu ikatan baik lemah atau kuat dapat memberi kemudahan untuk menjalankan kehidupan bermasyarakat. Ikatan yang lemah ini dapat berkembang menjadi sebuah ikatan yang kuat dengan memberikan motivasi yang besar kepada para aktor untuk saling membantu. Ikatan yang lemah ditandai dengan emosi dan waktu yang kurang intens bagi para aktor (Granovetter, 1973).

c. Peran lain yang menjembatani aktor (*the important of structural holes*)

Pokok dari sebuah ikatan adalah cara yang dilakukan untuk membangun sebuah ikatan bukan pada kualitas ikatan yang tercipta. Ini dikarenakan dengan membangun jaringan secara tidak langsung seorang individu akan terikat (Granovetter 1973). Menurutny inti dari sebuah ikatan tidak terletak pada kualitas ikatan yang tercipta dalam sebuah kelompok akan tetapi lebih pada cara yang dilakukan dalam membangun dan mempertahankan sebuah jaringan. Hal ini juga menekankan pada keuntungan strategi yang dapat membuat aktor merasa terikat satu dengan yang lain.

d. Keterlekatan sosial dalam perilaku ekonomi (*embeddedness*).

Dalam mengkaji sebuah jaringan menggunakan gagasan keterlekatan dengan mengamati bahwa keterikatan sosial antara pelaku ekonomi berlangsung simultan dalam realitas sosial. Hubungan interpersonal pelaku ekonomi membentuk keterikatan sosial dalam jaringan social (Mark Granovetter, 1985). Dalam membahas keterlekatan social dalam perilaku ekonomi Granovetter membaginya

menjadi dua bentuk keterlekatan yaitu pertama keterlekatan relasional merupakan sebuah tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat pada jaringan sosial personal yang sedang terjadi di antara para aktor. Konsep dari adanya disituasikan secara sosial yaitu bermakna tindakan ekonomi yang berhubungan dengan orang lain atau dikaitkan dengan individu yang lain. Yang kedua keterlekatan structural yaitu sebuah keterlekatan yang terjadi pada jaringan sosial di hubungan yang lebih luas. Konteks hubungan yang lebih luas adalah institusi atau struktur sosial yang ada pada masyarakat.

Dengan melihat aktivitas yang dimiliki oleh anggota Komunitas UMKM Rangkal, penelitian ini menggunakan pendekatan jaringan sosial Mark Granovetter untuk mengkaji hubungan sosial para pelaku usaha kuliner Komunitas Rangkal dalam upaya memajukan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Semarang pada bidang kuliner.

## **B. Implementasi Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter pada Penelitian**

### **1. Teori Jaringan Sosial Mark Granovetter**

Granovetter menggambarkan hubungan ditingkat mikro jaringan seperti Tindakan yang melekat dalam hubungan pribadi yang kongkret dan dalam struktur jaringan hubungan itu. Hubungan tersebut berlandaskan pada bahwa setiap aktor memiliki akses yang berbeda terhadap sumber daya yang bernilai. Granovetter menjelaskan bahwa pengaruh struktur sosial membentuk suatu jaringan yang dapat dimanfaatkan secara ekonomis khususnya dengan yang berkaitan informasi (Granovetter, 1985).

Jaringan sosial adalah hubungan yang terbentuk antara banyak individu yang ada di dalam kelompok sehingga mencakup didalamnya hubungan formal dan hubungan informal. Hubungan ini merupakan sebuah wujud dari refleksi atas kerjasama antar aktor yang muncul atas dasar ikatan sosial yang aktif (Granovetter, 1985). Jaringan sebagai

sekolompok dari para individu yang memiliki dan membagi norma-norma dan nilai-nilai informal yang lebih dari sekadar aturan yang penting untuk sebuah transaksi-transaksi pasar seperti biasanya. Jaringan dapat memberi dasar bagi kohesi sosial hal ini disebabkan jaringan dapat mendorong orang bekerja sama satu sama lain dan tidak sekadar dengan orang yang dikenal secara langsung akan tetapi juga dengan orang yang tidak dikenal untuk mendapatkan manfaat timbal balik.

Jaringan yang dimiliki individu atau kelompok dipandang sebagai bagian dari hubungan dan aturan norma yang lebih luas yang memungkinkan orang mencapai tujuan-tujuannya dan tujuan tersebut mengikat bersama masyarakat. Komponen-komponen sebuah jaringan adalah sebagai berikut:

- a. Sekumpulan objek atau seseorang yang berjumlah minimal tiga orang yang mana satu memiliki peran menjadi pemberhentia atau terminal, biasanya sebuah jaringan dilukiskan sebagai titik-titik yang pada istilah jaringan disebut sebagai aktor.
- b. Dalam jaringan terdapat titik ke titik yang lain yang dihubungkan oleh sebuah ikatan jaringan. Ikatan ini digambarkan sebagai sebuah garis yang merupakan suatu jalur saluran dimana dalam jaringan disebut sebagai media.
- c. Jika digambar seperti diagram terdapat arus digariskan dengan anak panah dimana terdapat sesuatu yang mengalir baik informasi atau komunikasi apapun dari satu titik ke titik yang lain dengan sebuah jalur saluran atau media tadi yang menghubungkan masing-masing aktor jaringan.

Dilihat dari hubungan sosial yang membuat jaringan sosial yang terdapat di masyarakat. Maka, hubungan bisa dibedakan menjadi tiga faktor pembentuk jaringan sosial yaitu hubungan kepentingan (*interest*), hubungan emosi (*sentiment*), hubungan kekuasaan (*power*) (Agusyanto, 2013).

a. Hubungan kepentingan (*interest*)

Yaitu jaringan sosial yang terbentuk atas dasar hubungan-hubungan sosial yang bermuatan unsur kepentingan. Jaringan ini terbentuk dari sebuah hubungan sosial yang bermakna pada tujuan-tujuan khusus tertentu yang ingin dicapai oleh para aktor. Jaringan yang terbentuk atas dasar kepentingan struktur yang terbangun relative stabil. Sehingga interaksi dan tindakan yang terjadi dalam hubungan kepentingan selalu dievaluasi berdasarkan tujuan-tujuan yang telah disepakati bersama oleh para aktor. Aktivitas pertukaran yang terjadi dalam jaringan kepentingan ini diatur oleh kepentingan-kepentingan para aktor yang terlibat didalamnya dan serangkaian norma pada umumnya (Agusyanto, 2013).

b. Hubungan emosi (*sentiment*)

Hubungan ini adalah jaringan yang terbentuk atas dasar hubungan-hubungan sosial yang mengandung muatan emosi. Jaringan ini terjadi atas dasar hubungan-hubungan sosial yang mana menjadi tujuan tindakan sosial misalnya dalam sebuah hubungan pertemanan, hubungan persahabatan, hubungan percintaan, hubungan kekeluargaan dan lain sebagainya. Hubungan sosial yang terbentuk atas dasar emosi ini cenderung permanen dan lebih kuat. Hasil dari hubungan ini terwujud menjadi sebuah hubungan yang dekat dan menyatu (Agusyanto, 2013). Jaringan yang disebabkan oleh faktor emosi menghasilkan sebuah rasa solidaritas. Artinya para aktor dalam jaringan tersebut tidak mementingkan kepentingan-kepentingan pribadi.

c. Hubungan kekuasaan (*power*)

Jaringan ini sengaja dibentuk dan diatur oleh kekuasaan, hubungan-hubungan ini terjadi karena bermuatan kekuasaan.

Jaringan ini mengedepankan kemampuan aktor menjadi unit sosial yang berpengaruh dalam perilaku dan aktor dijadikan sebagai pengambil keputusan. Faktor jaringan ini terbentuk apabila tujuan-tujuan yang sudah dicapai dan yang sudah disepakati bersama membutuhkan perilaku kelompok dan konfigurasi yang saling berhubungan sesama pelaku dilakukan secara permanen. Jaringan yang bermuatan kekuasaan ini harus memiliki pusat *power* yang secara berkelanjutan dan konsisten dapat mengevaluasi ulang kinerja dari unit-unit sosialnya dan membuat strategi kembali untuk meningkatkan efisiensinya.

Dilihat dari teori jaringan social yang dikemukakan oleh Mark Granovetter jaringan social yang dibentuk oleh pelaku UMKM Kuliner pada Komunitas UMKM Rangkul adalah adanya sebuah kesamaan tujuan bahwa aktor atau pelaku usaha kuliner ingin menjadikan jaringan sebagai sarana dalam mengakses sumber daya yang bernilai ekonomi yang menyangkut dengan informasi seperti informasi pelanggan, informasi harga, informasi pelatihan, informasi legalitas atau hukum dalam membangun usaha dan informasi lain sejauh informasi tersebut dapat membawa keuntungan dari para anggota.

## **2. Implementasi Jaringan Sosial Mark Granovetter**

Granovetter mengatakan bahwa pemikiran pengaruh hubungan antara jaringan sosial dan manfaat ekonomi didasarkan pada empat prinsip utama yaitu:

### **a. Norma dan kepadatan jaringan (*norms and networks density*)**

Aktor dalam menjalankan jaringan sosial menerangkan bahwa norma menjadi sebuah tata aturan dalam berperilaku. Norma adalah aturan main yang diterapkan dan memberikan pengaruh penyelenggaraan jaringan sosial itu sendiri (Granovetter, 1973). Dalam konteks ini norma yang ada pada Komunitas UMKM Rangkul adalah

aturan main yang ada pada anggota komunitas. Aturan yang ada telah tertuang dalam AD ART komunitas. Contohnya calon anggota yang akan bergabung wajib memiliki usaha kuliner, bagi calon anggota wajib memiliki usaha kuliner di Kota Semarang, menjual makanan dan minuman yang bermutu dan sehat, tidak boleh menawarkan produk untuk diperdagangkan dengan menawarkan atau mengiklankan dengan informasi yang menyesatkan atau tidak benar, apabila ada anggota yang meninggal dunia dan tersandung kasus pidana maka akan diberhentikan status anggotanya. Dengan adanya norma tersebut hubungan yang terjalin akan terbangun sebuah kepercayaan sesama anggota.

b. Lemah dan kuatnya suatu ikatan (*the strength of weak ties*)

Komponen jaringan yang paling penting adalah adanya aktor atau pelaku dan sebuah ikatan. Manusia sebagai makhluk sosial suatu ikatan baik lemah atau kuat dapat memberi kemudahan untuk menjalankan kehidupan bermasyarakat. Ikatan yang lemah ini dapat berkembang menjadi sebuah ikatan yang kuat dengan memberikan motivasi yang besar kepada para aktor untuk saling membantu. Ikatan yang lemah ditandai dengan emosi dan waktu yang kurang intens bagi para aktor (Granovetter, 1973). Dalam hal ini ikatan lemah antar aktor dalam Komunitas UMKM Rangkul adalah hubungan perkenalan anggota baru. Namun, hubungan tersebut menjadi semakin kuat karena ada program *nglarisi dagangan konco* dan *kon nyicipi* sebagai upaya memperkuat ikatan. Selain itu kegiatan rutin seperti pelatihan, kopdar setiap seminggu sekali, event bazar bersama, membuat komunikasi semakin intens dan membuat ikatan itu semakin kuat yang menyebabkan hubungan itu menjadi lebih akrab.

c. Peran lain yang menjembatani aktor (*the important of structural holes*)

Pokok dari sebuah ikatan adalah cara yang dilakukan untuk membangun sebuah ikatan bukan pada kualitas ikatan yang tercipta. Ini

dikarenakan dengan membangun jaringan secara tidak langsung seorang individu akan terikat (Granovetter 1973). Kemudian peran lain yang menjembatani aktor atau cara yang dibangun untuk membentuk jaringan dalam konteks ini Komunitas UMKM Rangkul memiliki group *whatsapp*, group *facebook*, website dan sekretariat yang dijadikan sebagai tempat berdiskusi bagi para anggota.

d. Keterlekatan sosial dalam perilaku ekonomi (*embeddedness*).

Granovetter (1985) dalam mengkaji sebuah jaringan menggunakan gagasan keterlekatan dengan mengamati bahwa keterikatan sosial antara pelaku ekonomi berlangsung simultan dalam realitas sosial. Hubungan interpersonal pelaku ekonomi membentuk keterikatan sosial dalam jaringan sosial. Konteks keterikatan dalam Komunitas UMKM Rangkul dibedakan menjadi dua yaitu keterlekatan relasional seperti kegiatan saling memasok dagangan yang membuat kolaborasi sesama anggota dan membangun hubungan yang membawa manfaat keduanya.

Selanjutnya keterlekatan struktural atau pola relasi yang terstruktur, dalam Komunitas UMKM Rangkul terdapat kelompok yang terbentuk karena adanya jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul yang didasarkan oleh jenis dagangan yang sama dan semakin terbentuk pemahaman tentang keberkahan dalam berdagang dengan wujud sedekah yang dilakukan setiap jumat dengan nama jumat berkah, serbu masjid, serbu warung dan sedekah dhuafa.

Anggota Komunitas UMKM Rangkul memahami bahwa ada sebagian hak orang lain dari penghasilan yang didapatkan usahanya. Hubungan aktor pada level mikro seperti hubungan pribadi yang kongkret dan melekat dalam tindakan struktur-struktur relasi sosial. Inti dari setiap hubungan adalah pemikiran atau bahwa setiap aktor dalam jaringan mempunyai akses yang berbeda kepada sumber daya yang bernilai.



### **BAB III**

## **PROFILE KOMUNITAS UMKM RANGKUL KOTA SEMARANG**

### **A. Gambaran Umum Kota Semarang**

#### **1. Letak Geografis**

Secara geografis Kota Semarang adalah Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah yang berada di sisi Utara Jawa Tengah. Wilayah ini adalah jalur utama pulau Jawa dari Jakarta – Semarang - Surabaya. Semboyan Kota Semarang adalah kota atlas maksud dari kota atlas tidak bukan merujuk pada filosofi Yunani tetapi istilah tersebut mempunyai makna arti sebagai kota yang, Aman, Tertib, Lancar, Asri dan Sehat. Kota Semarang dengan berbagai keunikannya memiliki ciri khas yaitu menjadi kota perdagangan dan juga kota jasa. Untuk luas wilayah Kota Semarang yaitu 373,7 km<sup>2</sup> atau 37.369,568 H (Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2020 ).

Pemerintah Kota Semarang dalam menjalankan amanat undang-undang otonomi daerah membagi wilayah administrasi menjadi 16 kecamatan dengan komposisi 177 kelurahan. Kota Semarang memiliki luas wilayah 373,70 km<sup>2</sup>. Luas saat ini terdiri dari 39,56 km<sup>2</sup> (10,59%) area persawahan dan 334,14 km<sup>2</sup> (89,41%) area bukan sawah. Berdasarkan peruntukannya, luas sawah yang paling banyak diairi (53,12%) dan hanya sekitar 19,97% yang dapat ditanami 2 (dua) kali. Lahan kering terutama digunakan untuk lahan pertanian/bangunan dan lahan pertanian di sekitarnya, terhitung 42,17% dari total lahan bukan sawah. (Perumahan Umum dan Dinas Permukiman, 2021)

Kawasan Kota Semarang identik sebagai wilayah kawasan geostrategis, Hal ini disebabkan Kota Semarang terletak pada jalur transportasi ekonomi Pulau Jawa dan menjadi penghubung pembangunan di Jawa Tengah. Terdapat empat simpul pintu masuk ke Kota Semarang sehingga dapat disebut wilayah geostrategis yaitu koridor pesisir utara; koridor selatan menuju kota-kota dinamis seperti Kabupaten Magelang, Surakarta dikenal dengan koridor merapi-merbabu, koridor timur menuju Demak/Kabupaten Grobogan; dan barat menuju Kabupaten Kendal. Hal ini menjadi kekuatan pertumbuhan dan

perkembangan Jawa Tengah, Sehingga Kota Semarang memiliki peran aktif utamanya dalam pembentukan pelabuhan, jaringan transportasi darat (kereta api dan jalan tol) dan transportasi udara, yang memiliki potensi sebagai pusat transportasi regional Jawa Tengah dan transit regional.



Gambar 3. 1 Peta Administrasi Kota Semarang 2022

Sumber: [smartcity.semarangkota.go.id](http://smartcity.semarangkota.go.id)

Kota Semarang berada pada garis  $6^{\circ} 50'$  -  $7^{\circ} 10'$  Lintang Selatan dan garis  $109^{\circ} 35'$  -  $110^{\circ} 50'$  Bujur Timur. Wilayah Kota Semarang dibatasi dengan sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Demak dan Kabupaten Purwodadi, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kendal, sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa dan sebelah selatan dibatasi dengan wilayah Kabupaten Semarang. Pesisir Kota Semarang panjang garis pantai 13,6 Km. Ketinggian Kota Semarang paling rendah terletak antara 0,75 sampai dengan ketinggian 348,00 di atas garis pantai. (Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Pemukiman, 2021).

## 2. Kondisi Topografis

Secara topografi Kota Semarang terdiri atas beberapa daerah yaitu meliputi daerah pantai, daerah dataran rendah, dan daerah perbukitan. Daerah

pantai di wilayah dibagian utara yang berbatasan langsung dengan laut jawa dengan kemiringan di antara 0% sampai 2% sementara daerah dataran rendah adalah wilayah di bagian tengah Kota Semarang yang memiliki kemiringan 2% sampai 15%. Kemudian daerah perbukitan merupakan wilayah bagian selatan dengan memiliki kemiringan antara 15% sampai 40% dan ada beberapa wilayah yang memiliki kemiringan di atas 40%. Kota Semarang khususnya bagian selatan adalah kawasan yang berada pada kaki gunung Ungaran. Tata guna lahan terdiri dari perumahan, tegalan, kebun campuran, sawah, tambak, hutan, perusahaan, pabrik, industry dan lain sebagainya (Dinas Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Pemukiman, 2021).

### 3. Kondisi Demografi

Kota Semarang adalah wilayah dengan penduduk terpadat setelah Kota Jakarta dan Kota Surabaya. Kota Semarang merupakan dengan penduduk yang sangat heterogen. Penduduknya terdiri dari campuran beberapa etnis seperti Jawa, Cina, dan Arab selain itu juga terdapat etnis lain dari beberapa daerah di Indonesia yang datang ke Semarang untuk bekerja, menempuh pendidikan, maupun yang menetap selamanya di Kota Semarang. Berikut ini merupakan data jumlah penduduk menurut jenis kelamin masyarakat Kota Semarang berdasarkan data selama empat tahun terakhir:

*Tabel 2 Jumlah Penduduk kota Semarang*

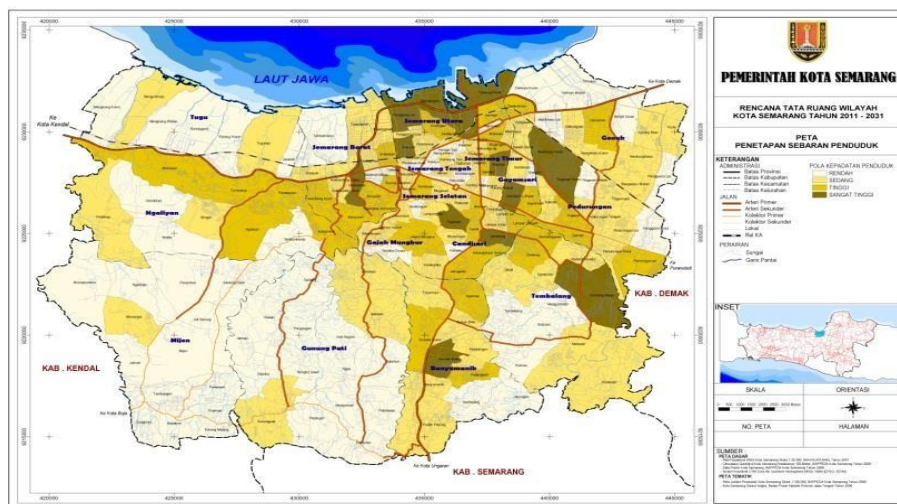
<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Tahun</b>			
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Laki-Laki	693.414 jiwa	818.441 jiwa	819.785 jiwa	825.964 jiwa
Perempuan	738.480 jiwa	835.083 jiwa	836.779 jiwa	842.614 jiwa
<b>Jumlah</b>	<b>1.431.894 jiwa</b>	<b>1.653.624 jiwa</b>	<b>1.656.564 jiwa</b>	<b>1.668.578 jiwa</b>

(Sumber: BPS Kota Semarang, 2020-2022)

Data di atas menunjukkan bahwa terdapat kenaikan jumlah penduduk setiap tahunnya. Pada tahun 2019 jumlah penduduk di Kota Semarang sebanyak 1.431.894 jiwa dengan jumlah laki-laki 694.414 jiwa dan perempuan 238.40 jiwa.

Pada tahun 2020 terjadi kenaikan yang cukup signifikan sebanyak 221.730 jiwa, sehingga jumlah penduduk Kota Semarang tahun 2020 sebanyak 1.653.624 jiwa dengan jumlah laki-laki 818.441 jiwa dan perempuan 835.035 jiwa. kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi 1.656.564 jiwa dengan jumlah laki-laki 819.785 jiwa dan perempuan 836.779 jiwa. Sedangkan pada tahun 2022 juga mengalami kenaikan menjadi 1.668.578 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 852.964 jiwa dan perempuan sebanyak 842.614 jiwa.

Kepadatan penduduk Kota Semarang cenderung naik seiring dengan kenaikan jumlah penduduk. Selain itu, penyebaran penduduk belum merata di tiap kecamatan. Berdasarkan BPS, kepadatan penduduk Kota Semarang yaitu 4.432 penduduk per km<sup>2</sup>. Kecamatan Semarang Timur menjadi wilayah terpadat dengan 12.146 penduduk per km<sup>2</sup>, sedangkan Kecamatan Tugu menjadi wilayah yang kepadatannya paling rendah dengan 1.171 penduduk per km<sup>2</sup> (BPS Kota Semarang, 2022). Berikut merupakan peta penetapan sebaran penduduk yang menunjukkan pola kepadatan penduduk Kota Semarang.



Gambar 3. 2 Peta Penetapan Sebaran Penduduk Kota Semarang

Sumber: [smartcity.semarangkota.go.id](http://smartcity.semarangkota.go.id)

Di bawah ini disajikan jumlah penduduk dan kepadatan penduduk di Kota Semarang dalam setiap kecamatan yang didasarkan kepada jenis kelamin pada tahun 2022 yaitu sebagai berikut:

*Tabel 3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin*

<b>Kecamatan</b>	<b>Jenis Kelamin</b>		<b>Total</b>
	<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>	
Semarang Tengah	29.322	31.751	61.073
Semarang Barat	78.337	80.681	159.018
Semarang Utara	61.938	68.857	125.795
Semarang Timur	35.647	37.844	73.491
Semarang Selatan	33.827	35.548	69.375
Gayamsari	36.732	37.222	73.954
Gajah Mungkur	29.639	30.507	60.146
Genuk	57.300	56.952	114.252
Pedurungan	95.788	97.010	192.798
Candisari	39.576	40.914	80.490
Banyumanik	69.203	70.724	139.927
Gunungpati	47.035	46.831	93.866
Tembalang	89.058	89.772	178.830
Tugu	16.776	16.690	33.466
Ngaliyan	69.032	69.586	138.618
Mijen	36.754	36.725	73.479
<b>Total</b>	<b>825.964</b>	<b>842.614</b>	<b>1.668.578</b>

(Sumber: BPS Kota Semarang, 2020-2022)

Dari keterangan data di atas pembagian pemetaan menjadi enam belas wilayah dan setiap wilayah menjalankan tugas dan tanggung jawabnya di bawah tanggung jawab pemerintah pusat Kota Semarang sesuai dengan Undang-undang

dan peraturan otonomi daerah. Dalam Komunitas Rangkul berdasarkan AD/ART telah terbentuk 5 korwil, tujuan diadakannya korwil ini agar program-program Rangkul bisa benar-benar dirasakan sampai ke bawah.

Adanya korwil diharapkan kepengurusan akan lebih maksimal dan bisa menyerap aspirasi dari tingkat bawah. 5 korwil tersebut terbagi menjadi Semarang Barat meliputi Kecamatan Ngaliyan, Tugu, Mijen dengan komposisi anggota 20 anggota laki-laki dan 47 perempuan sehingga total menjadi 67 anggota. Semarang Timur meliputi Kecamatan Semarang Timur, Gayamsari, Genuk, dan Pedurungan dengan komposisi anggota 7 laki-laki dan 15 perempuan sehingga total 22 anggota. Semarang Utara meliputi Kecamatan Semarang Utara dan Semarang Tengah dengan komposisi anggota 3 laki-laki dan 14 perempuan sehingga total ada 17 anggota. Kemudian Semarang Selatan meliputi Kecamatan Banyumanik, Tembalang dan Gunung Pati dengan komposisi anggota laki-laki 5 orang dan perempuan 21 orang sehingga total ada 26 anggota. Dan yang terakhir korwil Semarang Tengah meliputi Kecamatan Semarang Barat, Semarang Selatan, Gajah Mungkur, dan Candisari dengan komposisi anggota 6 laki-laki dan 12 perempuan sehingga total ada 18 anggota.

#### **4. Kondisi Perekonomian Kota Semarang**

Ekonomi merupakan suatu hal yang sangat penting terhadap kesejahteraan manusia, dan hal tersebut sangat menunjang kehidupan setiap orang. Perekonomian setiap orang biasanya digunakan untuk mengukur kesejahteraan hidup setiap manusia, semakin tinggi penghasilan ekonomi di masyarakat akan tinggi juga kesejahteraan kehidupannya begitupula sebaliknya orang yang memiliki penghasilan yang kecil atau hanya pas-pasan maka rendah pula tingkat kesejahteraan perekonomian setiap masyarakat.

Pembangunan di bidang ekonomi pada Kota Semarang menjadi fokus utama yang mana pembangunan di Kota Semarang dimaksudkan untuk menciptakan masyarakat yang adil, makmur, sejahtera, merata, secara material dan spiritual dengan di dasarkan kepada pancasila dan UUD 1945, dalam rangka menunjang pembangunan wilayah Provinsi Jawa Tengah, dan mempunyai tujuan

untuk melakukan pengembangan potensi perekonomian daerah dengan maksimal. pertumbuhan ekonomi selain dapat berakibat kepada peningkatan penghasilan perkapitajuga dapat berdampak kepada penghasilan pertumbuhan ekonomi yang dibuktikan oleh angka PDRB atas dasar harga konstan 2000 merupakan salah satu tanda untuk mengamati kesuksesan pembangunan. pada tahun 2021 PDRB Kota Semarang mengalami kenaikan menjadi 123,98 juta rupiah. Hal ini memiliki arti jika wilayah ini kian dapat melakukan pengendalian potensi ekonomi yang ada maka dari itu akan berujung kepada semakin besarnya PDRB dan PAD-nya (BPS Kota Semarang).

Berdasarkan pada data yang diterbitkan dari BPS Kota Semarang pada tahun 2022 setidaknya ada dua sektor yang cukup besar dalam memberikan kontribusi pada PDRB atas dasar harga yang berlaku, yakni sektor perdagangan, dan sektor industri pengolahan, dalam hal ini kontribusi sektor perdagangan baik hotel maupun restoran hingga tahun 2021 cenderung mengalami kenaikan dari 28,01 % sampai 2022 menjadi 28,43 % pada tahun 2022 melalui laju pertumbuhan sebanyak 10,03 %. sedangkan untuk sektor industri pengolahan berkontribusi sebanyak 24,63 % pada tahun 2022 mengalami peningkatan dengan tahun sebelumnya yaitu 24,36 % dengan pertumbuhan 13,46 % (BPS Kota Semarang, 2022).

Data yang telah dikumpulkan oleh BPS Kota Semarang nampaknya Kota Semarang akan mengalami perkembangan, disamping dijadikan sebagai kota jasa pariwisata, maka dari itu di Kota Semarang terus bermunculan hotel-hotel mulai dari biasa atau melati sampai hotel yang berbintang. Perkembangan menjadi sebuah kota jasa pariwisata ini akan didukung dengan infrastruktur yang baik mulai dari sarana transportasi udara dengan bandara Ahmad Yani yang dilakukan peningkatan statusnya menjadi Bandara Internasional maupun transportasi darat berupa Kereta Api (KA) dan bus dari berbagai jurusan (BPS Kota Semarang, 2022).

Penduduk Kota Semarang apabila dicermati dari mata pencahariannya pekerjaan yang paling banyak adalah buruh industri kemudian disusul

PNS/TNI/POLRI, pedagang dan buruh bangunan. Rincian untuk mengetahui jumlah penduduk Kota Semarang didasarkan pada mata pencaharian di tahun 2022 dapat diamati dalam tabel sebagai berikut:

*Tabel 4 Mata Pencaharian Kota Semarang*

No.	Jenis mata pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	Petani Sendiri	28.732	3,91
2.	Buruh Tani	19.767	2,69
3.	Nelayan	2.866	0,39
4.	Pengusaha	56.729	7,72
5.	Buruh Industri	188.483	25,65
6.	Buruh Bangunan	88.326	12,02
7.	Pedagang	91.927	12,51
8.	Angkutan / Transportasi	27.262	3,71
9.	PNS/TNI/POLRI	101.112	13,76
10.	Pensiunan	42.399	5,77
11.	Lainnya	87.224	11,87
<b>Jumlah</b>		734.827	100,00

(Sumber: BPS Kota Semarang, 2020-2022)

Mata pencaharian masyarakat Kota Semarang berdasarkan data di atas mayoritas adalah buruh industri yang didominasi oleh buruh migran. Berarti para buruh tersebut merantau dari tempat tinggal asalnya untuk berkerja ke Kota Semarang dan jauh dengan keluarganya. hal ini menjadikan para pekerja migran menggunakan waktu luang yang dimilikinya untuk melakukan usaha sampingan sebagai pelaku UMKM. terlebih para buruh migran yang kebanyakan memiliki usia rentan dari usia 27-35 tahun yang mana rata-rata dari mereka sudah memiliki keluarga atau kebutuhan lebih besar sehingga untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya mereka harus memutar otak salah satunya dengan cara berdagang sejauh dapat memenuhi kebutuhannya.



## 5. Pendidikan Kota Semarang

Pendidikan yang ada di Kota Semarang mempunyai guna untuk pembangunan dan peningkatan pada kualitas sumber daya manusia Indonesia yang cerdas, cermat dan terampil serta dibarengi dengan karakter percaya diri dan inovatif di samping itu menerapkan proses belajar dengan budaya untuk meningkatkan harkat dan martabat yang berlangsung seumur hidup bagi manusia pada lingkungan keluarga, sekolah, kerja dan masyarakat pada umumnya. Kota Semarang sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah apabila dibandingkan dengan kabupaten/kota lainnya yang berada di Jawa Tengah di tahun 2022 tentu penduduknya mengenyam pendidikan yang lebih lama.

Hal ini dibuktikan dengan indikator mayoritas lama sekolah yang mencapai 10 tahun atau memutuskan sekolah pada saat kelas 1 SMA dengan didasarkan kepada informasi yang didapatkan dari BPS Kota Semarang 2022. Pada tahun akademik 2021/2022 jumlah perguruan tinggi di Kota Semarang tercatat sebanyak 73 perguruan tinggi, yang mana terdapat 3 perguruan tinggi negeri dan 70 perguruan tinggi swasta (BPS Kota Semarang, 2022). Untuk melihat secara detail jumlah jiwa dan persentase pendidikan di Kota Semarang dapat dicermati dengan tabel berikut ini:

*Tabel 5 Pendidikan Masyarakat Kota Semarang*

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Tidak/belum pernah sekolah	101,817	6,10
2.	Tidak/belum tamat SD	324,266	19,43
3.	SD/MI sederajat	356,835	21,38
4.	SLTP/MTS/sederajat	320,630	19,21
5.	SLTA/MA/ sederajat	408,886	24,50
6.	Diploma I/II/III	77,090	4,62
7.	D IV, S1, S2, S3	79,054	4,73
Jumlah		1.668.578	100,00

(Sumber: BPS Kota Semarang, 2020-2022)

Dari data di atas mampu diamati jika mayoritas penduduk Kota Semarang mengenyam pendidikan di bangku SMA, yang mana rata-rata lulusan SMA sudah cukup mahir dalam mengoperasikan gadget terutama akses terhadap internet. Hal ini berdampak pada pemanfaatan internet sebagai sarana pengembangan pelaku usaha kuliner yang ada di Kota Semarang. Media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram sebagai produk dari internet digunakan sebagai media komunikasi dalam memperluas jaringan sosial usahanya.

## **6. Sosial Budaya Kota Semarang**

Kota Semarang dari segi bidang sosial budaya merupakan kota ketiga terpadat di Indonesia setelah Kota Jakarta dan Kota Surabaya, karena Kota Semarang memiliki karakteristik yang beragam, terdiri dari berbagai etnis seperti etnis Jawa, etnis Cina, dan etnis Arab, serta terdapat juga etnis lainnya karena banyak pendatang yang datang menyebabkan banyak etnis campuran. Etnis ini datang bukan hanya sebagai pedagang tetapi juga sebagai pelajar. Faktor ini disebabkan karena Kota Semarang juga merupakan kota pendidikan yang ada di Jawa Tengah. Penduduk Kota Semarang sebagian besar beragama Islam dan terdapat juga masyarakat yang memeluk agama lain seperti Kristen, Katolik, Hindu, dan Buddha.

Kota Semarang sebagai wilayah heterogen dan walaupun mempunyai penduduk dengan campuran etnis budaya, namun kehidupan di Kota Semarang dalam bermasyarakat cukup memegang sifat toleransi yang baik dan kuat untuk konsisten dalam kedamaian. Sehingga Kota ini menciptakan rasa nyaman dan aman bagi penduduk dan pendatang di Kota Semarang dan ini juga menjadi salah satu faktor pertumbuhan investasi dan bisnis di Kota Semarang berkembang pesat.

## **B. Profile Komunitas Rangkul**

### **1. Sejarah Singkat Berdirinya UMKM Rangkul**

Komunitas Rangkul merupakan komunitas UMKM kuliner yang berdiri pertama kali di kota Semarang pada tanggal 10 Oktober 2020 dan telah memiliki legalitas komunitas berbadan hukum sebagai perkumpulan yang telah diberikan

SK oleh Kemenkumham dengan harapan komunitas ini menjadi wadah kolaborasi bagi pelaku usaha kuliner di kota Semarang. Perkumpulan Rakyat Semarang Kuliner atau yang disingkat Rangkul adalah wadah silaturahmi yang dibuat atas keprihatinan pengusaha Semarang di tengah munculnya pandemi covid-19 beberapa waktu lalu dimana banyak pengusaha kuliner Kota Semarang yang langsung terkena dampaknya bahkan tidak sedikit yang sampai gulung tikar dan menutup usahanya.

Cikal bakal adanya komunitas ini adalah inisiatif pengusaha kuliner bernama bapak Suyatno yang prihatin dengan kondisi para pelaku usaha tidak dapat melakukan banyak hal karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Awalnya bapak Suyatno bertemu dengan pembina UMKM Brebes Bermartabat dan berdiskusi lalu menyerap pengetahuan dari aktivitas yang dilakukan UMKM di Brebes Komunitas ini awalnya merupakan komunitas sederhana yang terdiri dari 6 teman dekat bapak Suyatno yang sama-sama resah dengan kondisi covid-19.

Bermula dari 6 anggota komunitas kemudian berkembang menjadi 20 anggota yang semuanya berasal dari kecamatan Ngaliyan. Aktivitas positif seperti diskusi dan pemberdayaan anggota membuat komunitas ini akhirnya berkembang pesat dan bermunculan beberapa nama untuk komunitas diantaranya Rakyat Ngaliyan Kuliner, Ngaliyan Bermartabat, Ngaliyan Maju Sejahtera dan Ngaliyan Bangkit. Setelah didiskusikan dipilihlah Rakyat Ngaliyan Kuliner karena memang pada saat itu anggotanya hanya terdiri dari kecamatan Ngaliyan dan fokus pada bidang kuliner.

Setelah berjalan dua bulan dengan tiga program unggulan pada saat itu yaitu pengurusan legalitas, branding kemasan, dan marketing *online* dengan tagline *go digital go global* membuat para pelaku UMKM Kuliner di luar kecamatan Ngaliyan tertarik dan bergabung menjadi anggota. Setelah berdiri selama dua tahun komunitas ini memiliki 256 orang yang terbagi atas lima korwil yaitu wilayah Semarang Barat, wilayah Semarang Timur, wilayah Semarang Utara, wilayah Semarang Selatan dan wilayah Semarang Tengah. Dengan semakin banyaknya anggota di luar kecamatan Ngaliyan yang

bergabung akhirnya UMKM Rakyat Ngaliyan Kuliner berubah nama menjadi UMKM Rakyat Semarang Kuliner yang tetap disingkat UMKM Rangkul. Komunitas Rangkul memiliki sekretariat di jl. Bukit Barisan, Blok A no 6-7, Ruko Permata Puri, Bringin, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50272.

Komunitas ini semakin kuat karena anggota memiliki hubungan rasa kekeluargaan dalam menjalankan usahanya. Sebagai contoh program *nglairisi dagangan konco* yaitu kegiatan membeli barang dagangan anggota yang pertama kali membuka usaha dan sebagai anggota yang baru bergabung dalam komunitas. Kemudian selain itu juga ada kegiatan *kon nyicipi* yaitu kegiatan merasakan produk yang dimiliki anggota dan diriview serta diunggah di sosial media sebagai cara membantu promosi dagangan anggota Komunitas Rangkul. Harapan adanya perkumpulan ini dapat dimanfaatkan menjadi sarana komunikasi, pertukaran informasi dan ilmu, serta ruang konsultasi dan kolaborasi bagi para pelaku UMKM kuliner di Kota Semarang.

## **2. Maksud dan Tujuan UMKM Rangkul**

Himpunan atau perkumpulan dari Rakyat Semarang Kuliner (UMKM Rangkul) mengejar cita-cita sosial dengan membentuk tempat para pengusaha kuliner di Kota Semarang. Tujuan dari perkumpulan yaitu untuk memajukan dan mengembangkan ketrampilan anggota, mempererat persaudaraan dan meningkatkan peran serta anggota, terutama untuk memberi manfaat bagi anggota dan masyarakat sekitar serta perekonomian Negara Kesatuan Republik Indonesia. Untuk mencapai tujuan di atas perkumpulan ini menjalankan kegiatan sebagai berikut:

- a. Sebagai tempat komunikasi dan aspirasi anggota.
- b. Pelayanan, pelatihan dan pengembangan ketrampilan pada bidang kuliner.
- c. Menciptakan dan mengembangkan suasana aktivitas yang sehat dan produktivitas bagi para anggota.
- d. Pelayanan ruang dan infrastruktur bagi para pengusaha kuliner secara inklusif dan partisipatif.

- e. Penelitian dan pengembangan teknologi pada bidang kuliner.

### **3. Visi dan Misi Komunitas**

#### **Visi:**

Mewujudkan UMKM naik kelas, tumbuh menjadi kelompok yang profesional, solid, sportif, mandiri dan berjiwa sosial. Melalui keberpihakan pemerintah dan stake holder lainnya diharapkan tercipta iklim usaha yang baik menuju cita-cita tumbuh dan sejahtera bersama.

#### **Misi:**

1. Mendorong anggota untuk menjadi lebih profesional dan berkarakter.
2. Memperkuat jaringan dan kerjasama antara anggota, sektor swasta dan pemerintah untuk meningkatkan daya saing dalam skala global.
3. Membantu anggota mengakses modal usaha, sumber daya manusia, teknologi, pelatihan, legalitas produk, merek kemasan, dan memperluas pasar domestik maupun global.
4. Sesama anggota saling melindungi, melayani, mengayomi dan membela seluruh anggota.
5. Mewakili Komunitas UMKM Rangkul dan seluruh anggota diberbagai event lokal dan juga global.
6. Menyediakan ruang bagi anggota untuk berinteraksi, berkomunikasi, bernegosiasi, berkonsultasi, dan berbagi pengetahuan dan informasi.
7. Turut berkontribusi dalam masyarakat sekitar untuk berbagai bentuk kegiatan sosial.

#### 4. Logo Rangkul dan Maknanya



*Gambar 3. 3 Logo UMKM Rangkul*

Sumber: <https://umkmrangkul.com/home/about>

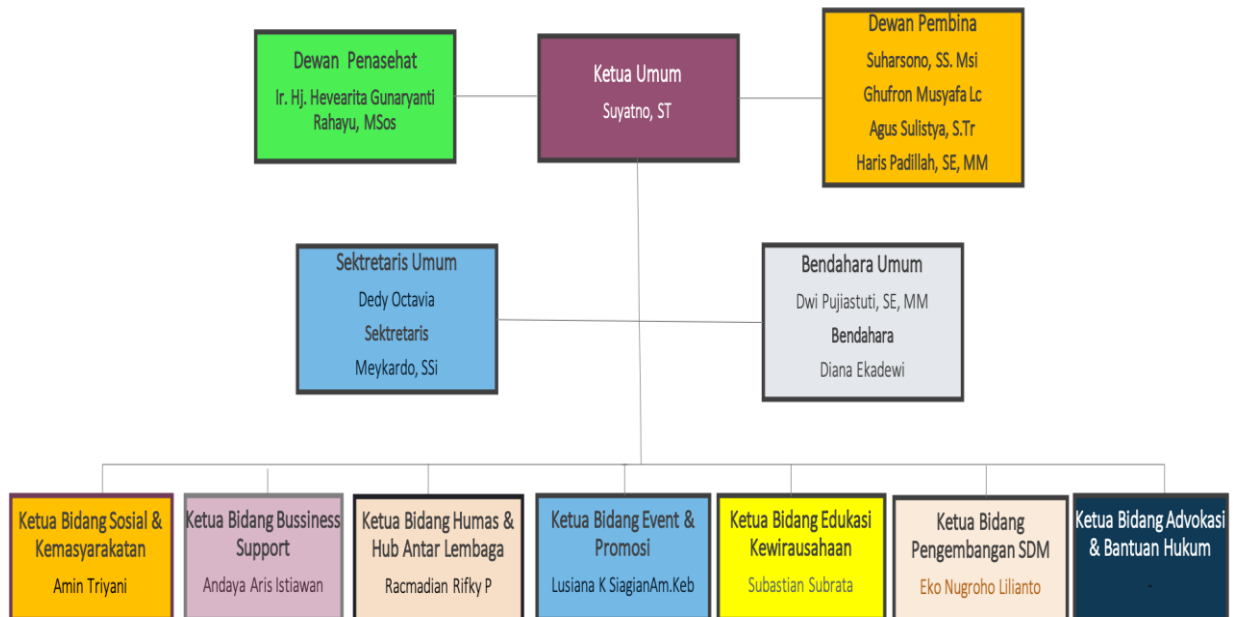
Lambang UMKM Rangkul berupa logo yang memiliki makna arti sebagai berikut:

1. Bentuk lingkaran melambangkan persatuan.
2. Orang berangkul melambangkan sebuah kebersamaan.
3. Tali tambang melambangkan sifat anggota yang suka bergotong royong dan tolong menolong
4. Bentuk Puzzle melambangkan anggota yang dapat saling melengkapi dan mengisi.
5. Bintang tujuh arah melambangkan datangnya berbagai arah pintu rezeki.
6. Tulisan UMKM Rangkul dan Rakyat Semarang Kuliner sebagai branding dari nama komunitas.
7. Warna-warni yang melambangkan keberagaman usaha kuliner.
8. Warna merah, yang melambangkan keberanian, kekuatan, energi dan semangat.
9. Warna kuning melambangkan keceriaan, kebahagiaan, optimis dan selalu energik.

10. Warna hijau melambangkan kesegaran, kesuburan, kedamaian komunitas dan keseimbangan walaupun berbeda-beda.
11. Warna biru melambangkan kestabilan, kecerdasan, dan kepercayaan diri sebagai seorang pengusaha.
12. Warna ungu melambangkan keakraban anggota memiliki rasa aman dan nyaman.
13. Warna putih melambangkan komunitas yang bersih, suci, murni
14. Warna abu-abu melambangkan kemandirian, keseriusan dan tanggung jawab dalam menjalankan tugas.

## **5. Struktur Kepengurusan UMKM Rangkul**

Komunitas ini dalam menjalankan tanggung jawab memiliki struktur kepengurusan yang tertuang dalam AD dan ART Komunitas Rangkul dengan komposisi antara lain satu dewan penasihat yaitu wakil walikota Semarang Ir. Hj. Hevearita Gunaryanti Rahayu, M.Sos, memiliki empat dewan pembina dan memiliki sebelas pengurus yang terdiri dari ketua umum, sekretaris, bendahara, bidang sosial kemasyarakatan, bidang business support, bidang humas dan antar lembaga, bidang event dan promosi, bidang edukasi kewirausahaan dan bidang pengembangan SDM. Selain itu juga ada anggota komunitas yang terdiri atas 256 orang yang terbagi atas lima korwil yaitu wilayah Semarang Barat, wilayah Semarang Timur, wilayah Semarang Utara, wilayah Semarang Selatan dan wilayah Semarang Tengah. Berikut bagan kepengurusan UMKM Rangkul:



Gambar 3. 4 Bagan Pengurus Komunitas UMKM Rangkul

Sumber: <https://umkmrangkul.com/home/about>

## 6. Program UMKM Rangkul

Komunitas ini tidak hanya sebuah perkumpulan akan tetapi merupakan sebuah komunitas yang terhubung oleh program pemberdayaan untuk mengembangkan usaha kuliner ke di kota Semarang naik kelas dengan melakukan setidaknya tujuh program antara lain:

1. Pengurusan legalitas usaha dan produk (NIB, IUMK, PIRT, Sertifikat halal dan lain sebagainya).
2. Akses permodalan karena Rangkul sebagai perkumpulan berbadan hukum menjalin kerjasama dengan beberapa bank yang dituangkan dalam bentuk MoU untuk membantu akses permodalan bagi anggota.
3. Melakukan pelatihan gratis yang bekerjasama dengan diberbagai pihak yang disesuaikan dengan kebutuhan anggota.
4. Mempromosikan gratis dengan cara Rangkul membantu pemasaran anggota melalui marketing online melalui website [www.umkmrangkul.com](http://www.umkmrangkul.com), instagram @umkmrangkul, facebook UMKM



Rangkul dan bekerjasama juga dengan beberapa radio dan stasiun TV untuk promosi.

5. Anggota menjadi vendor jumat berkah dalam hal ini rangkul mempunyai program jumat berkah dan hasil dari sedekah dibelanjakan produk makanan anggota dan dibagikan ke masjid, panti asuhan, yayasan dan yang membutuhkan lainnya.
6. Anggota diikutkan bazar kuliner karena Rangkul sering mendapatkan jatah stand bazar, stand ini bisa dimanfaatkan anggota untuk berjualan dan mempromosikan dagangannya.
7. Update informasi seputaran UMKM kuliner dengan memanfaatkan group whatsapp yang terdiri dari semua anggota yang dapat dijadikan sebagai mengirimkan informasi, bertukar informasi, penjualan produk, informasi bazar, dan informasi-informasi penting lainnya yang diharapkan pelaku usaha kuliner kota Semarang dapat bertahan dan bangkit di tengah krisis yang disebabkan oleh adanya pandemi beberapa waktu lalu.

## **BAB IV**

### **BENTUK HUBUNGAN SOSIAL ANGGOTA KOMUNITAS RANGKUL KOTA SEMARANG**

#### **A. Hubungan Kepentingan (Interest) Dalam UMKM Rangkul**

Membangun hubungan kerjasama dalam suatu usaha akan menghasilkan jenis jaringan berdasarkan tujuan yang akan dicapai atau didasarkan pada tujuan kesamaan kepentingan. Hubungan-hubungan yang terwujud pada usaha untuk memelihara hubungan-hubungan kepentingan adalah harapan dari aktor. Kesamaan kepentingan merupakan tahapan yang menjadi pondasi awal perkembangan jaringan sosial komunitas Rangkul di Kota Semarang. Seperti yang diketahui bahwa jaringan sosial komunitas Rangkul tidak tumbuh dan berkembang begitu saja. Akan tetapi dalam memulainya jaringan ini dibentuk atas dasar kepentingan untuk bertahan dari adanya wabah pandemi covid-19. Sehingga usaha UMKM kuliner melalui jaringan ini bisa bertahan dan beradaptasi untuk menjalankan usaha kuliner.

Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa yang sama bagi para aktor. Seperti rasa saling ingin tahu, saling mengkomunikasikan informasi, saling mengingatkan dan saling membantu dalam menghadapi setiap masalah. Jika ditinjau dari tujuan hubungan sosial yang membentuk jaringan sosial yang ada dalam komunitas Rangkul terdapat hubungan kepentingan. Pada riset ini ditemukan hubungan kepentingan sebagai berikut:

#### **1. *Survival Strategy***

*Survival Strategy* adalah kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai masalah yang melingkupi kehidupannya dan tindakan yang dilakukan seseorang individu atau kelompok untuk tetap bertahan hidup dalam keadaan darurat (Suharto, 2009). Dalam konteks Rangkul dibentuk sebagai wadah strategi bertahan pelaku UMKM kuliner dalam situasi darurat wabah pandemi covid-19 seperti yang disampaikan Bapak Suyatno sebagai berikut:

“Seperti sejarah dan tujuan adanya Rangkul ini dibentuk karena keprihatinan usaha kuliner saat pandemi yang banyak gulung tikar mas, saya berinisiatif membentuk perkumpulan melalui media *online* dari teman ke teman awalnya hanya untuk *sharing* informasi dagangannya, karena kita pelaku usaha kuliner tidak bisa jualan kaya biasanya karena pembatasan aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Dari penyampaian pendiri Rangkul yang sekarang menjabat sebagai ketua Komunitas UMKM Rangkul menunjukkan bahwa Komunitas UMKM Rangkul dibentuk atas dasar rasa yang sama rasa yang sama bagi para aktor yaitu keprihatinan usaha kuliner yang hampir bangkrut karena aktivitas masyarakat yang dibatasi bahkan dilarang oleh pemerintah. Hal ini juga selaras seperti disampaikan oleh Bapak Mamat berikut ini yang mempertegas hubungan kepentingan ini berorientasi pada strategi bertahan:

“Saya tahu Komunitas UMKM Rangkul ini dari mas Suyatno yang sekarang menjadi ketua umum Rangkul. Pada saat itu saya di WA sama dia, ya biasa mas tanya kabar terus tanya usaha saya, saya ini kan jualan penyetan di Ngaliyan dan kena dampak dari Covid jadi usaha saya waktu itu tutup. Terus mas Suyatno menawarkan untuk diiklankan di komunitas-komunitas lewat WA mas. Pada saat itu orderan penyet saya nambah mas” (Wawancara dengan Mamat, Anggota Rangkul, 9 Januari 2023)

Dari pernyataan tersebut dapat terlihat bawah awal dari pembentukan Rangkul adalah mengumpulkan orang-orang yang bernasib sama dalam menghadapi covid-19. Komunikasi dibangun dari teman ke teman yang bertanya tentang usahanya sebagai bentuk perhatian atas keprihatinan situasi tersebut. Hubungan kepentingan dalam Komunitas UMKM Rangkul untuk melakukan *survival strategy* adalah strategi aktif karena melakukan strategi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki.

## **2. Memperluas Relasi Usaha**

Relasi sosial merupakan hasil dari rangkaian interaksi dan perilaku individu yang dilakukan secara sistematis antara dua orang atau lebih, relasi adalah syarat untuk terjadinya aktivitas sosial yang dilakukan melalui proses interaksi (Muliadi, 2017). Merujuk pada konteks hubungan kepentingan anggota Komunitas UMKM Rangkul yang baru bergabung memiliki alasan ingin

menambah pertemanan untuk memperluas pangsa pasar seperti yang disampaikan oleh Ibu Yulia sebagai berikut:

“Saya biasa jualan salad buah di car free day setiap minggu mas, tapi pas pandemi datang 2020 saya langsung terkena dampaknya mas karena semua aktivitas dibatasi. Akhirnya saya jualan online melalui WA. Nah pada saat 2021 awal saya iseng nyari informasi tentang group-group komunitas di facebook dan ketemu Rangkal waktu itu Namanya Rakyat Ngaliyan Kuliner di facebook dan ada tiga ribuan anggota di facebook dan saya pantau aktif groupnya untuk jual beli makanan kuliner ada yang jenis frozen, kue-kue, makanan berat dan aneka cemilan setelah itu saya gabung dan ternyata ada pengurus yang mengatur Rangkal jadi saya masuk niatnya agar salad buah saya lebih dikenal banyak orang. Nama merk salad saya yaitu gamon salad” (Wawancara dengan Yulia, Anggota Rangkal, 14 Januari 2023)

Dari pernyataan di atas dapat terlihat bahwa anggota Komunitas UMKM Rangkal yang pertama gabung tidak semuanya dari teman yang saling kenal. Akan tetapi juga dari inisiatif anggota yang ingin memperluas jaringan usahanya. Mereka yang telah bergabung menjadi Komunitas UMKM Rangkal percaya bahwa jika mereka mengikuti sebuah komunitas dan rajin mempromosikan akan meningkatkan intensitas penjualan *online*. Hal ini juga senada seperti yang disampaikan oleh Bapak Subaktiyanto berikut ini:

“yang jelas saya ini pemain baru mas di dalam dunia usaha kuliner, gabung ke Rangkal satu setengah tahun yang lalu, karena saya menjelang persiapan pensiun saya ingin buka usaha yang nantinya bisa berkembang kalau tanpa komunitas terus saya jalan sendiri kemungkinan ilmu yang saya miliki belum bisa saya terapkan langsung karena masih nol dalam berbisnis kuliner. Harapannya dengan ikutnya Rangkal ini kan banyak sekali pembelajaran-pembelajaran untuk meningkatkan skil dari para senior yang sudah menjalankan usaha kuliner lebih dulu” (Wawancara dengan Subaktiyanto, Anggota Rangkal, 15 Januari 2023).

Pernyataan yang disampaikan di atas terlihat jelas bahwa niat anggota bergabung dalam UMKM Rangkal adalah ingin menjalin relasi dengan pelaku usaha kuliner yang dianggap senior dengan harapan mendapatkan pengalaman dan ilmu baru dalam mengelola usaha kuliner. Sesuai dengan tujuan adanya Rangkal Saudara Rifki juga menyampaikan hal senada sebagai berikut:

“Rangkal ini sebuah perkumpulan yang dikhususkan untuk pengusaha UMKM kuliner mas, banyak yang pertama gabung ke Rangkal ini dengan kebingungan mas. Ya mohon maaf mas, yang gabung beberapa memang masih gaptek, sehingga untuk jual beli yang dilakukan secara online mereka belum paham tekniknya. Misalnya teknik promosi, teknik transaksi, bahkan teknik dengan

istilah-istilah yang baru mereka dengar seperti PO (*Pre Order*), COD (*Cash Of Delivery*) dan lain sebagainya. Dalam komunitas ini kita saling berbagi pengalaman mas jadi sama-sama tujuannya kekeluargaan” (Wawancara dengan Rifki, Humas Rangkul, 3 Februari 2023).

Dari pernyataan di atas dapat terlihat jelas bahwa adanya jaringan UMKM Rangkul dapat membawa dampak positif bagi aktor dalam memperluas jaringan yang dilakukan untuk mengembangkan usaha kuliner agar tetap bertahan dan berkembang. Putnam (2000) menyatakan bahwa keinginan untuk bekerja sama secara kuat dari anggota kelompok atau masyarakat akan menguatkan jaringan sosial. Jaringan sosial akan menyediakan peluang untuk usaha baru melalui hubungan dengan keluarga, teman, dan rekan terdekatnya. Jaringan ini dapat membantu memastikan akses ke bahan dan pemasok, meningkatkan variasi produk yang ditawarkan dan memberikan informasi tentang harga dan permintaan pelanggan. Mereka juga dapat membantu menyebarkan informasi dan menarik pelanggan baru. Serta memungkinkan kerja sama dengan bisnis lain (Nurami, 2011).

### **3. Meningkatkan Pendapatan**

Secara definisi pendapatan adalah jumlah uang yang didapatkan suatu kegiatan usaha atas penciptaan barang atau jasa selama suatu kurun waktu tertentu (Theodorus, 2011). Jadi meningkatkan pendapatan adalah upaya menambah atau meningkatkan jumlah uang yang didapatkan dari aktivitas usaha yang dilakukan. Merujuk pada anggota Komunitas UMKM Rangkul semua yang bergabung menjadi anggota baru pasti berharap ingin meningkatkan pendapatan dari usaha yang dimilikinya. Hal tersebut dikarenakan pendapatan saat pandemi sangatlah kecil. Sesuai yang diungkapkan oleh Bapak Subaktiyanto berikut ini:

“Kebetulan saat itu saya antara membuka usaha dengan gabung dengan Rangkul itu duluan buka usaha. Pada saat saya jualan mie ayam kremes belum ikut Rangkul sulit berkembang atau istilahnya viral. Sekarang setelah ikut Rangkul dengan program *nglarisi dagangan konco* dan dilakukan dengan cara *sengkuyung dagangan* saya mulai dikenal soalnya anggota lain juga pada coba-coba dan malah jadi pelanggan. Mereka yang merasa enak dan suka juga membantu mempromosikan di facebook dan komen testimoni yang bagus. Karena penjualan bertambah tentu pendapatan juga bertambah mas” (Wawancara dengan Subaktiyanto, Anggota Rangkul, 15 Januari 2023).

Dari pernyataan beliau di atas dapat diketahui bahwa para anggota Komunitas UMKM Rangkul ini memiliki sifat *sengkuyung* atau gotong royong yang diimplementasikan dengan bentuk kegiatan *nglarisi dagangan konco* atau membeli dagangan teman dan memberikan testimoni yang positif. Pada saat melakukan hal tersebut ada yang menjadi pelanggan dengan membeli kembali makanan tersebut dan tentu juga mempengaruhi pendapatan dari para anggota. Pernyataan yang sama juga disampaikan saudara Rifki sebagai berikut:

“Saya jualan dimsum yang *difrozen* setelah ikut Komunitas UMKM Rangkul teman terus bertambah akhirnya ada yang kolaborasi menjadi *reseller* dengan mengambil dimsum saya, akhirnya dampak positifnya bagi saya omset penjualannya ikutan naik alhamdulillah” (Wawancara dengan Rifki, Humas Rangkul, 3 Februari 2023).

Uraian yang disampaikan beberapa informan di atas menunjukkan bahwa hubungan kepentingan dalam membentuk jaringan sosial UMKM Rangkul salah satunya dipicu oleh orientasi meningkatkan pendapatan. Potensi yang ada pada komunitas dimanfaatkan sepenuhnya untuk meningkatkan pendapatan anggota sejauh yang dilakukan tidak merugikan sesama anggota sehingga terbentuk hubungan menjadi *reseller*, menjadi pelanggan dan juga memberikan testimoni terus dilakukan oleh sesama anggota Komunitas UMKM Rangkul.

#### **4. Pengembangan Skill**

*Skill* merupakan kemampuan atau kompetensi untuk mengaktualisasikan pengetahuan ke dalam praktik sehingga dapat tercapai tujuan yang diinginkan (Budiyono, 2014). Sehingga pengembangan *skill* adalah upaya mengembangkan kemampuan ataupun keahlian untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Merujuk pada konteks Komunitas UMKM Rangkul juga memiliki program-program pelatihan untuk mengembangkan *skill* dengan anggotanya.

Program pengembangan *skill* atau kemampuan anggota dilakukan dengan mengundang seseorang yang ahli dibidangnya. Kegiatan ini dilakukan agar anggota Komunitas UMKM Rangkul menjalankan bisnis sesuai dengan *trend* yang sedang terjadi. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Suyatno sebagai berikut:

“Karena UMKM Rangkul ini adalah sebuah perkumpulan berbadan hukum jadi kita sering banget berkolaborasi untuk mengadakan pelatihan-pelatihan anggota dari dinkop UKM Kota Smerang, marketplace seperti *shopee* dan juga *gofood*. Tagline kit aitu UMKM go digital go internasional jadi kita lebih menekankan pada branding kemasan dan marketing online. Misalnya nih mas ada orang jualan kacang goreng satu dikasih stiker merk, stiker halal yang satunya polos mungkin harganya sedikit lebih mahal yang ada stikernya tapi orang akan lebih tertarik dengan yang ada stikernya mas” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Dari penjelasan di atas Rangkul berkomitmen untuk meningkatkan *skill* anggota dalam pemasaran ada beberapa alasan komitmen tersebut yaitu *branding* dan kemasan yang bagus akan membuat barang dagangan lebih dikenal, menarik *customer*, memberikan kemudahan dalam promosi dan membuat beda dengan produk UMKM kuliner yang lain. Kemudian pelatihan *marketing online* sering dilaksanakan karena teknik marketing ini dianggap lebih efektif dan efisien untuk memasarkan produk sehingga UMKM dapat naik kelas dan dapat bersaing di level HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe). Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Veronica sebagai berikut:

“Pada saat itu saya bingung banget mas karena pandemi, kan saya biasa jualan tahu petis. Tapi pandemi membuat semua orang di rumah saja dan saya harus tetap jualan. Saat itu saya tidak tahu caranya tetap jualan saat pandemi, ilmu jualan online tidak memiliki saya termasuk bodo dalam teknologi mas. Kemudian ada temen menyarankan ikut komunitas UMKM. Saat itu saya dibantu anak saya ketemulah UMKM Rangkul lewat facebook. Kemudian mulai saat itu saya ikuti dan menjadi anggota Rangkul. Sampai sekarang saya merasakan manfaatnya mas karena bisa nambah pengetahuan dan pelanggan. Setelah pandemi sudah dinyatakan bebas oleh pemerintah saya mengikuti pelatihan dan sekarang tahu petis saya sudah memiliki izin dan kemasan yang bagus” (Wawancara dengan Veronica, Anggota Rangkul 20 Januari 2023).

Dari pernyataan tersebut dapat dimengerti bahwa jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul memiliki maksud dan tujuan sebagai perkumpulan pengusaha yang peduli pada bidang sosial kemasyarakatan sehingga membentuk wadah untuk para pengusaha kuliner di Kota Semarang. Tujuannya adalah untuk mendorong, dan meningkatkan ketrampilan, memperluas dan memupuk pesaudaraan serta meningkatkan partisipasi anggota secara inklusif dan demokrasi terutama untuk membantu ekonomi anggota khususnya dan masyarakat sekitar serta Negara Republik Indonesia pada umumnya. Pelatihan-pelatihan yang dilakukan Komunitas UMKM Rangkul diperkuat oleh gambar berikut ini:



Gambar 4. 1 Pelatihan Anggota Rangkul

Sumber: Instagram UMKM Rangkul



Gambar 4. 2 Hasil Pelatihan Design Kemasan Produk

Sumber: Instagram UMKM Rangkul



Menurut analisa penulis mengenai teori jaringan sosial Mark Granovetter, yakni terlihat bahwa Komunitas UMKM Rangkul dalam membangun hubungan kepentingan (*interest*) terdapat sebuah norma atau kepadatan jaringan. Norma adalah aturan main yang diterapkan dan memberikan pengaruh terhadap penyelenggaraan jaringan sosial itu sendiri (Granovetter, 1973). Dalam konteks ini norma yang ada pada Komunitas UMKM Rangkul adalah aturan main yang ada pada anggota komunitas. Aturan yang ada telah tertuang dalam AD ART komunitas.

Anggota yang bergabung wajib memiliki usaha kuliner, bagi calon anggota wajib memiliki usaha kuliner di kota Semarang, menjual makanan dan minuman yang bermutu dan sehat, tidak boleh menawarkan produk untuk diperdagangkan dengan menawarkan atau mengiklankan dengan informasi yang menyesatkan atau tidak benar, apabila ada anggota yang meninggal dunia dan tersandung kasus pidana maka akan diberhentikan status anggotanya. Dengan adanya norma tersebut hubungan yang terjalin akan terbangun sebuah kepercayaan sesama anggota.

UMKM Rangkul dalam membangun jaringan berawal dari ikatan lemah kemudian menjadi ikatan kuat. Manusia sebagai makhluk sosial suatu ikatan baik lemah atau kuat dapat memberi kemudahan untuk menjalankan kehidupan bermasyarakat. Ikatan yang lemah ini dapat berkembang menjadi sebuah ikatan yang kuat dengan memberikan motivasi yang besar kepada para aktor untuk saling membantu. Ikatan yang lemah ditandai dengan emosi dan waktu yang kurang intens bagi para aktor (Granovetter, 1973).

UMKM Rangkul adalah komunitas bagi pengusaha kuliner yang awalnya memiliki ikatan yang lemah karena tidak semua anggota komunitas Rangkul kenal dan tahu usaha kuliner apa. Pada tahap awal mereka hanya menyamakan persepsi kepentingan untuk sama-sama bertahan disaat pandemi. Setelah memiliki kesamaan persepsi kemudian meningkat menjadi ikatan yang lebih kuat karena memiliki rasa kekeluargaan sesama pengusaha kuliner. Adanya kesamaan nilai dan pandangan ini sehingga menguatkan *trust* diantara para anggota. Serta dengan interaksi yang semakin intens sampai terbentuk adanya kerja sama menjadi

*reseller* adalah bentuk ikatan yang kuat dari masing-masing aktor dalam memperkuat relasinya dan mengembangkan usahanya.

## **B. Hubungan Emosi (*Sentiment*) Dalam UMKM Rangkul**

Jenis jaringan emosi (*sentiment*) adalah hubungan yang dibentuk tanpa adanya unsur kepentingan ekonomi. Untuk memelihara hubungan anggota UMKM Rangkul komunikasi yang terjalin tidak hanya sekadar membicarakan hal-hal usahanya sehingga hubungan yang terjalin juga bermuatan emosi. Dalam konteks Rangkul hubungan yang mengandung emosi muncul disebabkan oleh rasa kekeluargaan dan teman lama.

### **1. Kekeluargaan**

Secara definisi kekeluargaan adalah sebuah sifat atau rasa kepedulian yang diciptakan oleh seseorang atau kelompok untuk menciptakan hubungan yang damai dan tentram. Dalam konteks Komunitas UMKM Rangkul hubungan kekeluargaan dibangun untuk memahami, mengenal dan mendukung usaha anggota dengan lebih baik. Seperti yang disampaikan Bapak Suyatno berikut ini:

“begini mas, Rangkul ini memang memiliki program yang namanya nglarisi dagangan konco. Misalnya mas ada anggota baru UMKM Rangkul ditanya biasanya jualan es cincau habis berapa dan harganya berapa? Nanti ada anggota yang mborong dan anggota disuruh jualan di masjid pada saat hari jumat. Jadi niat anggota yang membeli itu ya membantu nglarisi dagangan anggota baru dan juga disedekahkan. Selain itu juga kami ada program yang misalnya anggota keluarganya sakit kita ada santunan sebesar 150 ribu. Jadi memang kita kekeluargaan itu dipupuk dengan baik agar komunitas ini bermanfaat” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023)

Berdasarkan ungkapan beliau telah diketahui bahwa komunitas ini dibangun bukan hanya mementingkan aspek ekonomi transaksional yang hanya menghitung untung dan rugi dalam usaha. Tetapi juga membangun rasa kekeluargaan, tolong menolong dan rasa saling memiliki. Ungkapan tersebut juga diperkuat oleh Saudara Rifki sebagai berikut:

“Komunitas Rangkul kan perkumpulan pelaku usaha atau aktivis ekonomi yang dibalut dengan sosial mas. Jadi rasa kekeluargaan memang menjadi fondasi relasi komunitas ini. Kita punya bidang sosial kemasyarakatan Rangkul atau Bidsosmas Rangkul mas. Jadi dengan bidang tersebut hubungan kita semakin terjaga” (Wawancara dengan Rifki, Humas Rangkul, 3 Februari 2023)

Dari pernyataan di atas upaya dalam menjaga Komunitas UMKM Rangkul adalah dengan melakukan hubungan emosi melalui bidang sosial kemasyarakatan. Hal ini menggambarkan bahwa pemeliharaan hubungan berfungsi sebagai ungkapan terima kasih, keakraban dan saling mendukung satu sama lain dalam urusan penguasaan sumber daya. Sehingga bentuk yang paling signifikan adalah penggunaan hubungan-hubungan perasaan dan kekeluargaan sebagai penengah (Agusyanto, 2007). Hal tersebut juga diperkuat oleh Bapak Mamat sebagai berikut:

“Saya sangat terkesan dengan sikap dari tolong menolong komunitas ini mas. Misalnya kemarin ada banjir di perum dinarmas meteseh kita langsung melakukan donasi untuk saudara kita yang ada di sana. Kita in ikan ada kas Rp 10.000 setiap bulan jadi misalnya ada yang sakit atau meninggal nanti ada santunan mas dan kita jadi saling akrab mas. Relasi kita bertambah karena nanti yang kenal tidak hanya anggota yang disantunin tapi juga keluarga yang lain. Intinya gini mas, komunitas ini kan sekarang anggotanya sudah ada disetiap kecamatan meskipun dibagi menjadi 5 korwil dengan adanya program begitu kita merasa disatukan hatinya. Jadi bukan hanya tentang jualan terus-terusan mas tapi ada rasa tolong menolong dan kekeluargaan” (Wawancara dengan Mamat, Anggota Rangkul, 9 Januari 2023).

Sesuai yang diuraikan di atas bahwa manfaat dari rasa kekeluargaan tersebut memberikan ikatan yang semakin kuat pada aktor yang dituangkan dalam kegiatan berdonasi, santunan, silaturahmi pada keluarga yang terkena musibah dan lain sebagainya. Anggota dalam memberikan donasi tidak hanya sebatas uang akan tetapi juga bisa berupa sampah atau barang bekas seperti kardus, kertas, perlatasan masak yang sudah tidak dapat dipakai dan lain sehingga anggota dalam mempraktikkan tolong menolong tidak diberatakan hal ini seperti yang disampaikan oleh Ibu Vivit sebagai berikut:

“Anggota kita kan pengusaha UMKM mas, masih merintis mungkin uang yang mereka miliki untuk perputaran modal jadi untuk mengkomitmenkan sikap kekeluargaan komunitas kita, tidak hanya dibatasi pada sedekah atau donasi uang tapi juga dapat dengan barang bekas yang dapat dijual” (Wawancara dengan Vivit, Anggota Rangku, 25 Januari 2023).

Dari penjelasan Ibu Vivit di atas dapat dimengerti bahwa Komunitas UMKM Rangkul berkomitmen untuk menjaga kekeluargaan dengan saling tolong menolong sesama anggota yang sedang kesulitan. bagi pedagang yang tidak memiliki rezeki lebih bisa melakukan sedekah atau donasi dengan barang bekas. Jika ditarik dengan konsep jaringan sosial temuan fakta di atas sesuai dengan apa

yang dibahas pada jaringan sosial dimana dalam definisinya merupakan hubungan-hubungan yang tercipta banyak individu dalam suatu kelompok. Hubungan tersebut tercipta baik secara formal dan informal.

## **2. Relasi Pertemanan**

Pertemanan adalah istilah yang menggambarkan perilaku kerja sama dan saling mendukung satu sama lain. Dalam konteks Rangkul teman Dekat adalah teman yang memiliki ikatan pertemanan yang kuat yang disebabkan oleh pernah menjadi rekan kerja, pernah satu sekolah, pernah bekerja sama dan lain sebagainya. Tujuan dari hal tersebut adalah untuk memperluas jaringan sosial dan memperluas pangsa pasar anggota Rangkul. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Suyatno sebagai berikut:

“Komunitas ini awalnya merupakan komunitas sederhana yang terdiri dari 6 teman dekat saya yang sama-sama resah dengan kondisi covid-19. Bermula dari 6 anggota komunitas kemudian berkembang menjadi 20 dengan mengajak teman dekat. Ternyata konsep dan programnya mudah diterima dan dipahami jadi alhamdulillah dengan usia Rangkul yang ke dua ini anggota kita sudah sebanyak 256 anggota” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Dari penjelasan di atas komunitas Rangkul awalnya adalah perkumpulan yang sederhana dan mengajak orang lain dari motif teman dekat. Kemudian berkembang dan menjadi komunitas yang besar dan anggotanya tersebar di seluruh kecamatan. Teman dekat menjadi menjadi target utama dalam *recruitment* anggota karena aktor yang mengajak mengetahui latar belakangnya. Hal ini selaras dengan konsep komunitas bahwa Komunitas atau organisasi merupakan bentuk kerja sama antara beberapa individu dalam mencapai tujuan dengan melakukan pembagian dan peraturan kerja pada setiap aktor yang terlibat (Moedjiono, 2012). sebuah komunitas dapat bertahan dan berkembang apabila dalam komunitas tersebut memiliki nilai budaya yang sama dan dapat diterima oleh masyarakat serta kelompok lain (Fredrick, 1988). Hal ini juga diperkuat oleh Bapak Subaktiyanto berikut ini:

“Kebetulan rumah anak saya dekat dengan pak Suyatno, suatu Ketika saya sedang ke rumah anak dan sedang bermain dengan cucu. Kemudian saya bertemu dengan pak Suyatno. Seperti yang dikatakan tadi saya ini pemain baru dalam dunia usaha ditambah situasi covid-19 akhirnya cerita-cerita saya diajak sama pak

Yatno untuk bergabung dengan Rangkul, eh sekarang saya malah menjadi koordinator wilayah Semarang Barat mas, dan saya juga merasakan banyak sekali manfaat terutama pengalaman-pengalaman yang dibagikan teman-teman di Rangkul dalam memulai usaha” (Wawancara dengan Subaktiyanto, Anggota Rangkul, 9 Januari 2023).

Dari paparan yang disampaikan Bapak Subaktiyanto menunjukkan bahwa *requitment* anggota rangkul dilakukan dengan cara mengajak teman, tetangga, dan kerabat terdekat untuk sama-sama bangkit dari situasi covid-19 dan juga menjadikan Komunitas UMKM Rangkul sebagai wadah silaturahmi UMKM Kuliner untuk naik kelas. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan saudara Vivit sebagai berikut:

“Kalau yang namanya UMKM kuliner kan banyak yah mas di Kota Semarang, awalnya emang nyari komunitas, kemudian saya kenal Rifki yang menjadi koordinator Humas Rangkul, kebetulan saya dulu kakak kelasnya waktu SMP. terus saya diajak yuk mba masuk sini kan biasa ajak-ajakan mas” (Wawancara dengan Vivit, Anggota Rangkul, 25 Januari 2023).

Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa relasi pertemanan yang diawali dengan latar belakang pertemanan yang sama seperti satu sekolah menjadi alasan anggota memperbanyak anggota. Maksud dari mengajak teman sekolah yang memiliki usaha kuliner yaitu untuk memperkenalkan Komunitas UMKM Rangkul dan manfaatnya apabila sudah bergabung.

Menurut analisa penulis dari penjelasan di atas dan argumen dasar sosiologi ekonomi kelembagaan disebutkan bahwa semua kegiatan dan organisasi ekonomi di masyarakat seperti Komunitas UMKM Rangkul di Kota Semarang terikat (*embedded*) dalam lingkungan sosialnya. Kegiatan ekonomi yang ada pada komunitas tersebut tidak berkembang dalam kekosongan sosial (*sosial vacuum*) akan tetapi dipengaruhi oleh lembaga yang dibentuk secara sosial (*socially constructed institution*), hubungan personal antar pelakunya (*the actors personal realtions*) dan struktur jaringan hubungannya (*the structure of the network of relations*). Konteks yang ada dalam keterikatan sosial itulah yang menjadi dasar pentingnya jaringan sosial dalam aktivitas ekonomi. Karena jaringan sosial dianggap dapat menjelaskan ekonomi bagi masyarakat (Witjaksono, 2010).

Pemanfaatan jaringan sosial pada Komunitas UMKM Rangkal di Kota Semarang tidak hanya terbatas oleh aspek ekonomi saja maupun bisnis, akan tetapi juga memperhitungkan aspek lain yang tidak dapat dipisahkan seperti sosial, budaya, hukum, dan aspek lain yang ada di masyarakat. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa yang sama bagi para aktor. Seperti rasa saling tahu, saling mengkomunikasikan informasi, saling mengingatkan dan saling membantu dalam menghadapi setiap masalah.

Ditinjau dari teori jaringan sosial Mark Granovetter sesuai yang disampaikan oleh informan di atas bahwa hubungan yang dilakukan dalam jaringan Komunitas UMKM Rangkal tidak hanya bermuatan transaksional atau nilai ekonomi saja akan tetapi ada aktivitas saling tolong menolong sebagai bentuk perekat jaringan sosial. Dalam membahas jaringan sosial Granovetter menggunakan konsep keterlekatan (*embedded*) sosial yang berlangsung pada realitas relasi sosial antar aktor ekonomi. Keterlekatan sosial terkandung dalam relasi interpersonal aktor ekonomi dan jaringan sosial (Granovetter, 1973).

Dilihat dari aktivitas melarisi dagangan teman, santunan bagi anggota yang terkena musibah, obrolan-obrolan saat berjualan di event yang sama membuat hubungan emosi semakin kuat. Aktor dalam komunitas Rangkal tidak lagi hanya mementingkan untung dan rugi saat jualan akan tetapi bagaimana kekeluargaan tetap terjaga untuk melanggengkan kerjasama dan kolaborasi memajukan usaha kuliner di Kota Semarang.

Dari keterangan membayar kas Rp. 10.000 setiap bulan dapat dilihat sebagai upaya anggota Rangkal untuk mematuhi norma atau aturan yang berlaku di komunitas Rangkal. Pengertian dari norma dan kepadatan jaringan adalah ketentuan yang mengatur tingkah laku manusia dalam kehidupan masyarakat. Norma sering dianggap sebagai aturan yang memaksa sebagai tatanan atau pedoman dan disepakati oleh masing-masing anggota (Granovetter, 1973).

Kaitannya dalam UMKM Rangkal melakukan santunan dari iuran kas Rp.10.000 adalah upaya menggunakan norma sebagai pengikat setiap anggota kelompok. Dalam Rangkal terbentuk rasa atau munculnya motif baru dalam

mempekokoh kelompok sehingga timbul *sense of belonging* (rasa menyatu di dalam kelompok) pada setiap anggotanya.

### **C. Hubungan Kekuasaan (*Power*) Dalam UMKM Rangkul**

Jaringan ini sengaja dibentuk dan diatur oleh kekuasaan sehingga hubungan-hubungan yang terjadi bermuatan kekuasaan. Jaringan ini mengedepankan kemampuan aktor sebagai unit sosial untuk mempengaruhi perilaku dan sebagai pengambil keputusan. Faktor jaringan ini muncul apabila pencapaian tujuan-tujuan yang sudah disepakati bersama membutuhkan perilaku kolektif dan konfigurasi yang saling berhubungan sesama pelaku dibuat secara permanen. Dalam konteks komunitas Rangkul terdapat istilah pengurus pusat dan juga korwil yang mana terbagi menjadi lima wilayah yaitu Semarang Barat, Semarang Timur, Semarang Selatan, Semarang Utara, dan Semarang Tengah. Kebijakan-kebijakan dan program dari komunitas Rangkul diatur oleh pengurus pusat. Seperti yang dipaparkan informan berikut ini:

#### **1. Kebijakan Pengurus Pusat**

Kebijakan adalah pondasi dengan wujud rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak. Dalam konteks Rangkul sebagai sebuah komunitas segala kebijakan sudah dituangkan dalam AD/ART program-program yang akan dilaksanakan dilakukan dengan mekanisme mengumpulkan aspirasi dari anggota yang tersebar di 5 wilayah dan kemudian dimusyawahkan oleh pengurus pusat dan koordinator wilayah untuk menjadi sebuah kebijakan. Seperti yang disampaikan Bapak Suyatno berikut ini:

“Dulu aslinya UMKM Rangkul ini fokus di daerah Ngaliyan mas. Dan hanya membuat group untuk iklan secara online, groupnya ada WA, Facebook, IG Waktu Nah lama-lama berkembang dan menjadi banyak anggotanya sekarang sekitar 250-an anggota mas. Karena anggota yang mulai banyak dan tersebar diberbagai kecamatan akhirnya dibuat korwil meskipun kita setiap dua minggu sekali mengadakan pertemuan atau kopdar gitu di basecamp. Tempatnya ada di perum permata puri, jadi setiap mau ada kegiatan atau event bahkan pelatihan kita diskusikan di saat pertemuan tersebut” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023)

Dari pernyataan di atas dapat dimengerti bahwa UMKM Rangkal memiliki pembagian wilayah untuk memudahkan aspirasi anggotanya. Anggota yang ingin menyampaikan aspirasi dapat disampaikan kepada forum atau koordinator wilayah dengan melakukan pertemuan rutin dua minggu sekali keputusan-keputusan dalam kegiatan ditentukan pada saat melakukan pertemuan tersebut. Hal tersebut juga dipertegas oleh Ibu Yuli sebagai berikut:

“Jadi di ulang tahun Rangkal yang pertama di 10 Oktober 2021. Karena Rangkal kan ada saat 10 Oktober 2020 itu temen-temen pada muasyawah untuk menentukan korwil dan kecamatan yang dinaungi oleh korwil tersebut. Setelah ditentukan kemudian setiap korwil membuat group WA. Sehingga kita akhirnya ada group WA wilayah dan group WA besar atau pusat. Jadi koordinasi tetap jalan untuk setiap agenda yang akan dilaksanakan seperti serbu masjid, nglarisi dagangan konco, bazar dan lain-lain” (Wawancara dengan Yulia, Anggota Rangkal, 14 Januari 2023).

Dari keterangan di atas dapat diketahui bahwa pengambilan keputusan yang dilakukan oleh komunitas Rangkal setiap kegiatan adalah melalui mekanisme diskusi atau musyawarah mufakat. Tidak ada yang bersifat otoriter dalam jaringan tersebut. Namun ketua umum memberi arahan kegiatan yang akan dilaksanakan agar bisa berjalan sukses melalui koordinasi dengan korwil masing-masing serta mengevaluasi setiap kegiatan yang telah dilaksanakan. Dengan adanya korwil yang diputuskan oleh pengurus pusat dimanfaatkan oleh anggota yang mau membuka cabang usaha atau memulai usaha baru di kecamatan lain seperti yang disampaikan Saudara Rifki sebagai berikut:

“Anggota Rangkal yang usahanya udah maju dan mau nambah cabang dimana misalnya anggota Ngaliyan ingin buka cabang di Tembalang karena punya teman dari UMKM Rangkal yang berdomisili tersebut bisa membantu contohnya pemilihan lokasi yang strategis, ngajak temannya untuk ngalirisi, informasi kulakan tempat yang dekat dan lain-lain artinya sebagai teman kita di Rangkal punya prinsip untuk maju bersama hebat semua sehingga tolong menolong, kekeluargaan, atau membantu dalam mengembangkan usaha sesama anggota itu dianjurkan bahkan wajib”(Wawancara dengan Rifki, Humas Rangkal, 3 Februari 2023).

Dari keterangan di atas dapat dipahami bahwa pengurus pusat membagi wilayah agar setiap anggota yang mau mengembangkan usaha bisa lebih mudah karena sudah ada koordniatornya. Keputusan dalam membagi wilayah menjadi 5



korwil oleh pengurus pusat adalah bagian dari hubungan kekuasaan (*power*) yang ada pada komunitas Rangkal.

Menurut analisa penulis mengenai teori jaringan sosial Mark Granovetter, yakni terlihat bahwa komunitas UMKM Rangkal dalam membangun hubungan kepentingan (*interest*) terdapat sebuah Peran lain yang menjembatani aktor (*the important of structural holes*). Pokok dari sebuah ikatan adalah cara yang dilakukan untuk membangun sebuah ikatan bukan pada kualitas ikatan yang tercipta. Ini dikarenakan dengan membangun jaringan secara tidak langsung seorang individu akan terikat (Granovetter 1973). Kemudian peran lain yang menjembatani aktor atau cara yang dibangun untuk membentuk jaringan dalam konteks ini Komunitas Rangkal memiliki group *whatsapp*, group *facebook*, website dan sekretariat.

## **2. Perizinan dari Pihak Masjid**

Di Kota Semarang setiap hari jumat di beberapa masjid tidak hanya melaksanakan shalat jumat akan tetapi ada yang mempunyai kebijakan membagikan makanan kepada jamaahnya setelah menunaikan shalat jumat. Makanan tersebut berasal dari para donator maupun dari kas masjid yang kemudian dibelikan beberapa makanan dalam rangka sedekah di hari jumat yang berkah.

Komunitas UMKM Rangkal melalui bidang sosial kemasyarakatan memiliki program jumat berkah yaitu program membagikan makanan kepada jamaah salat jumat dan makanan itu diperoleh dari uang donasi yang dibelanjakan kepada anggota. Tujuan dari adanya membagikan nasi selain untuk sedekah jumat berkah juga sekaligus membranding komunitas dan usaha dari para anggota. Sehingga Komunitas UMKM Rangkal membutuhkan sebuah izin kepada pengelola masjid yang memiliki kewenangan atau power dalam lingkungan masjid. Hal ini seperti yang disampaikan bapak Waro berikut ini:

“Masjid kami ini kebetulan berada di daerah Kawasan industri mas, setiap jumat jamaahnya banyak sampai membludak ke depan-depan masjid. Karena banyaknya jamaah kadang banyak yang ngga kebagian nasi untuk sekedar makan siang. Alhamdulillahnya ada Rangkal yang rutin menitipkan makanan ke masjid sini”(Wawancara dengan Waro, Takmir Masjid Al-Makmur, 27 Juni 2023).

Dari kutipan wawancara di atas dapat dimengerti bahwa Komunitas UMKM Rangkul berkolaborasi dengan masjid Al-Makmur untuk menjalankan program kerja pada bidang sosial kemasyarakatan. Pengurus masjid yang memiliki wewenang dalam mengurus masjid sangat senang dengan program yang dikolaborasikan tersebut. Alasan dari melakukan sedekah jumat berkah yang dilakukan anggota Komunitas UMKM Rangkul adalah anggota percaya bahwa apa yang mereka keluarkan untuk sedekah jumat akan membawa keberkahan pada usahanya. Hal ini seperti yang disampaikan oleh bapak Suyatno berikut ini:

“UMKM Rangkul itu anggotanya adalah perintis usaha kuliner, Namanya perintis kan kecil mas, tapi meskipun kecil kita selalu rutin untuk melakukan program sosial setiap minggu salah satunya jumat berkah dengan membagikan makanan yang dibeli dari anggota tujuannya pertama untuk melarisi dagangan anggota, kedua sedekah itu kan pasti ada keberkahannya, ketiga produk anggota jadi semakin terkenal karena makanannya dinikmati oleh jamaah jadi ada muatan branding usaha mas disitu. Alhamdulillah sampai sekarang program ini rutin dan sudah sampai ke edisi 71 kali mas. Kita berkolaborasi dengan takmir masjid tentu yang memiliki wewenang atau kekuasaan dalam mengatur bagaimana baiknya mas dalam membagikan makanan tersebut” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Berdasarkan hasil kutipan wawancara di atas dapat dipahami bahwa program sedekah di hari jumat berkah merupakan inisiatif dari anggota Komunitas UMKM Rangkul, namun dalam prosesnya tetap memerlukan izin dari pengelola masjid atau takmir agar tidak terjadi kesalahan komunikasi dan kesalahan-kesalahan yang lain. Hal tersebut diperkuat pernyataan dari bapak Warito berikut ini:

“Iya mas, dulu izin dulu ke kami pas mau mengadakan program ini. Bagaimanapun kan takmir harus tahu ini sedekah dari mana, donasi dari mana, jumlahnya berapa, sehingga harapannya program ini bisa rutin mas” (Wawancara dengan Suwanto, Takmir Masjid Al-Makmur, 27 Juni 2023).

Dari pernyataan wawancara di atas dapat ditarik pemahaman bahwa Komunitas UMKM Rangkul dalam menjalankan programnya tetap memperhatikan izin takmir masjid sebagai bentuk hubungan yang didasarkan pada kekuatan yang dimiliki oleh Takmir masjid sebagai pengelola. Hal ini juga diperkuat dengan gambar berikut ini:



*Gambar 4.3 Program jumat berkah*

*Sumber: Foto pribadi humas Rangkul*

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa Komunitas UMKM Rangkul melakukan program sedekah jumat dan terdapat stiker yang melekat pada kemasan dengan maksud agar produk tersebut dapat lebih terkenal sehingga usaha dari anggota diharapkan bisa semakin lebih luas pangsa pasarnya. Selain itu kesadaran dari adanya program sedekah pada kegiatan ekonomi Komunitas UMKM Rangkul dilihat dari teori Mark Granovetter menunjukkan bahwa ada keterlekatan di didalam kegiatan ini. Walaupun kegiatan ini memiliki maksud branding usaha akan tetapi ada konteks sosial dalam menjalankannya. Nilai-nilai sosial seperti menolong, membantu, bersedekah dan berdonasi melekat pada aktivitas ekonomi ini dan sejauh yang anggota lakukan tidak merugikan maka kegiatan ini akan rutin dilaksanakan sebagai upaya memperluas pasar atau jaringan usaha dari Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang.

## **BAB V**

### **FAKTOR PENDUKUNG KEBERTAHANAN JARINGAN SOSIAL KOMUNITAS UMKM RANGKUL**

#### **A. Pertemuan Rutin (Kopdar) Anggota**

Kopdar merupakan sebuah singkatan dari kopi darat, istilah ini memiliki makna sebagai sebuah kegiatan kumpul-kumpul seseorang yang memiliki minat dan tujuan yang sama. Istilah kata darat sendiri merujuk pada orang-orang yang ingin bertemu secara langsung “darat” bukan lagi di udara atau gelombang *signal*. Sehingga dapat dipahami bahwa kopdar adalah istilah untuk orang-orang yang ingin bertemu secara *face to face* bukan di dunia maya.

Secara umum mengadakan kopdar memiliki berbagai manfaat dari penerapan pengertian kopdar di atas yakni diantaranya: *Pertama*, kegiatan kopdar dapat memperluas informasi dan wawasan dengan berbagai pengalaman, ide, dan tujuan kelompok berdasarkan minat masyarakat. *Kedua*, kopdar dapat menciptakan suasana baru untuk menciptakan jarak atau membeaskan diri dari kejenuhan aktivitas sehari-hari. *Ketiga*, membantu dalam mengurangi stress dan berfungsi media hiburan. *Keempat* membuat kesan mendalam setelah melakukan pertemuan sehingga ada keinginan untuk mempertahankan komunitas. Dengan melihat manfaat tersebut menegaskan bahwa pengadaan pertemuan rutin berupa kopdar tentunya menciptakan hal yang positif bagi berbagai pihak yang mengikutinya tanpa adanya tindakan yang merugikan pihak lain (Afsihan, 2021).

Penjelasan di atas serupa dengan salah satu kegiatan Komunitas UMKM Rangkul. Dalam melakukan kopdar komunitas ini biasanya melakukannya dua minggu sekali, tempat yang digunakan beda-beda tergantung kesepakatan bersama, biasanya di sekretariat Rangkul yaitu di di jl. Bukit Barisan, Blok A no 6-7, Ruko Permata Puri, Bringin, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50272. Akan tetapi, karena Rangkul memiliki program *nglarisi dagangan konco* jadi biasanya kopdar juga dilakukan di warung-warung anggota. Hal ini seperti pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Suyatno sebagai berikut:

“Komunitas ini kebetulan dibentuk untuk menjadi wadah silaturahmi UMKM kuliner di kota Semarang, jadi, kita rutin mengadakan kegiatan pertemuan tujuannya untuk saling berdiskusi dan berbagi pengetahuan. Meskipun beberapa

pertemuan dilakukan secara formal seperti rapat untuk kegiatan bazar, kegiatan ulang tahun misalnya kaya kemarin tapi kita rutin mengadakan pertemuan atau kopdar ini dua minggu sekali mas” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Pertemuan rutin komunitas UMKM Rangkul ini selalu diadakan dan sudah menjadi program yang dianjurkan untuk diikuti oleh anggota. Apalagi mereka dalam suatu komunitas dalam lingkup pekerjaan yang menyebabkan adanya motivasi dan kesengajaan dalam melakukan pertemuan. Hal ini juga senada seperti yang disampaikan oleh anggota Rangkul Ibu Vivit sebagai berikut:

“Alhamdulillah saya merasa klik dengan komunitas Rangkul sejak pertama gabung, saya jadi nambah keluarga, usaha saya yang sederhana menjadi berkembang karena saya belajar dari pertemuan yang dilakukan di Rangkul mas” (Wawancara dengan Vivit, Anggota Rangkul, 25 Januari 2023).

Dari kutipan wawancara di atas dapat diketahui bahwa pertemuan komunitas Rangkul dirasakan manfaatnya oleh anggota sehingga pertemuan rutin tersebut berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan rutin yang dilakukan oleh Komunitas UMKM Rangkul adalah untuk memperkuat relasi dan visi misi dari Komunitas UMKM Rangkul. Hal ini diperkuat oleh gambar sebagai berikut:



*Gambar 5. 1 Kegiatan Rutin Kopdar Rangkul*

*Sumber: Dokumentasi Pribadi Humas Komunitas UMKM Rangkul*

Kegiatan kopdar sampai saat ini telah dilakukan sebanyak empat puluh enam kali pertemuan yang terhitung mulai dari bulan Oktober 2020 sampai

dengan bulan Februari 2023. Kegiatan kopdar di atas adalah kegiatan pertemuan kopdar bulan November 2022 yang dilaksanakan oleh Komunitas UMKM Rangkal. Pada bulan Juni sampai September 2021 kegiatan kopdar terpaksa tidak dilaksanakan dan koordinasi hanya dilakukan secara *online* dikarenakan penyebaran virus Covid-19 yang sangat cepat dibulan tersebut.

Dalam melakukan sebuah pertemuan antar anggota Komunitas UMKM Rangkal tidak hanya melakukan tindakan perkumpulan komunitas dengan perbincangan santai, melainkan setiap pertemuan tersebut selalu bersifat semi formal seperti ada beberapa kegiatan yang dilaksanakan dalam aktivitas kopdar itu sendiri diantaranya membahas persiapan kegiatan *anniversary*, bazar, membayar kas, pengenalan setiap ada anggota baru, kajian edukasi dalam usaha kuliner dan lain-lain.

Di dalam AD/ART (Peraturan) mengenai pertemuan rutin (kopdar) pada Komunitas UMKM Rangkal telah disepakati oleh anggota. Adapun beberapa peraturan kopdar yang wajib dipatuhi oleh semua anggota Komunitas UMKM Rangkal, diantaranya sebagai berikut:

- a. Setiap pengurus dan anggota berhak untuk menghadiri kopdar yang dilaksanakan setiap minggu kedua dan minggu keempat setiap bulannya.
- b. Menghargai setiap pendapat orang lain apabila ada yang disampaikan pada saat forum.
- c. Setiap anggota berhak memberikan pendapat untuk kebaikan komunitas, untuk protes atau keberatan tidak diterima jika forum sudah ditutup.
- d. Apabila ada keputusan yang harus diambil yang berhubungan dengan kebaikan komunitas maka dilakukan musyawarah dan dilakukan *voting* dengan jumlah suara terbanyak 50%+1 suara maka menjadi keputusan akhir.
- e. Jika pengurus atau anggota tidak dapat hadir maka wajib memberikan konfirmasi kepada koordinator wilayahnya.

Selain pertemuan anggota, pertemuan rutin pengurus juga dilakukan sebagai program rapat bulanan pengurus. Pertemuan ini biasanya jumlahnya

terbatas hanya dari pengurus inti yaitu ketua, kepala bidang, dan ketua koordinator wilayah.



*Gambar 5. 2 Rapat Bulanan Pengurus*

Sumber: *Instagram UMKM Rangkul*

Dari wawancara informan dan gambar tersebut menurut analisa penulis menggunakan teori jaringan sosial Mark Granovetter dalam mempertahankan jaringan sosial adalah hubungan lemah dan kuatnya suatu ikatan (*the strength of weak ties*). Pertemuan yang dilakukan secara rutin oleh anggota akan memperkuat ikatan lemah yang disebabkan oleh komunikasi yang semakin intens, motivasi yang semakin kuat dan anggota bergerak dalam lingkaran yang sama sehingga belajar dari sebagian yang diketahui oleh anggota lain.

### **B. Bazar Rutin**

Bazar merupakan fasilitas perdagangan yang bersifat kelompok, ramai, dan juga hanya berlangsung beberapa hari yang singkat. Kegiatan bazar merupakan aktifitas berdagang yang berlangsung pada tempat terbuka tanpa mengganggu kegiatan yang sudah ada atau dengan mengkompensasi kegiatan

yang sudah ada. Pada Komunitas UMKM Rangkal bazar dilakukan secara rutin untuk memberikan fasilitas pada anggota dalam mengembangkan usahanya. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Yulia berikut ini :

“Alhamdulillah saya senang ikut Rangkal mas, karena banyak teman bisa jualan di media sosial dan juga bazar yang disediakan. Kita sebagai anggota biasanya bayar sewanya beda dari orang yang bukan anggota mas. Bazar yang saya ikuti kaya pas lagi acara ulang tahun Rangkal, terus Rangkal festival, terus juga bazar minggu murah. senang mas ikutnya alhamdulillah banyak yang beli” (Wawancara dengan Yulia, Anggota Rangkal, 14 Januari 2023).

Dari pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Yulia dapat diketahui bahwa Komunitas UMKM Rangkal sering mengadakan bazar untuk mendukung anggota dalam berjualan. kegiatan bazar sering diadakan pada waktu-waktu tertentu. Setiap anggota yang mengikuti bazar diberikan harga sewa yang murah. Hal ini juga diperkuat oleh Bapak Mamat sebagai berikut :

“Rangkal ini sering ikut dan mengadakan bazar mas, apalagi setelah pandemi ini kita kan lebih bebas untuk beraktivitas di tempat terbuka jadi, bazar rutin diadakan dan Alhamdulillah mas banyak yang beli, kegiatannya ramai dan kita juga tidak bayar mahal untuk sewa standnya, paling buat listrik sama air dan kebersihan. Ya kita intinya senang mas” (Wawancara dengan Mamat, Anggota Rangkal, 9 Januari 2023).

Dari hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa anggota senang dengan adanya bazar yang dilakukan oleh Komunitas UMKM Rangkal karena bazar yang dilakukan tidak memberatkan dari anggota khususnya biaya yang dikeluarkan. Hal ini mampu membuat program yang dijalankan berjalan dengan lancar karena partisipasi anggota yang aktif. Adanya bazar juga membuat anggota mampu meningkatkan hasil jualan. Aktivitas bazar memiliki kelebihan belajar dari pembeli secara langsung. Hal tersebut juga diperkuat oleh gambar berikut ini:





Gambar 5. 3 Bazar Rangkul Festival

Sumber: *Dokumentasi Pribadi*

Dari hasil wawancara dan gambar tersebut dapat diketahui bahwa hubungan sosial dalam sebuah jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul merupakan interaksi sosial yang terjadi terus menerus dan berkelanjutan yang mengikat satu sama lain dan menciptakan sebuah harapan yang stabil. Hubungan sosial dapat dimengerti sebagai sesuatu yang mewakili jalan atau saluran yang menghubungkan satu sama lain dan melalui sesuatu yang dapat diperoleh seperti aktor dapat memperoleh barang, jasa, informasi dan lain sebagainya (Agusyanto, 2014). Dalam konteks Komunitas UMKM Rangkul bazar juga dijadikan sebagai media promosi yang dianggap efektif karena kekompakan yang dimiliki oleh anggota dalam Komunitas Rangkul.

### **C. Media Sosial Sebagai Fasilitas Pemasaran Produk**

Media sosial menjadi sarana untuk saling terhubung dalam berkomunikasi, ini terjadi secara *online* atau dalam jaringan dan memungkinkan interaksi yang terjadi tidak dapat dibatasi oleh ruang dan waktu. Sebagai hal yang mendasar media sosial dikelompokkan dalam beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

- a. *Social Networks*, media sosial digunakan untuk bersosialisasi dan berinteraksi seperti *facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* dan lain-lain.
- b. *Discuss*, media sosial digunakan sebagai alat untuk percakapan kelompok orang diskusi seperti *google meet*, *zoom*, dan lain-lain.

- c. *Share*, media sosial menjadi fasilitas pengguna untuk saling berbagi file, audio, video dan sebagainya seperti media *youtube*.
- d. *Social Game*, media sosial berupa permainan yang dapat dimainkan secara bersama-sama. Seperti *doof*, *caffe.com*. dan lain sebagainya.

Dengan berjalannya waktu , media sosial memegang peranan yang sangat penting dan memberikan dampak yang besar bagi kehidupan seseorang. Salah satunya digunakan untuk mendukung keberlanjutan jaringan sosial komunitas UMKM Rangkal salah satunya adalah untuk media pemasaran. Perkembangan dan kemajuan adanya teknologi informasi dan komunikasi menawarkan semacam kemudahan bagi masyarakat terutama bagi pelaku usaha yang aktivitas mata pencahariannya berdagang untuk mempromosikan produknya dengan adanya media sosial anggota Komunitas UMKM Rangkal dimudahkan dengan adanya “Lapak Gratis” yang tersedia pada Komunitas UMKM Rangkal.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis ditemukan bahwa komunitas Rangkal dalam mempertahankan jaringan sosial para aktor tidak hanya terpaku dengan berdagang secara *offline* dengan mengikuti kegiatan bazar atau event-event yang lain melainkan para aktor juga berdagang lewat media sosial pribadi dan media sosial yang disiapkan oleh komunitas Rangkal seiring mengikuti perkembangan zaman. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suyatno berikut ini:

“Kalau kita anggota Rangkal berjualan ngga hanya di kegiatan apalagi pandemi itukan semua kegiatan tutup mas, sekarang kan teknologi sudah berkembang macem-macem jadi saya dan anggota jualan di group *Whatsapp Rangkal* gitu promoin ke sesama anggota, di group *Facebook Rangkal* juga saya unggah. Kan kita juga ada program lapak Rangkal di *Instagram* resminya Rangkal. Lumayan mas ada aja yang nyangkut (membeli) gitu mas” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkal, 7 Januari 2023).

Dari pernyataan di atas menunjukkan bahwa anggota Komunitas UMKM Rangkal memanfaatkan sosial media sebagai sarana pemasaran produknya. Disebutkan juga ada banyak pelanggan yang membelinya lewat sosial media. Hal ini juga senada seperti yang disampaikan oleh Ibu Vivit sebagai berikut:

“oh saya jualan ngga hanya buka lapak mas atau outlet gitu, saya ini kan jualan makanan kue kering jadi kadang sekarang karena pandemi sudah dinyatakan

aman saya ider keliling komplek gitu nawar-nawarin. Nah setelah saya ikut Rangkul saya juga jualan di *Facebook* Rangkul mas, lumayan mas hasilnya apalagi kalua misalnya mau lebaran, jadi orang yang ngga tahu jadi tahu dagangan saya. Kalua lagi posting laku ya laku aja mas, tapi kalua belum laku kadang ditawarin juga ke teman sesama anggota Rangkul di group WA Rangkul” (Wawancara dengan Vivit, Anggota Rangkul, 25 Januari 2023).

Dari pernyataan informan di atas dapat dilihat bahwa anggota Komunitas UMKM Rangkul ini sudah melek dan memanfaatkan teknologi terutama teknologi komunikasi dan informasi seperti sosial media untuk memperluas pangsa pasar barang dagangannya dan sebagai upaya meningkatkan pendapatannya. Dengan adanya sosial media juga dimanfaatkan sebagai “jalan lain” bagi mereka yang membawa manfaat dalam meningkatkan pendapatan selain mengikuti event-event bazar yang diadakan oleh komunitas UMKM Rangkul. Hal ini diperkuat oleh gambar berikut ini:



Gambar 5. 4 Akun Group Facebook Komunitas UMKM Rangkul

Sumber: Akun *Facebook* Komunitas UMKM Rangkul

Dari gambar di atas terlihat bahwa group Komunitas UMKM Rangkul aktif dan dimanfaatkan oleh anggota untuk berjualan melalui media sosial. Selain di *Facebook* anggota juga dibantu jualan di *Instagram* Rangkul yang memiliki

1.444 pengikut sebagai pangsa pasarnya. Dalam pengelolaan media social terutama *Instagram* Rangkul dipegang oleh admin yaitu humas Rangkul. Biasanya anggota memposting di *feed* maupun di *instastory* kemudian di repost oleh admin dan juga link nomor anggota atau penjual yang dapat dihubungi. Sehingga calon pembeli yang melihat produk yang *direpost* dapat langsung menghubungi penjual.



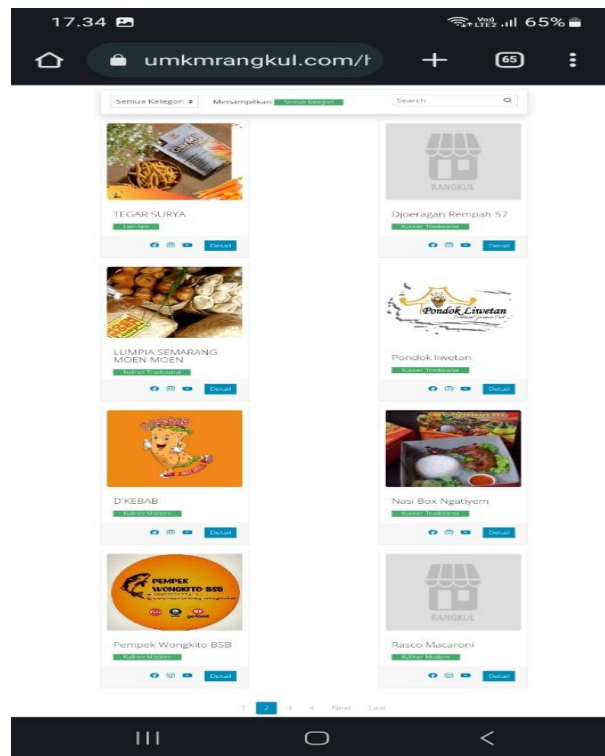
*Gambar 5. 5 Postingan Produk UMKM Rangkul di Akun Instagram Rangkul*

Sumber: *Akun Instagram Komunitas UMKM Rangkul*

Selain media sosial berupa group *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram*, Komunitas UMKM Rangkul juga memiliki website yaitu [www.umkmrangkul.com](http://www.umkmrangkul.com) yang mana dalam website tersebut selain ada foto produk juga terdapat link menuju sosial media yang dimiliki oleh anggota. Seperti yang disampaikan Bapak Suyatno berikut ini:

“Kebetulan komunitas ini pada saat berusia belum satu tahun sudah dapat hibah berupa website dari unissula dan sekarang dikelola mas rifky sebagai humas. Jadi nanti di website itu ada foto produk, terus ada alamat toko, link sosial media misalnya masnya mencet logo FB, IG atau sosial media nanti langsung terkoneksi dengan akunnya anggota Rangkul!” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa anggota Komunitas UMKM Rangkul diberikan fasilitas website untuk memudahkan pemasaran produk. Selain itu juga digunakan untuk memperkenalkan sosial media yang dimiliki oleh anggota.



Gambar 5. 6 Website UMKM Rangkul

Sumber: [www.umkmrangkul.com](http://www.umkmrangkul.com)

Dapat dikatakan berdasarkan pernyataan informan dan gambar di atas menunjukkan nampaknya anggota Rangkul sudah memanfaatkan teknologi khususnya teknologi komunikasi dan informasi untuk menunjang aktivitas usahanya dan sebagai upaya mempertahankan jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul

Menurut analisa penulis mengenai teori jaringan sosial Mark Granovetter, yakni terlihat bahwa komunitas UMKM Rangkul dalam mempertahankan jaringan sosial menggunakan peran lain yang menjembatani aktor (*the important of structural holes*). Dimana pokok dari sebuah ikatan adalah cara yang dilakukan untuk membangun sebuah ikatan bukan pada kualitas ikatan yang tercipta. Ini

dikarenakan dengan membangun jaringan secara tidak langsung seorang individu akan terikat (Granovetter 1973).

Kemudian peran lain yang menjembatani aktor atau cara yang dibangun untuk mempertahankan jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul dalam konteks ini adalah Komunitas Rangkul memiliki group *whatsapp*, group *facebook*, Lapak di *Instagram* dan website untuk melakukan transaksi jual beli dengan cara memposting produknya. semua ini dilakukan untuk menjembatani penjual dalam hal ini anggota dengan pembeli yang menjadi pengikut akun dari sosial media Komunitas UMKM Rangkul. Anggota dengan memanfaatkan fasilitas tersebut merasa terikat oleh sebuah komunitas dan hubungan sesama anggota Komunitas Rangkul juga semakin kuat.

#### **D. Menjadi Vendor Produk**

Vendor dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pihak atau seseorang penyedia barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pihak perusahaan atau organisasi. Berbeda dengan *supplier* seorang vendor adalah pihak yang terakhir penyedia barang atau jasa untuk perusahaan atau organisasi sebelum sampai pada pengguna barang atau jasa tersebut. Kegiatan atau program rutin yang diadakan setiap seminggu sekali pada Komunitas UMKM Rangkul adalah kegiatan Jumat berkah, Komunitas UMKM Rangkul memiliki program Jumat berkah dimana hasil dari sedekah dibelanjakan produk makanan anggota dan dibagikan ke masjid, panti asuhan dan yayasan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh saudara Rifki berikut ini:

“Waktu itu kepikiran ya, kita ngomong kalau bicara bisnis kan tidak luput dengan sosial. jadi harapan kita seluruh anggota memiliki jiwa sosial sesuai dengan visi Rangkul, kalau kita punya rezeki lebih ya baiknya berbagi lah. Kebetulan waktu itu covid ada anggota yang cerita usaha sepi, penghasilan segini dan lain-lain. Akhirnya kita buat Jumat berkah yaitu kita ambil donasi dari luar dan dari anggota juga yang memiliki rezeki lebih, pada saat sudah terkumpul kita belanjakan makanan anggota Rangkul, kemudian makanan kita bagi di masjid, di jalan dan lain-lain fungsinya pertama untuk sedekah, kedua ada muatan branding karena dengan membagi makanan dengan kemasan ada logo, ada nomor WA pas dimakan rasanya enak kan yang makan ada potensi orang itu pesan” (Wawancara dengan Rifki, Humas Rangkul, 3 Februari 2023).

Dari pernyataan di atas Rifki menjelaskan bahwa anggota Komunitas UMKM Rangkul yang kesulitan saat berjualan waktu pandemi diberi kesempatan sebagai vendor dari program Jumat berkah. Manfaat dari kegiatan tersebut selain menjadi program sedekah juga memiliki muatan bisnis agar branding usaha anggota juga semakin terkenal. Selain menjadi vendor Jumat berkah para anggota juga memiliki kesempatan menjadi vendor konsumsi kegiatan lain. seperti yang disampaikan oleh saudara Suyatno sebagai berikut:

“Jadi kita kan jaringan bisnis ya mas, rata-rata anggota Rangkul kan ngga murni full pembisnis tapi juga ada yang kerja kantor terus sampingannya melakukan bisnis kuliner. Misalnya kantor dari anggota tersebut ada kegiatan kemudian butuh soto, kuliner gini-gini oh ya teman saya ada tetap saya rekomendasikan ke satu kelompok komunitas ini. Meskipun saya tidak memiliki produknya pasti saya cari di Komunitas UMKM Rangkul” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa Komunitas UMKM Rangkul sebagai jaringan bisnis dimanfaatkan sebagai pemenuhan kebutuhan kegiatan terutama pada bidang kuliner, dengan jumlah anggota Komunitas UMKM Rangkul sebanyak 256 dan memiliki jenis usaha kuliner yang berbeda-beda dapat dijadikan sebagai referensi pemilihan produk. Selain hal tersebut dalam kegiatan Bazar yang bukan diadakan oleh Komunitas UMKM Rangkul biasanya hanya diberikan beberapa lapak. Karena keterbatasan lapak tersebut kemudian banyak juga anggota yang menitipkan produk makanan kepada anggota yang mendapatkan lapak tersebut. Seperti yang disampaikan oleh saudara Vivit berikut ini:

“Jadi kalau bazar yang diberi jatah oleh dinas misalnya dinas koperasi atau dinas perdagangan di Rangkul biasanya masih cari lapak yang gratis, karena gratis kan jadi dapatnya terbatas jadi biasanya di group aku kasih tau siapa yang mau nitip gitu. Jadi nanti mereka ke lokasi bawa dagangan harga reseller ya Alhamdulillah tetap ada yang laku” (Wawancara dengan Vivit, Anggota Rangkul, 25 Januari 2023).

Dari penjelasan di atas dapat dimengerti bahwa anggota Komunitas Rangkul ketika berjualan di bazar tidak hanya membawa barang dagangan sendiri. Para anggota dalam memperbanyak produk yang disajikan juga bekerja sama dengan anggota lain. Sistem kerja sama yang dilakukan dilakukan profesional.

Kedekatan hubungan yang terjalin kuat sesama anggota membuat anggota dapat memanfaatkan jaringan yang dimiliki.

### **E. Penentuan Harga**

Masih terkait dengan faktor pendukung keberlanjutan jaringan sosial komunitas UMKM Rangkul yaitu penentuan harga. Pada Komunitas UMKM Rangkul penentuan harga adalah proses untuk menentukan atau menetapkan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh pelaku usaha dari produk berupa barang atau jasa yang dihasilkan. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa ada beberapa anggota Komunitas UMKM Rangkul yang menerapkan “harga teman”. Dalam hal ini harga teman adalah penetapan harga yang didasarkan oleh hubungan tertentu antara anggota dalam hal ini pedagang dan pembeli. Seperti hubungan kekerabatan atau pertemanan yang menjadi pelanggan setia dan biasanya harga tersebut dijual lebih murah dari harga biasanya. Seperti yang disampaikan Bapak Mamat berikut ini:

“Hubungan baik mas, kita ini sesama anggota Rangkul kan ada yang namanya *ngalirisi dagangan konco* jadi alhamdulillah anggota ini kompak biasanya membeli. Karena sesama anggota udah kenal dan sama-sama memahami nasib pengusaha yang masih merintis ya harganya dikasih murah mas. Karena niatnya kan bukan hanya jualan mas kalua gitu, tapi untuk meramaikan dan nantinya memberi *review* testimoni. jadi kadang kita jual dengan harga murah meriah” (Wawancara dengan Mamat, Anggota Rangkul, 9 Januari 2023).

Dari pernyataan tersebut dapat dimengerti bahwa hubungan yang terjalin sesama anggota dalam mempertahankan jaringan sosial salah satunya dilakukan dengan cara memberikan harga teman. Penjual dalam hal ini sesama anggota memberikan harga yang murah meriah dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan melalui jaringan Komunitas UMKM Rangkul. Selain Bapak Mamat informan Ibu Veronica juga menyampaikan hal yang sama yaitu sebagai berikut:

“Yang penting kita sesama anggota ramah mas, misalnya anggota lain mau beli dagangan kita ya tentu lebih murah mas dengan harga yang kita jual ke orang lain. Jadi saya bedakan harga jual ke orang lain dan ke anggota. Harga temen lah istilahnya, tapi nanti saya suruh untuk dipromosikan juga ke keluarganya, ke teman dekatnya atau kerabatnya dan lain-lain. Jadi meskipun kita jual lebih murah tapi sebenarnya kita untung mas” (Wawancara dengan Veronica, Anggota Rangkul, 20 Januari 2023).



Dari hasil pemaparan tersebut menunjukkan bahwa sesama pelaku usaha anggota Rangkul memberikan harga yang lebih murah dengan tujuan juga meminta tolong mempromosikan ke orang terdekatnya sehingga dianggap sebagai promosi yang lebih efektif dan efisien. Untuk mengembangkan usaha para anggota juga membuka kerja sama dengan anggota lain untuk menjadi *reseller*, hubungan ini kemudian mengakibatkan penentuan harga yang berbeda juga. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Suyatno berikut ini:

“Anggota Rangkul kan awalnya sedikit lama-lama berkembang dan jadi banyak mas, usahanya macem-macem nah yang usahanya punya toko atau warung biasanya juga dititipin dagangan anggota lain terutama makanan yang kering-kering. Terus juga misalnya ada yang usaha catering butuh menu bebek goreng biasanya kita hubungkan dengan anggota yang usahanya bebek goreng, disitu juga kan harganya beda, lebih murah tentunya karena sesama anggota juga mas” (Wawancara dengan Suyatno, Ketua Rangkul, 7 Januari 2023).

Dari kutipan wawancara di atas dapat diketahui bahwa anggota yang menjalin hubungan kerja sama akan diberikan harga yang lebih murah. Kerja sama ini terbangun karena adanya kepercayaan antar anggota dalam jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul.

Berdasarkan uraian di atas menurut analisis penulis mengenai teori jaringan sosial Mark Granovetter, yakni terlihat bahwa Komunitas UMKM Rangkul dalam mempertahankan jaringan sosial menggunakan keterlekatan dalam kaitannya dengan aktivitas ekonomi (*embeddedness*). Jaringan sosial dikaji dengan sebuah gagasan keterikatan dalam mengamati bahwa keterikatan sosial pelaku ekonomi berlangsung secara simultan dalam realitas sosial. Hubungan interpersonal pelaku ekonomi membentuk keterikatan sosial dalam jaringan sosial. Konteks keterikatan sosial dalam Komunitas UMKM Rangkul adalah keterlekatan relasional seperti kegiatan saling mengisi dagangan yang membuat kolaborasi dan hubungan penentuan harga yang lebih murah dari pembeli selain anggota dan ini berdampak pada manfaat yang dirasakan keduanya. Penentuan harga ini ditentukan oleh relasi yang bermuatan kekeluargaan, pertemanan, dan kekerabatan sesama anggota Komunitas UMKM Rangkul.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan tahap-tahap pembahasan di atas maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa bentuk hubungan para anggota Komunitas UMKM Rangkul dalam membentuk jaringan sosial terdapat tiga hubungan yaitu pertama hubungan kepentingan (*interest*) meliputi hubungan yang dilakukan atas dasar *survival strategy* (strategi bertahan) dimana adanya pandemi covid-19 membuat pelaku usaha kuliner Kota Semarang sulit mendapatkan pelanggan karena dibatasinya aktivitas masyarakat di luar rumah strategi yang dilakukan dalam bertahan adalah menjual makanan melalui website Komunitas UMKM Rangkul, selanjutnya memperluas relasi usaha dimana para anggota bertemu anggota baru yang sevisi dalam dunia usaha. Kemudian meningkatkan pendapatan karena ada program *nglarisi dagangan konco*. Selanjutnya pengembangan *skill* anggota dari yang *gaptek* menjadi lancar menggunakan teknologi untuk promosi. Yang kedua hubungan emosi (*sentiment*) meliputi hubungan yang dilakukan atas dasar rasa kekeluargaan melalui bidang sosial kemasyarakatan yang terwujud dengan kegiatan berdonasi, santunan, silaturahmi kepada keluarga anggota yang terkena musibah dan relasi pertemanan dimana hubungan yang terbangun terjadi karena relasi teman lama sekolah, teman kerja, dan lain-lain. Ketiga, hubungan kekuasaan (*power*) meliputi hubungan yang dilakukan atas dasar kebijakan yang dikeluarkan oleh pengurus pusat Komunitas UMKM Rangkul seperti kebijakan bazar minggu pagi.
2. Bahwa terdapat lima faktor pendukung kebertahanan jaringan sosial Komunitas UMKM Rangkul yaitu Pertama, pertemuan rutin (*kopdar*), adanya pertemuan rutin oleh anggota Komunitas UMKM Rangkul untuk memperkuat ikatan dengan komunikasi yang terjalin semakin intens dan motivasi yang semakin kuat. Kedua, bazar rutin yang mana anggota mengadakan dan mengikuti kegiatan bazar gratis yang tidak memberatkan

dalam berdagang sebagai kelompok UMKM. Ketiga, Adanya peran media sosial sebagai salah satu strategi untuk memasarkan produk barang dagangannya. Media sosial yang dimiliki Komunitas UMKM Rangkul ada *Facebook* dengan nama Umkm Rangkul, kemudian *instagram* dengan nama akun *umkmrangkul*, website dengan nama [www.umkmrangkul.com](http://www.umkmrangkul.com) dan group *Whatsapp*. Keempat, menjadi vendor produk sehingga anggota dapat menjadi penyedia makanan dalam kegiatan Jumat berkah dengan maksud untuk bersedekah dan membranding usahanya. Kelima, penentuan harga, dalam hal ini anggota menentukan harga yang ditetapkan berdasarkan hubungan pertemanan sehingga muncul istilah “harga teman” yang membuat harga produk menjadi lebih murah hal ini membawa keuntungan baik bagi pembeli dan pedagang itu sendiri.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan penulis terhadap hasil penelitian jaringan sosial pada pelaku UMKM Kuliner Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang adalah sebagai berikut:

1. Penulis berharap pada penelitian selanjutnya untuk bisa memperluas subjek penelitian dan selain itu penelitian berikutnya juga diharapkan dapat mengkaji tentang Komunitas UMKM Rangkul di Kota Semarang menggunakan perspektif teori sosiologi lainnya.
2. Bagi masyarakat di Kota Semarang khususnya pelaku UMKM kuliner terus menguatkan jaringan sosial yang telah dimiliki sebagai proses mengembangkan dan memajukan usaha UMKM Kuliner di Kota Semarang. Kebiasaan anggota harus terus ditanamkan kepada generasi penerus (anggota baru) karena hal tersebut merupakan salah satu unsur kunci yang penting dalam mengembangkan UMKM Kuliner di Kota Semarang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdur, R. (2017). Jaringan Sosial Sanggar Batik Jenggolo di Pandeyan Umbulharjo Yogyakarta(Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). *Skripsi*.
- Abidin, Z. (2021). Lokakarya Penguatan Kolaborasi Antar Lembaga Pelayanan Pendampingan untuk UMKM di Indonesia. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 39-48.
- Achwan, Rochman. (2013). Living With Oligarchy: The Clothing Business in Provincial Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(2), 276-294.
- Afifah. (2015). *Pengertian Perkembangan Usaha dalam Buku Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Rajawali.
- Asmuni, A. (2019). Menolak Bankrut: Usaha Umkm Beradaptasi Dalam Pasar Online. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 2(1), 51-66.
- Bukhari, B. (2017). Pedagang Kaki Lima (PKL) dan Jaringan Sosial: Suatu Analisis Sosiologi. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 11(1), 76-88.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Farida Rahmawati, S.M. (2016). *Pengantar Ilmu Sosiologi*. Klaten: PT. Cempaka Putih.
- Faturochman. (2018). *Psikologi Relasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Field, John (2010). *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana
- Granovetter. (1992). *The Sociology of Economic Life*. America : Westview Press.
- Granovetter. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddeedness. *American Journal of Sociology*, (91)3, 481-510.
- Halim, A. (2020) Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*. 1(160), 31-46

- Harini, C., & Yulianeu, Y. (2018). Strategi penetrasi pasar UMKM Kota Semarang menghadapi era pasar global MEA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 361-381
- Huraeroh, A. (2008). *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Ife, Jim. (1995). *Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Johan, J. W. P. (2010). Jaringan Sosial Pengusaha Tempe Dalam Kelangsungan Usaha di Debean (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Yogyakarta). *Skripsi*.
- Koesmariadi, F. A., & Listyani, R. H. (2020). Pola Interaksi Jaringan Sosial Makelar Villa. *Paradigma*, 8(1), 31-41
- Kusnadi. (2000). *Nelayan : Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Lawang, R. M. Z. (1986). Buku Materi Pokok Pengantar Sosiologi. Jakarta: Penerbit Karunika.
- Maklon Felipus Killa, A. N. (2020). Analisis Jaringan Sosial : Studi pada Pedagang Mikro dan Kecil di Pasar Tradisional Waingapu. *Forum Ekonomi*, 256-263.
- Mardianti, M. (2019). Jaringan Sosial Petani Bawang Merah Di Kelurahan Maratan Kabupaten Enrekang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar). *Skripsi*.
- Meita Arsita, dkk. (2020). Keterlekatan Sosial UMKM Sarung Tenun Goyor di Desa Sambirembe, Kalijambe, Sragen. *Society*, 8(2), 381-394.
- Mukti, G. W., & Kusumo, R. A. B. (2022). Jaringan Sosial Petani: Upaya Petani Pemula Dalam Membangun Jaringan Sosial Untuk Mengakses Sumberdaya Usahatani. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1), 209-227.
- Musahwi, M., Afrizal, S., & Juanda, S. (2018). Jaringan Sosial dan Pemberdayaan Pedagang Perempuan di Pasar Tradisional Rau Kota Serang. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 4(2), 13-24.
- Muslim, M., Hendarso, Y., & Yusnaini, Y. (2021). Jaringan Sosial Pedagang Sayur Di Pasar Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir (Doctoral dissertation, Sriwijaya University) 2(4), 71-91
- Neno, R. (2021). Pengembangan Jaringan Sosial Kelompok Tani Sawargi Makmur Sekereundeu Di Desa Mekarsaluyu Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Deo Muri*, 1(1), 22-32.

- Nuhlia, R., Suhaeb, F. W., & Syukur, M. (2018). Jaringan Sosial Pengusaha Kopi Bubuk di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar), 4(2), 31-41.
- Nurrohmah. (2015). *Indikator Perkembangan Usaha dalam Buku Strategi Pemasaran Produk UMKM*. Jakarta: PT Rajawali.
- Nurroyani, L., & Hendrastomo, G. (2018). Jaringan Sosial Pedagang Martabak (Lebaksiu). *E-Societas*, 7(5), 21-36.
- Rahayu, M. (2019). Social Embeddedness and Economic Behavior in Pesantren Mlangi. *Shirkah: Journal of Economic and Business*, 4(3), 455-480.
- Rahmawati, V., Tulipa, D., & Sancoko, A. H. (2021). Pembentukan Komunitas Akselerasi Wirausaha Muda Mahasiswa Fakultas Kewirausahaan Unika Widya Mandala Surabaya. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 31-41.
- R, Agusyanto. (2007). *Jaringan Sosial dalam Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rachmawati Budiarto, d. (2015). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada Univeristy Press.
- Rifky, R. B. Jaringan Sosial Pedagang Di Pasar Malam Cibadak, Cisauk, Tangerang (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah). *Skripsi*.
- Rohmah, A. B. (2019). Jaringan Sosial Pedagang Kaki Lima Pecel Lele di Ciputat, Tangerang Selatan (Bachelor's thesis, FISIP UIN Jakarta). *Skripsi*.
- Rulam Ahmadi. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Sadono, S. (1995). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Karya Grafindo.
- Saifudin, M. C. (2019) Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam, At Tujjur, 2(19), 16-31.
- Sarwoto, S., Wahyudi, L., Suyono, J., Risgiyanti, R., & Sarjiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Pelaku Usaha Kuliner Melalui Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Karanganyar. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(2), 89-96.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.

- Sienatra, K. B. (2020). Keterlibatan Jaringan Sosial Dalam Proses Penemuan Bisnis. *Jurnal of Business & Applied Management* , 10(1), 46-54.
- Siregar, A. (2019). Jaringan Sosial Penampung Barang Bekas di Kelurahan Labuh Baru Barat Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, 6(1), 1-14.
- Smelser, J. (1990). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Wira Sari Renada Media.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Grafindo.
- Sutopo, H. B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Walenta, A. S. (2019). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Pada UMKM Rumah Makan di Kota Tentena Kabupaten Poso The Influence of Social Capital Againsts Performance Improvement in SMES Restaurant in the City of Tentena, Poso Regency. *Pinisi Business Administration Review*, 1(2), 125-136.
- Zubaedi, (2013). *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Kencana

## LAMPIRAN

### 1. Lampiran surat pengantar penelitian dari Fakultas



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jl. Prof. Dr. Hamka Km.2 Kampus III Ngalyan Semarang Kode Pos 50185  
Telepon (024) 76435986; Website: www.fisip.walisongo.ac.id

Nomor : 1997/Un.10.6/K/KM.05.01/09/2022 07 September 2022  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth.  
Ketua Umum UMKM Rangkul  
Di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat kami sampaikan, bahwa dalam rangka pelaksanaan *Penulisan Skripsi* Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Walisongo, maka kami mohon perkenan Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan ijin kepada mahasiswa tersebut di bawah ini untuk melakukan Penelitian Skripsi yang berjudul "Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner (Studi pada Komunitas Rangkul Kota Semarang" di tempat/instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Nama : Adi Bahtiar  
NIM : 1906026122  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Sosiologi  
Tempat/ Tgl lahir : Pemasang, 27 Maret 1999  
CP/e-mail : 08817438369 / Adybahctiar@gmail.com  
Nama Ayah/ Ibu : Sudrajat  
Pekerjaan : Petani / Pekebun  
Alamat : Desa Gombong RT 03 RW 03, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemasang

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

 Dekan  
Kusub. bag Akademik  
*A. Gunawan, S.Ag, M.H*

Tembusan :  
Dekan FISIP UIN Walisongo



## 2. Lampiran surat izin penelitian dari Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang

---



### **PERKUMPULAN RAKYAT SEMARANG KULINER (RANGKUL)**

#### **BIDANG HUBUNGAN MASYARAKAT & ANTAR LEMBAGA**

Sekretariat : Jl. Bukit Barisan Blok A No 5-6 Bukit Permata Puri, Kecamatan Ngaliyan,  
Kota Semarang, Jawa Tengah 50189, Website : [www.umkmrangkul.com](http://www.umkmrangkul.com)

---

#### **SURAT KETERANGAN IJIN**

Nomor: S-01/HUMAS/IX/2022

Dasar: Surat dari Dekan FISIP UIN Walisongo Semarang nomor:  
1415/Un.10.6/K/KM.05.01/06/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Rifki Pramanda**

**Jabatan : Ketua Bidang Hubungan Masyarakat & Antar Lembaga**

Dengan ini memberikan ijin kepada:

**Nama : Adi Bahtiar**

**Tempat Tanggal Lahir : Pemalang, 27 Maret 1999**

**NIM : 1906026122**

**Semester : 7 (Tujuh)**

**Jurusan : Sosiologi**

**Alamat : Jl. Candi Suku 2 Kelurahan Bambankerep RT 02 RW 05**

**Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang**

Untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "Jaringan Sosial Pelaku UMKM Kuliner (Studi pada Komunitas UMKM Rangkul Kota Semarang). Demikian surat ijin ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 September 2022

Ketua Bidang Humas UMKM Rangkul

**Rifki Pramanda**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. Data Pribadi

Nama : Adi Bahtiar  
Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 27 Maret 1999  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Desa Gombong RT 03, RW 03, Kecamatan Belik  
Kabupaten Pemalang, Provinsi Jawa Tengah  
No Whatsapp : 08817438369  
Email : [Adybahctiar@gmail.com](mailto:Adybahctiar@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 05 Gombong : Tahun 2006-2012
2. SMPN 01 Belik : Tahun 2012-2015
3. SMAN 01 Karangreja : Tahun 2015-2018
4. UIN Walisongo : Tahun 2019-2023

### C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota GEF FISIP UIN Walisongo: Tahun 2019
2. Anggota PSDM HMJ Sosiologi: Tahun 2020
3. Koordinator Divisi Pendidikan dan Ekonomi FISIP Entrepreneurship: Tahun 2021
4. Koordinator Podcast KOMUNIASIK: Tahun 2021
5. Kepala Bidang PSDA Kopma Walisongo: Tahun 2022
6. Anggota Dewan Pengawas Kopma Walisongo: Tahun 2023

### D. Beasiswa

1. Beasiswa Pemuda Semangat Bantu Bangsa (PSBB) Indonesia: Tahun 2021
2. Beasiswa Peningkatan Prestasi Akademik (PPA) UIN Walisongo: Tahun 2022