

**MODAL SOSIAL DALAM *HOME INDUSTRY* “BOYOLALI
FRESHMILK”**

(Studi di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Oleh :

IIN NUR SAFRINA

(1906026163)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2023

HALAMAN 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, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Iin Nur Safrina

NIM : 1906026163

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Modal Sosial Dalam *Home Industry* "Boyolali Freshmilk"
(Studi di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bidang Substansi Materi



Dr. H. Mochamad Parmudi, M.Si.

NIP. 196904252000031001

Semarang, 24 Maret 2023

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Penulisan



Endang Supriyadi, M.A.

NIDN 2015098901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

MODAL SOSIAL DALAM *HOME INDUSTRY* "BOYOLALI FRESHMILK"

(Studi di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)

Disusun Oleh:

IIN NUR SAFRINA

(1906026163)

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 11 April 2023 dan dinyatakan LULUS.

Susunan Dewan Penguji



Dr. Ahwan Panani, M.Ag
NIP.197809302003121001

Sekretaris

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

Penguji I

Dr. Moh. Khasan, M.Ag
NIP.197412122003121004

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

Endang Supriyadi, M.A
NIDN. 2015098901

HALAMAN PERNYATAAN

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

Semarang, 24 Maret 2023



Iin Nur Safrina

1906026163

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.....

Puji syukur atas kehadiran Allah *subhanahu wa taala*, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Modal Sosial Dalam *Home Industry* “Boyolali Freshmilk” (Studi di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali)”** dapat berjalan sesuai dengan rencana dan tanpa kendala yang sangat berarti. Shalawat dan salam tetap tucurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang merupakan suri tauladan bagi umat muslim. Adapun tujuan penyusunan laporan ini sebagai syarat untuk menempuh gelar Sarjana pada Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulisan skripsi ini dapat terlaksana sesuai dengan rencana dan tidak terdapat banyak kendala yang berarti tidak lepas dari adanya kerjasama dan dorongan dari beberapa pihak yang terkait, maka dari itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, 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 pembimbing pertama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan petunjuk dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Akhriyadi Sofian, M.A., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi.
5. Endang Supriyadi, M.A., selaku Dosen Pembimbing kedua yang senantiasa memberikan nasehat dan saran, serta telah sabar dalam

membantu penulis dalam penyusunan skripsi sampai penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Dosen dan seluruh staf tendik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, yang telah mendidik dan mengajarkan penulis tentang berbagai ilmu dan pengetahuan baru yang membuat penulis dapat menyelesaikan Program Studi Sarjana Sosiologi.
7. Bapak Dedy Kurniawan beserta rekan-rekan kerja sebagai informan penulis yang ada di Desa Jelok yang telah bersedia dan membantu penulis untuk melakukan penelitian guna pemenuhan tugas akhir, sehingga penulis mendapatkan berbagai data-data yang mendukung penelitian ini.
8. Rekan-rekan Sosiologi E 2019 dan teman-teman Kost Asyifa yang telah bersedia menjadi teman seperjuangan dan selalu memberikan semangat serta dukungan terhadap penulis dalam melakukan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran dari pembaca yang membangun, sehingga dapat menjadi referensi pada kesempatan lain dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap orang yang membacanya.

Terimakasih,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh....

Semarang, 24 Maret 2023

Penulis,



Iin Nur Safrina
NIM. 1906026163

PERSEMBAHAN

Bissmillahirrohmanirrohim

Dengan mengucap segala syukur Alhamdulillahilalamin, saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang sangat saya cintai dan sayangi, yaitu kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Safrodin, Ibu Siti Asiyah dan kakak Shofi Nur Chofifah, beserta segenap keluarga yang tak henti-hentinya memeberikan kasih sayang, dukungan, semangat, serta doa kepada saya sehingga saya mampu melewati langkah demi langkah untuk menggapai cita-cita saya.
2. Kepada Almamater tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha.

~B.J Habibie~

ABSTRAK

Home industry merupakan salah satu industri yang berkembang di pedesaan sebagai mata pencaharian, salah satunya adalah *home industry* Boyolali Freshmilk. Modal sosial memiliki peranan terhadap kelangsungan industri, khususnya *home industry* ini. Adanya peranan modal sosial berupa kepercayaan, norma, dan jaringan dalam pengembangan *home industry* berpotensi menjadi strategi dalam menjalankan serta mempertahankan usaha. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk dan dampak modal sosial pada *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian ini berada di Desa Jelok, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Kabupaten, dengan subjek penelitian yaitu pihak-pihak yang terlibat di dalam *home industry* tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber data yang terkumpul, mempelajari data dan menyusun dalam suatu satuan yang selanjutnya dikategorikan pada tahap berikutnya dan memeriksa keabsahan serta mendeskripsikan dengan analisis sesuai dengan kemampuan daya peneliti untuk membuat kesimpulan peneliti. Teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini menggunakan Teori Modal Sosial Robert David Putnam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial pada *home industry* Boyolali Freshmilk berupa: (1) Modal sosial yang ada di dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali yaitu unsur kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial. (2) Modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk terdapat pada aktivitas selama pengambilan bahan baku, perekrutan tenaga kerja, proses produksi, pengiriman produk, penjangaan outlet, pemasaran dan interaksi dengan konsumen. (3) Unsur-unsur dari kepercayaan (*trust*), jaringan sosial (*network*), dan norma sosial terjalin dalam proses interaksi antar pelaku industri seperti hubungan antara pengusaha dengan tenaga kerja, pemasok bahan baku, konsumen dan keterlibatan peran pemerintah.

Kata Kunci: Modal Sosial, Industri Rumahan, Susu Sapi

ABSTRACT

Home industry is one of the industries that is developing in the countryside as a livelihood, one of which is the Boyolali Freshmilk home industry. Social capital has a role in industrial defense, especially this home industry. The presence of social capital in the form of trust, norms and networks in the development of home industries has the potential to become a strategy for running and maintaining a business. The research objectives to find out and describe the form and impact of social capital in the Boyolali Freshmilk home industry in Jelok Village, Cepogo District, Boyolali Regency.

This study used a qualitative research method with a descriptive approach. The location of this research is in Jelok Village, Cepogo District, Boyolali Regency, with the research subjects namely the parties involved in the home industry. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation by examining all available data from various sources of data collected, studying the data and compiling it in one unit which is then placed in the next stage and assessing its validity and describing it with analysis in accordance with the abilities of the researcher to make a conclusion. The theory used to examine this research uses Robert David Putnam's Theory of Social Capital.

The results showed that social capital in the Boyolali Freshmilk home industry was in the form of: (1) Social capital in the Boyolali Freshmilk in Jelok Village, Cepogo District, Boyolali Regency, namely elements of trust, social networks, and social norms. (2) Social capital in the Boyolali Freshmilk home industry is found in activities during the collection of raw materials, labor release, production processes, product delivery, outlet maintenance, marketing and interaction with consumers. (3.) Elements of trust, social networks, and social norms are intertwined in the process of interaction between industrial actors such as the relationship between employers and workers, raw material suppliers, consumers and the involvement of the government's role.

Keyword: Social Capital. Home Industry, Cow Milk

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1087.

1. Konsonan

No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan
2	ب	b
3	ت	t
4	ث	s
5	ج	j
6	ح	h _i
7	خ	kh
8	د	d
9	ذ	z
10	ر	r
11	ز	z
12	س	s
13	ش	sy
14	ص	s _i
15	ض	d _i
16	ط	t _i
17	ظ	z _i
18	ع	'
19	غ	g
20	ف	f
21	ق	q
22	ك	k

23	ل	l
24	م	m
25	ن	n
26	و	w
27	هـ	h
28	ء	'
29	ي	y

2. Vokal Pendek

ا = a	كَتَبَ	Kataba
ي = i	سُئِلَ	Su'ila
و = u	يَذْهَبُ	Yažhabu

3. Vokal Panjang

اَ = ā	قَالَ	Qāla
اِي = ī	قِيلَ	Qīla
اُو = ū	يَقُولُ	Yaqūlu

4. Diftong

اَي = ai	كَيْفَ	Kaifa
اُو = au	حَوْلَ	Haula

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
ASBSTRAK.....	ix
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Kerangka Teori.....	9
G. Metode Penelitian.....	13
H. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TEORI MODAL SOSIAL SEBAGAI KAJIAN TEORITIS	
A. Teori Robert David Putnam.....	18
1. Konsep Teori Modal Sosial Putnam.....	18
2. Asumsi Dasar Teori Modal Sosial Putnam.....	19
3. Tipologi Teori Modal Sosial Putnam.....	23
B. Implementasi Teori Modal Sosial Robert David Putnam.....	27

1. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	28
2. Jaringan Sosial (<i>Networks</i>).....	28
3. Norma Sosial (<i>Norms</i>).....	30
C. Modal Sosial Dalam Perspektif Islam.....	32

BAB III KABUPATEN BOYOLALI SEBAGAI WILAYAH KAJIAN

A. Profil Umum.....	37
1. Kondisi Geografis.....	37
2. Kondisi Demografis.....	39
3. Kondisi Pendidikan.....	41
4. Kondisi Sosial dan Ekonomi.....	42
5. Kondisi Sarana dan Prasarana.....	43
6. Kondisi Peternakan.....	46
B. <i>Home Industry</i> “Boyolali Freshmilk”	47
1. Sejarah Berdirinya Boyolali Freshmilk.....	47
2. Jumlah Tenaga Kerja <i>Home Industry</i> Boyolali Freshmilk.....	50

BAB IV BENTUK POLA DAN PROSES MODAL SOSIAL SERTA KEGIATAN DAN PENGELOLAAN *HOME INDUSTRY* “BOYOLALI FRESHMILK”

A. Bentuk-Bentuk Modal Sosial dalam Boyolali Freshmilk.....	57
1. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	57
2. Jaringan Sosial (<i>Network</i>).....	61
3. Norma Sosial.....	65
B. Kegiatan dan Pengelolaan pada Boyolali Freshmilk.....	69
1. Kegiatan Pameran atau Bazar.....	70
2. Wisata Edukasi.....	71
3. Media Pemasaran Produk Boyolali Freshmilk.....	72

BAB V DAMPAK MODAL SOSIAL DALAM *HOME INDUSTRY* “BOYOLALI FRESHMILK”

A. Dampak Kepercayaan dalam <i>Home Industry</i> Boyolali Freshmilk.....	78
1. Tumbuhnya Kepercayaan.....	78
2. Hubungan Sosial Antar Peran.....	80
B. Dampak Hubungan Jaringan Sosial dalam <i>Home Industry</i> Boyolali Freshmilk.....	86
1. Memperoleh Informasi yang Luas.....	87
2. Memperlancar Transaksi Jual Beli.....	87
C. Dampak Norma Sosial dalam <i>Home Industry</i> Boyolali Freshmilk.....	88

1. Sanksi untuk Mengurangi Dampak Kerugian.....	89
2. Tetap Memelihara Mutu Produk.....	91

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA.....	96
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	102
----------------------	------------

DAFTAR RIWATAR HIDUP.....	104
----------------------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Denah Lokasi Kecamatan di Kabupaten Boyolali.....	37
Gambar 2. Lokasi Kelurahan/Desa Jelok.....	38
Gambar 3. <i>Home Industry</i> Boyolali Fresmilk.....	47
Gambar 4. Pelatihan UMKM oleh Diskopnaker Kabupaten Boyolali.....	49
Gambar 5. Proses Pemindahan Susu ke <i>Milkcan Stainless</i>.....	51
Gambar 6. Produk yang Dikirimkan ke Outlet-Outlet.....	55
Gambar 7. Produk yang dikirimkan ke Pameran atau Bazar.....	62
Gambar 8. Konsumen yang sedang Menikmati Produk Boyolali Freshmilk.....	64
Gambar 9. Bazar Produk Lokal Boyolali.....	70
Gambar 10. Kunjungan Ibu-Ibu PKK ke <i>Home Industry</i> Boyolali Freshmilk.....	72
Gambar 11. Kemasan Produk Terbaru.....	75
Gambar 12. Kemasan Produk Lama.....	75
Gambar 13. Peternakan Susu Sapi Perah.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Dinamika Penduduk Kecamatan Cepogo 3 Tahun Terakhir.....	39
Tabel 2. Dinamika Penduduk Desa Jelok 3 Tahun Terakhir.....	40
Tabel 3. Jumlah Penduduk Desa Jelok Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. Jumlah Penduduk Desa Jelok Berdasarkan Pendidikan.....	41
Tabel 5. Jumlah Penduduk Desa Jelok Berdasarkan Mata Pencaharian.....	42
Tabel 6. Sarana dan Prasarana Desa Jelok Kecamatan Cepogo.....	44
Tabel 7. Populasi Hewan Ternak Sapi di Kecamatan Cepogo.....	46
Tabel 8. Berbagai Produk Olahan Susu di <i>Home Industry</i> Boyolali Freshmilk.....	53
Tabel 9. Waktu Operasional <i>Home Industry</i> Boyolali Freshmilk.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Boyolali merupakan salah satu penghasil susu sapi di Provinsi Jawa Tengah, tepatnya di kaki Gunung Merapi dan Gunung Merbabu. Kabupaten Boyolali terkenal akan kabupaten penghasil susu sapi terbaik di Jawa Tengah. Pada tahun 2021, produksi susu sapi mencapai 51.560.000 liter dengan populasi sapi yang tersebar di beberapa kecamatan, yaitu: Cepogo, Selo, Mojosongo, Ampel, Gladarsari, Boyolali, Musuk dan lainnya (Faizah, 2022). Susu sapi merupakan salah satu sumber daya alam yang dapat diperbarui, susu sapi juga sebagai ketahanan pangan yang berguna untuk memenuhi kebutuhan protein tubuh. Selain itu, susu sapi juga sebagai komoditas yang dapat mengdongkrak kehidupan perekonomian, khususnya masyarakat pedesaan di Kabupaten Boyolali. Melimpahnya hasil susu sapi di Kabupaten Boyolali membuat harga susu sapi rendah dan mempersempit ruang pendapatan. Oleh karena itu, baik peternak sapi atau pengepul susu sapi berlomba-lomba membuat inovasi yang lebih maju, seperti diubah menjadi produk yogurt, keju, tahu susu, dodol susu dan lain sebagainya yang mana tetap menjaga kualitas susu dan harga pun cukup naik (Bram, 2022). Kabupaten Boyolali yang memiliki potensi desa yang cukup besar ini apabila dikembangkan dengan baik mampu memperbaiki perekonomian masyarakatnya.

Pada tahun 2017 di Kecamatan Cepogo terdapat delapan *home industry* yang bergerak di bidang pengolahan makanan dan minuman yang berbahan baku susu sapi, akan tetapi pada awal tahun 2020 mengalami penurunan akibat adanya covid-19 menjadi hanya dua *home industry*. Salah satu *home industry* yang masih bertahan adalah “Boyolali Freshmilk” di Desa Jelok (Suparno, 2022). Boyolali Freshmilk ini memiliki kemajuan lebih unggulan daripada *home industry* yang lain yang juga bergerak dipengolahan susu sapi. Kemajuan dari Boyolali Freshmilk ini adalah

berupa pembaruan (peng-*upgrade*-an) produk setiap 3-4 bulan sekali, yang itu semua atas usulan dari para konsumen agar lebih menikmati produk susu sapi tersebut.

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan bahwa *home industry* atau yang biasa dikenal dengan industri rumahan yang mengubah atau memodifikasi barang mentah menjadi barang yang bernilai tinggi. *Home industry* susu sapi “Boyolali Freshmilk” merupakan salah satu industri rumah tangga yang pengolahan dari bahan baku susu sapi mentah yang mampu berkembang hingga saat ini yang terletak di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. Boyolali Freshmilk merupakan brand yang didirikan oleh Dedy Kurniawan dan istri, tepatnya pada awal tahun 2016. Inisiatif dari Dedy dan istri berawal dari banyaknya hasil susu sapi yang terbuang sia-sia karena minim peminat susu sapi, banyak pembeli yang mulai bosan dengan susu sapi tanpa adanya variasi yang baru mengingat melimpahnya susu sapi. Dedy dan istri akhirnya membuat trobosan yaitu olahan susu sapi dengan berbagai varian seperti susu sapi rasa strawberry, coklat, taro, melon, pasteurisasi, yogurt hingga tahu susu. Selain itu, yang membedakan *home industry* Boyolali Freshmilk dengan *home* industri lainnya adalah dalam *home industry* Boyolali Freshmilk terdapat wisata edukasi untuk anak-anak TK/PAUD, hal tersebut dibangun untuk memberikan informasi kepada anak-anak tentang proses pemerahan susu sapi dan pengolahan susu sapi hingga menjadi produk siap jual.

Menurut wawancara yang peneliti lakukan dengan pengelola industri, pada *home industry* Boyolali Freshmilk ini membuka peluang lapangan pekerjaan dan memperkerjakan warga sekitar rumah sebagai karyawannya, akan tetapi sistem kerja yang ditetapkan adalah karyawan lepas yang mana karyawan akan bekerja ketika pesanan dalam jumlah yang banyak dan besar. Karyawan *home industry* Boyolali Freshmilk berjumlah sekitar 4-7 orang yang mayoritas masyarakat Jelok. Biasanya karyawan laki-laki diposisikan yang lebih berat seperti mengangkat dan memindahkan ember aluminium tempat hasil susu (*milkcan stainless*),

sedangkan karyawan perempuan diposisikan yang lebih ringan seperti mengemas (*packaging*) produk-produk varian olahan susu sapi siap jual.

Susu sapi Boyolali terbuat dari bahan baku susu sapi, namun pada Boyolali Freshmilk di Desa Jelok terdapat keunikan tersendiri yaitu dalam pembuatan olahan susu sapi dibuat semenarik mungkin, hasil produk olahan susu sapi seperti susu pasteurisasi, susu jelly, susu boba, dan yogurt, dan tidak hanya minuman saja, olahan susu sapi juga dapat diolah menjadi makanan seperti tahu susu, dodol susu, keju, dan lainnya. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2021, Desa Jelok menjadi salah satu wilayah terluas dengan luas 611,000 Ha atau sebesar 11,59 persen. Selain itu, Desa Jelok menjadi desa dengan dusun terbanyak yaitu lima (5) dusun dengan rincian 7 RW dan 53 RT. Meskipun sebagian besar masyarakat Desa Jelok berprofesi sebagai petani, akan tetapi setiap rumah petani memiliki ternak sapi baik sapi perah maupun sapi potong. Pada konteks ini pengelolaan yang dilakukan oleh *home industry* susu sapi Boyolali Freshmilk yang bergerak dibidang pangan dimana ada potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan potensi yang ada yaitu Sumber Daya Alam (SDA) untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Melalui *home industry* masyarakat dapat mengembangkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk kemajuan sektor ekonomi. Kini terbatasnya lapangan pekerjaan tidak sinkron dengan banyaknya jumlah penduduk di Indonesia yang masih menjadi masalah dan sulit untuk diatasi pemerintah. Lambatnya penanganan pemerintah dalam menyikapi masalah ini, membuat perekonomian Indonesia semakin terpuak. Maka dari itu banyak sekali Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berdiri saat ini baik yang berada di bawah naungan pemerintah maupun yang berdiri sendiri seperti banyaknya *home industry* yang dilakukan oleh masyarakat pada saat ini. Tarlis dan Pratama (2022) memaparkan bahwa *home industry* atau industri rumahan merupakan sistem yang menghasilkan nilai tambah yang berlokasi di rumah perorangan. Industri rumahan termasuk dalam skala usaha mikro yang

berkaitan secara kearifan lokal, mendayagunakan potensi atau sumber daya, dan masih mengedepankan buatan tangan.

Home industri juga dimuat dalam tulisan Eni Fitriawati (2010) membahas tentang modal sosial yang berperan sebagai strategi dalam industri kecil slondok di Desa Sumurarum Magelang. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peran kepercayaan dalam pemasok bahan baku, modal tenaga kerja yang pengrajin slondok butuhkan, peran norma sebagai penstabilisasian harga dalam proses transaksi yang terbentuk dalam industri kecil tersebut baik dalam penentuan harga bahan baku ataupun harga pemasaran hasil produksi, dan peran jaringan sosial disini sebagai pekembangan industri untuk memudahkan mobilitas dalam membentuk relasi bisnis dan untuk memperoleh informasi terbaru yang konsumen butuhkan.

Usaha industri rumahan susu sapi ini memerlukan peran modal sosial, karena diperlukan tindakan bersama di dalam proses keberlanjutan industri dengan keberadaan modal sosial ini akan menyumbangkan pengaruh yang kuat pada kehidupan sosial ekonomi karena dapat memainkan peran penting yang bermanfaat dalam menelaah kegiatan ekonomi melalui relasi hubungan sosial, jejaring dan peraturan bersama (Rahmatiah, 2017). Modal sosial juga menjadi cara hemat biaya untuk memperluas dan menghadapi tantangan pasar yang dikeluarkan melalui relasi kerja sama jaringan yang saling menguntungkan satu sama lain (Rahmatiah, 2017). Adanya hubungan jaringan sosial menjadi salah satu aspek penting untuk saling berbagi pengetahuan, nilai, dan informasi yang disepakati bersama dan tercipta hubungan kerja sama.

Signifikansi pada penelitian ini dalam konteks modal sosial diarahkan pada pengembangan pengetahuan atau ilmu dan dapat menjadi bahan komparatif untuk pengembangan ilmu sesuai bidang yang dikaji, selain itu juga menjadi model dan solusi dalam mengatasi dan mengantisipasi persoalan pada objek yang diteliti. Demikian konsep modal sosial yang didapatkan dari suatu hubungan sosial dari kesamaan nilai

yang secara khusus akan digali pada analisis modal sosial pada *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. Ketertarikan peneliti untuk menggali dan mencari tahu bagaimana bentuk modal sosial yang dikaji menggunakan sudut pandang sosiologis melalui modal sosial.

Alasan peneliti memilih judul penelitian tersebut dikarenakan *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali memiliki potensi desa yang baik dari sektor ekonomi, peneliti juga melihat peluang lapangan kerja belum terserap secara maksimal dimana dalam *home* industri tersebut masih menerapkan sistem lepas kerja. Selain itu, pemilihan objek penelitian ini dikarenakan masih minimnya penelitian yang membahas akan susu sapi khususnya di Kabupaten Boyolali. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **MODAL SOSIAL DALAM HOME INDUSTRY “BOYOLALI FRESHMILK” (Studi Di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali).**

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

Adapun rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk pola dan proses modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali?
2. Bagaimana dampak modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk memperoleh bentuk modal sosial pada *home industry* Boyolali Freshmilk yang terjadi dan

dampak modal sosial pada *home industry* tersebut, sehingga tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk pola dan proses modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan dampak modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan mampu menciptakan suatu manfaat bagi banyak pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca mengenai modal sosial pada *home industry* “Boyolali Freshmilk” di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan semangat dan motivasi bagi pemula maupun yang melanjutkan *home industry* di luar sana.
- c. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan mampu memberikan deskripsi yang lengkap, jelas, rinci dan sistematis yang mungkin menjadi model sebagai cara membantu daerah dalam usaha memaksimalkan atau mendayagunakan potensi desa berupa Sumber Daya Alam (SDA).

2. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan menambahkan khazanah keilmuan mengenai modal sosial terutama tentang *home industry* Boyolali Freshmilk yang terjadi di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.

- b. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan serta acuan untuk penelitian selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini peneliti menerakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan judul di atas sebagai berikut:

1. Modal Sosial

Penelitian ini mengkaji terkait dengan modal sosial dan *home industry* tentunya telah banyak dilakukan oleh beberapa akademisi. Dalam penelitian ini peneliti merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi bahan rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini, dalam hal ini peneliti telah meninjau penelitian-penelitian sebelumnya yaitu dari Pusparini, Nurhadi, dan Pranawa (2020), Nurcahyono dan Astutik (2018), Syofian, Sujianto, dan Handoko (2020), Halim dan Mahyuddin (2019), dan Laura, dkk (2018).

Pertama, temuan Pusparini, Nurhadi, dan Pranawa (2020), diketahui bahwa aktor-aktor yang terlibat dalam industri kecil menengah knalpot memiliki peranan masing-masing dan saling menjaga hubungan, membangun jaringan, dan menjaga kepercayaan satu sama lain yang terdiri dari pengrajin, reseller, pemasok bahan baku, konsumen, pihak asosiasi dan pemerintah dinas terkait. *Kedua*, karya Nurcahyono dan Astutik (2018), dalam temuannya pondasi masyarakat Suku Tengger dalam modal sosial berbentuk kepercayaan, harapan, norma dan informasi serta mitologi masyarakat yang berkembang di dalamnya sebagai proses dari harmonisasi antar umat beragama di Desa Tosari. *Ketiga*, karya Syofian, Sujianto, dan Handoko (2020), temuan modal sosialnya berupa terdapat 3 komponen dalam kelembagaan petani karet yaitu kepercayaan yang berupa rasa kejujuran dan toleransi, pranata yang berupa kesamaan nilai yang dimiliki, dan

social networking yang berupa pertukaran dan partisipan kerja sama.

Keempat, penelitian Halim dan Mahyuddin (2019), temuannya berupa adanya modal sosial ini membuat hubungan beberapa kelompok etnis seperti Mandar, Jawa, Toraja dan Bugis di Wonomulyo mencapai perpaduan etnis dan persatuan budaya, dimana kelompok etnis tersebut telah mempunyai pemahaman akan implementasi ritual keagamaan dan budaya yang membuat masyarakat kelompok etnis tersebut rukun di satu tempat yang sama. *Kelima*, temuan yang dilakukan Laura, dkk (2018), dalam penelitiannya ditemukan bahwa masyarakat di Dusun Limang menggunakan 3 bentuk modal sosial berupa *social bridging*, *social bonding*, dan *social linking* untuk memanfaatkan dan mengelola potensi alam berupa sawit, karet, udang, madu, ikan, dan lain-lain) dengan keterlibatan masyarakat secara langsung dan kerja sama dengan instansi pemerintah.

Perbedaan kajian peneliti dengan penelitian terdahulu adalah penggunaan teori modal sosial oleh Robert David Putnam yang terdiri dari tiga unsur yaitu kepercayaan, jaringan dan norma.

2. Home Industry

Pada penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu dari Simatupang (2021), Frapanti, Asfiati, dan Hadipramana (2020), Hamdi dan Yadewani (2019), Hayati, dkk (2016), dan Gumilang (2019).

Pertama, karya Simatupang (2021), temuannya berupa adanya peningkatan ekonomi pada ibu rumah tangga yang sebelum dan sesudah sebagai karyawan *home industry* emping melinjo di Desa Purbaganda. *Kedua*, karya Hamdi dan Yadewani (2019), temuannya berupa peningkatan dan pemahaman wawasan dan praktinya, serta pemanfaatan internet bagi pelaku *home industri* kuliner Buryam Khatib. *Ketiga*, temuan yang dilakukan oleh

Gumilang (2019), berupa terdapat pengaruh pendapatan dalam penggunaan media sosial pada *home* industri, sebagai media interaksi atau komunikasi antara penjual dan pembeli yang mana juga memudahkan dalam kegiatan transaksi karena cepat dan efisien.

Keempat, karya Frapanti, Asfiati, dan Hadipramana (2020), kajian temuannya berupa adanya pemberdayaan yang dilakukan oleh lembaga pengabdian masyarakat yang menghasilkan komunitas pencetak batu bata dan membuat sadar pemilik usaha batu bata untuk melegalkan produk usaha berstandar SNI. *Kelima*, temuan yang dilakukan Hayati, dkk (2016), temuannya menunjukkan terjadi penurunan jumlah penyimpangan industri rumah tangga dan peningkatan berupa pemahaman dan implementasi industri rumah tangga yang dibuktikan dengan skor 1 yang berarti efektivitas pembinaan yang telah tercapai.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah fokus kajiannya pada peran *home* industri dan efektivitas, sedangkan peneliti lebih pada jenis *home industry* yang digunakan yaitu susu sapi dan dampak modal sosial dalam mengembangkan *home industry* Boyolali Freshmilk.

F. Kerangka Teori

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka teori yang terdiri dari dua kategori yaitu definisi konseptual dan teori modal sosial.

1. Definisi Konseptual

a) Modal Sosial

Modal sosial (*social capital*) adalah sumber daya yang dapat dilihat sebagai investasi dalam memperoleh sumber daya baru dan didefinisikan sebagai tersediannya untuk penyimpanan, konsumsi dan investasi (Hasbullah, 2006). Sebuah proses modal sosial dapat digambarkan

sebagai bentuk modal yang terjadi dalam sistem sosial, dimana suatu sistem tertentu akan mempunyai perbedaan kondisi dalam jangka waktu yang berbeda pula. Adanya modal sosial dapat membangun hubungan dengan sesama dan menjaga agar tetap berlangsung sepanjang waktu. Gagasan modal sosial mengutamakan pada perubahan perilaku dan hubungan sosial (Field, 2018).

Modal sosial ini membantu menjaga industri, terutama industri rumahan agar tetap hidup. Unsur nilai dan norma menjadi dasar pembentukan modal sosial melalui hubungan (resiprositas) timbal balik antara individu dan kelompok. Unsur berikutnya yang menjadi kekuatan modal sosial adalah kepercayaan, yang dikelola dan dibina secara kolektif. Adanya kepercayaan ini menunjukkan adanya jaringan hubungan di mana individu dan kelompok berinteraksi.

b) *Home Industry*

Home Industry adalah gabungan dari dua kata, '*home*' dan '*industry*'. “rumah” berarti rumah atau tempat tinggal dan “industri” berarti bahan mentah atau barang setengah jadi, yang diolah menjadi barang jadi atau komoditas dengan nilai jual tinggi (Hidjrahwati, dkk, 2019). Jamaludin (2015) memaparkan bahwa industri adalah aktivitas ekonomi yang memiliki sifat produktif komersial, maksudnya setiap pengolahan industri di dalamnya memberikan nilai tambahan terhadap bahan mentahnya, industri secara sederhana dapat dimaknai sebagai usaha mengolah dari bahan mentah menjadi barang jadi. Oleh karena itu, *home* industri atau industri rumahan adalah usaha kecil yang dijalankan di rumah untuk mengelola bahan baku menjadi komoditas yang memiliki nilai jual.

Diketahui bahwa jenis industri yang sesuai dengan peneliti lakukan adalah jenis industri rumah tangga atau yang biasa dikenal dengan industri rumahan. Industri rumahan memusatkan usaha bisnis di lokasi keluarga tertentu, dimana pelaku utama dalam usaha bisnis ini adalah keluarga dan karyawan yang bekerja di sana biasanya adalah anggota keluarga atau penduduk lokal yang tinggal di sekitar usaha bisnisnya. Meskipun industri rumahan merupakan usaha kecil, industri rumahan secara tidak langsung dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar usaha tersebut, yang mana industri dalam negeri juga dapat mendukung program pemerintah untuk mengurangi pengangguran.

Industri rumahan adalah unit usaha kecil atau perusahaan yang bergerak di bidang industri tertentu. Industri rumah tangga dijalankan oleh seorang atau beberapa anggota rumah tangga dengan tenaga kerja tidak lebih dari 8 orang yang kegiatannya ditujukan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau dari yang bernilai rendah menjadi bernilai tinggi (UKM-F, 2020). Sedangkan Dwiyanto (1996) mendefinisikan industri kecil dan rumahan sebagai usaha kecil yang dijalankan oleh keluarga dengan menggunakan teknologi yang relatif sederhana. Sebagian besar jenis industri ini tidak memerlukan keahlian tingkat tinggi untuk beroperasi dan biasanya berlokasi di daerah pedesaan. Pada umumnya industri kecil yang bercirikan modal kecil, teknik tradisional, tenaga kerja keluarga, bahan baku lokal, pasar lokal, dan lainnya yang menyerap banyak tenaga kerja dengan berlokasi di pedesaan.

Pada konteks ini industri kecil rumah tangga Boyolali Freshmilk adalah sektor industri kecil yang mengelola hasil perahan susu sapi menjadi berbagai aneka minuman dan makanan. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Jamaludin dalam kutipan di atas, dimana industri kecil rumah tangga merupakan sektor industri dalam skala kecil yang dilakukan oleh anggota keluarga dengan teknologi yang relatif sederhana dalam industri kecil Boyolali Freshmilk tersebut.

2. Teori Modal Sosial

Fokus Robert D. Putnam yang menjadi konsep kunci modal sosial berupa unsur kepercayaan, jaringan dan norma (Field, 2018). Menurut Robert David Putnam modal sosial merupakan bagian dari kehidupan sosial, jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama (Field, 2018).

Pada hakikatnya, gagasan modal sosial tentang sebuah ikatan atau hubungan sosial bahwa jaringan menjadi aset yang bernilai dasar pentingnya bagi hubungan sosial untuk mendapatkan keuntungan ekonomi atau manfaat sosial (Field, 2018). Berdasarkan konsep kunci di atas diketahui bahwa asumsi dasar modal sosial dari Robert D. Putnam sebagai berikut:

- a. *Pertama*, unsur kepercayaan menjadi unsur penting karena keberadaan dari unsur ini menjadi pengaruh pada apa yang akan dilakukan yang mana berperan sebagai pelicin yang memungkinkan partisipasi sukarela dalam produksi dan perdagangan (Santoso, 2020).
- b. *Kedua*, unsur jaringan sosial yaitu hubungan horizontal antar individu, maksudnya hubungan yang terbentuk atas kesamaan dan keterikatan sosial yang diatur norma

yang menetapkan produktivitas masyarakat atau kelompok (Syahra, 2003).

- c. *Ketiga*, unsur norma sosial sebagai sekumpulan aturan dan pengontrol perilaku masyarakat, adanya norma karena kepercayaan telah melekat pada norma sosial yang berlaku. Kepercayaan antar individu menjadi kepercayaan antar orang asing yang akhirnya menjadi serangkaian nilai bersama (Santoso, 2020). Nilai yang terkandung dalam jaringan sosial menjadi penting yang berperan sebagai perekat dalam menjalin hubungan sosial. Hubungan jejaring sosial dengan norma yang saling terikat dan mendukung untuk mencapai keuntungan ekonomi dan manfaat sosial.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif, yang secara kualitatif menggambarkan kasus dan menekankan analisis terhadap semua informasi yang diperoleh di lapangan, yang hasilnya dari data deskriptif observasi dan hasil wawancara dengan informan (Moleong, 1996).

2. Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan secara langsung dari informan yang menggunakan pedoman penelitian secara langsung kepada informan (Anwar, 1998). Data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara, yang mencakup tentang kondisi *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok yang dianalisis dengan

modal sosial serta aktivitas dan pengelolaan *home industry* Boyolali Freshmilk melalui analisis modal sosial tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder didefinisikan sebagai data yang memperolehnya secara tidak langsung (Anwar, 1998). Data sekunder ini berupa laporan maupun dokumentasi yang didapatkan dari arsip desa atau data lain dari pemerintah Desa Jelok serta referensi-referensi lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui proses analisis yang dalam hal ini menggunakan teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan didefinisikan sebagai kegiatan untuk memperoleh data yang dapat memberikan gambaran penelitian yang sudah dilakukan peneliti dalam memperoleh kesimpulan sementara (Herdiansyah, 2010). Peneliti sudah melakukan pengamatan secara langsung di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali yang menjadi tempat berdirinya *home industry* Boyolali Freshmilk.

b. Wawancara

Wawancara kepada informan dilakukan untuk mengumpulkan data di lapangan. Teknik wawancara didapatkan dengan cara berhadapan langsung kepada informan dan bercakap-cakap (Ratna, 2010). Peneliti menggunakan teknik bola salju (*snowball*) sebagai teknik pengumpulan data. Martono (2016) teknik *snowball* adalah penentuan sampel yaitu informan penelitian, yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian informan pertama ini menyarankan informan lain yang dapat ditemui untuk mendapatkan data penelitian yang lebih luas. Teknik ini

diharapkan dapat menentukan informan-informan lain yang sesuai topik penelitian tersebut.

Pada penelitian ini peneliti sudah menentukan informan utama yaitu Bapak Dedy Kurniawan selaku pemilik dan pengelola *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok, beliau dipilih sebagai informan karena beliau yang paling banyak mengetahui bagaimana sejarah berdirinya industri rumahan tersebut dan bagaimana dalam proses membangun kepercayaan, jaringan dan norma dalam hubungan sosialnya di Desa Jelok. Informan selanjutnya yaitu Ibu Nafi, Bapak Eko Supriyanto, Bapak Yunias, Bapak Wiratman, Bapak Yanto, Ibu Afif dan Bapak Topik yang memiliki peranan masing-masing dalam keterlibatannya di dalam *home industry*.

Terdapat empat kriteria yang dapat menjadi informan dalam penelitian di atas sebagai berikut: a). Bagi tenaga kerja minimal 2 tahun bekerja di industri tersebut, b). Bagi tenaga kerja dengan usia 25-50 tahun, c). Bagi konsumen langganan minimal 1 tahun, d). Bagi *supplier* bahan baku yang pernah bekerja sama dengan Boyolali Freshmilk minimal 1 tahun.

c. Dokumentasi

Dokumentasi diperoleh dari kacamata informan melalui media atau dokumen (Herdiansyah, 2010). Dalam penelitian ini menggunakan sumber lain seperti buku, jurnal, transkrip dan informasi dari dokumentasi wawancara untuk memperoleh data penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu gambaran khusus tentang situasi atau kondisi yang menjadi objek penelitian. Analisis data kualitatif adalah analisis yang didasarkan pada adanya hubungan yang bermakna antara variabel yang diteliti. Tujuan dari

analisis ini adalah untuk memperoleh makna dari setiap variabel penelitian sehingga dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Sarwono, 2006). Peneliti menganalisis data menggunakan pendekatan induktif. Pendekatan ini menarik kesimpulan bersumber pada observasi dan pengetahuan yang diperoleh atas persoalan yang bersifat khusus (Sidiq dan Choiri, 2019).

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu model interaktif (Miles dan Huberman, 1992). Teknik analisis data dalam model interaktif ini memiliki tiga langkah yang harus dilakukan yaitu:

Pertama, reduksi data yaitu proses memilih data dengan cara memusatkan perhatian pada topik penelitian dengan bukti berupa catatan tertulis. Reduksi data ini dilakukan untuk membuat dan menganalisis data tentang profil *home industry* Boyolali Freshmilk dan kondisi sosial ekonomi Desa Jelok. *Kedua*, penyajian data adalah susunan beberapa data penelitian yang telah dikumpulkan yang memberikan gambaran tentang kesimpulan dalam mengambil suatu tindakan. Peneliti sudah mengelompokkan berdasarkan kategori dan dianalisis dengan teori modal sosial dari Robert D. Putnam, setelah itu peneliti menyajikan data dalam bentuk narasi yang terstruktur sehingga dapat ditarik kesimpulan. *Ketiga*, kesimpulan adalah kesimpulan akhir ditarik setelah data disajikan yang tergantung pada jumlah data dalam bentuk catatan lapangan dan lainnya. Menarik kesimpulan dengan menganalisis materi data sesuai dengan teori yang digunakan.

H. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang digunakan untuk menulis karya ini dibagi menjadi enam bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TEORI MODAL SOSIAL ROBERT DAVID PUTNAM

Bab ini berisi teori Robert David Putnam, implementasi teori modal sosial menurut Robert David Putnam, dan modal sosial dalam perspektif Islam.

BAB III : KABUPATEN BOYOLALI SEBAGAI WILAYAH STUDI

Bab ini berisi profil umum yang meliputi kondisi geografis, demografi, pendidikan, sosial dan ekonomi, sarana dan prasarana, peternakan serta sejarah dan jumlah tenaga kerja dalam *home industry* Boyolali Freshmilk.

BAB IV : BENTUK POLA DAN PROSES MODAL SOSIAL SERTA KEGIATAN DAN PENGELOLAAN *HOME INDUSTRY* “BOYOLALI FRESHMILK” DI DESA JELOK KECAMATAN CEPOGO KABUPATEN BOYOLALI

Bab ini berisi bentuk modal sosial dalam Boyolali Freshmilk berupa kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial. Ada juga kegiatan dan pengelolaan Boyolali Freshmilk berupa pameran atau bazar, wisata edukasi dan waktu, dan media pemasaran produk Boyolali Freshmilk.

BAB V : DAMPAK MODAL SOSIAL PADA *HOME INDUSTRY* “BOYOLALI FRESHMILK” DI DESA JELOK KECAMATAN CEPOGO KABUPATEN BOYOLALI

Bab ini berisi tiga dampak dari modal sosial yaitu: Pertama, kepercayaan dalam *home industry* berupa menumbuhkan rasa kepercayaan dan hubungan sosial antar peran. Kedua, dampak hubungan jaringan sosial dalam *home industry* berupa memperluas informasi yang luas serta memperlancar transaksi jual beli. Ketiga, dampak norma sosial dalam *home industry* berupa sanksi untuk mengurangi dampak kerugian dan tetap memelihara mutu produk.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak terkait.

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB II

MODAL SOSIAL SEBAGAI KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini peneliti membahas terkait teori yang digunakan untuk menganalisis data penelitian yaitu teori modal sosial oleh Robert David Putnam. Pemahaman teori modal sosial secara lebih konkrit adalah bagaimana menjalin hubungan relasi yang telah dibangun dengan norma dan rasa kepercayaan yang melekat, dimana modal sosial ini menjadi fasilitas bagi masyarakat untuk kelanjutan sosialnya, dalam bab ini peneliti mengkategorikan dua sub-bab yaitu definisi konseptual dan kerangka teori.

A. Teori Robert David Putnam

1. Konsep Teori Modal Sosial Putnam

Fokus Robert David Putnam yang menjadi konsep kunci modal sosial berupa unsur kepercayaan, jaringan dan norma (Field, 2018). Menurut Robert David Putnam modal sosial merupakan bagian dari kehidupan sosial, jaringan, norma dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama (Field, 2018). Pada hakikatnya, gagasan modal sosial tentang sebuah ikatan atau hubungan sosial bahwa jaringan menjadi aset yang bernilai dasar pentingnya bagi hubungan sosial untuk mendapatkan keuntungan ekonomi atau manfaat sosial.

Robert D. Putnam berpandangan bahwa modal sosial tertanam dalam hubungan sosial dengan komponen-komponen yang mencakup kepercayaan, norma sosial dan jejaring sosial (Haridison, 2013). Inti dari modal sosial adalah hubungan sosial yang ada dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Hubungan sosial mencerminkan hasil interaksi sosial dalam jangka waktu yang relatif lama yang mengarah pada pola kerjasama, pertukaran sosial, dan rasa saling percaya, termasuk nilai dan norma yang mendasari hubungan sosial tersebut (Santiara, 2021).

Menurut Syahra (2003) terdapat dua dimensi dalam modal sosial dalam konsep dasar ini sebagai pengukur keberadaan modal sosial yaitu dimensi kognitif dan dimensi kultural. Dimensi kognitif kaitannya akan nilai solidaritas, emosi dan sikap, serta kepercayaan yang mengarah pada proses kerja sama untuk menggapai tujuan bersama. Dimensi kultural melingkupi keikutsertaan organisasi dalam kehidupan sosial yang membawa terjadinya perilaku kolektif yang bermanfaat baik sosial maupun ekonomi bagi masyarakat.

2. Asumsi Dasar Teori Modal Sosial Putnam

Pembahasan berdasarkan konsep kunci di atas diketahui bahwa terdapat asumsi dasar pada modal sosial dari Robert David Putnam sebagai berikut:

a. Kepercayaan (*Trust*)

Unsur kepercayaan menjadi unsur penting karena keberadaan dari unsur ini menjadi pengaruh pada apa yang akan dilakukan yang mana berperan sebagai pelicin yang memungkinkan partisipasi sukarela dalam produksi dan perdagangan (Santoso, 2020).

Menurut Mawardi yang diterbitkan dalam Prayitno dan Aris (2018), hilangnya unsur kepercayaan atau keyakinan dalam masyarakat akan menyebabkan masalah sosial yang cukup kompleks, dimana orang yang kurang percaya sulit menghindari berbagai situasi sosial, semangat kolektif semakin memudar dan partisipasi masyarakat dalam membangun manfaat kehidupan yang lebih baik semakin memudar yang lambat laun berimplikasi pada mahalanya biaya pembangunan karena masyarakat cenderung apatis dan hanya menunggu dan melihat apa yang akan dilakukan oleh pemerintah. Ketika rasa saling percaya hilang, maka tidak menutup kemungkinan akan muncul sikap menyimpang dari nilai dan norma yang berlaku.

Prayitno dan Aris (2018) menjelaskan bahwa kepercayaan dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu melalui kepercayaan strategis dan kepercayaan moralistik. Jenis kepercayaan strategis ini apabila A percaya pada B karena A percaya bahwa B bertindak sesuai dengan keyakinan A, sedangkan jenis kepercayaan moralistik ini apabila A mempercayai B karena A memiliki nilai moral yang sama dengan B. Seperti diketahui, kedua sudut pandang tersebut diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari baik secara sadar maupun tidak sadar, dimana kepercayaan strategis didasarkan pada nilai-nilai rasional daripada kepercayaan moral. Berdasarkan pengertian kepercayaan di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah suatu harapan yang tumbuh dalam masyarakat yang ditujukan dengan perilaku jujur, teratur dan kerja sama.

Adapun penilaian unsur kepercayaan yang diukur meliputi kepedulian terhadap masyarakat, rasa kebersamaan, kejujuran masyarakat, gotong royong (Prayitno dan Aris, 2018). Berikut ini definisinya dari unsur kepercayaan:

- a) Peduli adalah sikap bias seseorang untuk ikut serta dalam masalah, kondisi atau keadaan di sekitar seseorang itu.
 - b) Keluarga adalah emosi buatan manusia untuk mempererat hubungan antara dua individu dan kelompok, menciptakan rasa cinta dan persaudaraan.
 - c) Kejujuran adalah sikap atau watak seseorang yang mengatakan sesuatu dengan jujur dan apa adanya.
 - d) Gotong royong adalah sikap meringankan beban orang lain dengan melakukan sesuatu.
- b. Jaringan Sosial (*Networking*)

Unsur jaringan sosial yaitu hubungan horizontal antar individu, maksudnya hubungan yang terbentuk atas kesamaan

dan keterikatan sosial yang diatur norma yang menetapkan produktivitas masyarakat atau kelompok (Syahra, 2003).

Penjelasan Kimbal (2015) tentang adanya prasarana modal sosial yang dinamis dalam bentuk jaringan kolaboratif dapat memfasilitasi komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerja sama. Masyarakat yang sehat cenderung memiliki jaringan memiliki jaringan sosial yang kuat, dimana individu mengenal dan bertemu individu lain, kemudian membangun hubungan yang kuat baik formal maupun informal. Seperti argumen Putnam yang menegaskan bahwa jaringan sosial yang erat akan memperkuat rasa kerja sama bagi para anggotanya dan manfaat dari partisipasinya.

Bersandarkan pada Prayitno dan Aris (2018) bahwasanya modal sosial yang diperkuat dengan jaringan akan memungkinkan saluran yang lebih mudah untuk informasi dan ide dari luar yang merangsang perkembangan kelompok masyarakat, dimana masyarakat akan lebih mudah terhindar dari penyakit kejiwaan seperti kecemasan, depresi, dan hidup lebih sehat seiring tumbuhnya kelompok yang saling peduli terhadap kehebatan aktivitas hidup. Selain itu, masyarakat yang saling menghormati dan percaya satu sama lain akan membuat situasi tersebut tidak hanya mendongkrak ide dan kreativitas, namun juga suasana untuk hidup lebih tenang dan tentram. Terjalannya jaringan antar individu, norma dan kepercayaan sebagai bagian dari modal sosial yang menawarkan keuntungan dalam pembentukan kerja sama saat menemui dan mengatasi masalah bersama secara kolektif, yang memperkuat kemampuan tawar mereka dalam melawan kekuatan struktural seperti dunia pasar yang selalu berusaha mengeksploitasi

melalui penetapan harga yang bias dan sistem bagi hasil yang timpang dan tidak adil.

Adapun penilaian unsur jejaring sosial yang diukur meliputi eksistensi, saling tukar, solidaritas, kolaborasi, dan keadilan (Prayitno dan Aris, 2018). Berikut ini definisinya dari unsur jejaring sosial:

- a) Saling tukar merupakan suatu hubungan antar masyarakat yang melibatkan kegiatan saling tukar membantu baik barang atau jasa.
- b) Solidaritas adalah rasa kebersamaan atau rasa simpati karena bagian dari kelompok yang sama.
- c) Kolaborasi adalah pekerjaan beberapa orang untuk mencapai keberhasilan kegiatan.
- d) Keadilan adalah suatu keadaan dimana dua atau lebih pihak mendapat bagian yang sama.

c. Norma Sosial

Unsur norma sosial sebagai sekumpulan aturan dan pengontrol perilaku masyarakat, adanya norma karena kepercayaan telah melekat pada norma sosial yang berlaku. Kepercayaan antar individu menjadi kepercayaan antar orang asing yang akhirnya menjadi serangkaian nilai bersama (Santoso, 2020). Nilai yang terkandung dalam jaringan sosial menjadi penting yang berperan sebagai perekat dalam menjalin hubungan sosial. Menganut pendapat Putnam mengenai norma yang terdiri dari pemahaman umum, nilai-nilai, keinginan dan tujuan sekelompok orang, dimana norma dapat berasal dari agama, pedoman moral atau kode etik, yang mana dibangun dan berkembangnya norma berdasar pada ikatan kerja sama yang telah disepakati dan dijalankan (Kimbal, 2015).

Berlandaskan dari Prayitno dan Aris (2018) norma sosial akan memainkan peran yang sangat penting dalam mengatur

bentuk-bentuk perilaku yang tumbuh di masyarakat, dimana norma tersebut biasanya berkaitan dengan masyarakat dan melibatkan sanksi sosial yang dapat mencegah individu melakukan sesuatu yang menyimpang dari norma. Aturan kolektif ini biasanya tidak tertulis, namun setiap masyarakat memahaminya dan menentukan perilaku yang diharapkan dalam konteks hubungan sosial. Norma mengacu pada adanya aturan yang mengatur tindakan dan perilaku anggotanya, norma tersebut terbentuk dari pertukaran berulang dalam bentuk kewajiban sosial berdasarkan asas saling menguntungkan, lalu norma membentuk hak bersama dan kewajiban timbal balik antara kedua pihak yang terlibat dalam pertukaran tersebut.

Adapun penilaian unsur norma sosial yang diukur meliputi nilai religi, nilai kultur, dan aturan yang berlaku dalam masyarakat (Prayitno dan Aris, 2018). Berikut ini definisinya dari unsur jejaring sosial:

- a) Nilai religi adalah salah satu dari berbagai nilai yang mendasari tindakan seseorang, ketika seseorang meyakini sesuatu maka dianggap benar menurut ajaran agama.
- b) Nilai kultur adalah konsep abstrak tentang hal-hal besar dan bersifat umum yang sangat penting dan berharga bagi kehidupan bermasyarakat.
- c) Aturan adalah pedoman untuk membatasi perilaku individu di lingkup tertentu, dimana ketika terjadi pelanggaran akan dikenai sanksi.

3. Tipologi Teori Modal Sosial Putnam

Tipologi merupakan kumpulan kategori yang digunakan untuk klasifikasi atau pengkelompokkan atau bentuk. Tipologi biasanya memiliki kategori yang tidak tumpang tindih yang mengeksploitasi semua kemungkinan, sehingga satu kategori tersedia untuk setiap

observasi dan setiap observasi hanya masuk ke dalam satu kategori (Crossman, 2016). Menurut Abdullah (2013) Robert D. Putnam memperkenalkan dua tipologi atau bentuk dasar dari jejaring modal sosial yaitu *social bonding* dan *social bridging* yaitu:

a. *Social Bonding*

Bentuk modal sosial ini memiliki ciri dasar yaitu sebagai pengikat atau melekat pada anggota atau kelompok yang dapat berupa relasi, ide, dan perhatian lebih berorientasi ke dalam (*in ward looking*) daripada ke luar (*out ward looking*). Masyarakat dengan ciri memiliki sifat kesamaan atau seragam (homogen) dengan tujuan untuk menjaga nilai atau budaya turun temurun (nenek moyang) yang telah dilakukan dan merupakan bagian dari perilaku etnis tersebut. Selain itu, masyarakat dengan ciri tersebut berkecenderungan secara tradisional dan mengutamakan nilai solidaritas untuk membentuk diri dan kelompok sesuai nilai-nilai dan norma yang berlaku. *Social bonding* ini juga dikenal dengan ciri *sacred society* yang mana mengatur dan menegakkan struktur masyarakat yang mutlak (totalitarian), tingkatan (hierarki), dan tertutup.

Social bonding ini sebagai pengikat sosial yang di dalam individu terdapat kesamaan berupa nilai, budaya, tradisi dan cara pandang dan tentunya kesamaan akan kepentingan dalam mempertahankan keberadaan kelompok. Masyarakat bentuk ini biasanya mempunyai kontrol kelompok yang kuat, rasa kepedulian (solidaritas), dan strata sosial yang rendah atau tidak terlalu terlihat yang menyebabkan kehidupannya lebih sederhana (Abdullah, 2013).

b. *Social Bridging*

Bentuk modal sosial ini memiliki ciri dasar yaitu kemampuan menjembatani atau menyambung relasi antar anggota atau kelompok yang berbeda identitas. Kemampuan

tersebut berdasar pada unsur kepercayaan dan norma yang telah terbangun dan kemampun tersebut membuka peluang informasi keluar sehingga peluang dari luar dapat diakses. Biasanya masyarakat dengan *social bridging* ini mampu menyajikan kontribusi besar untuk perkembangan kemajuan dan kekuatan masyarakat (Hasbullah, 2006).

Selain itu, masyarakat dengan ciri tersebut menganut prinsip universal mengenai kebersamaan atau kebebasan, nilai-nilai kemajemukan dan kemanusiaan, serta terbuka dan mandiri, dimana prinsip tersebut mencerminkan masyarakat yang lebih modern. Terdapat prinsip-prinsip universal yang dianut dalam pengorganisasian (Bimasatria, 2019), meliputi:

a. Persamaan

Prinsip kesetaraan atau persamaan, bahwa setiap individu kelompok masyarakat memiliki hak dan kewajiban yang sama, dimana setiap keputusan kelompok didasarkan pada persetujuan yang sama dari setiap individu kelompok. Pimpinan kelompok masyarakat hanya melaksanakan kesepakatan yang dibuat oleh individu kelompok.

b. Kebebasan

Prinsip kebebasan, bahwa setiap individu kelompok bebas berbicara mengeluarkan pendapat dan pemikiran yang dapat mengembangkan kelompok. Suasana kebebasan yang dihasilkan memungkinkan munculnya ide-ide kreatif dari dalam kelompok, yaitu dari perbedaan cara berpikir anggotanya yang kemudian memperkaya ide-ide kolektif yang tumbuh di dalam kelompok. Pluralisme dan nilai-nilai kemanusiaan (kemanusiaan, keterbukaan dan kemandirian).

c. Nilai Kemajemukan dan Humanitarian

Prinsip pluralitas dan kemanusiaan, yaitu nilai-nilai kemanusiaan, penghormatan terhadap hak asasi manusia setiap anggota dan orang lain, yang merupakan prinsip dasar bagi perkembangan suatu perkumpulan, kelompok atau masyarakat. Keinginan yang kuat untuk membantu orang lain, merasakan penderitaan orang lain, berempati dengan situasi yang dihadapi orang lain adalah dasar pemikiran kemanusiaan.

Mengutip dari Bimasatria (2019) bahwa masyarakat yang mengandalkan modal penghubung sosial cenderung heterogen (beragam) dan berasal dari latar belakang budaya dan etnis yang berbeda, selain itu setiap individu kelompok memiliki kesempatan yang sama untuk menciptakan jaringan atau relasi di luar kelompok sesuai dengan prinsip kesetaraan, kebebasan, dan kemanusiaan. Modal sosial yang menjembatani ini akan membuka jalan untuk pembangunan yang lebih cepat dengan kemampuan untuk menciptakan jaringan yang kuat, mendorong identitas yang lebih luas dan timbal balik, dan mengumpulkan gagasan yang lebih mungkin berkembang sesuai dengan prinsip pembangunan yang diterima secara umum.

Menurut Coleman (1999), tipologi komunitas yang menjembatani modal sosial dalam pergerakannya lebih menekankan pada perebutan dimensi, yaitu yang mengarah pada pencarian jawaban bersama atas permasalahan yang dihadapi kelompok (dalam situasi tertentu, termasuk masalah dalam kelompok). Masalah semangat gerakan lebih diwarnai semangat juang yang harus dilawan dengan ancaman kemungkinan pelanggaran terhadap simbol-simbol adat dan kepercayaan kelompok masyarakat, yang dalam kelompok masyarakat yang demikian, perilaku kelompok yang dominan hanyalah rasa solidaritas.

Bentuk modal penghubung sosial (*social bridging*) secara umum dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan kemajuan dan kekuatan masyarakat, dari hasil penelitian di banyak negara menunjukkan bahwa dengan menjembatani modal sosial ini, yang memungkinkan pembangunan di banyak kehidupan, kerja pemerintah yang lebih efisien, keberhasilan yang lebih cepat dalam memerangi kemiskinan, kualitas hidup masyarakat meningkat, dan bangsa menjadi lebih kuat (Bimasatria, 2019).

B. Implementasi Teori Modal Sosial Robert David Putnam

Menurut peneliti konsep teori Robert David Putnam tentang kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial menjadi pokok penting terhadap kondisi industri rumahan Boyolali Freshmilk di Desa Jelok terkait modal sosial. Unsur kepercayaan juga menjadi unsur penting dalam kehidupan masyarakat yang mana berperan dalam mencapai kesejahteraan ekonomi, dimana kepercayaan yang dibangun antara pengelola industri dengan aktor-aktor yang terlibat di dalamnya. Unsur jaringan dalam konteks ini adalah pola-pola dan proses hubungan yang dibangun industri rumahan contohnya yaitu pada proses produksi atau pembuatan produk susu sapi yang melibatkan pemasok bahan baku, tenaga kerja dan konsumen. Unsur norma yakni aturan atau kesepakatan yang berlaku contohnya yaitu perjanjian kontrak antara pemasok bahan baku.

Modal sosial yang dilakukan dalam *home industry* Boyolali Freshmilk ini digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kehidupan sosial-ekonomi, sehingga hal ini menjadi jalan para aktor yang terlibat untuk mencapai tujuan yang saling menguntungkan, maka dibutuhkan unsur-unsur kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial. Konteks modal sosial pada industri rumahan Boyolali Freshmilk ini dapat dianalisis menggunakan unsur kepercayaan, jaringan, dan norma yang menjadi tiga indikator dalam teori modal sosial Robert David Putnam, yaitu:

1. Kepercayaan (*Trust*)

Rasa kepercayaan menjadi pengaruh kuat, dalam konteks ini kepercayaan yang dibangun antara pengelola usaha rumahan dengan aktor-aktor terlibat memiliki peran masing-masing yang berkontribusi dalam usaha rumahan Boyolali Freshmilk. Bagi pemasok bahan baku dan karyawan rasa kepercayaan terbentuk atas kesamaan identitas, budaya dan lingkungan (tempat tinggal) karena aktor tersebut masih terikat kekeluarga yang mana menjadi faktor terbangunnya *trust*.

2. Jaringan Sosial (*Network*)

Jaringan sosial adalah hubungan dan kerja sama sosial yang sangat penting sebagai perekat. Hal ini digambarkan dengan adanya pola-pola yang diciptakan oleh industri rumahan di Desa Jelok untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang semakin kompleks. Hubungan jaringan sosial terjalin atas dasar saling membutuhkan dan saling melakukan pertukaran barang, uang dan jasa. Pola-pola yang dibuat oleh industri rumahan yaitu proses kerja sama antar pihak, yang dijelaskan di bawah ini:

- a. *Pertama*, pihak yang terlibat dalam industri rumahan adalah pemasok bahan baku (*supplier*) menyediakan susu murni untuk pengelola industri. Bagi pengelola industri Boyolali Freshmilk, pemilih dan pemilahan peternak sapi yang disesuaikan dengan kriteria industri rumahan tersebut yang ditentukan dari kualitasnya seperti warna, rasa dan tekstur susu sapi. Pengelola industri Boyolali Freshmilk menggunakan pemasok bahan baku langganan yang telah terikat kontrak, akan tetapi apabila kualitas susu sapi berubah atau tidak bagus mereka ganti pemasok bahan baku lagi untuk mempertahankan kualitas rasa yang melekat pada produk Boyolali Freshmilk. Berdasarkan pernyataan

pengelola industri rumahan sudah delapan kali ganti pemasok bahan baku, hal ini dikarenakan kualitas tidak bisa konsisten.

- b. *Kedua*, pihak yang terlibat dalam industri rumahan adalah tenaga kerja dengan sistem lepas kerja. Biasanya para tenaga kerja yang terbagi adalah penjaga outlet, pengiriman dan produksi produk susu sapi. Sistem kerja lepas yang diterapkan dalam industri rumahan adalah produksi susu sapi dilakukan ketika mendapat pemesanan produk dalam jumlah besar dan pameran atau festival UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah. Tenaga kerja yang terlibat yaitu sebagian keluarga sendiri dan masyarakat sekitar, upah yang didapatkan tenaga kerja sesuai hitungan jam sehari penuh atau setengah hari yang nantinya menjadi upah ditambah uang makan.
- c. *Ketiga*, pihak yang terlibat dalam industri rumahan adalah konsumen. Konsumen Boyolali Freshmilk ada yang membeli secara langsung dengan mendatangi industri rumahan dan ada juga yang membeli secara online melalui media WhatsApp dan Instagram. Pengelola Boyolali Freshmilk sangatlah memperhatikan kepuasan konsumen, dimana banyak konsumen yang menyarankan perlu dibuatnya *cafe* atau tempat untuk menikmati minum susu. Selain itu, terdapat konsumen yang membeli dalam jumlah banyak, harga produk susu eceran biasanya lebih mahal daripada produk susu yang borongan biasanya cukup rendah karena mendapat diskon.

Selain terbentuk pola-pola kerja sama dalam *home industry* Boyolali Freshmilk juga terdapat hubungan relasi yang tercipta

antara *home industri* Boyolali Freshmilk dengan industri lain dengan bidang yang sama yaitu susu sapi, dimana relasi yang terjalin berasal dari teman atau kerabat yang juga belajar industri dari industri Boyolali Freshmilk ketika mereka menjadi karyawan. Pemilik industri tidak segan-segan membagikan ilmu dan pengetahuan pada karyawan-karyawannya yang mana ketika sudah keluar mereka membuat dan meniru produk yang sama, meskipun begitu industri rumahan Boyolali Freshmilk ini telah melakukan ekspansi penjualan hingga keluar pulau Jawa seperti Kalimantan dan Sumatera, namun pada pengiriman produk tersebut dinilai kurang bisa maksimal karena terkendala jarak waktu, dimana produk Boyolali Freshmilk ini tanpa pengawet yang membuat produk harus tetap terjaga suhu kualitasnya. Penjualan juga masih dilakukan di wilayah Kabupaten Boyolali, dimana pemilik industri bekerja sama dengan pemilik toko seperti di Rumah Makan Soto Seger Fatimah yang membuat inovasi kolaborasi soto dengan kuah susu sapi. Penjualan juga dilakukan di Rest Area Tol Semarang-Solo, yang mana banyak pemudik yang berasal dari luar Boyolali untuk mampir di stand Boyolali Freshmilk ini.

3. Norma Sosial (*Norms*)

Norma adalah serangkaian aturan yang mengandung sanksi yang berupa pedoman-pedoman untuk melaksanakan hubungan sosial dalam masyarakat (Priyatna, 2014). Jadi norma sosial adalah aturan yang dipatuhi, dianut dan sanksi yang disepakati antar pihak. Hal ini pada konteks modal sosial pada industri rumahan Boyolali Freshmilk yang merujuk pada perjanjian kontrak secara lisan yang berlaku, perjanjian tidak tertulis tersebut disebabkan karena rasa percaya pengelola susu dengan peternak susu. Pernyataan tersebut termasuk jenis norma

kesusilaan yang berasal dari hati nurani manusia, yang dalam konteks ini adalah kebiasaan yang dibuat masyarakat itu sendiri.

Munculnya norma dari proses pertukaran yang saling menguntungkan, dimana norma meminimalisir perilaku menyimpang antar pihak yang terlibat. Terdapat aturan yang ada dalam industri rumahan Boyolali Freshmilk di Desa Jelok yaitu harus tetap menjaga kualitas produk susu sapi baik dari bau, rasa, dan harga sehingga harus memproduksi susu sapi dengan merk sendiri, hal tersebut dilakukan untuk menghindari masalah hukum dan tetap menjaga cita rasa kekhasan produk tersebut.

Aturan lain yang terdapat dalam industri rumahan Boyolali Freshmilk di Desa Jelok yaitu pemasok bahan baku yang memiliki kualitas rendah atau curang akan segera diputuskan kontrak karena akan mempengaruhi kualitas produk susu pula. Selain itu, terdapat perbedaan harga di penjualan melalui penitipan di warung atau toko apabila pembelian satuan dengan pembelian banyak (borongan) akan mendapatkan harga grosir dengan minimal pembelian 10 produk susu sapi. Ini telah menandakan bahwa modal sosial telah muncul pada industri rumahan Boyolali Freshmilk di Desa Jelok.

Sesuai paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa modal sosial ini sesuai dengan penelitian ini, dimana modal sosial mampu menggambarkan dan mendiskripsikan terbentuknya pola dan proses dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok dengan unsur kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial. Kepercayaan dalam *home industry* ini tidak hanya terdapat dalam anggota *home industry*, tetapi juga terhadap masyarakat Jelok yang meliputi setiap pekerjaan yang dilakukan masyarakat dilandasi dengan kepercayaan sesama yang berperan meningkatkan kemudahan dan membangun jaringan. Jaringan sosial hubungan yang terjalin masyarakat Jelok dalam kegiatan (kerja bakti atau

gotong royong) yang bersifat ikatan sosial (*social bonding*) yaitu identitas yang sama berpengaruh dalam kelangsungan *home industry*, juga terdapat tiga sistem yang diterapkan di dalamnya yang membuat *home industry* tersebut masih tetap bertahan dan mengembangkan usahanya. Norma sosial dalam *home industry* ini terbentuk setelah kesepakatan bersama disetujui yang berbentuk lisan atau tidak tertulis.

C. Modal Sosial Dalam Perspektif Islam

Pada dasarnya gagasan mengenai kehadiran serta peran penting modal sosial seperti yang telah dijelaskan dan diperkenalkan oleh Islam dan dipraktikkan pada masa awal Islam, salah satu ajaran Islam yang mampu menjadi dasar dari terwujudnya modal sosial adalah konsep persaudaraan (*ukhuwah*). Pembahasan mengenai modal sosial dalam agama Islam sendiri juga menjelaskan tentang keterkaitan modal sosial dalam masyarakat yang tertuang dan dijelaskan di dalam Al-Qur'an pada Q.S Al-Hujurat ayat 10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang mukmin itu (seperti) bersaudara, maka damaikanlah antara kedua saudaramu dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat."

Pada tafsir al-Misbah dari Shihab (2002) dijelaskan bahwa hubungan antara satu mukmin dengan mukmin lain adalah ikatan persaudaraan meskipun tak sedarah atau keseturunan, memiliki hubungan yang kuat dan damai, saling membantu tanpa rasa pamrih, dan apabila terjadi pertikaian maka selesaikan secara norma agar tetap terjaga persatuan dan kesatuan. Ayat tersebut mengisyaratkan dengan jelas bahwa persatuan dan kesatuan hubungan yang harmonis antar masyarakat kecil atau besar akan mewujudkan limpahan rahmat bagi mereka semua, inilah modal sosial yang ditumbuhkan dalam Islam.

Menurut Al-Faizin dan Nashr (2018), Islam mengajarkan kepada manusia yang memiliki hubungan ukhuwah untuk selalu menjalin hubungan baik dengan sesama manusia. Islam juga mengajarkan manusia untuk saling mencintai, saling membantu dalam kebaikan dan menolak keburukan agar tidak merusak hubungan tersebut, seperti sabda Rasulullah SAW yang artinya: *“Janganlah saling membenci, saling hasut, saling berpaling, dan saling memutuskan silaturahmi. Jadilah kalian hamba Allah yang saling bersaudara. Tidak halal bagi seorang Muslim untuk memisahkan hubungan (tidak menyapa) dengan saudara-saudaranya lebih dari tiga hari.”* (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

Hubungan ukhuwah menjadi fondasi yang kokoh untuk membangun modal sosial antara individu atau kelompok. Hubungan ukhuwah juga menjadi perekat bagi masyarakat untuk berkumpul dan bergotong royong menuju tujuan bersama termasuk hubungan dan jejaring pembangunan ekonomi. Berdasar dari hubungan ukhuwah tersebut terdapat tiga unsur utama modal sosial sebagaimana yang dipaparkan Putnam yaitu kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial).

1. Kepercayaan (*Trust*)

Al-Faizin & Nashr (2018) secara sederhana menyatakan bahwa kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan, yang dalam modal sosial Piotr Sztompka mengartikannya sebagai kesediaan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosial berdasarkan kepercayaan dan keyakinan bahwa orang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan selalu menjalankan sesuai dengan model kerja yang saling mendukung. Perilaku kolektif yang berbeda-beda yang dilandasi rasa saling percaya yang tinggi dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai bentuk dan dimensi terutama dalam konteks pembangunan bersama.

Seperti sebelumnya, konsep saudara (ukhuwah) yang terpelajar dalam Islam ini juga menuntut pengikutnya untuk

saling percaya, yang merupakan masalah mendasar dalam Islam, karena Islam memandang akhlaq setiap orang itu baik. Sabda Nabi SAW yang artinya: *“Setiap anak yang lahir dalam keadaan fitrah (suci). Kedua orang tuanyalah yang menjadikannya Yahudi atau Nasrani.”* (HR Al-Bukhari, Muslim dan Ahmad). Pada hakikatnya setiap orang adalah orang yang baik, setiap orang saling percaya, sehingga Islam selalu mengatakan untuk berbuat baik (husnuzhan) kepada sesama, khususnya sesama umat Islam.

2. Jaringan (Network)

Ukhuwah (persaudaraan) Islami adalah kemampuan untuk saling mengenal, dalam Islam manusia tidak hanya menyembah Allah SWT, manusia juga berinteraksi dengan manusia lain sebagai makhluk sosial dan berkomunikasi serta membangun hubungan yang baik. jadi dalam hal ini, Islam tidak hanya terbatas pada umat Islam lainnya akan tetapi juga berlaku untuk sesama orang. Islam mengajarkan manusia untuk saling mengenal tanpa membeda-bedakan suku dan etnis, sikap saling mengenal seperti itu merupakan wadah dan hubungan sosial. Allah berfirman dalam Qur'an Surah Al-Hujurat:13 yang artinya: *“Wahai manusia! Sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu laki-laki dan perempuan, kemudian Kami menciptakan bangsa dan suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengetahui.”*

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah menciptakan manusia dalam keadaan yang berbeda-beda agar mereka saling mengenal satu sama lain. Manusia sebagai makhluk sosial pastinya tidak dapat hidup sendiri tanpa memperhatikan hubungan orang lain, maka disinilah pentingnya saling mengenla sangat dibutuhkan. Demikian, jaringan tidak terbentuk hanya dengan mengandalkan aktivitas tetapi jaringan

juga terbentuk ketika semua yang saling mengenal mengikuti aktivitas dengan interaksi dan tindakan yang dapat mempererat hubungan timbal balik. Hal ini sesuai ajaran Islam mengenai hubungan silaturahmi, dimana silaturahmi merupakan salah satu tindakan yang dapat mempererat hubungan interpersonal dan membangun jaringan yang kuat dan kebersamaan dapat meningkatkan rasa saling menghormati dan cinta antar manusia yang juga menjadi dasar dari sebuah jaringan yang kuat.

Selain itu, modal sosial senantiasa ditandai dengan cenderung melakukan aktivitas saling tukar menukar baik individu maupun kelompok. Pola saling tukar menukar atau pertukaran dan hubungan timbal balik tersebut tidak hanya bersifat jangka pendek, namun juga jangka panjang yang diselimuti oleh nuansa semangat membantu dan mementingkan kepentingan orang lain.

Menurut hubungan antara masyarakat dengan modal sosial yang tinggi diwujudkan dalam rasa kepedulian, saling membantu dan memiliki kepedulian yang tinggi. Mengenai timbal balik, Allah SWT berfirman dalam Quran Surah Al-Maidah:2 yang artinya: *“... Dan tolong menolong dalam kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya.”* Ayat tersebut mengajak manusia untuk saling tolong menolong dalam beramal dan takwa, yang dalam sudut pandang negara dapat saling bergotong royong dan menciptakan tatanan sosial yang damai dan beradab sebagaimana mestinya.

3. Norma

Menurut Lawang terdapat empat (4) jenis norma sosial yaitu: norma agama, kesopanan, kesusilaan dan hukum. 1). Norma agama berkaitan dengan aturan yang berdasar atas

ajaran-ajaran yang merujuk pada wahyu dan firman Tuhan yang mana tidak bisa ditawar-tawar oleh siapapun. 2). Norma kesopanan adalah aturan yang berdasar pada pola-pola perilaku (interaksi sosial). 3). Norma kesusilaan adalah aturan yang dilatarbelakangi atas dasar hati nurani yang memperhatikan aspek moral (baik dan baruk). 4). Norma hukum berkaitan dengan aturan yang mengacu pada Undang-Undang yang dibuat oleh badan hukum atau lembaga kenegaraan yang mana aturan tersebut harus ditaati seluruh warga negaranya (Deepublishstore.com, 2020).

Pernyataan di atas sesuai dengan ajaran Islam untuk selalu berbuat atau bertindak adil dalam segala urusan. Allah berfirman dalam Quran Surah An-Nisa: 135 yang berarti: *“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah orang yang benar-benar menegakkan keadilan, jadilah saksi karena Allah, meskipun terhadap dirimu sendiri atau orang tua dan kerabatmu. Jika dia kaya atau miskin, Allah lebih tahu manfaatnya. Janganlah kamu mengikuti hawa nafsumu yang demikian, karena kamu ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutarbalikkan (perkataan) atau menolak kesaksian, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala yang kamu kerjakan.”*

Pada dalam ayat di atas dijelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan untuk menegakkan keadilan kepada diri sendiri, ibu, bapak, kerabat dan sesama makhluk, dimana orang-orang yang penegak keadilan bukan karena orang tersebut kaya atau mengasihi orang miskin, hanya Allahlah yang menjadikan orang kaya dan miskin dengan kemaslahatannya. Demikianlah hawa nafsu merupakan perilaku menyimpang yang harus dihindari agar dapat berperilaku dengan adil.

BAB III

KABUPATEN BOYOLALI SEBAGAI WILAYAH STUDI

A. Profil Umum

1. Kondisi Geografis

Gambar 1. Peta Denah Lokasi Kecamatan di Kabupaten Boyolali



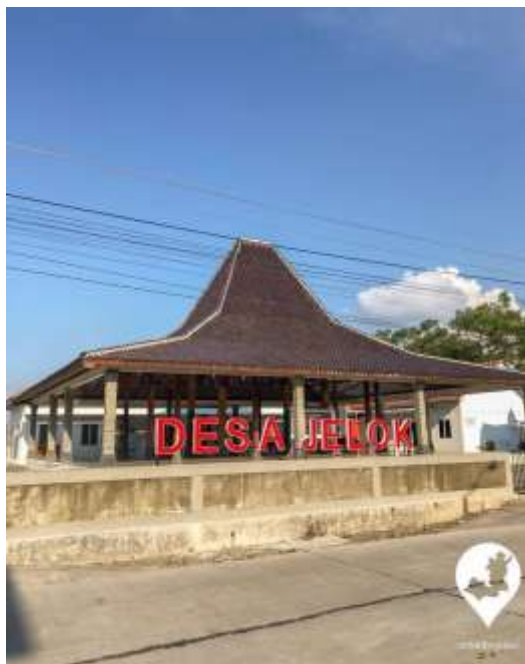
Sumber: : <https://www.pa-boyolali.go.id/tentang-pengadialan/profile-pengadialan/wilayah-yurisdiksi> (diakses pada 29 Januari 2023 pukul 09.23 WIB)

Kabupaten Boyolali merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang terkenal akan monumen-monumen patung sapi perah. Secara geografis, Kabupaten Boyolali terdapat 22 kecamatan dengan luas wilayah sebesar 1.015,10 km² yang terletak antara 100° 22' – 100° 50' Bujur Timur dan antara 7° 7' – 7° 36' Lintang Selatan dengan ketinggian antara 75 – 1500 mdpl. Kabupaten Boyolali mempunyai berbatasan wilayah dengan rincian sebagai berikut, yaitu: Sebelah Utara berbatasan Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Semarang, Sebelah Timur Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sragen, dan Kabupaten Sukoharjo, Sebelah Selatan Kabuapten Klaten dan D.I.

Yogyakarta, dan Sebelah Barat Kabupaten Magelang dan Kabupaten Semarang.

Kecamatan Cepogo merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Boyolali Jawa Tengah yang terdapat sumber daya alam yang dapat diperbarui berupa hasil susu sapi, dan Kecamatan Cepogo terdiri atas 15 desa yang tersebar dipenjuru Kecamatan Cepogo.

Gambar 2. Lokasi Kelurahan/Desa Jelok



Sumber: Instagram @dolanboyolali, 2018

Desa Jelok merupakan salah satu desa yang terletak di sebelah paling Timur di Kecamatan Cepogo, dimana Desa Jelok menjadi desa terluas di Kecamatan Cepogo yaitu 611,000 ha yang terbagi atas tanah kering, sawah, bangunan, perkebunan dan lainnya. Selain itu, terdapat jarak dan lama tempuh kantor desa dengan rincian pusat pemerintah kecamatan 5 km dengan tempuh $\frac{1}{4}$ jam, ibukota kabupaten 8 km dengan tempuh $\frac{1}{2}$ jam, dan ibukota provinsi 93 km dengan tempuh 3 jam. Desa Jelok menjadi desa terluas dengan rincian yaitu: 7 Rukun Warga (RW), 53 Rukun Tetangga (RT), 5 dusun, dan 27 dukuh.

Akses Desa Jelok dilalui jalur utama yang menghubungkan Solo-Semarang, sebelum 12 KM menuju Desa Jelok akan melalui pasar sapi terbesar di Kabupaten Boyolali yang baru diresmikan tahun 2021 setelah direnovasi, aktivitas pasar sapi tersebut ditentukan oleh penanggalan Jawa yaitu setiap pasar pahing. Kondisi geografis tersebut sangat strategis untuk proses transaksi kegiatan pertukaran ekonomi.

2. Kondisi Demografi

Kondisi penduduk dalam suatu daerah juga akan menggambarkan keadaan sosial ekonomi penduduk dalam daerah tersebut, dimana dinamika penduduk dalam suatu wilayah sangat dipengaruhi oleh faktor yang meliputi kelahiran (fertilitas), kematian (mortalitas), perpindahan (migrasi).

Tabel 1.

Dinamika Penduduk Kecamatan Cepogo 3 Tahun Terakhir

Tahun	Luas Daerah (ha)	Jumlah Penduduk (jiwa)
2019	53.000	57.198
2020	53.000	60.083
2021	53.000	60.509

Sumber: BPS Kab. Boyolali Tahun 2022

Menurut tabel di atas, diketahui terdapat jumlah penduduk Kecamatan Cepogo dari tahun 2019 sampai tahun 2021 telah mengalami kenaikan penduduk di tiap tahunnya. Kenaikan penduduk tersebut disebabkan angka lebih besar daripada kematian atau banyak masyarakat yang pindah dan menetap di Kecamatan Cepogo yang mana Kecamatan Cepogo juga adalah suatu wilayah di Kabupaten Boyolali yang memiliki potensi dalam usaha peternakan khususnya sapi perah, sedangkan dinamika penduduk Desa Jelok dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.

Dinamika Penduduk Desa Jelok 3 Tahun Terakhir

Tahun	Luas Daerah (ha)	Jumlah Penduduk (jiwa)
2019	1,8870	6.219
2020	1,8870	6.319
2021	1,8870	6.377

Sumber: Kabupaten Boyolali dalam Angka, 2022

Menurut tabel di atas, diketahui terdapat jumlah penduduk Desa Jelok dari tahun 2019 hingga tahun 2021 mengalami kenaikan penduduk dengan laju pertumbuhan penduduk di tahun 2019 hingga tahun 2020 sebesar 0,93% pertahunnya. Kenaikan penduduk tersebut disebabkan karena jumlah penduduk yang lahir atau masuk dan menetap lebih besar ketimbang jumlah penduduk yang mati atau pindah keluar dari Desa Jelok.

Jumlah penduduk (demografi) juga menunjukkan bahwa Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali sebanyak 6.377 jiwa meliputi jumlah laki-laki sebanyak 3.133 jiwa dan jumlah perempuan sebanyak 3.244 jiwa (BPS Kecamatan Cepogo Dalam Angka 2022). Berikut rincian penduduk Desa Jelok berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 3.

Jumlah Penduduk Desa Jelok Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)
		Laki-Laki	Perempuan	
1.	0-4 Tahun	228	215	443
2.	5-9 Tahun	262	237	499
3.	10-14 Tahun (2012)	245	274	519
4.	15-19 Tahun	227	227	454
5.	20-24 Tahun	234	245	479
6.	25-29 Tahun	213	242	455
7.	30-34 Tahun	215	205	420
8.	35-39 Tahun	233	247	480
9.	40-44 Tahun	236	238	474

10.	45-49 Tahun	216	224	440
11.	50-54 Tahun	207	203	410
12.	55-59 Tahun	182	168	350
13.	60-64 Tahun	158	197	355
14.	65-69 Tahun	128	105	233
15.	70-74 Tahun (1952)	64	89	153
16.	75 ke atas	85	128	213
Jumlah (Jiwa)		3.133	3.244	6.377

Sumber: BPS Kecamatan Cepogo Dalam Angka 2022

Diketahui data di atas menunjukkan jumlah penduduk terbanyak di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali didominasi oleh generasi Z (usia 10-14 tahun) atau anak yang lahir ditahun 2012an yaitu 519 jiwa, sedangkan usia tersedikit berada pada generasi boomers (usia 70-74 tahun) atau lansia yang lahir ditahun 1952an yaitu 153 jiwa.

3. Kondisi Pendidikan

Kondisi penduduk Desa Jelok berdasarkan tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.
Jumlah Penduduk Desa Jelok Berdasarkan Pendidikan

No.	Jenis Pendidikan	Jumlah (Jiwa)
1.	Tidak/belum sekolah	1.158
2.	Belum tamat	755
3.	SD/Sederajat	1.947
4.	SLTP/Sederajat	1.135
5.	SLTA/Sederajat	1.160
6.	DI/DII	32
7.	Akademi/SI	48
8.	PT/Diploma IV	138
9.	Strata II/III	4
Jumlah (Jiwa)		6.377

Sumber: BPS Kecamatan Cepogo Dalam Angka 2022

Ketersediaan fasilitas Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Dasar Inpres, dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) di

Desa Jelok dan sekitarnya dengan jarak terjauh sekitar 4 km. Menurut data di atas penduduk Desa Jelok masih masih berpendidikan jenjang SD/Sederajat sehingga bisa dikatakan rata-rata penduduk Desa Jelok berada pada kelompok pendidikan rendah dimana mereka sebagian besar juga termasuk dalam kategori usia produktif.

4. Kondisi Sosial dan Ekonomi

Kondisi sosial di dalam masyarakat Desa Jelok memiliki sistem sosial yang kuat, hal ini dilihat dari berbagai kegiatan sosial seperti perkawinan, takziah, rewang, dan lain-lain, masyarakat sekitar akan saling membantu dan gotong royong satu sama lain, sehingga hal tersebut menjadikan masyarakat Desa Jelok rukun dan tentram. Kondisi budaya di dalam masyarakat Desa Jelok masih kuat mempertahankan adat istiadat, tradisi dan budaya peninggalan masa lalu yang positif seperti kerja bakti, gotong royong, nyadran, merti desa, punjungan, rewang, halal bi halal dan lainnya.

Kondisi ekonomi di dalam masyarakat Desa Jelok terdapat kemajuan berupa sumber daya alam yang kini menjadi potensi desa setempat. Sebagian besar masyarakat Desa Jelok pada umumnya bermata pencaharian sebagai petani, meskipun berprofesi sebagai petani setiap rumah warga memiliki sapi sebagai ternak baik sapi perah maupun sapi potong.

Tabel 5.
Jumlah Penduduk Desa Jelok Berdasarkan Mata Pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)
1.	Petani (meliputi pemilik tanah, penggarap tanah dan buruh tani)	1.890
2.	Pengusaha sedang/besar	2
3.	Pengrajin/industri kecil	3
4.	Buruh industri	156
5.	Buruh bangunan	143
6.	Buruh pertambangan	1
7.	Pedagang	2

8.	Pengangkutan	19
9.	PNS	47
10.	TNI	4
11.	Polri	3
12.	Pensiunan	15
13.	Peternak	1.902
Jumlah (Jiwa)		4.187

Sumber: Data Monografi Desa Jelok Tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas mayoritas bahwa mata pencaharian penduduk Desa Jelok adalah peternak sebanyak 1.902 jiwa dan disusul oleh petani sebanyak 1.890 jiwa. Sesuai data yang ada masyarakat Desa Jelok didominasi dengan mata pencaharian sebagai peternak sapi perah, hal tersebut terjadi karena faktor alam seperti geografis dan iklim yang mendukung untuk mengembangbiakkan sapi perah. Selain itu, Kabupaten Boyolali memiliki pasar sapi terbesar di Kecamatan Cepogo tepatnya di Jelok yang menjual berbagai jenis sapi. Jika dikaitkan mata pencaharian dengan modal sosial pelaku usaha melalui usaha susu di Desa Jelok, dikarenakan masyarakat Jelok memanfaatkan hasil susu untuk dijual sehingga mereka menguntungkan kegiatan perekonomian.

5. Kondisi Sarana dan Prasarana

Ketersediaan modal fisik pembangunan menjadi aspek penting bagi masyarakat untuk memudahkan dan menentukan langkah tepat masyarakat, masyarakat membutuhkan modal fisik infrastruktur sebagai sumber daya pembangunan untuk menunjang aktivitas masyarakat melalui kondisi sarana prasarana, khususnya untuk masyarakat Desa Jelok. Bidang kesehatan dan bidang pendidikan menjadi wadah atau tempat untuk menjamin kesehatan masyarakat melalui Poliklinik serta meningkatkan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-Kanak (TK), dan Sekolah Dasar (SD) yang menyeluruh dan terpadu, tidak hanya kedua bidang itu saja namun juga terdapat bidang-bidang lain yang sangat memberikan manfaat bagi

masyarakat Desa Jelok bidang perekonomian, komunikasi, perdagangan dan pelayanan pemerintah. Berikut di bawah ini tabel ketersediaan sarana prasarana di Desa Jelok sebagai berikut:

Tabel 6.

Sarana dan Prasarana Desa Jelok Kecamatan Cepogo

No.	Jenis Sarana dan Prasarana	Uraian Sarana dan Prasarana	Volume	Satuan
1.	Pelayanan Publik	Balai Desa	1	Unit
		BUMDes	1	Unit
2.	Kesehatan	Poliklinik Swasta	1	Unit
		Tempat Praktek Dokter	1	Unit
		Bidan Desa	1	Unit
3.	Pendidikan	TK	4	Unit
		SD	3	Unit
		SD Inpres	1	Unit
		MI	1	Unit
4.	Tempat Peribadatan	Masjid	13	Unit
		Mushola	28	Unit
		Gereja	2	Unit
		Vihara	2	Unit
5.	Komunikasi	Menara Telekomunikasi	4	Unit
		Kantor Pos	4	Unit
		Agen Jasa Ekspedisi Swasta	4	Unit
		Operator Layanan Komunikasi Telepon Seluler	6	Unit
		Jenis Sinyal Internet	1	Unit
6.	Perekonomian	Koperasi Simpan Pinjam	2	Unit
		Koperasi Unit Desa (KUD)	1	Unit
		Toko/Kios/Kelontong	24	Unit
		Pasar Hewan	1	Unit
		Pasar Umum	1	Unit
		Pasar Desa	2	Unit
		Lumbung Desa	1	Unit
		Pasar Tanpa Bangunan Semi Permanen	1	Unit

Sumber: Data Monografi Kelurahan/Desa Jelok Tahun 2021

Berdasarkan buku profil Desa Jelok Tahun 2022 terdapat sarana dan prasarana di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali sebagai berikut:

a. Bidang Kesehatan

Prasarana kesehatan yang tersedia di Desa Jelok yaitu Poliklinik Swasta dan bidan desa yang diperbantukan menetap di Desa Jelok, serta ibu-ibu PKK yang aktif dalam membantu mengadakan penyuluhan kesehatan.

b. Bidang Perekomian

KUD dan pasar hewan menjadi prasarana perekonomian di Desa Jelok yang mana banyak masyarakat yang melakukan interaksi dan aktivitas sumber daya utama yaitu hasil susu sapi.

c. Bidang Keagamaan

Masyarakat Desa Jelok dominan beragama Islam dimana terdapat masjid dan mushola yang tersebar di pelosok Desa Jelok, meskipun didominasi masyarakat agama Islam di Desa Jelok juga terdapat Gereja dan Vihara untuk masyarakat non-muslim beribadah.

d. Bidang pendidikan

Wilayah kelurahan atau Desa Jelok terdapat prasarana pendidikan yaitu 4 TK, 3 SD, 1 SD Inpres dan MI yang mana untuk menunjang siswa dan siswa dalam berbelajar.

e. Bidang Komunikasi

Desa Jelok memiliki prasarana komunikasi yang cukup untuk masyarakat yaitu 6 pelayanan komunikasi telepon seluler, 4 menara telekomunikasi, 4 kantor pos, 4 agen jasa ekspedisi, dan 1 jenis sinyal internet.

f. Bidang Pelayanan Publik

Prasarana pelayanan publik yang dibuat pemerintah setempat berupa Balai Desa dan BUMDes, yang mana

BUMDes ini banyak memberikan pengaruh peningkatan ekonomi bagi kehidupan masyarakat Desa Jelok.

6. Kondisi Peternakan

Peternakan di Kecamatan Cepogo yang mayoritas penduduknya memiliki hewan ternak yaitu berupa sapi perah dan sapi potong. Bidang peternakan (*livestock*) di Kabupaten Boyolali mempunyai potensi yang sangat baik dimana mayoritas masyarakatnya mempunyai hewan ternak sebagai pekerjaan sampingan. Terdapat beberapa jenis hewan ternak yang dimiliki masyarakat Kabupaten Boyolali serta banyak dipelihara masyarakat yaitu ayam, sapi, kambing, dan domba. Kabupaten Boyolali menjadi tempat yang memiliki lokasi yang strategis untuk mengembangkan ternak-ternak, salah satu hewan ternak yang paling banyak dipelihara masyarakat Boyolali adalah sapi baik sapi perah maupun sapi potong. Wilayah Kabupaten Boyolali memiliki iklim representatif yang mana hal ini dikarenakan suhu dingin, sumber rerumputan hijau, dan tersediannya lahan sebagai basis ekologi pengembangan ternak sapi.

Tabel 7.

Populasi Hewan Ternak Sapi di Kecamatan Cepogo

Jenis Ternak	Populasi Ternak (ekor)
Sapi Perah	19.930
Sapi Potong	3.289
Total	23.219

Sumber: BPS Kecamatan Cepogo Tahun 2022

Berdasarkan tabel di bawah ini, diketahui terdapat dua jenis sapi yang dibudidayakan di Kecamatan Cepogo yaitu jenis sapi perah dan sapi potong dengan populasi ternak sebanyak 23.219 ekor sapi. Jenis sapi perah menjadi ternak yang banyak dibudidayakan masyarakat dengan populasi sebanyak 19.930 ekor, sapi tersebut menjadi bahan komoditas utama dalam usaha khususnya usaha yang bergerak di bidang pangan

(makanan dan minuman) yang mana rata-rata masyarakat pedesaan membudidayakan sapi perah yang hasil dari susu tersebut dijual atau disetorkan pada Koperasi Unit Desa (KUD) terdekat.

B. Home Industry “Boyolali Freshmilk”

1. Sejarah Berdirinya Boyolali Freshmilk

Gambar 3. Home Industry Boyolali Freshmilk



Sumber: Data Pribadi, 2023

Sebelumnya Bapak Dedy berasal dari Semarang dan bekerja sebagai karyawan di salah satu kantor di Semarang, kemudian Bapak Dedy menikah dengan istri dan akhirnya menetap di Boyolali, setelah tinggal di Boyolali Bapak Dedy melihat mayoritas penduduk Desa Jelok pasti memiliki sapi perah di setiap rumahnya, hingga akhirnya Bapak Dedy dan istri memiliki inisiatif untuk memanfaatkan potensi yang ada yaitu hasil susu sapi. Sepanjang merintis usaha susu sapi ini, Bapak Dedy juga mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan pemerintah setempat untuk membantu dan melatih kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, yang pastinya juga untuk membantu meningkatkan perekonomian masyarakat.

Perlu diketahui mengutip dari Dewi (2019) bahwa sapi termasuk hewan ternak dengan bagian yang dapat dimanfaatkan berupa daging, susu dan kulit, sapi dapat menghasilkan kebutuhan daging sekitar 50%, kebutuhan susu sekitar 95%, dan kebutuhan kulit sekitar 85%.

Domestikasi sapi mulai dilakukan sekitar 400 tahun SM, dimana sapi diperkirakan berasal dari Asia Tengah dan menyebar ke Eropa, Afrika dan seluruh wilayah Asia. Mengutip Suriasih, Subagiana dan Saribun (2015), terdapat sekitar 200.000 ekor sapi perah Friesian Holstein (FH) dan turunannya di Indonesia pada tahun 1995, dimana sapi Friesian Holstein (FH) berasal dari Belanda, khususnya Belanda bagian Utara dan Barat. Friesland yang merupakan dua wilayah dengan padang penggembalaan yang baik dan cukup untuk peternakan sapi, rata-rata produksi susu sapi murni Holstein Frisian Indonesia sekitar 10 liter per hari, masakelahiran 12-15 bulan dan masapemerahan sekitar 10 bulan. Hasil persilangan sapi lokal dengan Friesian Holstein (FH) dikenal dengan Peranakan Friesian Holstein (PFH). Sapi PFH ini banyak dibudidayakan di daerah Boyolali, Solo, Ungaran, Semarang, dan Yogyakarta, hal ini didukung kondisi dan iklim yang cocok dengan perkembangbiakan sapi perah. Warna yang sering dijumpai pada sapi PFH hitam-putih (atau keabu-abuan), kuku berwarna hitam, bentuk tubuhnya masih memperlihatkan bentuk sapi lokal, dan terkadang terdapat gumba (punggung) yang meninggi.

Banyaknya jenis sapi Peranakan Friesian Holstein (PFH) yang dibudidayakan masyarakat Desa Jelok yang juga membuat Kabupaten Boyolali mendapat julukan dengan “Boyolali Kota Susu”. Kabupaten Boyolali menjadi salah satu penghasil susu sapi terbesar di Jawa Tengah, monument Gedung Lembu Suro menjadi ikon Boyolali yang menandakan bahwa Boyolali merupakan penghasil susu sapi dan biasanya peternakan sapi perah di Boyolali berada di daerah selatan dan dataran tinggi dengan suhu dingin (Ermitasari, 2021).

Gambar 4. Pelatihan UMKM oleh Diskopnaker Kabupaten Boyolali



Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2022

Pada tahun 2016 didirikan dan dikembangkan Boyolali Freshmilk oleh Dedy Kurniawan yang merupakan warga Semarang yang telah menetap di Desa Jelok Kecamatan Cepogo. Latar belakang terbentuknya Boyolali Freshmilk ini berawal dari hasil pengamatan di peternakan sapi yang hasil susu sapi di KUD terbuang secara cuma-cuma, kemudian timbul pemikiran untuk mengembangkan susu sapi dengan berbagai varian rasa dan olahan yang bernilai ekonomi tinggi dengan sistem pengelolaan usaha yang dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Demikian apa yang diupayakan oleh Boyolali Freshmilk pada dasarnya merupakan wujud nyata dalam memanfaatkan potensi desa yang ada. Bapak Dedy selaku pemilik usaha mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah setempat, pelatihan yang diikuti berupa pelatihan produksi, pengelolaan hingga pemasaran serta *packaging* (pengemasan) hingga penjualan, seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas. Pelatihan yang diadakan oleh Diskopnaker (Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja) Kabupaten Boyolali menjadi pondasi berdirinya Boyolali Freshmilk hingga saat ini.

2. Jumlah Tenaga Kerja dan Proses Pengelolaan Susu Boyolali Freshmilk

Secara Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tenaga kerja adalah orang yang mengerjakan sesuatu atau yang biasa disebut dengan karyawan, tenaga kerja dan sebagainya, hal ini juga tertulis dalam UU No. 13 Tahun 2003 Bab I Pasal 1 Ayat 2 yang menyebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap individu mampu mengerjakan sesuatu yang membuahkan barang maupun jasa baik untuk memenuhi kebutuhan hidup ataupun untuk kebutuhan masyarakat luas (Ekonomi, 2022). Jumlah tenaga kerja yang diperlukan dalam suatu usaha sangatlah berbeda-beda hal ini disesuaikan dengan jenis produk dagangan dan standar usahanya. Perlu diketahui bahwasanya pada industri rumahan Boyolali Freshmilk ini menggunakan jenis tenaga kerja keluarga, dimana tenaga kerja keluarga (*family labour*) adalah tenaga kerja yang berasal dari keluarga baik berupa manusia, mesin maupun ternak (Suratiyah, 2015).

Sesuai konteks di atas, usaha industri rumahan Boyolali Freshmilk ini menggunakan tenaga kerja yang berasal dari keluarga atau masih memiliki hubungan kekerabatan, alasan pemilik usaha industri memilih tenaga kerja yang berasal dari keluarga dikarenakan telah memiliki rasa saling percaya, selain itu juga pemilik usaha susu Boyolali Freshmilk percaya bahwasanya jika membangun usaha bersama keluarga resiko masalah atau kerugian akan lebih sedikit ketimbang tenaga kerja yang berasal dari luar keluarga. Pada industri rumahan Boyolali Freshmilk ini terdapat kurang lebih enam (6) tenaga kerja termasuk pemilik usaha yang selalu terlibat dalam proses pengelolaan hingga pemasaran. Proses aktivitas pengelolaan produk susu sapi ini telah terbagi menjadi dua peran yaitu produksi hingga pengiriman produk dan menjaga *outlet* atau toko, meskipun dalam proses pengelolaan telah terdapat peran masing-masing namun masih belum terdapat struktur yang sistematis untuk membuat usaha industri

rumahan lebih terorganisir seperti visi misi usaha industri, struktur pimpinan yang mengatur alur kerja dan tanggungjawab, serta manajemen keuangan. Berikut di bawah ini rincian dari peran masing-masing tenaga kerja Boyolali Freshmilk:

- a. Produksi dan Pengiriman Produk

Gambar 5. Proses Penyetoran dan Pengambilan Susu



Sumber: Data Pribadi, 2023

Sebelum proses produksi pengelolaan dan pengiriman produk, pemilik usaha susu Boyolali Freshmilk biasanya akan mengambil bahan baku yang telah dipesan pada pemasok bahan baku. Pengambilan bahan baku dilakukan diwaktu tertentu saja biasanya pada setiap 2-3 hari sekali yaitu dilakukan setiap pukul 7 pagi atau setiap pukul 2 sore, setelahnya baru memasuki proses mengolah susu melalui pemasakan.




Proses pemasakan susu sapi dilakukan dengan cara pasteurisasi (susu sapi dipanaskan yang bertujuan untuk membunuh bakteri dan untuk memperlambat pertumbuhan mikroba), pada proses pemanasan susu sapi dilakukan tanpa tersentuh api secara langsung yaitu dengan menggunakan dua panci dengan api sedang yang diaduk terus sampai matang, apabila sudah panas lalu dicek dengan alat pengukur suhu sekitar 75-80 derajat, jika pemasakan telah mencapai suhu yang telah ditentukan tersebut lalu api dimatikan. Setelah itu, susu

pasteurisasi didinginkan menggunakan air dingin tanpa tersentuh air langsung, hal tersebut bertujuan untuk mendinginkan secara cepat tanpa terkena bakteri, jika sudah mencapai suhu 40 derajat lalu susunya diangkat dan memasuki proses pengemasan produk.

Proses pengemasan produk dilakukan ketika susu pasteurisasi masih setengah panas dengan bahan gula pasir putih dan aneka perasa buah. Langkah pertama susu pasteurisasi yang setengah panas harus disaring lalu dipindahkan sesuai ukuran botol produk dan langsung ditutup untuk menghindari bakteri yang masuk. Proses pengiriman produk dilakukan dipagi hari sekitar pukul 05.00 sampai 06.00, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas susu sapi tersebut dikarenakan susu sapi yang telah melalui proses pemasakan hanya dapat bertahan selama 4-5 jam dalam suhu ruangan, jika lebih dari jam tersebut harus segera dimasukkan dalam lemari pendingin dan susu pasteurisasi hanya bertahan selama 3 hari. Berikut beberapa produk dari *home industry* Boyolali Freshmilk telah diciptakan, sebagai berikut:

Tabel 8.
Berbagai Produk Olahan Susu di *Home Industry* Boyolali
Freshmilk

No.	Jenis Produk	Nama Produk	Gambar
1.	Minuman	Susu berbagai varian rasa	
		Yogurt berbagai varian rasa	
		Susu jelly berbagai varian rasa	
2.	Makanan	Krupuk susu kolostrum	

		Tahu susu kolostrum	
		Kolaborasi soto dengan kuah susu	
		Dessert deep banana milk	

Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2023

Sesuai gambaran di atas berdasarkan informasi dari pemilik usaha industri rumahan Boyolali Freshmilk pendapatan omset dari penjualan produk dapat mencapai 2,5-4 juta perbulan tergantung pemesanan konsumen.

b. Menjaga Outlet atau Toko

Pada bagian menjaga outlet atau toko ini biasanya pemilik usaha susu Boyolali Freshmilk jarang turun langsung, oleh karena itu bagian ini dilakukan oleh tenaga kerja. Sebelumnya pemilik usaha telah bekerja sama dengan toko atau warung, dimana dibuat outlet yang berdampingan dengan toko tersebut sehingga pembeli yang membeli di toko tersebut juga dapat

melihat produk susu sapi dan membelinya. Kurang lebih telah terdapat empat (4) outlet usaha susu Boyolali Freshmilk yang tersebar yaitu Rest Area Tol Semarang-Solo, Rumah Makan Soto Fatimah, dan dua lainnya tersebar di Sukoharjo dan Solo.

Gambar 6. Produk yang akan Dikirimkan ke Outlet-Outlet



Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2022

Penjagaan outlet toko atau warung ini dilakukan mulai pukul 06.30 sampai 11.00, apabila produk susu telah habis biasanya pemilik usaha akan mengirim produk kembali (*restock*) dan bergantian karyawan menjaga outlet sampai pukul 15.30, sedangkan penjagaan outlet saat kegiatan bazar atau pameran dilakukan oleh pemiliknya secara langsung.

Di Indonesia, industri rumahan khususnya yang bergerak dibidang makanan dan minuman memiliki pasar yang cukup luas dan banyak peminatnya, hal ini didukung oleh pasar secara online yang juga cakupannya sangat luas dan mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Saat ini Boyolali Freshmilk masih sebagai sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah berjalan sekitar 5 tahunan, meskipun usaha susu Boyolali Freshmilk ini baru berjalan selama 1 lustrum namun produk olahan susu sapi Boyolali Freshmilk ini telah memiliki peminat baik sekedar coba-coba hingga pelanggan tetap. Terdapat unit pasar untuk produk dari Boyolali Freshmilk bagi segala macam usia, karena keragaman varian produk susu dan harga yang

terjangkau dikalangan masyarakat, dimana sasaran pasar susu Boyolali Freshmilk terdapat dua kelompok yaitu:

- a. Kunjungan, yaitu sasaran pasar ditujukan kepada lembaga pendidikan, lembaga sosial, dan masyarakat umum, yang mana Boyolali Freshmilk menerima kunjungan seperti TK/PAUD yang belajar pemerahan susu sapi, siswa-siswi SMK yang melakukan liputan kegiatan proses produksi dan pemasaran, ibu-ibu PKK yang melakukan studi banding, sedangkan untuk masyarakat umum biasanya ingin melihat lokasi industri secara langsung.
- b. Pemesanan, yaitu sasaran pasar Boyolali Freshmilk bekerja sama dengan beberapa toko, pemerintah setempat, dan sekolah, yang mana Boyolali Freshmilk menerima setiap pemesanan dari konsumen yang memesan produk susu sapi. Teknis pemesanan yang dikerjakan dalam bentuk titip jual dan ambil secara grosir dari Boyolali Freshmilk yang disesuaikan dengan permintaan pasar dalam jumlah banyak.

BAB IV

BENTUK POLA DAN PROSES MODAL SOSIAL SERTA KEGIATAN DAN PENGELOLAAN *HOME INDUSTRY* “BOYOLALI FRESHMILK”

A. Bentuk atau Tipe Modal Sosial dalam Boyolali Freshmilk

Social capital memperlihatkan pada unsur kepercayaan, jaringan sosial dan norma sosial yang berpotensi pada daya produksi masyarakat. Modal sosial berlainan dengan modal manusia, modal finansial, dan modal lainnya, sebab *social capital* mempunyai sifat bergabung serta meningkat dengan sendirinya ketika sistem di dalamnya berjalan (Putnam, 2002). *Social capital* tidak akan habis jika dipergunakan justru menjadi terus bertambah jika dipergunakan secara terus menerus, oleh karena itu leburnya *social capital* dikarenakan tidak dipergunakan. Berikut di bawah ini unsur-unsur modal sosial menurut Putnam berupa kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial sebagai berikut:

1. Kepercayaan (*Trust*)

Pada unsur kepercayaan ini meliputi kejujuran, keadilan, saling menghormati dan gotong royong serta mengenal, sebagaimana yang dijelaskan Putnam (1993), bahwasanya unsur kepercayaan dalam dunia modern bersumber dari norma resiprositas dan jaringan partisipasi masyarakat, dalam transaksi ekonomi unsur kepercayaan berperan sebagai pelicin yang memungkinkan para pihak yang terlibat sukarela dalam produksi dan perdagangan. Hal ini juga dikuatkan oleh pendapatan Arrow dalam Santoso (2020) yang menyatakan bahwa jenis transaksi ekonomi pasti di dalamnya memiliki unsur *trust*. Unsur kepercayaan ini menjadi hal yang sangat penting, hal ini disebabkan keberadaanya atau ketiadaannya akan sangat berdampak dengan apa yang dilakukannya, oleh karena itu adanya unsur kepercayaan atau saling percaya ini menjadi jalan yang menguntungkan bagi pihak yang terlibat.

Ketika individu telah menaruh rasa saling percaya pada individu lain, biasanya individu telah mengenal dari karakter atau watak, pilihan-pilihan dan akibat dari berbagai tindakan, *basic* pengetahuan dan kemampuannya, akan tetapi apabila rasa saling percaya tersebut goyah maka individu tersebut tidak mempercayai janjinya dan tidak akan mengadakan suatu perjanjian transaksi ekonomi dengan individu lain. Menurut Santoso (2020) dasarnya unsur kepercayaan ada pada reputasi, dimana reputasi diketahui dari perilaku atau tindakan yang diamati.

Sesuai konteks di atas dalam *home industry* Boyolali Freshmilk, pemilik usaha *home industry* Boyolali Freshmilk telah menaruh rasa kepercayaan dan saling percaya terhadap tenaga kerja, pemasok bahan baku, dalam hasil wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan yaitu:

“Kita (masyarakat Desa Jelok), *ndak* bisa hidup sendiri-sendiri *mbak*, saya merasakan ini setelah saya pindah dan ikut istri disini. Di desa terkenal dengan *srawung*-nya justru kalo hidup sendiri-sendiri malah aneh *mbak*. Dan yang saya liat dengan kita (masyarakat Desa Jelok) saling membantu, saling percaya itu dapat meringankan beban bersama. Itulah kenapa saya memilih bekerja sama dengan pemasok bahan baku dan tenaga kerja di sekitar sini (Desa Jelok), toh saya juga sering lihat keseharian mereka. Saya harus berlaku jujur, tidak boleh main curang karena saya percaya apa yang kita lakukan itu semua akan kembali ke diri kita masing-masing. Rezeki itu *ndak* akan kemana kalo itu udah jatah kita, makanya saya senang aja kalo disuruh membagikan ilmu atau praktek buat susu ini”. (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun, pemilik dan pengelola usaha).

Bapak Yunias juga menyampaikan hal yang sama yaitu:

“Masyarakat Desa Jelok disini saling peduli, suka duka kita bersama. Jika ada seorang warga atau tetangga mengalami musibah atau ada kerabat yang meninggal, kita (masyarakat Desa Jelok) segera berkumpul dan membantu. Kita (masyarakat) semua saling membantu untuk saling menjaga, jika saya pribadi menganggap semua warga yang tinggal di sini itu saya anggap keluarga saya.” (Wawancara dengan Bapak Yunias, 35 tahun selaku penjaga outlet di Rest Area).

Berdasarkan hasil wawancara Bapak Dedy Kurniawan dan Bapak Yunias bahwasanya tipe atau bentuk modal sosial yang terdapat dalam interaksi mereka bersifat *social bonding*, dimana terdapat nilai-nilai yang melekat dan mengikat di dalamnya. Nilai yang melekat dan mengikat tersebut berupa kesamaan identitas atau kesamaan etnis yang dalam kasus ini telah menaruh rasa saling percaya dan rasa kepedulian antar tetangga atau kerabat. Unsur kepercayaan meningkatkan kemampuan seseorang untuk bekerja sama, bukan berdasarkan dari perhitungan rasional, akan tetapi lewat pertimbangan antara harapan keinginan yang dibutuhkan dan harapan yang mungkin mengecewakan. Kerja sama tidak mungkin dilakukan apabila tidak didasarkan pada timbal balik semua pihak, dimana unsur kepercayaan meningkatkan toleransi terhadap ketidakpastiaan. Seperti saat seseorang memesan suatu barang, maka unsur kepercayaan tersebut akan menetralsir rasa ketidakpastian dengan mengingat berbagai kejadian sebelumnya, dimana pesanan selalu tepat waktu datangnya. Netralisasi tersebut merupakan bentuk toleransi ketidakpastian (Damsar dan Indrayani, 2016).

Unsur kepercayaan yang dianut Bapak Dedy Kurniawan dan Bapak Yunias diperkuat dari hasil wawancara dari Bapak Yanto yaitu:

”Alhamdulillah kita (masyarakat Desa Jelok) kesadaran gotong royongnya tinggi *mbak*, kayak misal ada tetangga meninggal kita langsung ke rumah duka, kalau yang laki-laki kita mulai pasang tratak, angkat meja kursi, kalau yang perempuan mulai siapin hidangan seadanya untuk pelayat biasanya sih teh sama roti gitu. Besok Maret kan ada acara Nyadran, ini acaranya sudah dimulai lagi *mbak* setelah ditiadakan karena corona. Biasanya H-3 warga mulai bersih-bersih disepanjang jalan depan rumah, masjid dan makam. Kalau Sandranan di sini itu engga cuma di makam aja tapi juga *badhan* atau bahasa gaulnya itu *open house*. Setiap kita *badhan* ke rumah-rumah kerabat atau tetangga itu diharuskan makan-makan bersama yang artinya kita saling menghargai dan menghormati.” (Wawancara dengan Bapak Yanto, 42 tahun selaku *supplier* bahan baku).

Berdasarkan pernyataan Bapak Dedy Kurniawan, Bapak Yunias dan Bapak Yanto diatas, jika dianalisis terdapat nilai yang terkandung yang menggambarkan bahwa kesamaan identitas menjadi faktor yang dapat menumbuhkan dan membangun rasa saling percaya. Kesamaan identitas ini berupa rasa saling percaya yang terbangun antara pemilik usaha dengan tenaga kerja, rasa solidaritas dan tempat tinggal yang sama di dalam masyarakat Desa Jelok serta terdapat nilai budaya yang turun temurun dan telah dilaksanakan sejak dahulu tanpa membedakan tingkatan yang ada yang menurut Luhmann dalam Damsar dan Indrayani (2016), menganggap kepercayaan sebagai salah satu bentuk penyesuaian individu yang paling penting, dimana unsur kepercayaan adalah metode untuk mengurangi kerumitan sosial serta untuk menjaga kelangsungan masyarakat. Wujud atau bentuk dari unsur kepercayaan itu dapat dilihat dari adanya kepercayaan itu.

Unsur yang terdapat dalam modal sosial menurut Putnam telah terlihat pada masyarakat Desa Jelok berupa saling percaya yang terikat dan aksi proaktif rasa kepedulian antar masyarakat. Kepedulian yang terjadi merupakan murni rasa empati dari kesadaran masyarakat tanpa dipaksakan. Rasa saling percaya yang terikat dan aksi kepedulian merupakan bentuk modal sosial yang ada di dalam masyarakat, yang mana dapat menciptakan harmonisasi antar warga Desa Jelok karena rasa kepercayaan dapat meminimalisir permasalahan yang timbul dalam masyarakat tersebut.

Berdasarkan aspeknya, bentuk-bentuk kepercayaan atau keyakinan dapat dibedakan menjadi keyakinan askriptif dan keyakinan prososial. Pada keyakinan askriptif tercipta dari hubungan yang berasal dari karakteristik bawaan individu seperti kekerabatan, suku, dan keturunan, sementara keyakinan prososial tercipta dari proses interaksi sosial yang dibangun oleh para pihak yang terlibat (Damsar dan Indrayanti, 2016). Pada usaha *home industry* Boyolali Freshmilk ini, keyakinan askriptif berupa hubungan masyarakat Desa Jelok yang sesuku,

seketurunan dan kekerabatan yang telah terjalin di dalamnya seperti hubungan antara Bapak Dedy dengan warga Desa Jelok, sedangkan keyakinan prososial berupa hubungan jalinan yang terbentuk karena interaksi seperti hubungan Bapak Dedy dengan Bapak Yanto dan Bapak Yunias.

Modal sosial yang berjalan sangat baik dan berjalan beriringan dengan masyarakat Desa Jelok pada *home industry* susu Boyolali Freshmilk, modal sosial menjadi penguat dalam proses interaksi sosial bahkan secara tidak langsung terjalin hubungan emosional antar masyarakat Desa Jelok. Ikatan emosional tersebut terlihat dari rasa kekeluargaan yang senasib dan sepenanggungan tanpa saling menghujat dan menjelekkkan sesama masyarakat Desa Jelok, selain itu rasa empati yang tinggi juga terlihat pada masyarakat Desa Jelok melalui perilaku saling membantu tanpa mengharapkan imbalan, dengan membantu uluran tetangga dapat menjadi kepuasan tersendiri yang dimiliki masyarakat Desa Jelok pada *home industry* susu Boyolali Freshmilk.

2. Jaringan Sosial (*Network*)

Menurut Lawang (2004) jaringan berasal dari kata '*net*' yang berarti jaring dan '*work*' yang berarti kerja, jadi *network* gabungan kata '*net*' dan '*work*' menjadi *network* yang berarti jaringan. Jaringan diartikan sebagai ikatan antar individu atau kelompok yang dihubungkan melalui adanya hubungan sosial menjadi suatu kerja sama, yang mana hubungan sosial tersebut diikat dengan kepercayaan yang kemudian dipertahankan dengan norma atau nilai yang mengikat kedua pihak. Menurut Damsar dan Indrayani (2015) dalam penelitian tentang jejaring sosial telah dilakukan sejak tahun 1990-an. Fokus dari studi ini ada pada bagaimana fungsi ikatan hubungan, apakah sebagai sarana memfasilitasi komunikasi antara individu atau sebagai sarana memberikan dukungan untuk interaksi sosial.

Jaringan sosial yang terdapat dalam *home industry* Boyolali Freshmilk tidak akan lepas dari aktivitas masyarakatnya, peran jaringan sebagai pelicin dalam memenuhi kebutuhan hidup. Jaringan sosial yang kuat juga akan membentuk kerja sama yang sama kuat. Hal tersebut sesuai pengalaman Bapak Dedy Kurniawan dalam hasil wawancara yaitu:

“Saat ini saya udah kerja sama beberapa tempat yang banyak dikunjungi orang dan saya menggunakan tiga sistem kerja sama, misalnya di Soto Seger Fatimah. Kalau di sini menggunakan sistem bagi hasil biasanya produk yang dititipkan ditempat ini melalui tangan reseller, jadi harganya pun juga beda. Kalau sistem titip jual itu misal produknya sudah habis terus saya mengisi kembali (*restock*) kalau ini biasanya saya jualan di Rest Area Tol Boyolali. Kalau sistem titipan itu saya yang membuka jasa titipan, misalnya dari tetangga atau siapa saja yang buat makanan dari olahan berbahan dasar susu kayak krupuk susu, dodol susu dan sebagainya itu bisa dititipin ke saya, kalau ini biasanya kalo ada bazar atau pameran yang gede *mbak*. Sebenarnya saya bisa aja sih *mbak* buat makanan dari bahan susu itu tapi saya takutnya nanti waktunya engga ada, sekalian saja saya kasih ke tetangga, itung-itung saling membantu.” (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun selaku pemilik dan pengelola usaha).

Gambar 7. Produk yang akan Dikirimkan ke Pameran atau Bazar



Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2023

Hubungan yang terjadi pada Bapak Dedy Kurniawan menunjukkan bahwa semakin banyak hubungan atau jaringan sosial yang terjalin, maka akan memudahkan penjualan karena jejaring sosial sebagai

pelincin yang mana memudahkan penjualan. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Bapak Yanto yaitu:

“Saya sudah bekerja sama Pak Dedy sekitaran dua tahunan, dan Alhamdulillahnya kerja sama ini tidak terputus dan masih berjalan sampai saat ini. Misalnya dari Bapak Dedy ini, kalau ada pengusaha susu yang lagi mencari bahan baku hasil susu sapi asli, Bapak Dedy memperkenalkan saya pada teman sesama usaha produk susu, makanya hubungan saya sama beliau cukup dekat dalam bisnis ini.” (Wawancara dengan Bapak Yanto, 42 tahun selaku *supplier* bahan baku).

Tidak hanya hubungan sosial yang terjalin antara pemilik usaha dengan pemasok bahan baku, tetapi hubungan yang terjalin dengan tenaga kerja juga menjadi faktor pendorong usaha *home industry* tersebut semakin berkembang dan melakukan ekspansi di wilayah-wilayah yang ada di Kabupaten Boyolali. Faktanya hubungan jejaring yang terjalin antar tenaga kerja *home industry* masih memiliki ikatan darah ataupun ikatan kekerabatan, seperti yang diutarakan dari hasil wawancara dengan Bapak Eko Supriyanto yaitu:

“Rata-rata yang kerja di sini itu masih saudara sendiri ya kayak saya ini ipar dari Pak Dedy. Dan Alhamdulillahnya berkat bantuan dari tetangga usaha susu ini masih berjalan sampai saat ini dan terus berkembang.” (Wawancara dengan Bapak Eko Supriyanto, 45 tahun selaku pengirim produk).

Bentuk modal sosial jaringan kekerabatan di sini adalah pada keberlangsungan usaha *home industry* Boyolali Freshmilk dari proses produksi hingga proses pemasaran, yang mana tenaga kerja untuk membantu produksi dan pemasaran masih memiliki ikatan yaitu keluarga dan tetangga. Jaringan sosial tidak hanya sesama tenaga kerja saja, tapi jaringan sosial juga terjadi di antara para pembeli yang terlihat dari hasil wawancara dengan Ibu Afif yaitu:

“Saya itu suka susu sapi dan saya menemukan susu yang enak, kental dan tanpa pengawet ya di produk Boyolali Freshmilk ini. Selain itu juga saya juga bisa melihat proses pengolahan. Awalnya anak saya yang masih SD itu pengen liat peternakan sapi, dan akhirnya saya dapat rekomendasi teman di Boyolali ya produk susu ini. Dan sebelum saya

menemukan produk susu ini kebanyakan yang saya temuin itu pasti susunya cepat basi dan rasa pengawet yang kuat atau kadang masih bau *prengus*. Jadi kalau saya main ke Solo atau daerah sekitar saya sempatkan mampir ke Boyolali, karnakan di tempat saya belum ada peternakan seperti ini.” (Wawancara dengan Ibu Afif, 44 tahun selaku pelanggan tetap yang berasal dari Demak).

Gambar 8.

Konsumen yang sedang Menikmati Produk Boyolali Freshmilk



Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2022

Berdasarkan wawancara di atas hubungan yang terjalin dengan konsumen menggambarkan hubungan yang baik, dimana konsumen memberikan review atas produk yang telah dinikmati dan keterbukaan pemilik usaha atas produk yang dimiliki serta diperbolehkan bagi pengunjung dan pembeli untuk melihat pembuatan susu secara langsung. Sebagaimana yang dijelaskan Mitchell dalam Damsar dan Indrayani (2016) bahwa jaringan sosial dapat didefinisikan pada tingkat individu sebagai jaringan hubungan yang kompleks antara banyak individu yang bercirikan saling menghormati dan toleransi. Dari segi struktur, jaringan sosial dipandang sebagai jaringan sosial yang meningkatkan atau memfasilitasi kemampuan orang untuk terlibat dalam berbagai aktivitas sosial dalam konteks struktur sosial. Demikian pernyataan di atas memberikan arahan yang berguna untuk memahami bagaimana struktur sosial memengaruhi kemampuan individu agar berfungsi.

3. Norma Sosial

Putnam (1993) menjelaskan bahwa proses kerja sama antar jaringan dan individu merupakan komponen yang penting pada kepercayaan. Selain itu, dalam hubungan kerja sama sangatlah dibutuhkan sebuah norma dalam mengikat sebuah hubungan agar tidak timbul hal-hal yang dapat menimbulkan prasangka curiga dan konflik. Norma yang baik akan menciptakan jaringan yang luas dan ketika norma dan jaringan itu sudah didapatkan maka terjadilah kepercayaan yang kuat antar satu sama lain. Ketika ini terjadi, semua pihak akan sama-sama diuntungkan. Pelaku usaha diuntungkan oleh pembeli berupa mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya yang laku terjual dan *home industry* berupa terjualnya barang dagangan pelaku usaha.

Terdapat norma-norma atau aturan-aturan yang berlaku dalam *home industry* Boyolali Freshmilk, dimana norma tersebut berfungsi sebagai pengendali perilaku masyarakat khususnya dalam *home industry* Boyolali Freshmilk untuk kelangsungan dan kelancaran kegiatan pengelolaan *home industry*. Terbentuknya norma sebagai cara untuk mengatur individu dalam bertindak dan mengikat atas perjanjian ikatan kerja sama serta untuk meminimalisir pertikaian. Kegiatan kerja sama ini sama halnya dengan pertukaran sosial, yang mana peran dari pertukaran sosial ini ada dalam pengelolaan bentuk jaringan, oleh karena itu norma-norma tersebut berkaitan erat dengan kepercayaan dan jaringan. Sesuai konteks di atas, unsur norma sosial ini terkait akan aturan-aturan sosial yang telah ditetapkan dan disepakati bersama sebagai pijakan kerja sama yang harus saling ditaati dan dijalankan bersama. Berikut bentuk-bentuk norma sosial yang berlaku di *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok sebagai berikut:

a. Aturan untuk Pelaku Usaha

Norma yang berlaku dalam usaha *home industry* Boyolali Freshmilk adalah peraturan yang dibuat oleh *home industry*

agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti penipuan dan lain-lain yang bersifat merugikan pihak *home industry* dan pembeli. Apabila pelaku usaha membuat kecurangan kepada pembeli nantinya akan menimbulkan seperti yang dinyatakan oleh pelaku usaha *home industry* Boyolali Freshmilk yaitu Bapak Dedy Kurniawan sebagai berikut:

“Dalam berbisnis itu ndak mudah *mbak*, makanya itu saya buat atau menetapkan aturan untuk saya sendiri sebagai pengelola industri minuman susu sapi ini *mbak*. Yang pertama itu harus dan tetap mempertahankan kualitas susu ini.” (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun selaku pemilik dan pengelola usaha).

Dari penjelasan informan di atas menjelaskan bahwa pelaku usaha *home industry* Boyolali Freshmilk tidak bisa seenaknya dalam berjualan semua itu karena ada aturannya dan penjual yang baik pun seharusnya tidak asal menolak permintaan pembeli, harus dijelaskan terlebih dahulu kendalanya kepada pembeli setelah pembeli setuju barulah pembeli atau pelaku usaha *home industry* membatalkan pesanan.

b. Aturan untuk Pemasok Bahan Baku

Pemasok dalam *home industry* Boyolali Freshmilk ini merupakan pemasok bahan baku susu sapi asli tanpa campuran apapun, dimana dalam berjalannya industri pemasok memiliki andil yang sangat besar, hal ini dikarenakan tanpa adanya pemasok bahan baku proses produksi tidak akan berjalan. Pemasok memiliki jaringan usaha atau relasi usaha yang sangat kuat, yang mana dalam jaringan yang terjalin tersebut tidak bisa terlepas dari kepercayaan dan juga aturan-aturan yang menjalin hubungan tersebut. berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yanto bahwasanya:

“Sebelum saya melakukan transaksi dengan para pengambil susu, biasanya kita buat janji dulu *mbak*

lewat lisan aja biar nantinya tidak menimbulkan permasalahan. Di sini saya menjual hasil susu sapi setelah diperah itu Rp. 5.500-7.500 perliter tergantung jenis ember (*milkcan stainless*) yang digunakan. Tapi sekarangkan BBM lagi naik-naiknya ya *mbak*, jadi saya mau tidak mau juga harus menaikkan harga. Yang sebelumnya cuman Rp. 5.500 sekarang jadi Rp. 8.500 perliternya sesuai ember yang dipesan. Belum lagi harga kebutuhan sapi (vitamin, cek kesehatan, pemerah susu, dan lainnya) juga ikut naik. Banyak juga pengambil susu pada komplain katanya kok harganya naik inilah itulah, ya abis mau gimana lagi sayakan juga engga mau rugi, jadi saat ini cuman beberapa saja pengambil susu yang masih bekerja sama saya.” (Wawancara dengan Bapak Yanto, 42 tahun selaku supplier bahan baku).

Peraturan yang berlaku di *home industry* Boyolali Freshmilk untuk pemasok bahan baku adalah terdapat perjanjian kontrak secara lisan yang harus ditaati dan dijalankan antara pengambil susu dan pemasok bahan baku, yang mana harga yang telah ditentukan sebelumnya dapat berupa seiring kondisi yang memungkinkan.

c. Aturan untuk Tenaga Kerja

Terdapat aturan yang berlaku di usaha *home industry* Boyolali Freshmilk untuk para tenaga kerja, berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan bahwasanya:

“Yang namanya kerja ikut orang itu pasti ada aturannya *mbak*, adanya aturan itukan biar orang-orang itu engga seenaknya sendiri. Kalau dari sini aturan untuk tenaga kerjanya itu yang penting masuk tepat waktu dan jujur. Kalau untuk potong gaji sih engga ada *mbak*, palingan langsung diberhentikan. Soalnya dulu ada pembeli yang wadul sama saya kok harga di sini jauh lebih mahal daripada harga di warung sebelah padahal masih satu tempat. Nah dari situ saya usut ternyata ada satu orang penjaga outlet yang engga jujur sama pembeli, dia jual produk diatas harga produk yang sudah ditentukan. Terus juga ada yang ngaku-ngaku masuk masuk kerja pas saya liat di CCTV dianya

bolos kerja, ya saya berhenti, dan dari situ saya buat *shif* untuk jam kerjanya. Saya sih engga masalah kalau dia engga masuk kerja asal dia bilang ke saya alasannya kenapa. Mulai dari situ saya kudu lebih memperhatikan dan sering ngecek ke tempat penitipan produk.” (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun selaku pemilik dan pengelola usaha).

Sistem kerja yang berlaku dalam *home industry* Boyolali Freshmilk adalah sistem lepas kerja, yang mana pemberian upah biasanya diberikan secara langsung setelah proses pengerjaan atau penjualan produk. Hitungan jam menjadi sistem pengupahan untuk tenaga kerja. Pemberian upah bersih dan pemberian uang makan apabila sehari penuh (*full time*), namun apabila hanya setengah hari hanya pemberian upah saja tanpa pemberian uang makan. Perlu diketahui bahwa dalam pemberian upah ini hanya untuk tenaga kerja bagian penjagaan outlet, dimana upah diterima pasca selesai waktu yang telah ditentukan.

d. Aturan untuk Konsumen

Tidak hanya pemilik usaha dan tenaga kerja yang memiliki aturan, namun konsumen juga memiliki serangkaian aturan yang harus diikuti dan disetujui oleh konsumen. Hal ini dilakukan untuk mengurangi konflik antar pelaku usaha dengan pembeli saat transaksi penjualan berlangsung dan pelaku usaha dengan pembeli sama-sama merasa nyaman. Seperti hasil wawancara yang diutarakan oleh Bapak Dedy Kurniawan bahwasanya:

“Kalau untuk pelanggan yang membeli borongan saya kasih bonus satu botol untuk pembelian sepuluh botolnya. Tapi kalau untuk *reseller* saya tidak kasih bonus, dikarenakan kalau harga *reseller* saya sudah potong harga jadi Rp 8.500-9.000 perbotolnya.” (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun selaku pemilik dan pengelola usaha).

Home industry Boyolali Freshmilk memiliki strategi pemasaran dengan minimal pembelian sepuluh produk susu Boyolali Freshmilk atau pemesanan dalam jumlah banyak akan mendapatkan potongan harga dan gratis beberapa produk susu, sesuai jumlah pembeliannya.

B. Kegiatan dan Pengelolaan pada Boyolali Freshmilk

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kegiatan bermakna sebagai aksi, kesibukan, aktivitas, usaha atau pekerjaan yang dilakukan individu atau kelompok, umumnya kegiatan biasa dilakukan dengan alasan tertentu dikarenakan suatu kegiatan itu bukan barang. Menurut Anton M. Mulyono aktivitas atau kegiatan adalah segala hal yang dilaksanakan atau yang terjadi baik secara jasmani (fisik) maupun rohani (non-fisik) (Pengajarguru, 2022).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengelolaan bermakna sebagai proses, cara atau mengelola, jadi pengelolaan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang membantu dengan menggerakkan tenaga orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Definisi pengelolaan menurut GR Terry merupakan suatu proses yang terdiri dari tindakan, perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilaksanakan untuk menentukan dan mencapai target yang telah ditentukan melalui pendayagunaan sumber baik sumber daya manusia ataupun sumber lainnya (Pelayanan publik, 2021).

Diketahui bahwa di Desa Jelok Kecamatan Cepogo terdapat *home industry* yang bergerak di bidang pangan yang mana dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, dimana *home industry* atau usaha industri rumahan tersebut mengubah dan mengolah bahan mentah menjadi bahan yang bernilai jual untuk memperoleh keuntungan. *Home industry* Boyolali Freshmilk menjadi tempat bagi masyarakat yang diharapkan dapat memberikan keuntungan positif baik segi sosial dan ekonomi, keuntungan positif yang diperoleh masyarakat berupa adanya

lapangan pekerjaan dan kegiatan yang menghasilkan serta menyongkong kesejahteraan individu masyarakat.

Berdasarkan informan yang telah ditetapkan peneliti akan menggali informasinya, peneliti juga telah mengkategorikan tiga (3) sub-bab dari kegiatan dan pengelolaan *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok yaitu kegiatan pameran atau bazar, wisata edukasi, dan waktu pengelolaan susu sapi.

1. Kegiatan Pameran atau Bazar

Gambar 9. Bazar Produk Lokal Boyolali



Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2022

Pada gambar di atas adalah kegiatan bazar produk lokasi Boyolali dalam rangka memperingati HUT DPRD Kabupaten Boyolali ke-72. Melalui kegiatan pameran atau bazar tersebut pelaku usaha bisa memanfaatkan modal sosial yang ada yaitu berupa relasi jaringan sosial. Adanya hubungan jaringan sosial tersebut dapat memberikan informasi mengenai waktu diselenggarakannya pameran atau bazar. Terdapat dua metode pemilik usaha Boyolali Freshmilk mendaftar pameran atau bazar yaitu penyelenggara mengkonfirmasi ke pemilik usaha dan pemilik usaha mendaftar mandiri, biasanya informasi pameran atau bazar didapatkan dari WhatsApp Group (WAG) atau pamflet dari Instagram.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nafi, 37 tahun selaku penjaga stand di bazar bahwasanya adanya pameran atau bazar ini sangat membantu dan menguntungkan, dimana tidak hanya warga lokal Boyolali saja yang dapat mencoba dan menikmati produk Boyolali Freshmilk tetapi warga luar Boyolali juga dapat menikmati susu dengan varian rasanya.

2. Wisata Edukasi

Dilansir dari wisatasekolah.com (2020) bahwa wisata edukasi atau wisata pendidikan adalah suatu program yang memadukan antara unsur kegiatan wisata yang muatan pendidikan di dalamnya, dimana program ini menjadi kegiatan tahunan atau ekstrakurikuler yang memiliki kualitas dan berbobot. Pada anak-anak sekolah program ini dikenal dengan sebutan PLS (Pendidikan Luar Sekolah) yang mana para siswa-siswi belajar di luar sekolah. Usaha *home industry* Boyolali Freshmilk ini menjadi salah satu tempat bagi anak-anak menjalankan program PLS tersebut, yang mana usaha *home industry* ini mengajarkan kepada anak-anak akan proses pembuatan susu dan manfaat meminum susu sapi, seperti hasil wawancara dari Ibu Nafi yaitu:

Tidak hanya dari anak-anak sekolah saja yang dapat belajar usaha tersebut, seperti pernyataan hasil wawancara yang dikatakan Ibu Nafi yaitu:

“Saat ini kami juga kedatangan pengunjung yang ingin atau mau belajar mengolah susu sapi. Biasanya anak-anak sekolah SD/PAUD yang mengunjungi rumah kami *mbak*, tapi semakin kesini ndak cuman anak-anak aja. Para orang tua atau ibu-ibu PKK juga ada yang kunjungan ke sini.” (Wawancara dengan Ibu Nafi, 37 tahun selaku pengelola dan produksi susu Boyolali Freshmilk).

Gambar 10. Kunjungan Ibu-Ibu PKK ke *Home Industry* Boyolali Freshmilk



Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2021

Kunjungan ini tidak hanya berupa kunjungan membeli oleh-oleh akan tetapi juga berupa edukasi atau pengetahuan akan cara-cara mengolah susu sapi sebagai bentuk pendidikan yang dapat diambil dari kunjungan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha susu bahwasanya setiap ada kunjungan harus sudah membuat janji dua atau tiga hari sebelumnya karena untuk menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan. Ketika proses pengenalan produk dilakukan oleh pemilik usaha langsung mulai dari pemerahan susu di kandang sapi, pemasakan, pengemasan dan penjualan.

3. Media Pemasaran Produk Boyolali Freshmilk

Pemasaran atau penjualan adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan individu atau kelompok untuk menarik para konsumen, pemasaran juga dikenal sebagai promosi yaitu memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen (Haryanto, 2022).

Menurut Dave Chaffey pemasaran secara online (daring) yaitu menerapkan teknologi digital yang membentuk saluran online (seperti web, database, e-mail, dll) untuk kontribusi pada kegiatan penjualan yang ditujukan untuk mencapai perolehan dan retensi pelanggan yang menguntungkan, singkatnya

pemasaran online adalah mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi digital, yang mana *e-marketing* dapat mengidentifikasi, mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien (Mustafi, 2011). Damsar dan Indrayani (2018) juga menyebutkan gerai daring atau biasa yang dikenal dengan sebutan *online shop*, dimana gerai daring merupakan salah satu sistem belanja secara maya yang mana pembeli dapat bisa mengajukan berbagai pertanyaan terkait produk dan harga pada penjual melalui chat atau pesan suara. Ciri utama dari gerai daring ini menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Google Maps.

Menurut Smith dan Chaffey dalam Iswani (2019), pemasaran secara offline (*luring*) dibutuhkan usaha lebih, seperti lebih banyak tenaga yang memakan uang (biaya bensin atau transportasi umum) dan waktu (bersiap-siap atau waktu tempuh), meskipun begitu pemasaran secara offline memiliki sisi baik dimana pembeli dapat merasakan produk di tangan dan memastikan kualitasnya sesuai standar yang diinginkan.

Sesuai konteks di atas, media pemasaran atau penjualan yang diterapkan dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok menggunakan dua metode yaitu offline dan online. seperti hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Dedy Kurniawan selaku pemilik dan pengelola *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok yaitu:

“Tahun 2016 awal saya memulai usaha susu dan Boyolali yang memang memiliki potensi susu sapi ini perlu dimanfaatkan. Awal tahun itu saya pindah dari Semarang dan *stay* di Boyolali. Awalnya saya seminggu sekali atau sebulan sekali ke Boyolali karena saya waktu itu masih kerja kantor di Semarang, sampai akhirnya saya lebih memilih *resign* dan melanjutkan usaha susu ini. Waktu itu semua proses pengelolaan sampai penjualan masih manual (*keliling*) dan pakai plastik, jualan rumah ke

rumah, ke kerabat dan teman-teman dan nitip di warung-warung. Setelah saya lihat selama dua tahun itu, saya mulai beralih ke pengemasan yang lebih aman, higienis dan nyaman yaitu pakai botol ini, saat itu saya juga didukung sama Dinkop UKM Boyolali (pelatihan).” (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun selaku pemilik dan pengelola usaha).

Menurut pernyataan Bapak Dedy Kurniawan dalam hasil wawancara di atas bahwasanya campur tangan pemerintah ikut andil dalam proses pengembangan *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok ini. Peran dari pemerintah amat sangatlah membantu dan memfasilitasi tumbuh kembangnya usaha susu tersebut, dimana peran pemerintah sebagai jembatan bagi *home industry* Boyolali Freshmilk dalam mengembangkan usaha dan menyambung relasi baik dengan sesama pengusaha susu maupun anggota industri. Kegiatan pameran atau bazar yang diadakan pemerintah menjadi akses informasi keluar publik dan berkontribusi dalam perkembangan kemajuan *home industry* Boyolali Freshmilk ini.

Pernyataan Bapak Dedy Kurniawan diperkuat dengan hasil wawancara Ibu Nafi yaitu:

“Ya *mbak*, saya dan suami mulai jualan *door to door*. Setiap pagi jam 3 sampai jam 4 kita sudah bungkusin susu ini di plastik *mbak*, saat itu cuma ada rasa susu manis dan original jadi banyak pelanggan yang cepat bosan. Setelah dua tahun masa itu, kita mulai mencoba berbagai rasa buah di dalam susu dan pengemasan susu sudah pakai botol yang lebih aman.” (Wawancara dengan Ibu Nafi, 37 tahun selaku pengelola dan produksi).

Gambar 11.

Kemasan Produk Terbaru



Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022

Gambar 12.

Kemasan Produk Lama



Sumber: Dokumentasi Boyolali Freshmilk, 2019

Jenis pemasaran produk dalam *home industry* susu Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali yaitu menggunakan dua metode offline dan online. Pada metode offline pemilik usaha *home industry* Boyolali Freshmilk mulanya menitipkan produk-produk susu sapi di warung-warung terdekat atau penjualan rumah ke rumah (*door to door*), yang mana pada saat itu kemasan produk masih menggunakan plastik. Namun seiring banyaknya peminat susu Boyolali Freshmilk ini, pemilik usaha beralih ke media botol plastik yang mana itu dilakukan untuk memikat pelanggan lebih banyak dan resiko terjadi kerusakan atau kesalahan produk lebih minim, seperti yang kita ketahui bahwa media plastik lebih mudah pecah dibandingkan dengan media botol plastik yang lebih awet. Perubahan segi kemasan (*packaging*) produk susu Boyolali Freshmilk dapat dilihat sebagai pada gambar di atas.

Sampai saat ini pesanan produk susu yang diterima usaha *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok dari konsumen banyak dari media WhatsApp, Google Maps dan Instagram,

dimana media tersebut banyak digunakan dan fitur-fitur pada media tersebut mudah dipahami. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang disampaikan Bapak Topik yaitu:

“Saya menemukan produk ini awalnya dari saya pengen nyoba minum susu terus saya carilah tempat yang menjual susu sapi. Saya cari-cari di Google Maps dan ketemu tempat Boyolali Freshmilk ini terus saya japri lewat WhatsApp. Sebenarnya di Surabaya juga ada yang jualan susu tepatnya di bagian Barat dan Timur (Kab. Pasuruan, Malang, Batu dan sekitarnya) tapi saya pengen aja nyoba susu di sini. Mbak tau gak pabrik Greenfield di Surabaya, salah satu penyumbang susu itu ya dari Boyolali ini. Berita itu saya makin penasaran sama susu Boyolali. Saya sudah mencoba beberapa macam susu murni di Kota wisata lain dan menurut saya susu di Boyolali ini masih murni, rasanya creamy dan lezat. Di sepanjang perjalanan ke lokasi banyak sekali ditanam rumput gajah mungkin ini juga yang jadi salah satu faktor mempengaruhi kualitas susu. Susu ini juga cocok kok dijadiin oleh-oleh khas Boyolali.” (Wawancara dengan Bapak Topik, 47 tahun selaku pelanggan tetap yang berasal dari Surabaya).

Pemesanan online juga membutuhkan unsur kepercayaan, dimana menurut Damsar dan Indrayani (2016) kepercayaan pada dasar virtual membutuhkan tiga lingkungan yang ada dalam masyarakat saat ini, yaitu alat simbolik, hubungan personal dan tujuan masa depan. *Pertama*, alat simbolik menjadi salah satu sistem dalam pasar virtual adalah uang yang sebagai salah satu objek sekaligus tujuan dari pertukaran pasar. Sistem pengalaman pemasaran virtual memiliki ketergantungan pada sistem transaksional yang mencakup sistem informasi manajemen berbasis website, termasuk pemesanan, pembayaran dan pengiriman. Semakin tinggi tingkat pengetahuan pembeli di pasar, semakin tinggi pula kepercayaan pembeli di pasar tersebut. Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat didorong dengan adanya pengelolaan keuangan pihak

ketiga dalam bentuk rekening atau sejenisnya. *Kedua*, lingkungan hubungan personal di pasar virtual diasosiasikan dengan keterbukaan informasi dan kejujuran dalam bertransaksi, maka hubungan personal ini mengikuti arus informasi yang bergerak begitu cepat dan masif di pasar virtual. *Ketiga*, tujuan masa depan dari sistem kepercayaan di pasar virtual terkait dengan konten pasar virtual itu sendiri, pasar virtual menawarkan banyak hal kepada konsumen seperti efisiensi waktu, harga rendah, tidak ada kemacetan dan banyak pilihan. Demikian, pasar virtual merupakan pasar masa depan karena dipandang sebagai pasar masa depan, sehingga pasar virtual itu sendiri mengandung lingkungan kepercayaan.

BAB V

DAMPAK MODAL SOSIAL DALAM *HOME INDUSTRY* “BOYOLALI FRESHMILK”

A. Dampak Kepercayaan dalam *Home Industry* Boyolali Freshmilk

Sesuai apa yang dikemukakan oleh Putnam, terdapat unsur-unsur dalam modal sosial salah satunya unsur kepercayaan yang mana peneliti akan menilik unsur tersebut di *home industry* Boyolali Freshmilk. Adanya unsur kepercayaan dapat melicinkan transaksi dan dapat menjadi pelumas dalam jaring-jaring sosial, unsur kepercayaan ini juga menurunkan biaya produksi dan menurunkan masalah kerugian.

1. Tumbuhnya Kepercayaan

Tiga unsur dalam modal sosial berupa kepercayaan (*trust*), jaringan sosial (*network*), dan norma sosial memiliki fungsi yang saling terlilit satu sama lain dalam strategi *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok, akan tetapi dalam perhatian tersebut ada unsur yang menguasai strategi *home industry* Boyolali Freshmilk berupa unsur kepercayaan. Ketika unsur kepercayaan tinggi dan didasarkan pada jejaring sosial yang kuat antar komponen industri, pengusaha dalam proses produksi memiliki akses mudah ke modal, bahan baku, dan tenaga kerja (Fitriawati, 2010).

Unsur kepercayaan (*trust*) yang dibangun oleh masyarakat akan sangat memudahkan karena kepercayaan bersifat sebagai pelicin dan pelumas antar individu ataupun kelompok. Kepercayaan adalah keadaan yang dapat dipercaya atau diibaratkan sebagai minyak untuk melicinkan transaksi ekonomi dan sosial yang tanpanya sangat mahal dan memakan banyak waktu. Kepercayaan menjadi pengaruh yang sangat penting dari norma kolaboratif yang menghasilkan modal sosial (Fitriawati, 2010).

Terdapat pengharapan yang diinginkan dalam *home industry* Boyolali Freshmilk adalah kejujuran dan keseriusan dalam

pengharapan proses produksi susu sebagai bentuk tanggung jawab atas kepercayaan yang telah terbentuk dalam relasi antar komponen pada masyarakat tersebut. Berdasarkan pernyataan Ibu Nafi dalam hasil wawancaranya yang mengatakan rasa kepercayaan itu memiliki kekuatan yang mumpuni yang sangat penting dalam proses mengembangkan usaha Boyolali Freshmilk ini, adanya rasa saling percaya ini akan memudahkan bagi pelaku industri (pemilik, pemasok bahan baku, tenaga kerja) menjalin hubungan dalam berbagai akses. Misalnya dalam relasi pemilik usaha industri dengan pemasok bahan baku meminta bayaran diawal dalam transaksi susu sapi asli, yang mana dapat menggambarkan bagaimana kepercayaan berperan sangat penting dalam perolehan modal pada *home industry* Boyolali Freshmilk.

Penuturan Ibu Nafi di atas sama halnya dengan penuturan Bapak Yanto bahwa:

“Ketika saya memulai bisnis susu ini, saya menerapin sistem barang boleh diambil dulu baru bayar kemudian. Saya nerapin ini biar pembeli mempercayai saya. Kalau pembeli sudah percaya saya akan lebih mudah dalam mempromosikan susu perah ini. Biasanya pembeli pesan susu dulu mau berapa liter dan mau ukuran ember (*milkcan stainless*) yang berapa liter, setiap pukul 06.00-08.00 atau 13.00-14.30 saya nunggu pembeli yang mau ambil barang, kalau sudah tidak saya akan setor ke KUD karena susu sapi setelah pemerahan tidak boleh terkontaminasi sama benda asing terlalu lama dan akan mempengaruhi kualitas susu itu. Tapi semakin tahun dan barang juga semakin naik (harga) saya sudah tidak menerima sistem itu karena itu memberatkan biaya dan rugi di saya. Sampai saat ini saya hanya memberlakukan bayar di tempat sekalian mengambil barang (susu sapi), kalau mau pakai jasa diantar juga bisa tapi ada biaya tambahan.” (Wawancara dengan Bapak Yanto, 42 tahun selaku *supplier* bahan baku).

Sistem pembayaran uang muka diawal memiliki keuntungan tersendiri, dimana pembayaran uang muka bertindak sebagai ikatan dan memperkuat kepercayaan pemasok kepada pengusaha, dengan uang muka, pemerah susu sapi tidak menjual susu penjual lain atau

disetorkan ke KUD yang mana untuk mempererat rasa saling percaya antar pengusaha (pengusaha produk susu dan pengusaha susu sapi perah (Fitriawati, 2010).

Peranan *social capital* ini berdampak langsung pada kelangsungan usaha susu, khususnya *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok. Adanya unsur kepercayaan yang dikelola dan dijaga menunjukkan bahwa terdapat sesuatu *link* (jaringan) antar individu atau kelompok yang saling berinteraksi. Hal tersebutlah juga terlihat dalam *home industry* Boyolali Freshmilk, dimana antar pengusaha maupun tenaga kerja melangsungkan suatu kerja sama.

2. Hubungan Sosial Antar Peran

Kepercayaan dalam pengembangan *home industry* Boyolali Freshmilk dapat merekatkan hubungan setiap anggota peran industri (tenaga kerja, *supplier* bahan baku dan lainnya) karena dalam terbentuknya sebuah kepercayaan memerlukan waktu yang lama yang di dalamnya terdapat interaksi antar anggota komponen industri tersebut (Fitriawati, 2010). Seperti yang terlihat dalam hubungan relasi antar anggota sebagai berikut:

a. Tenaga Kerja

Selain modal dan bahan baku, *home industry* Boyolali Freshmilk ini membutuhkan tenaga kerja dalam proses produksinya yang mana untuk melakukan beberapa pekerjaan, peran tenaga kerja di sini adalah memproduksi, pengemasan, pengiriman, penjagaan outlet dan pemasaran (Fitriawati, 2010).

Tabel 9.

Waktu Operasional *Home Industry* Boyolali Freshmilk

Waktu	Kegiatan	Peran
06.00-08.00 atau 13.00-14.30	pengambilan susu di kandang setiap 2-3 hari sekali	Pengelola dan produksi

05.00-06.00	Pengiriman produk	Tenaga kerja
06.30-11.00	Penjagaan outlet	Tenaga kerja (<i>shif</i> 1)
11.30-12.30	Istirahat	-
13.00-15.30	Penjagaan outlet	Tenaga kerja (<i>shif</i> 2)

Sumber: Data Pribadi, 2023

Tabel di atas adalah waktu operasional *home industry* Boyolali Freshmilk sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Wiratman bahwasanya proses produksi, pengemasan dan pengiriman dilakukan langsung oleh tangan pemilik dan pengelola usaha, akan tetapi pengiriman atau penyetoran produk juga dilakukan oleh tenaga kerja lainnya jika pemilik usaha sedang berhalangan atau banyak pesanan. Pada penjagaan susu di outlet-outlet dilakukan dengan sistem *shif* atau pergantian jam, yang mana hanya diberlakukan dua *shif* pagi dan siang menjelang sore, setelah itu susu akan dimasukkan kembali ke lemari pendingin untuk tetap terjaga suhu dan kualitas susu tersebut.

Berdasarkan pernyataan Bapak Wiratman di atas, pada tahapan ini, kepercayaan memainkan peran yang sangat penting untuk menyelesaikan serangkaian proses produksi, dimana pemilik juga membantu mengolah dan menyiapkan bahan dasar untuk pembuatan produk. Kemudian proses selanjutnya memerlukan bantuan tenaga kerja proses pengiriman atau penyetoran produk untuk dikirimkan ke pemesan dan outlet-outlet. Pada tahapan penjagaan outlet, sudah sepenuhnya dilakukan oleh tenaga kerja yang telah terbagi menjadi dua *shif* untuk outlet biasa, sedangkan untuk penjagaan di Rest Area menggunakan 4 *shif* dikarenakan 24 jam kerja.

Selain itu, dampak positif yang diterima para tenaga kerja adalah adanya ilmu yang tersalurkan dari pemilik usaha ke tenaga

kerja. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Eko Supriyanto dalam hasil wawancaranya yaitu:

“Saya menjadi karyawan dalam usaha susu ini sudah berjalan empat tahun terakhir ini *mbak*. Sebelumnya saya pernah coba-coba jualan susu buatan sendiri dan ternyata sepi peminat, mungkin saat itu pengetahuan saya masih minim jadi jualan saya belum maksimal. Hingga saya kerja ikut orang sampai sekarang ini saya dapat ilmu yang belum pernah saya dapatkan. Banyak pantangan yang engga boleh serampangan saat mengolah dan menjual susu sapi ini.” (Wawancara dengan Bapak Eko Supriyanto, 45 tahun selaku pengirim produk).

Sesuai uraian di atas, terdapat dampak positif yang diperoleh tenaga kerja yang mana pada proses penyaluran ilmu tersebut dilakukan untuk memberikan pengetahuan bahwa usaha susu sapi memiliki rawan resiko jika dilakukan sembarang yang mana dapat menurunkan kualitas dan tentunya akan mempengaruhi aspek penjualan di pasar.

b. Pemasok Bahan Baku

Gambar 13.

Peternakan Susu Sapi Perah di Desa Jelok



Sumber: Data Pribadi, 2023

Pada proses produksi *home industry* Boyolali Freshmilk, tanpa bahan baku proses produksi akan terhenti dan industri tidak akan berkembang. Menurut pernyataan Bapak Yanto selaku

pemasok bahan baku, mulanya perdagangan antara pengusaha produk susu dan pemasok bahan baku menggunakan transaksi ambil barang dulu baru bayar, dimana pengusaha produk yang tidak dapat membayar susu perah, biasanya pengusaha memproduksi produk susu terlebih dahulu dan perhitungan pembayaran dilakukan saat produk susu telah terjual. Akan tetapi, saat ini sistem tersebut telah jarang diterapkan oleh pemasok bahan baku dikarenakan biaya pembengkakan terjadi pada pemasok bahan baku. Jadi sampai saat ini setiap pengusaha produk susu harus membayar bersamaan diserahkannya susu sapi.

Sistem pembayaran yang bersamaan diserahkannya barang menjadi suatu kesepakatan yang tidak akan merugikan salah satu pihak, dimana ketika pemasok bahan baku mendapat pemesanan itu berarti pemesan telah menyetujui aturan yang telah berlaku.

c. Konsumen

Kepuasan konsumen juga tercermin dari keuntungan penjualan produk. Menurut Saladino (2003), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang individu ketika membandingkan impresinya (pengaruh) terhadap keefektifan produk (hasil) dengan harapannya. Walaupun dalam kehidupan bisnis terdapat konsep bahwa 'pembeli adalah raja', namun tidak sepenuhnya, dimana arti kata tersebut adalah sebagaimana perusahaan memuskan kebutuhan konsumen, yang mana konsumen juga akan menguntungkan perusahaan. Karena menguntungkan kedua belah pihak, tidak ada yang merugikan siapa pun, sebaliknya pengusaha harus menjaga dan meningkatkan fungsi produk yang dibutuhkan saat ini seiring berjalannya waktu.

Berdasarkan pengakuan dari Ibu Afif dalam hasil wawancara yaitu:

“Saya salut dengan pemilik susu ini (Boyolali Freshmilk). Selain susunya yang enak, pemiliknya juga sangat ramah dan terbuka itu jugayang

membuat saya mengunjungi susu ini setiap tahunnya.” (Wawancara dengan Ibu Afif, konsumen dari Demak yang berusia 44 tahun).

Hubungan antara konsumen dengan pemilik usaha di *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok terjalin dengan baik, dimana banyak konsumen yang memberi masukan atau saran kepada pemilik usaha dan pihak pemilik usaha menerima dengan terbuka. Secara tidak langsung sikap yang ditunjukkan pemilik usaha membuat konsumen disegani karena keramahan dan mau menerima masukan dari para konsumen.

d. Pemerintah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan hubungan yang terjalin pengusaha susu dengan dinas pemerintah cenderung bersifat subjektif (individual), hal tersebut terjadi karena permintaan susu yang naik-turun dan menyebabkan perubahan status pengusaha menjadi pekerja, walaupun di dalam pelatihan tersebut dibuat untuk masyarakat manapun yang mau berusaha susu dengan kuota tertentu.

Pada pengusaha yang aktif menjalin hubungan dengan dinas pemerintah biasanya pengusaha tersebut memiliki pendidikan yang relatif baik, sedangkan pengusaha yang pendidikan rendah biasanya hanya menunggu datangnya bantuan pemerintah. Pada hal ini Kementerian Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Boyolali yang membantu dan memfasilitasi *home industry* Boyolali Freshmilk dan mendukung industri lainnya yang menjadi andalan UKM Kabupaten Boyolali.

Kementerian Perindustrian dan Perdagangan juga memiliki kegiatan, misalnya penggalian potensi yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada para pengusaha, salah satunya profesional di industri rumahan susu sapi untuk bertemu dan berkolaborasi dengan industri lain. Beginilah campur tangan

pemerintah untuk mendukung industri di Kabupaten Boyolali dalam memperoleh informasi yang luas.

e. Sesama Pelaku Industri/Daya Saing

Persaingan usaha yang sehat tentunya merupakan alat kinerja keuangan yang baik, tanpa itu persaingan tidak akan berkembang dengan baik. Persaingan yang sehat merupakan faktor penting dalam perkembangan industri yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan distribusi manfaat masyarakat (Saragih, 2021).

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan bahwasanya dalam bisnis usaha susu ini terdapat persaingan dengan sesama pengusaha susu, berikut hasil wawancaranya:

“Sayakan ikut grup usaha di Boyolali sama Semarang, dari grup usaha Boyolali ini itu beda banget sama grup satunya. Kalau grup usaha Semarang itu orang-orang di dalamnya itu saling mendukung, kompak dan suportif. Tapi kalau grup usaha Boyolali ini itu kurang suportif. Sayakan ikut dua sampai tiga grup usaha di Boyolali ya mbak. Grup ini tuh pada saling menjatuhkan, contohnya aja banyak orang-orang yang meniru produk saya. Saat itu saya sih engga masalah mau mereka mau niru. Tapi satu yang bisa mereka tiru dari saya yaitu pemasarannya. Makanya mereka yang meniru saya pasti engga bertahan lama karena mereka engga mempelajari sifat-sifat susu itu asal niru aja. Susu itu sifatnya bereaksi, jadi kalau dikasih buah atau apapun pasti rasanya bakal beda, ada yang asem atau kecut bahkan bisa meledak karena reaksi dari si susu itu.” (Wawancara dengan Bapak Dedy, 39 tahun selaku pemilik dan pengelola).

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, bahwasannya dalam segi daya saing dengan sesama pelaku industri terdapat dua sikap hubungan yang positif dan negatif. *Pertama*, pada grup bisnis WhatsApp Semarang para pelaku industri memiliki hubungan sosial yang sangat baik, dimana para pelaku industri sama-sama saling

mendukung satu sama lain akan hasil karya atau produk dari masing-masing industri, mereka saling kompak memajukan UKM bersama-sama. *Kedua*, pada grup bisnis WhatsApp Boyolali para pelaku industri memiliki hubungan sosial yang kurang baik, dimana para pelaku industri yang sama-sama bergerak dibidang yang sama cenderung saling menjatuhkan, dalam hal ini adalah usaha susu sapi. Kasus tersebut termasuk perilaku yang menyimpang yang mana terjadi adalah masalah peniruan produk yang telah dimiliki industri lain.

Berkaitan konflik di atas yang terjadi, menurut peneliti terjadinya perilaku-perilaku tersebut disebabkan kondisi lingkungan industri berada. Jika dikaji melalui tempatnya grup bisnis WhatsApp Boyolali didominasi masyarakat desa yang memiliki ternak sapi yang tentunya masyarakat akan memanfaatkan hasil susu sebagai mata pencaharian. Sedangkan grup bisnis WhatsApp Semarang kebanyakan hasil atau karya industri yang dihasilkan lebih beragam dan inovatif, selain itu masyarakat yang lebih modern membuat individu tersebut memiliki pikiran lebih terbuka.

B. Dampak Hubungan Jaringan Sosial dalam *Home Industry Boyolali Freshmilk*

Pada hakikatnya, terbentuknya jaringan sosial dikarenakan terdapat rasa saling percaya dan saling menginformasikan antar pihak, yang dalam kacamata sosiologi dapat dikatakan bahwa kita diartikan sebagai siapa seseorang yang kita kenal yang mana jalinan-jalinan di antara seseorang tersebut menjadi hubungan sosial yang lebih luas. Seperti halnya pernyataan yang telah dikemukakan oleh Robert D. Putnam bahwa nilai yang ditaati dan dijalankan dengan baik juga akan meningkatkan rasa kepercayaan, dimana unsur tersebut yang melingkupi nilai dan norma yang dimiliki bersama (Misbakhul, 2020). Secara segi kegiatan ekonomi, jejaring sosial termasuk dalam usaha industri rumahan susu sapi Boyolali Freshmilk, yang mana memiliki kedudukan yang sangat penting. Hal ini

dikarenakan tanpa adanya suatu jaringan sosial, usaha industri tersebut tidak akan dapat berkembang (Fitriawati, 2010).

1. Memperoleh Informasi yang Luas

Jaringan dapat membantu mendapatkan akses informasi tentang masalah apapun yang berkaitan dengan industri skala kecil. Misalnya biaya bahan baku, harga susu perliter, dan inovasi peralatan dan pembuatan susu yang lebih modern dan maju. Pada *home industry* susu Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali terlihat bahwasanya telah terjalin relasi atau hubungan yang cukup intens antara pemilik usaha dengan konsumen dan pemerintah setempat.

Meningkatnya penggunaan internet dan munculnya media sosial membuat masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai media berbagi informasi, misalnya penggunaan media sosial dalam pemasaran produk sebagai strategi dan memanfaatkan teknologi yang ada, serta pada grup-grup media sosial yang membebaskan anggotanya untuk berbagi informasi seputar usaha bisnis. Informasi yang dimiliki pemilik usaha berasal dari pemerintah yang membagikan informasi melalui media WhatsApp atau undangan, selain itu pemilik usaha mendapatkan informasi dari konsumen melalui saling bertukar kontak dan komunikasi silaturahmi yang terjalin baik. Pada akhirnya informasi yang dapat menunjang pemilik usaha melalui hubungan jaringan sosial yang terbangun akan lebih terkoordinasi karena telah terbangun interaksi antar individu dalam jaringan sosial tersebut.

2. Memperlancar Transaksi Jual Beli

Jaringan yang diperkuat dari kepercayaan dan norma mampu memfasilitasi lancarnya proses transaksi ekonomi, di sisi lain jaringan dengan keterlibatan warga yang memungkinkan munculnya solidaritas sangat kondusif bagi bekerjanya institusi dalam memberikan pelayanan.

Menurut Fitriawati (2010) jaringan dapat membantu untuk mendapatkan mitra usaha yaitu dengan bantuan jaringan sosial masyarakat akan lebih mudah mendapatkan mitra bisnis, misalnya pengusaha lebih mudah mengakses pemasok bahan baku karena telah terjalinnya hubungan sebelumnya. Selain hal tersebut jaringan juga sangat membantu dalam proses pemasaran bagi pengusaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan bahwa terbentuknya hubungan bisnis ini akan terlihat lancar, harmonis dan menguntungkan karena mereka saling membutuhkan untuk memajukan bisnis bersama, dengan seringnya pertemuan yang cukup sering, tentunya akan semakin mendekatkan para aktor dan secara pribadi lebih mengenal satu sama lain. Biasanya mereka berbagi pengalaman dan bertukar keluhan sehingga bisa memperbaiki hubungan sebagai teman atau kerabat dalam jangka panjang. Kedekatan hubungan inilah yang memberikan keuntungan berupa kemudahan dalam transaksi jual beli.

C. Dampak Norma Sosial dalam *Home Industry Boyolali Freshmilk*

Kehadiran norma atau nilai yang dihormati di dalam masyarakat merupakan salah satu syarat terbentuknya modal sosial, dimana norma atau nilai tersebut mendatangkan dampak terhadap maksud dan tujuan bersama yang dicapai. Nilai dan norma menjadi dasar terbentuknya modal sosial karena menjadi dasar dalam terbentuknya suatu hubungan timbal balik antar individu atau kelompok, oleh karena itu norma atau nilai dalam modal sosial selayaknya berawal dari hubungan yang baik yang tercipta dari proses interaksi yang intens. Norma sosial memiliki peranan dalam mencegah terjadinya perilaku menyimpang yang merugikan pihak-pihak terlibat. Norma sosial harus dibentuk dan ditingkatkan atau dikembangkan dari kerja sama sebelumnya karena norma tidak akan bisa muncul dengan sendirinya, agar norma sosial bisa diterapkan sebagai pendukung dalam proses kerja sama yang telah terjalin (Fukuyama, 2010).

Pada konteks ini, norma sosial yang berlaku dalam usaha industri rumahan susu Boyolali Freshmilk merupakan perjanjian atau persetujuan bersama serta badan hukum (hak cipta) dengan fungsi untuk mengatur dan menjaga korelasi antar pihak yang terlibat dalam *home industry* Boyolali Freshmilk, dimana dalam usaha industri tersebut terdapat beberapa fungsi norma sosial sebagai berikut:

1. Sanksi untuk Mengurangi Dampak Kerugian

Sanksi adalah ganjaran atau denda yang ditujukan bagi individu atau kelompok yang melanggar atau mengabaikan aturan (Jotopurnomo dan Mangoting, 2013). Tiap-tiap peraturan yang telah disepakati dan disetujui bersama harus dilakukan dengan baik dan tertib. Suatu masyarakat yang memiliki norma atau nilai yang baik maka masyarakat tersebut akan memenuhi segala aturan yang ada. Adanya norma yang dibuat dari kemufakatan bersama yang perlu ditaati dan dilaksanakan oleh setiap individu atau kelompok untuk melicinkan proses kerja sama.

Perlunya strategi yang tepat untuk mengurangi dampak-dampak yang merugikan pihak-pihak yang terlibat yang dalam hal ini adalah meminimalisir kesalahan. Kesalahan atau kekeliruan yang dimaksud disini adalah kesalahan yang disebabkan oleh anggota di dalam industri dan individu industri tertentu yang dapat berdampak negatif terhadap anggota peran industri lainnya, seperti penggunaan pengawet pada susu. Bahan baku yang kurang baik dapat menyebabkan hasil yang kurang baik juga, oleh karena itu perlunya strategi yang pas untuk mengurangi dampak yang dapat merugikan produk tersebut. Adanya norma di dalam interaksi antar anggota peran industri maka kesalahan-kesalahan tersebut tidak akan ada, akan tetapi apabila terjadi kesalahan atau kekeliruan keberadaan norma ini akan menjadi sanksi, yang mana menjadi alat yang dapat mencari jalan tengah dan keadilan bersama. Apabila dikontekskan dalam contoh kesalahan atau kekeliruan di atas maka sanksi yang akan diterima adalah dengan

pemutusan kontrak kerja dengan tenaga kerja atau pemasok bahan baku (Fitriawati, 2010).

Berikut pernyataan hasil wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan yaitu:

“Seperti yang tak bilang tadi mbak, kalau saya nemuin kecurangan dan ketidakjujuran dalam karyawan saya, saya akan segera memutuskan hubungan kerjanya. Saya tidak mau bekerja sama mereka yang tidak bisa komitmen sama rekannya, itu akan sangat merugikan saya dan kepercayaan pembeli ke produk saya akan hilang. Produk sayakan tanpa pengawet jadi kualitasnya harus tetap terjaga biar sama-sama enaknya diajak kerja sama. Kalau misal dibahan baku aja ada kecurangan (dikasih air atau pengawet) itu pasti para pembeli pada komplain dan saya harus segera cari pemerah susu yang lain lagi biar tetap bisa produksi susu ini. Saya juga belum lama ini mendaftarkan produk saya ke badan hukum untuk dibuatkan hak cipta dan berstandar halal, kalau sudah terdaftar gini sayakan usaha susu lebih tenang karena produk saya telah terjamin. Kalau masih ada orang-orang yang meniru produk-produk saya itu bisa dihukumkan” (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun selaku pemilik dan pengelola usaha).

Berdasarkan pernyataan Bapak Dedy Kurniawan dalam hasil wawancara di atas bahwa setiap pengusaha pasti memiliki peraturan yang harus ditaati. Adanya aturan tersebut agar tidak menimbulkan kerugian ke semua pihak yang mana hak dan kewajiban setiap individu jangan sampai merugikan yang lain, hak dan kewajiban tersebut tercipta pada perilaku individu atau kelompok. Pada studi ini terdapat suatu tindakan atau sanksi pemutusan kontrak kerja yang melanggar peraturan yang telah disepakati bersama yang mana berlaku bagi tenaga kerja ataupun rekan kerja, sedangkan untuk orang-orang yang meniru atau menjiplak produk Boyolali Freshmilk ini dapat dipidanakan hukum.

2. Tetap Memelihara Mutu Produk

Terkait apa yang dijabarkan oleh Putnam, peneliti akan menilik unsur norma sosial yang terdapat dan berlaku di *home industry* Boyolali Freshmilk. Memelihara dan tetap menjaga mutu atau kualitas produk merupakan suatu hal yang harus dipertahankan setiap pengusaha atau pengrajin untuk suatu produknya, agar terhindar dari permasalahan hukum atau sejenisnya yang mana dapat merugikan diri sendiri. Hal tersebut juga diterapkan dalam *home industry* Boyolali Freshmilk ini, dimana usaha Boyolali Freshmilk sangat mempertahankan kualitas dari produk yang telah ditentukan sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan yaitu:

“Sesuai sama pengalaman saya ya mbak, banyak pembeli yang membeli produk saya ketika kualitas dari susu itu bagus, bahkan ada yang *repeat order* berulang-ulang. Tapi kalo dari bahan dasarnya kualitasnya turun atau jelek ya pembeli saya pada komplain. Kalau di kualitas jelek pas proses pemasakan kualitas susu itu juga ikut menurun bahkan bisa gagal produksi. Dari situ saya mulai mempertahankan kualitas susu agar cita rasa dari si susu ini tetap terjaga mbak.” (Wawancara dengan Bapak Dedy Kurniawan, 39 tahun selaku pemilik dan penegelola usaha).

Sesuai pernyataan Bapak Dedy Kurniawan di atas, diketahui bahwa dengan menjaga dan mempertahankan kualitas susu amat sangatlah mempengaruhi produk susu tersebut, yang mana ketika kualitas susu mengalami penurunan suhu dapat mengakibatkan kerugian produk.

Berdasarkan teori modal sosial yang telah dibahas sebelumnya, peneliti menggunakan konsep modal sosial Putnam, karena konsep Putnam mampu menjelaskan operasionalisasi (aktivitas) *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali, yang mana dalam penelitian ini peneliti mengkaji bentuk-bentuk dan

dampak-dampak modal sosial yang dimiliki pelaku ekonomi terhadap operasi dan keberlanjutan suatu usaha.

Berdasarkan teori modal sosial yang sudah dijelaskan sebelumnya, alasan peneliti menggunakan konsep modal sosial milik Putnam, karena konsepsi Putnam mampu menjelaskan aktivitas pelaku *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. Pada penelitian ini, peneliti melihat pada bentuk modal sosial dan dampak modal sosial yang dimiliki para pelaku usaha dalam menjalankan serta mempertahankan usahanya.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis data terkait modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut yaitu:

Pertama, bahwa bentuk atau tipologi modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk ini meliputi tiga unsur modal sosial yaitu: (1) Unsur kepercayaan (*trust*) menjadi melicinkan transaksi dan dapat menjadi pelumas dalam jaring-jaring sosial, unsur kepercayaan ini juga menurunkan biaya produksi dan menurunkan masalah kerugian. Bentuk *social bonding* yang terdapat dalam ikatan yang terikat antar masyarakat Desa Jelok satu sama lain berupa rasa saling peduli dan solidaritas, hal ini didukung atas kesamaan identitas atau etnis yang semakin kuat dengan adanya unsur budaya yang telah melekat sejak dahulu. (2) Unsur jaringan sosial (*networks*) mempertegas adanya kecenderungan antar individu satu dengan individu lain. Munculnya jaringan sosial melalui pemilahan dari proses komunikasi yang berulang-ulang akan menciptakan rasa aman dan nyaman dalam menjutkan hubungan. Melalui kegiatan pameran atau bazar yang diselenggarakan oleh pemerintah, dengan mengikuti pameran atau bazar pemilik usaha dapat memamerkan produk usahanya agar lebih dikenal orang. Peran pemerintah menjadi *social bridging* (penjembatani) yang memberikan akses yang lebih luas dan kompleks khususnya dalam dunia usaha susu sapi. (3) Unsur norma sosial dibutuhkan agar kegiatan usaha berjalan dengan lancar dan semua pihak menyadari akan hak dan kewajiban yang harus dilakukannya. Norma lebih dianggap sebagai aturan yang menunjukkan kesepakatan bersama agar tidak ada yang saling dirugikan, namun tidak ada sanksi yang tegas jika melanggarnya. Terdapat aturan tidak tertulis dengan pemasok bahan baku, tenaga kerja dan

konsumen, dimana aturan tersebut ada ketika perjanjian antar pihak yang berlangsung lama, seperti pembelian produk, kualitas produksi, cara pembayaran, dan perhitungan jam kerja.

Kedua, bahwa dampak-dampak modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk yang didapatkan oleh pemilik usaha *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok. (1) Dampak dari unsur kepercayaan berupa adanya sistem uang muka yang mengikat antara pemasok bahan baku dengan pemesan (dalam hal ini pengusaha). Selain itu, terdapat hubungan antar peran yang terlibat dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok yaitu terdapat proses transfer atau penyaluran ilmu yang didapatkan dari *home industry*, akan tetapi terdapat konflik yang muncul dimana terdapat persaingan antar pengusaha dengan melakukan peniruan produk tanpa izin yang mana amat sangat merugikan pihak yang ditirukan. (2) Dampak dari unsur jaringan sosial yaitu peran dari Kementerian Perindustrian dan Perdagangan yang memfasilitasi pengusaha susu melalui pelatihan dan penggalian potensi, serta semenjak bergabung berjualan melalui media sosial (online) dampak yang didapatkan berupa dampak positif dan dari dampak tersebut pemilik usaha mendapatkan keuntungan yang begitu banyak dibandingkan hanya berjualan secara offline. (3) Dampak dari unsur norma sosial yaitu sanksi untuk mengurangi kerugian yang berupa pemilik usaha mendaftarkan produknya pada lembaga hukum agar memiliki hak cipta dan meminimalisir peniruan produk. Selain itu, tetap memelihara mutu produk berupa mempertahankan dan menjaga kualitas susu sapi agar tetap menjadi ciri khas dari produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari temuan hasil penelitian terkait modal sosial dalam *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali yaitu:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang berminat mengkaji *home industry* Boyolali Freshmilk ini sebaiknya meneliti usaha susu sapi dari perspektif yang berbeda yang belum ada pada peneliti ini seperti pemberdayaan pengusaha susu sapi.
2. Untuk pemilik usaha sebaiknya juga tetap mempertahankan karakteristik barang hasil produksinya sebagai ciri khas, serta tetap perlu menjaga unsur modal sosial berupa kepercayaan, jaringan sosial dan norma sosial yang telah ada dalam perkembangan usaha serta demi menjaga eksistensi *home industry* Boyolali Freshmilk di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali.
3. Untuk pemerintah setempat, diharapkan tetap mempertahankan dan memberikan arahan-arahan untuk membina para pengusaha agar pengusaha susu tetap terus tumbuh dan mengembangkan potensi yang telah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Suparman. 2013. "Potensi dan Kekuatan Modal Sosial dalam Suatu Komunitas". *Socius* Vol.12(1) Hal 15-21.
- Al-Faizin, Abdul Wahid dan Nashr Akbar. 2018. *Tafsir Ekonomi Kontemporer: Menggali Teori Ekonomi dari Ayat-Ayat Al-Qur'an*. Jakarta: Gema Insani.
- Anwar, Saiffudin. 1998. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offsit.
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Kabupaten Boyolali Dalam Angka 2022*. Kabupaten Boyolali.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Statistik Daerah Kecamatan Cepogo 2021*. Kabupaten Boyolali.
- Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>. Diakses pada Rabu, 26 Oktober 2022 pukul 10.35 WIB.
- Bimasatria. 2019. "Apa Saja Jenis-Jenis Modal Sosial yang Ada?". <https://www.dictio.id/t/apa-saja-jenis-jenis-modal-sosial-yang-ada/119110>. Diakses pada Kamis, 9 Februari 2023 pukul 09.37 WIB.
- Bram, Damianus. 2022. Harga Susu Rendah, Peternak Sapi Beralih ke Yogurt". <https://radarsolo.jawapos.com/daerah/boyolali/04/02/2022/harga-susu-rendah-peternak-sapi-beralih-ke-yogurt/>. Diakses pada Selasa, 25 Oktober 2022 pukul 07.56 WIB.
- Coleman, J. 1999. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. Cambridge Mass.
- Crossman, Ashley. 2016. "Definition of Typology in Sociology". https://www-thoughtco-com.translate.goog/typology-definition-3026722?_x_tr_sl=en&_x_tr_ti=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc. Diakses pada Kamis, 9 Februari 2023 pukul 09.15 WIB.
- Damsar dan Indrayani. 2016. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2016. *Pengantar Sosiologi Pedesaan*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2018. *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, Rosi Pravita. 2019. *Mengenal Peternakan Sapi Perah*. Sukoharjo: CV Graha Printama Selaras.
- Dwiyanto, Agus. 1996. *Manusia dan Pembangunan*. Jakarta: Rajawali.
- Ernitasari, Adelia. 2021. "Boyolali Kota Susu". https://www-kompasiana-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.kompasiana.com/amp/adeliaernitasari5099/61b8978662a7047bb6665174/boyolali-kota-susu?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArABIICAw%3D%3D#amp_ct=1676104727835&_tf=Dari%20%251%24s&aoh=16761046519094&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fwww.google.com

[2F%2Fwww.kompasiana.com%2Fadeliarnitasari5099%2F61b8978662a7047b6665174%2Fboyolali-kota-susu](https://www.kompasiana.com/fadeliarnitasari5099%2F61b8978662a7047b6665174%2Fboyolali-kota-susu). Diakses pada Sabtu, 11 Februari 2023 pukul 15.48 WIB.

Ekonomi, Guru. 2022. "Pengertian Tenaga Kerja Menurut Para Ahli". <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-tenaga-kerja-menurut-para-ahli/>. Diakses pada Minggu, 12 Februari 2023 pukul 09.26 WIB.

Faizah, Nimatul. 2022. "Ternyata Sebanyak ini Produksi Susu Sapi di Boyolali". <https://m.solopos.com/ternyata-sebanyak-ini-produksi-susu-sapi-di-boyolali-1328580>. Diakses pada Selasa, 25 Oktober 2022 pukul 05.55 WIB.

Field, John. 2018. *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.

Fitriawati, Eni. 2010. "Modal Sosial Dalam Strategi Industri Kecil". *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi* Vol.14(1) Hal 1-17.

Frapanti, Sri, Sri Asfiati, dan Josef Hadipramana. 2020. "Pendampingan Legalitas Mutu Berstandar SNI Guna Meningkatkan Pendapatan Home Industri Batu Bata di Desa Sido Urip Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang". *Prodikmas: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat* Vol.5(1) Hal 40-46.

Gumilang, Risa Ratna. 2019. "Implementasi Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri". *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol.10(1) Hal 1-6.

Halim, Abd dan Mahyuddin K., 2019. "Modal Sosial dan Integrasi Sosial: Asimilasi dan Akulturasi Budaya Masyarakat Multikultural di Polewati Mandar, Sulawesi Barat". *Kuriositas: Media Komunikasi dan Keagamaan* Vol.12(2) Hal 111-122.

Hamdi, Khairil dan Dorris Yadewani. 2019. "Pengembangan Usaha Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif". *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.3(1) Hal 110-116.

Haryanto, Agni. 2022. "Pemasaran Adalah: Pengertian, Jenis, Tujuan". <https://www.jojonomic.com/blog/pemasaran-adalah/>. Diakses pada Jum'at, 3 Maret 2023 pukul 12.30 WIB.

Hasbullah, Jousairi. 2006. *Social Capital (Menunju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. Jakarta: MR-United Press.

Hayati, Puspa Mega, dkk. 2016. "Efektivitas Program Pembinaan Industri Rumah Tangga Sari Buah di Kota Depok". *Jurnal Mutu Pangan* Vol.3(2) Hal 118-123.

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Hidjrahwati, dkk. 2019. *Cerdas Sejak Dini*. Yogyakarta: Deepublish.
- <https://www.pa-boyolali.go.id/tentang-pengadilan/profile-pengadilan/wilayah-yurisdiksi>.
Diakses pada Minggu, 29 Januari 2023 pukul 09.23 WIB.
- Iswani, Mahima dan Chaturvedi D. 2019. “Research on Online Market vs Offline Market”. *National Conference on Emerging Trends in Engineering Technology and Management (NCETETM)*. Amity School of Engineering and Technology, Amity University Chhattisgarh Raipur. Page 1-21.
- Jamaludin, Adon Nasrullah. 2015. *Sosiologi Pedesaan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Jotopurnomo, C. dan Mangoting, Y. 2013. “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, Lingkungan Wajib Pajak Berada terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Surabaya”. *Tax & Accounting Review* Vol.1(1) Hal 51.
- Kimbal, Rahel Widiawati. 2015. *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil*. Yogyakarta: Deepublish.
- Laura, Nopa, dkk. 2018. “Peran Modal Sosial Masyarakat dalam Pengelolaan Potensi Alam Sebagai Strategi Bertahan Hidup di Dusun Limang, Kecamatan Kelapa, Kabupaten Bangka Barat”. *Society* Vol.6(2) Hal 74-82.
- Lawang, Robert M.Z. 2004. *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologi: Suatu Pengantar*. Depok: FISIP UI Press.
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Sosial Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Miles, B.Mattew dan A.Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta : UI Press.
- Moleong, Lexy J. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remja Karya.
- Munir, Misbakhul. 2020. “Modal Sosial dalam Penetapan Keluarga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan (KPMKPH) (Studi Kasus Desa Lanji Kecamatan Patebon Kabupaten Kendal)”. *Skripsi*. Program Studi Sosiologi FISIP. UIN Walisongo.
- Mustafi, Skender, Lionel Jost, dan Tuan Nguyen. 2011. “The Relationship Between Online and Offline Marketing”. *University of Applied Sciences Northwestern Switzerland*. Page 1-25.
- Nurchayono, Okta Hadi & Dwi Astutik. 2018. “Harmonisasi Masyarakat Adat Suku Tengger (Analisis Keberadaan Modal Sosial Pada Proses Harmonisasi Pada Masyarakat Adat Suku Tengger, Desa Tosari,

Pasuruan, Jawa Timur)". *Dialektika Masyarakat: Jurnal Sosiologi* Vol.2(1) Hal 1-12.

Pedoman Penyusunan Tugas Akhir FISIP UIN Walisongo Tahun 2022.

Pelayananpublik.id. 2021. "Pengertian Pengelolaan, Fungsi, Tujuan Hingga Contohnya". <https://pelayananpublik.id/2021/11/28/pengertian-pengelolaan-fungsi-tujuan-hingga-contohnya/amp/>. Diakses pada Rabu, 15 Februari 2023 pukul 11.04 WIB.

Pengajarguru.com. 2022. "Pengertian Aktivitas Belajar". <https://gurupengajar.com/pengertian-aktivitas.html>. Diakses pada Rabu, 15 Februari 2023 pukul 10.47 WIB.

Prayitno, Gunawan dan Aris Subagiyo. 2018. *Membangun Desa: Merencanakan Desa dengan Pendekatan Paridipatif dan Berkelanjutan*. Malang: UB Press.

Priyatna, Haris. 2014. *Kamus Sosiologi*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Pusparini, Dea Ayu, Nurhadi, & Sigit Pranawa. 2020. "Modal Sosial pada Industri Kecil Menengah di Kelurahan Purbalingga Lor". *Jurnal Sosiologi USK* Vol.14(1) Hal 99-125.

Putnam, Robert D. 1993. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.

_____. 2002. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.

Rahmatiah. 2017. *Relasi Sosial dalam Pengembangan Industri Kecil Menengah*. Gorontalo: Ideas Publishing.

Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Saladin, Djaslim. 2003. *Manajemen Pemasaran: Analisi, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: CV. Linda Karya.

Santiara. 2021. "Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Industri Rumahan Pengolahan Udang Menjadi Pempek Dan Kerupuk Di Desa Sungsang III Kecamatan Banyuasin II". *Skripsi*. Program Studi Sosiologi FISIP. Universitas Sriwijaya.

Santoso, Thomas. 2020. *Memahami Modal Sosial*. Surabaya: CV Saga Jawadwipa.

Saragih, Guntur Syahputra. 2021. "Persaingan Usaha di Era Industri Digital". <https://www.prismajurnal.com/post/persaingan-usaha-di-era-indsutri-digital/>. Diakses pada Selasa, 14 Maret 2023 pukul 09.29 WIB.

- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Simatupang, Leni Lestari. 2021. “Peran Home Industri Melinjo Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga (Studi Kasus: Desa Purbaganda Kec. Pematang Bandar Kab. Simalungun)”. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Islam FEBI. UIN Sumatera Utara Medan.
- Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri. 2019. *Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Wata Karya.
- Suparno. 2022. Data Monografi di Desa Jelok Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali. *Katalog*.
- Suriasih, Ketut, Wayan Subagiana, dan Linda Dolok Saribu. 2015. “Ilmu Produksi Ternak Perah”. Laboratorium Ilmu Ternak Perah Fakultas Perternakan Universitas Udayana, Bali. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_dir/b674c10820040856664bd0f71080aeb4.pdf. Diakses pada Sabtu, 11 Februari 2023 pukul 15.06 WIB.
- Suratiyah, Ken. 2015. *Ilmu Usahatani*. Jakarta Timur: Penebar Swadaya.
- Syahra, Rusydi. 2003. “Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi”. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, Vol.5(1) Hal 1-22.
- Syofian, S, S. Sujianto, dan Tito Handoko. 2020. “Modal Sosial Kelembagaan Petani Karet di Kabupaten Kuantan Singingi”. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial* Vol.5(1) Hal 52-59.
- Tafsirq.com. 2019. “Surat An-Nisa’ Ayat 135”. <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-135>. Diakses pada Senin, 13 Maret 2023 pukul 11.48 WIB.
- Tarlis, Andi dan Muchti Yuda Pratama. 2022. *Pertumbuhan Ekonomi Wilayah Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Gampong Sungai Pauh Pusaka Kecamatan Langsa Barat Kota Langsa*. Jakarta: CV. Mitra Cendekia Media.
- UKM-F Dycres. 2020. *Kompilasi Karya Ilmiah UKM-F Dycres 2019*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Wawancara pribadi dengan Bapak Dedy Kurniawan pada tanggal 18 Februari 2023.
- Wawancara pribadi dengan Ibu Nafi pada tanggal 18 Februari 2023.
- Wawancara pribadi dengan Bapak Eko Supriyanto pada tanggal 18 Februari 2023.

Wawancara pribadi dengan Bapak Yunias pada tanggal 19 Februari 2023.

Wawancara pribadi dengan Bapak Wir pada tanggal 19 Februari 2023.

Wawancara pribadi dengan Bapak pada tanggal Yanto 17 Februari 2023.

Wawancara pribadi dengan Ibu Afif pada tanggal 22 Februari 2023.

Wawancara pribadi dengan Bapak pada tanggal 23 Februari 2023.

Wisatasekolah.com. 2020. "Pengertian Wisata Edukasi".
<https://wisatasekolah.com/pengertian-wisata-edukasi/>. diakses pada Jum'at, 3
Maret 2023 pukul 15.21 WIB.

LAMPIRAN

A. Identitas Narasumber

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Peran	Lama Bekerja (Tahun)
1.	Dedy Kurniawan	Laki-Laki	39	Pemilik dan pengelola	8
2.	Nafi	Perempuan	37	Produksi dan pengelola	8
3.	Eko Supriyanto	Laki-Laki	45	Pengirim produk	8
4.	Yunias	Laki-Laki	35	Penjaga outlet di Rest Area	3
5.	Wiratman	Laki-Laki	48	Penjaga outlet di Soto Seger	4
6.	Yanto	Laki-Laki	42	<i>Supplier</i> bahan baku	2
7.	Afif	Perempuan	44	Konsumen	3
8.	Topik	Laki-Laki	47	Konsumen	1

Sumber: Data Pribadi, 2023

B. Katalog Produk Boyolali Freshmilk

No.	Nama Produk	Ukuran	Harga Perbotol
-----	-------------	--------	----------------

1.	Susu sapi	250 ml	Rp. 10.000,00
2.	Susu jelly	250 ml	Rp. 10.000,00
3.	WYN Yogurt	200ml	Rp. 10.000,00
4.	Dessert susu	-	Rp. 10.000,00
5.	Susu sapi pasteurisasi	350 ml	Rp. 12.000,00
6.	Susu jelly	350 ml	Rp. 13.000,00
7.	Susu sapi	600 ml	Rp. 20.000,00
8.	Stik susu jelly	Isi 10 pcs	Rp. 20.000,00
9.	Susu sapi pasteurisasi	1 liter	Rp. 25.000,00

Sumber: Data Pribadi, 2023

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Iin Nur Safrina
Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 3 Februari 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Pringapus RT06 RW02, Desa Manyaran,
Kecamatan Karanggede, Kabupaten Boyolali
E-mail : iinsafrina95@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

RA/BA/TA Muhammadiyah Manyaran 02	2006-2007
MI Muhammadiyah Manyaran 02 Boyolali	2007-2013
SMP Islam Bina Insani Semarang	2013-2016
MAN 2 Boyolali	2016-2019
UIN Walisongo Semarang	2019-sekarang

Semarang, 24 Maret 2023



Iin Nur Safrina
NIM. 1906026163