

**MODAL SOSIAL PELAKU USAHA UMKM  
(Studi pada UMKM Kerupuk Petis Udang dan Ikan Desa Sijeruk  
Kabupaten Kendal)**

**SKRIPSI**

**Program Sarjana (S-1)  
Jurusan Sosiologi**



**Oleh**

**DWI BARLANTI**

**2006026034**

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

**2024**

## NOTA 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, kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Dwi Barlanti

Nim : 2006026034

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Modal Sosial Pelaku Usaha UMKM (Studi pada UMKM Kerupuk Petis Udang dan Ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal).

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

Semarang, 19 Maret 2024

Pembimbing



Kaisar Atmaja, M.A.

NIP. 198207132016011901

**PENGESAHAN SKRIPSI**  
**MODAL SOSIAL PELAKU USAHA UMKM**  
**(Studi pada UMKM Kerupuk Petis Udang dan Ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal)**

Disusun oleh:

**Dwi Barlanti**

NIM. 2006026034

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang pada tanggal 30 April 2024 dan dinyatakan lulus

Susunan Dewan Penguji

Ketua sidang



Kaisar Atmaja, M.A.

Nip. 198207132023211011

Sekretaris Sidang



Akhriyadi Sofian, M.A.

Nip. 197910222023211004

Penguji Utama I



Endang Supriadi, M.A.

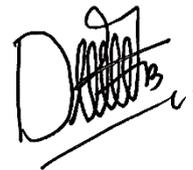
Nip. 198909152023211030

## PERNYATAAN

Dengan ini, saya Dwi Barlanti menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul *“Modal Sosial pelaku usaha UMKM (Studi pada UMKM Kerupuk Petis Udang dan Ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal)”* merupakan hasil karya penulisan saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat dari pihak lain yang diajukan guna memperoleh gelar kesarjanaan di UIN Walisongo Semarang ataupun lembaga pendidikan tinggi lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan. Apabila terdapat unsur-unsur plagiarisme di dalam tulisan skripsi ini, maka saya siap bertanggung jawab dan siap menerima konsekuensi yang ada. Sekian dan terima kasih.

Semarang, 30 April 2024

Yang menyatakan,



Dwi Barlanti

NIM. 2006026034

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunia-nya yang tak terhingga penulisan dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“MODAL SOSIAL PELAKU USAHA UMKM (Studi Pada UMKM Kerupuk Petis Udang dan Ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal)”** tanpa suatu halangan apapun. Tidak lupa penulisan panjatkan sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang sangat kita nantikan syafaatnya di hari kiamat nanti.

Penulisan menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanda ada bantuan dari pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Nizar, M.Ag yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan dan menyelesaikan studi ilmu sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. yang selalu memberikan perhatian kepada seluruh mahasiswa FISIP terhadap segala proses yang dilalui.
3. Kepala Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Ibu Naili Ni'matul Ilyun, M.A. yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini.

4. Sekretaris Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang, Bapak Endang Supriyadi, M.A. yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Bapak Kaisar Atmaja, M.A yang telah berkontribusi besar, senantiasa meluangkan waktu, dan memberikan pengarahan dalam proses penyusunan tugas akhir ini, dari awal sampai akhir dan menyandang gelar S.Sos.
6. Wali Dosen Bapak Akhriyasi Sofyan, M.A yang telah memberikan pendampingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.
7. Bapak/Ibu Dosen Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik, mengajar, dan memberikan ilmu baru kepada peneliti
8. Semua civitas akademik dan staf administrasi FISIP UIN Walisongo Semarang.
9. Kepada orangtua yaitu cinta pertama dan Pintu Surgaku. Terimakasih sebanyak-banyaknya atas segala pengorbanan dan berjuang untuk kehidupan yang selalu bahagia ini dengan penuh cinta, kasih sayang, doa, nasihat, dan memberi semangat untuk anakmu sampai saat ini, sehingga dapat menyelesaikan skripsinya dan menyandang gelar S.Sos. Semoga Allah SWT selalu menjaga, memberikan kesehatan, dan umur yang panjang, bapak dan ibu harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian adek ya, I Love You More.
10. Kepada saudara kandung saya Fitri Nurul Latifah, A.Md. Kes., Terimakasih atas segala do'a dan supportnya yang telah diberikan untuk adikmu ini di setiap proses pembuatan skripsi ini.
11. Kepada adik sepupu saya Melladia Syafira yang senantiasa mendukung dan menemani saya untuk penelitian dan memberi semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Kepada saudara-saudara saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala do'a dan nasihat yang telah diberikan kepada peenulis.
13. Segenap pelaku usaha dan karyawan ketiga cap ABADI, KERIS, dan SELERA yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan sebagai pendukung data skripsi ini.
14. Teruntuk sahabat terbaik saya, Salwa Achyani Susilo, Fadlilatul Muna, Khamidah Musthofiyah, Mayang Puspita, Ririn Setiarini, Wazna Isni Ahsanti,

dan Aprilia Trikunarti. Terimakasih sudah memberikan dukungan dan masukan yang luar biasa dan terimakasih sudah mau berteman, bercerita, berkeluh kesah (terkadang), dan berjuang bersama-sama sampai mendapatkan gelar yang kita impi-impikan.

15. Teman-teman Mahasiswa FISIP Angkatan 2020 terkhususnya untuk kelas sosiologi A 2020 Terima kasih dan sukses untuk kita semua.
16. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Dwi Barlanti. Terima kasih karena tidak menyerah sesulit apapun dalam proses skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik mungkin. Berbahagialah dan bersyukur atas pencapaianmu, Barr. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Penulis meminta maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak atas gela perhatian yang diberikan, Sekian.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 30 April 2024

Penulis,



Dwi Barlanti

NIM. 2006026034

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang istimewa

*Pertama*, kedua orangtua saya, Bapak dan Ibu yang telah memberikan dukungan penuh dalam menjalani hidup, mendidik, dan mendoakan yang terbaik bagi saya, memberikan kasih sayang yang tak terhingga kepada peneliti serta memberikan motivasi agar penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

*kedua*, Almamater tercinta UIN Walisongo Semarang, Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik prodi Sosiologi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menuntut ilmu

## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, Ad-Daruquthni)

## ABSTRAK

Modal sosial merupakan wujud masyarakat yang terorganisir dan teratur pada kumpulan asosiasi-asosiasi yang bersifat horizontal. Modal sosial memiliki peran penting dalam menjalankan sebuah usaha terutama pada UMKM yang mempengaruhi keberhasilan dan perkembangan usaha. UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal berpotensi untuk memberi lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang dilakukan pelaku usaha, siapa saja yang terlibat dalam produksi, dan dampak dari adanya usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan memakai teknis analisis data model Miles dan Huberman melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun teori dalam penelitian ini menggunakan teori Modal Sosial Robert Putnam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Pertama*, pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan menjalankan aktivitas usahanya, melibatkan pelaku usaha dan karyawan. Keterlibatan aktivitas pelaku usaha dalam usaha secara kolektif dengan menjalin hubungan supplier bahan baku sebagai bentuk kerjasama akan kebutuhan semua bahan baku produksi dan aktivitas pemasaran yang dijalankan secara langsung oleh pelaku usaha dengan strategi pemasaran yang diterapkan, selanjutnya dari aktivitas karyawan terdapat dua aktivitas yaitu proses produksi dan proses pasca produksi, untuk proses produksi mulai dari persiapan, pembuatan, pemotongan dan penjemuran. Sedangkan proses pasca produksi meliputi pengemasan (*packaging*) dan perawatan produk kerupuk petis udang dan ikan. *Kedua*, Selanjutnya dari aktivitas tersebut menciptakan relasi pelaku usaha dan karyawan yang terbangun dalam usaha kerupuk petis udang dan ikan terbentuknya jaringan yang berisi norma-norma yang memfasilitasi koordinasi, kerjasama, dan saling mengendalikan kepercayaan yang manfaatnya bisa dirasakan untuk mendorong perkembangan usaha yang didukung dengan modal sosial. *Ketiga*, keberadaan UMKM kerupuk petis udang dan ikan berdampak terhadap keadaan ekonomi dan sosial masyarakat. Dampak ekonomi bagi pelaku usaha yaitu peningkatan pendapatan, pengembangan inovasi, dan menciptakan lapangan kerja. dampak bagi karyawan yaitu, peningkatan kesejahteraan dan pengembangan keterampilan, serta pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Dampak sosial yaitu dampak terhadap lingkungan sosial dan dampak terhadap pendidikan nonformal.

**Kata Kunci:** Modal Sosial, Pelaku Usaha UMKM, Kerupuk Petis udang dan ikan

## ABSTRACT

Social capital is a form of organized and regular society in a collection of horizontal associations. Social capital has an important role in running a business, especially in MSMEs, which affects business success and development. The shrimp and fish paste crackers MSMEs in Sijeruk Village, Kendal Regency have the potential to provide employment, improve community welfare, and increase economic growth. This research aims to find out what business actors do, who is involved in production, and the impact of the shrimp and fish paste cracker MSMEs business.

This research is a field research that uses qualitative methods with a descriptive approach. In this research, the data collection techniques used include observation, interviews, and documentation. The data analysis used uses the Miles and Huberman model data analysis technique through three stages, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The theory in this study uses Robert Putnam's Social Capital theory.

The results of this research show that first, shrimp and fish cracker business actors carry out their business activities, involving business actors and employees. The involvement of business actors' activities in the business collectively by establishing raw material supplier relationships as a form of cooperation regarding the needs of all production raw materials and marketing activities carried out directly by business actors with the marketing strategy implemented, then from employee activities there are two activities, namely the production process and post-production process, for the production process starting from preparation, manufacturing, cutting and drying. Meanwhile, the post-production process includes packaging and care for shrimp and fish petis cracker products. Second, this activity creates relationships between business actors and employees that are built in the shrimp and fish cracker business, forming a network containing norms that facilitate coordination, cooperation and mutual control of trust, the benefits of which can be felt to encourage business development supported by capital. social. Third, the existence of shrimp and fish petis cracker MSMEs has an impact on the economic and social conditions of society. The economic impact for business actors is increasing income, developing innovation and creating jobs. The impact on employees is, increasing welfare and developing skills, as well as economic growth in local communities. Social impact, namely the impact on the social environment and the impact on non-formal education.

**Keywords:** Social Capital, MSME Business Actors, Shrimp and Fish Crackers

## DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING .....	II
PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
PERNYATAAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
PERSEMBAHAN .....	VII
MOTTO.....	VIII
ABSTRAK.....	IX
ABSTRACT.....	X
DAFTAR ISI .....	XI
DAFTAR TABEL .....	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN1.....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	6
D. MANFAAT PENELITIAN.....	6
E. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
F. KERANGKA TEORI .....	8
G. METODE PENELITIAN .....	15
H. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI .....	18
BAB II MODAL SOSIAL, PELAKU USAHA, UMKM DAN TEORI MODAL SOSIAL ROBERT PUTNAM .....	20
A. MODAL SOSIAL PELAKU USAHA UMKM.....	20
1. Modal Sosial.....	21

2. Pelaku Usaha.....	22
3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	21
4. Usaha Kerupuk Petis udang dan ikan .....	23
<b>B. MODAL SOSIAL DALAM PANDANGAN ISLAM.....</b>	<b>25</b>
<b>C. TEORI MODAL SOSIAL ROBERT PUTNAM .....</b>	<b>26</b>
1. Konsep Modal Sosial Robert Putnam .....	26
2. Asumsi Dasar Modal Sosial Robert Putnam.....	29
3. Istilah-istilah Modal Sosial .....	29
 <b>BAB III GAMBARAN UMUM USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL.....</b>	 <b>32</b>
<b>A. KONDISI GEOGRAFI KABUPATEN KENDAL DAN DESA SIJERUK.32</b>	
<b>B. KONDISI TOPOGRAFI KABUPATEN KENDAL.....</b>	<b>33</b>
<b>C. KONDISI DEMOGRAFI .....</b>	<b>34</b>
1. Jumlah Penduduk .....	34
2. Perekonomian.....	35
3. Pendidikan.....	35
4. Kondisi sosial dan budaya.....	37
<b>D. PROFIL DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL .....</b>	<b>37</b>
1. Sejarah .....	37
2. Struktur Pemerintahan Desa Sijeruk .....	38
3. Visi dan Misi Desa.....	39
<b>E. GAMBARAN UMUM USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN .....</b>	<b>39</b>
1. Kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI.....	39
2. Kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS.....	41
3. Kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA .....	42
4. Struktur Organisasi.....	43
 <b>BAB IV AKTIVITAS DAN RELASI USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN DI DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL.....</b>	 <b>46</b>

<b>A. KEGIATAN PELAKU USAHA DALAM PENGELOLAAN KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN .....</b>	<b>47</b>
1. Kerjasama dengan supplier bahan baku.....	47
2. Pemasaran .....	50
3. Proses Produksi Kerupuk Petis udang dan ikan.....	61
4. Proses Pasca Produksi Kerupuk petis udang dan ikan.....	65
<b>B. RELASI USAHA KERUPUK KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN....</b>	<b>70</b>
1. Relasi Pelaku Usaha.....	70
2. Relasi Karyawan .....	80
 <b>BAB V DAMPAK USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN TERHADAP DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL .....</b>	 <b>88</b>
<b>A. DAMPAK EKONOMI.....</b>	<b>88</b>
1. Pelaku Usaha.....	89
2. Karyawan .....	97
3. Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal .....	103
<b>B. DAMPAK SOSIAL .....</b>	<b>105</b>
1. Dampak terhadap lingkungan sosial .....	106
2. Dampak terhadap pendidikan non-formal.....	108
 <b>BAB VI PENUTUP .....</b>	 <b>112</b>
<b>A. KESIMPULAN.....</b>	<b>112</b>
<b>B. SARAN .....</b>	<b>112</b>
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>115</b>
 <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	 <b>120</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar informan wawancara.....	16
Tabel 2. Jumlah Penduduk berdasarkan jenis kelamin .....	34
Tabel 3. Komposisi Penduduk berdasarkan usia .....	34
Tabel 4. Jumlah Sekolah formal dan nonformal Desa Sijeruk.....	36
Tabel 5. Jumlah Penduduk berdasarkan pendidikan .....	36
Tabel 6. Harga Kerupuk Petis Udang dan Ikan Cap ABADI .....	54
Tabel 7. Harga Kerupuk Petis Udang dan Ikan Cap KERIS .....	57
Tabel 8. Harga Kerupuk Petis Udang dan Ikan Cap SELERA .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Kabupaten Kendal .....	32
Gambar 2. Peta Online Desa Sijeruk .....	33
Gambar 3. Lokasi Usaha Kerupuk Petis Udang dan Ikan cap ABADI .....	40
Gambar 4. Lokasi Usaha Kerupuk Petis Udang dan Ikan cap KERIS.....	41
Gambar 5. Lokasi Usaha Kerupuk Petis Udang dan Ikan cap SELERA .....	42
Gambar 6. Kerupuk Petis Udang dan Ikan cap ABADI .....	52
Gambar 7. Kerupuk Petis Udang dan Ikan cap KERIS .....	56
Gambar 8. Kerupuk Petis Udang dan Ikan cap SELERA .....	58
Gambar 9. Alat dan Bahan Pembuatan Kerupuk Petis Udang dan Ikan .....	62
Gambar 10. Proses Olahan Kerupuk Petis Udang dan Ikan.....	62
Gambar 11. Proses Pemotongan dan Penjemuran .....	64
Gambar 12. Proses Pengemasan (Packaging) .....	66
Gambar 13. Tempat Penyimpanan dan Perawatan Produk.....	69
Gambar 14. Penyuplaian Bahan baku .....	73
Gambar 15. Relasi sesama karyawan.....	86

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Modal sosial merupakan bentuk masyarakat terstruktur dan terorganisir yang terdiri dari hubungan horizontal antar individu dengan jaringan, norma, dan kepercayaan yang menciptakan kerjasama dengan baik untuk mencapai tujuan bersama (Putnam, 1993). Pada hakekatnya di dalam dimensi modal sosial jaringan sebagai bentuk interaksi kerjasama antar individu dan kelompok. Norma sebagai pedoman dalam Pengaturan yang teratur, tertip, dan adil. Kepercayaan sebagai unsur utama dalam membangun hubungan antar individu dan kelompok untuk mencapai sebuah tujuan (Putro, dkk 2022). Konsep modal sosial ini menjadi bagian integral dari upaya pembangunan inklusif berkelanjutan yang mengintegrasikan tiga komponen: sosial, ekonomi, dan lingkungan sebagai aksesibilitas yang memiliki suatu nilai ekonomi (Fathy, 2019). Jadi, modal sosial yang terbangun usaha kerupuk petis udang dan ikan memiliki modal yang selalu berubah, jadi selalu ada perubahan dalam bagaimana pelaku usaha dan karyawan menjalankan usaha mereka. Modal sosial yang dinamis ini ditunjukkan dalam jaringan, norma, dan kepercayaan yang memperhatikan aspek-aspek penting modal sosial dalam kesinambungan usaha dalam meningkatkan tingkat produksi.

Banyak akademisi telah melakukan penelitian mengenai modal sosial dan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Seperti "Peran Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM kerajinan Di Kampung Purun" bahwasanya yang modal sosial yang ada, adalah kesepakatan yang tidak tertulis berupa saling tolong menolong, keterbukaan dan rasa kekerabatan, tanggung jawab, berperan serta berkontribusi dalam meningkatkan pengembangan UMKM melalui jaringan, norma, dan kepercayaan (Putro,dkk 2022). Pada penelitian ini yang akan dilaksanakan memfokuskan pada wilayah di Desa Sijeruk, dari adanya UMKM kerupuk petis udang dan ikan usaha ini yang berkaitan dengan ekonomi usaha yang

menopang pendapatan ekonomi masyarakat yang sebagian besar menjadi pekerja buruh karyawan dan buruh tani. Awal perkembangan usaha ini hanyalah industri rumahan yang diwariskan dan menjadi kepemilikan pribadi secara turun temurun, seiring berjalannya waktu usaha ini mengalami peningkatan konsumen seiring dengan peningkatan kualitas produk. Dengan demikian usaha ini menjadi makanan khas Kabupaten Kendal yang termasuk standar usaha kedalam UMKM kriteria usaha mikro dan usaha kecil (jatengprov.go.id, 2020). Bahwasanya kegiatan usaha UMKM menurut pasal 1 UU No.20 tahun 2008 sebagai peranan yang signifikan dalam peningkatan ekonomi Indonesia yang positif sebesar 61,07 % dari total penduduk domestik bruto yang tetap resilien dalam pertumbuhan ekonomi (Kemendagri, 2023).

Produk UMKM kerupuk petis udang dan ikan berasal dari olahan tepung tapioka, berbahan dasar petis udang dan ikan, bawang putih, garam, ketumbar, dan penyedap rasa. Tempat proses produksi yang dijalankan setiap pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI, KERIS, dan SELERA dilakukan di pabrik masing-masing hal ini sebagai bentuk keamanan dan kemampuan pada proses pembuatan kerupuk yang dilakukan setiap karyawan. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha kerupuk petis udang dan ikan. Bapak Edi Warjianto, Ihkyak Ulummudin dan Ismuriatno bahwa terdapat kerjasama antara pemilik usaha dengan beberapa pihak untuk mengembangkan dan memajukan usaha. mulai dari kerjasama dengan supplier bahan baku, karyawan, dan pelanggan. Dalam proses produksi, pelaku usaha sering kali melibatkan kerabat dan tetangga, dengan ini akan memunculkan sebuah elemen modal sosial pelaku usaha UMKM mulai dari jaringan, norma, dan kepercayaan antara pihak-pihak yang terlibat.

Dari setiap cap kerupuk petis udang dan ikan memiliki jumlah karyawan yang berbeda-beda sebagai sumber daya manusia dalam menjalankan proses produksi kerupuk. Mulai dari cap ABADI memiliki 11 karyawan yaitu 8 sebagai pekerja tetap, dan 3 pekerja tidak tetap, lalu cap KERIS memiliki 13 karyawan yaitu 10 pekerja tetap, dan 3 pekerja tidak tetap, serta cap SELERA memiliki 6 karyawan sebagai pekerja tetap. Namun, dikala permintaan produk meningkat, pemilik usaha

membuka lowongan pekerjaan dengan masyarakat sekitar sebagai karyawan tidak tetap. Dengan waktu, dan permintaan pasar yang melonjak membuat para pelaku usaha memproduksi produk sehingga pelaku usaha membuat aturan yang harus diikuti untuk tetap beroperasi. Usaha kerupuk petis udang dan ikan ini memiliki peraturan yang berlaku untuk kedua belah pihak. Peraturan ini mulai dari jam kerja dan pembagian tugas dalam proses produksi, mulai dari pengolahan bahan mentah menjadi bahan yang siap untuk dimasak, perebusan bahan mentah menjadi bahan yang matang, pemotongan, penjemuran, dan pengemasan. Untuk usaha yang berurusan dengan konsumen, peraturan ini mulai dari pemesanan kerupuk yaitu dengan aturan dan persyaratan yang berlaku.

Hal yang tak kalah penting dari dunia usaha yaitu aspek pemasaran karena aspek ini sebagai keberlangsungan dan keberlanjutan usaha, pemasaran ini merupakan proses kegiatan yang memindahkan produk dari produsen ke konsumen yang didukung dengan aspek penentuan harga, promosi, dan distribusi (Manullang, 1969). Cara pemasaran produk kerupuk petis udang dan ikan secara langsung kepada distributor, supplier, dan pelanggan. biasanya terjadi ketika pelanggan datang langsung ke toko setiap pelaku usaha menjual secara eceran 250 gram dengan harga Rp. 5.000-, rupiah sedangkan penjualan 5 kg/ ball berisi 20 bungkus dengan harga Rp. 85.000 s.d 95.000-, rupiah dan biasanya para konsumen yang membeli ke tempat usaha biasanya eceran. Selain itu, para produsen kerupuk petis udang dan ikan dengan skala kecil akan menjual sedikit lebih murah kepada pelaku usaha pasar agar terjalinnya sebuah jaringan dan kerjasama kepada pelaku usaha pasar sebagai supplier tetap. Dari penjualan ini krupuk petis udang dan ikan pelaku usaha bisa mendapatkan hasil penjualan per tahunnya dari laba bersih mulai dari Rp. 66.000.000,00-, sampai Rp. 100.000.000,00-.,

Kerupuk petis udang dan ikan di Desa Sijeruk Kabupaten Kendal masih menggunakan kemampuan dan keterampilan pekerja sehingga dibutuhkan banyak karyawan untuk memaksimalkan proses produksi terutama pada produksi ketika ada perayaan hari-hari besar seperti hari raya idul fitri, idul adha, dan acara-acara tertentu. Selain itu di dalam pemasaran secara *offline* (toko) juga melayani penjualan secara online melalui platform *online* seperti Shopee, whatsApp ataupun

telepon secara langsung sebagai bentuk ekspansi pasar di luar daerah Kendal dengan ini dapat membantu meningkatkan pendapatan dan visibilitas usaha kerupuk petis udang dan ikan. tetapi ketika penjualan online dari ketiga cap ABADI, cap KERIS, dan cap SELERA lebih prepare ke penjual melalui WhatSapp langsung sedangkan media Shopee digunakan para Supplier yang berlangganan kepada kerupuk petis udang dan ikan yang kemudian di jual melalui Shopee.

Selain itu pemasaran yang dilakukan ketiga cap kerupuk petis udang dan ikan utamanya banyak melakukan pemasaran secara lokal dan pemasaran luar kota dimana pemasaran ini sebagai bentuk jaringan dan kepercayaan sebagai bentuk kerjasama dengan para reseller pasar untuk penjualan kerupuk petis udang dan ikan dari berbagai cap kerupuk yang ada di Desa Sijeruk. Mulai dari cap ABADI bekerjasama dengan reseller lokal dan reseller luar kota, untuk pemasaran lokal yaitu pasar Kendal, pasar Weleri, pasar Sukorejo. Sedangkan pemasaran luar kota cap ABADI bekerjasama dengan reseller pasar Tambakaji, Tembalang, Demak Purwodadi, juwana Kabupaten Pati, dan Jepara. Sedangkan cap KERIS untuk pemasaran lokal di pasar kendal dan pasar putat untuk pemasaran luar kota ada di Batang, Pekalongan, Pemalang, Brebes, Temanggung, Wonosobo, Banjar Negara, dan Cilacap. Selanjutnya ada cap SELERA tidak ada pemasaran lokal hanya fokus pemasaran diluar kota seperti Limpung dan Bawang Kabupaten Batang, Semarang, Boja, dan Limbangan. Dengan ini kerjasama mengandalkan sebuah jaringan dan kepercayaan untuk konsumen terhadap pengembangan produk UMKM yang berada di Kabupaten Kendal bahwa UMKM bahwa kerupuk petis udang dan ikan sebagai usaha dan bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat yang dilihat dari proses perkembangannya cukup menjanjikan untuk dikelola.

Berdasarkan pemaparan diatas telah dijabarkan, usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk memiliki banyak melibatkan banyak komponen. Peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam tentang modal sosial pelaku usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan yang dilihat dari aktivitas produksi pelaku usaha dan karyawan, relasi-relasi yang terlibat dalam usaha, serta melihat dampak dari adanya pengembangan usaha kerupuk petis udang dan ikan sebagai dampak ekonomi dan

sosial melalui kajian sosiologi yang merujuk pada perspektif modal sosial Robert Putnam.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apa dilakukan para pemilik usaha dan karyawan di dalam usaha kerupuk petis udang dan ikan?
2. Siapa saja yang terlibat dalam proses produksi usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal?
3. Apa dampak yang dirasakan dari adanya usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tindakan para pemilik usaha di dalam usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan
2. Untuk mengetahui siapa saja yang terlibat dalam proses produksi usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal.
3. Untuk mengetahui dampak yang dirasakan semua orang atau pihak yang terlibat dalam produksi kerupuk petis udang dan ikan di Desa Sijeruk Kabupaten Kendal.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Berharap penelitian ini akan membantu memahami peran modal sosial dalam usaha kerupuk petis udang dan ikan kabupaten kendal melalui pengembangan teori modal sosial dan sosiologi ekonomi.

2. Manfaat praktis

- a. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan data dan informasi pengetahuan kepada mahasiswa tentang modal sosial pelaku usaha yang dibentuk oleh jaringan, norma, dan kepercayaan.
- b. Di sisi lain, diharapkan penelitian ini akan memberikan informasi kepada masyarakat keberadaan modal sosial yang ada di dalam UMKM.

### **E. Tinjauan Pustaka**

1. Modal sosial

Tema kajian yang membahas tentang modal sosial telah diangkat oleh banyak beberapa akademisi seperti kajian Fathy (2019), Dollu (2019) Alfiansyah (2023), Wiratanaya (2013) dan Purwati, dkk (2020). Pada penelitian yang dilakukan Rusydan Fathy mengkaji bahwa modal sosial menjadi salah satu keuntungan bagi setiap individu dan kelompok dan mampu mencapai manfaat ekonomi dan manfaat sosial terkait modal sosial, inklusi, serta pemberdayaan masyarakat dalam karakteristik pembangunan jangka panjang dengan relasi-relasi sosial yang mencakup nilai (fathy, 2019). Emanuel Bate Satria Dollu mengkaji tentang cara berpikir bersama menghasilkan hubungan sosial yang bergantung satu sama lain menjadikan hubungan erat sebagai alat yang efektif untuk mempertahankan kohesivitas sebagai modal sosial masyarakat (Dollu, 2019).

Kajian milik Rafi Alfiansyah menjelaskan bahwa modal sosial sebagai alat BUMDes memberdayakan masyarakat dari gotong royong dan kemandirian sebagai pondasi dalam pemberdayaan yang mempengaruhi pencapaian program dari sudut pandang jaringan, kepercayaan, dan lingkungan (Alfiansyah, 2023). Selanjutnya kajian Gede Nyoman Wiratanaya menjelaskan bahwa modal sosial, yang dikumpulkan secara lokal, secara signifikan mempengaruhi bagaimana sistem pemasaran komoditas hasil peternakan bekerja, dan bahwa dampak dari ketidaksempurnaan usaha atau pelaku usaha mungkin lebih kecil (Wiratanaya, 2013). Serta kajian milik Purwati, dkk menjelaskan bahwa modal sosial dan inovasi secara parsial yang mempengaruhi terhadap kinerja usaha UMKM (Purwati et al.,2020)

## 2. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Beberapa akademisi telah memilih subjek kajian kedua untuk mengkaji pelaku usaha UMKM seperti Lucky (2020), Halim, (2020), Undari & Lubis (2021), Mukrimaa, dkk (2016). Pada penelitian yang dilakukan Maskarto Lucky menjelaskan bahwa inovatif dan kreatif dari pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di era pandemi usaha tidak didukung oleh instansi pemerintah daerah sehingga menjadi hambatan besar bagi perkembangan usaha dengan ini dukungan dari pemangku kepentingan lainnya dan peran pemerintah dan

perbankan sangat penting untuk pengelolaan usaha kecil (Lucky, 2020). Lalu kajian Abdul Halim menjelaskan bahwa dalam hal pertumbuhan ekonomi melalui pelaku usaha UMKM, perspektif keilmuan ekonomi digunakan untuk melihat masalah saat ini yang berkaitan dengan hubungan antara pengembangan pelaku usaha dan pertumbuhan ekonomi (Halim, 2020).

Adapun kajian milik Undari & Lubis menjelaskan bahwa pertumbuhan UMKM dapat memenuhi kebutuhan perekonomian, dapat mengurangi pengangguran dan kriminalitas, dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memproduksi berbagai produk makanan atau kerajinan untuk dijual belikan kepada konsumen (Undari et al.,2021). Kajian Mukrima, dkk menjelaskan bahwa upaya penanggulangan kemiskinan di dusun Warurejo dengan proses pemberdayaan yang dipimpin pemerintahan hanya sebatas memberikan modal kepada dunia usaha. sedangkan pemberdayaan UMKM ini terdapat faktor seperti sumber daya manusia, bahan baku, modal usaha yang ringan, mendapatkan persetujuan aparat desa, *supplay*, dan perjanjian harga jual beli produksi (Mukrimaa et al.,2016).

## **F. Kerangka teori**

### **1) Definisi Konseptual**

#### **a. Modal sosial**

Modal sosial adalah landasan kehidupan sosial yang bergantung pada modal sosial, yang terdiri dari jaringan, norma, dan kepercayaan. Modal sosial mendorong seseorang untuk bertindak dan bekerja sama dengan orang lain untuk mencapai tujuan. Elemen modal sosial memudahkan orang untuk bekerjasama dan mencapai tujuan yang diinginkan (Putnam, 1993). Selain itu, bank dunia mengatakan modal sosial adalah elemen kelembagaan, hubungan interpersonal dan norma budaya yang mempengaruhi jumlah dan kualitas interaksi sosial di masyarakat (Hasbullah, 2006).

Menurut ke empat definisi yang diberikan di atas, modal sosial adalah sebuah sumber daya dalam membentuk ikatan relasional yang

memungkinkan setiap anggota masyarakat untuk bekerjasama dan menumbuhkan hubungan timbal balik yang horizontal sesuai dengan norma yang telah ditetapkan. Selain itu membangun jaringan dan terhubung dengan orang lain, baik dalam bentuk kelompok atau individu, dan dibayangkannya sebagai sarana memfasilitasi pertukaran informasi.

b. Pelaku Usaha

Pelaku usaha merupakan individu atau badan usaha, baik badan hukum maupun non-badan hukum, yang beroperasi kegiatannya di wilayah Negara Republik Indonesia. Maksudnya disini pelaku usaha adalah subjek hukum perlindungan yang penting dalam proses produksi suatu barang atau jasa yang memiliki suatu aturan Undang-undang perlindungan konsumen ini mencakup perusahaan, pelaku usaha pabrikan, distributor, dan jaringan (Ramadhani, 2016). Bahwasanya pelaku usaha merupakan hukum perlindungan konsumen yang harus dipertanggung jawabkan, dimana terjadi pelanggaran hak-hak dan kepentingan konsumen yang mengancam keselamatan atau kerugian konsumen (Sasongko, 2007). Dengan demikian, Fakta bahwa konsumen selalu lebih lemah dibandingkan pelaku ekonomi yang terdampak nyata dan tidak nyata dari berbagai faktor menunjukkan bahwa hak-hak konsumen harus dilindungi undang-undang.

c. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan yang memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja dan menyediakan layanan ekonomi yang bermanfaat bagi setiap anggota masyarakat. UMKM juga memiliki memberikan pertumbuhan ekonomi, mendorong pemerataan pendapatan, dan memainkan peran penting dalam pembangunan nasional (Hastuti, 2020).

Usaha mikro dan kecil (UMKM) sebagai pendorong peningkatan ekonomi secara keseluruhan pada tingkat nasional, yang menimbulkan dampak pada pemerataan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini

menjamin keamanan ekonomi nasional. Selanjutnya usaha kecil dan menengah ini juga berkontribusi dalam segala aspek, antara lain aspek politik dimana kerja sama ekonomi antar negara aktif, aspek ekonomi yang berkontribusi terhadap pembentukan PDB, dan aspek sosial dimana mereka bertanggung jawab untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan PDB. masyarakat. Berkontribusi pada stabilitas pasar, lapangan kerja, dan penciptaan wirausaha baru (Hanim, 2018).

#### d. Modal sosial dalam pandangan Islam

Modal sosial adalah salah satu unsur penting dalam kehidupan masyarakat yang terlihat dalam bentuk norma yang akan memfasilitasi serta mengembangkan kerjasama melalui jaringan dan kepercayaan di dalam umat islam dalam menjalankan kehidupan di *era post truth* yang dituntut mempunyai modal sosial yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan hadist sebagai perekat masyarakat islam sebagai rahmat bagi seluruh alam *islam rahmatan lil alamin* (Rahman, 2020). Sebuah jaringan dapat didefinisikan sebagai hubungan bermasyarakat di mana orang bekerja sama dan melakukan aktivitas sosial (Irwan, 2021). Dijelaskan dalam surat berikut:

تِلْكَ أُمَّةٌ قَدْ خَلَتْ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَلكُمْ مَا كَسَبْتُمْ وَلَا تُسْأَلُونَ عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya: “Itulah umat yang telah lalu, baginya apa yang telah mereka usahakan dan bagimu apa yang telah kamu usahakan. Dan kamu tidak akan diminta (pertanggung jawaban) tentang apa yang mereka dahulu mereka kerjakan” (Q.S Al- Baqarah ayat 134).

Dari pandangan dan peran modal sosial ini bermanfaat bagi pembangunan ekonomi masyarakat dan sudah dijelaskan di dalam modal sosial islam bahwa modal ini berpotensi untuk menurunkan masyarakat dari kemiskinan. Dan modal sosial ini sebagai hubungan kepercayaan (*trust*) pelaku usaha sebagai sebuah amanah yang dibebankan kepadanya seorang pemimpin yang memiliki sisi kepemimpinan dijadikan sebuah kepercayaan

sangat dibutuhkan di modal sosial yang harus dipertanggungjawabkan kepada Allah Swt dan kepercayaan dalam kepemimpinan ini seorang muslim akan percaya dan amanah (Madjid, 2020). Zakat, infaq, dan waqaf adalah contoh utama modal sosial dalam ekonomi Islam. Menurut pandangan Putnam, perusahaan yang memiliki modal sosial akan melaksanakan kebijakan yang ada dengan lebih baik.

## **2) Teori modal sosial Robert Putnam**

### **a. Konsep Modal Sosial**

Menurut Robert Putnam, modal sosial didasarkan pada tiga parameter: jaringan, norma, dan kepercayaan, serta meningkatkan efisiensi masyarakat untuk mendorong pengambilan keputusan yang terkoordinasi. Komponen-komponen ini memfasilitasi kolaborasi untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkan (Putnam, 1993).

Selanjutnya, menurut Putnam dalam kajian Hapiz (2014) menjelaskan bahwa tiga unsur penting modal sosial mengacu pada organisasi sosial dimana tiga elemen modal sosial digunakan oleh pihak-pihak yang sepakat untuk menjalin sebuah kerjasama agar mencapai kemanfaatan. Putnam menekankan bahwa modal sosial memiliki sifat produktif, untuk menjalankan sebuah aktivitas yang berarti bahwa tanpa modal sosial dan keterampilan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu tidak akan tercapai. Dengan kata lain, modal sosial sama pentingnya dengan modal finansial dan sumber daya untuk menjalankan aktivitas ekonomi.

Menurut Putnam, modal sosial penting untuk beberapa alasan, yang pertama adalah karena modal sosial membantu masyarakat menyelesaikan masalah. Kedua, modal sosial merupakan alat yang berkontribusi terhadap kelancaran pembangunan masyarakat. Terakhir, modal sosial memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesadaran tentang cara nasib individu yang saling berhubungan dalam berbagai cara (Santoso, 2020). Lebih lanjut, dalam bukunya *Bowling Alone*, Putnam membedakan antara dua jenis utama yaitu: modal sosial yang menjembatani dan modal sosial yang

mengikat. Modal sosial yang ada dalam komunitas atau kelompok disebut modal sosial mengikat, dan modal sosial antar kelompok disebut modal sosial menjembatani (Putnam, 2000).

Modal sosial berdasarkan sifatnya menjembatani cenderung mempersatukan orang-orang dari berbagai domain sosial, berada pada relasi eksklusif seperti rukun tetangga dan teman akrab sehingga akan membentuk pola hubungan mempunyai orientasi ke dalam (*inward looking*). Modal sosial yang mengikat menghindari identitas eksklusif dan mempertahankan standar yang setara bagi semua orang. Serta menghubungkan aset eksternal, informasi, identitas mapan, dan hubungan timbal balik (Putnam, 2000). Putnam mendefinisikan modal sosial sebagai serangkaian hubungan horizontal antara individu yang berdampak pada tingkat produktivitas komunitas setempat. Teori modal sosial jaringan, norma, dan kepercayaan pertama putnam memiliki hubungan dan dampak ekonomi yang signifikan (Haridison, 2004).

#### b. Asumsi Dasar Teori Robert Putnam

Robert Putnam adalah ilmuwan politik dan profesor kebijakan publik di Universitas Harvard. Penelitian utama Putnam, berdasarkan penelitian di Italia, berfokus pada bagaimana partisipasi warga berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi dan kesejahteraan, mengikuti bukti ekstensif mengenai tingkat komitmen terhadap kinerja institusi, dan pada konsep modal sosial. Penelitian ini mengkaji perbedaan dalam cara masyarakat dapat melibatkan warga negara dengan lebih efektif menggunakan bukti (Putnam, 2000).

Modal sosial bermanfaat dan dapat digunakan dalam banyak hal, seperti pendidikan, pertumbuhan ekonomi, kesehatan, penguatan daya tawar politik, pemulihan bencana, dan bahkan kejahatan. Menurut Putnam dalam (Rusydi, 2003) konsep dasar dari konsep sosial adalah bahwa jaringan hubungan antara norma-norma yang terkait, dan bahwa masing-masing kelompok bekerja sama untuk mencapai tujuannya di seluruh wilayah masyarakat yang terhubung ke jaringan tersebut. Menurut Putnam modal

sosial terdiri dari jaringan dan norma yang terkait dengan pra kondisi perkembangan ekonomi. Putnam mengatakan hal ini karena tiga alasan penting: pertama, jaringan menciptakan rasa percaya di antara anggota masyarakat yang memungkinkan koordinasi dan komunikasi. Kedua, kesuksesan kerjasama dengan norma dalam mendorong kerja sama yang lebih baik di masa depan. Terakhir, kepercayaan memiliki manfaat bagi masyarakat karena menunjukkan rasa saling percaya dalam jaringan sosial.

### c. Istilah-istilah Modal Sosial

#### 1. Jaringan (*Networks*)

Menurut Putnam, Jaringan yang dibangun melalui jaringan kerjasama yang disebabkan fakta bahwa jaringan antara individu dan kelompok dalam suatu jaringan hanya dapat diidentifikasi melalui interaksi sosial yang terjadi di antaranya, jaringan ini memungkinkan individu untuk bekerja sama dan memungkinkan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain. Jaringan menjadi sangat penting sebagai cara untuk bekerjasama dan berhubungan satu sama lain (Usman, 2018). Adanya keterlibatan dalam interaksi individu dan kelompok yang menonjol dalam membentuk modal sosial bahwa jaringan sosial ini terbentuk diantara anggota masyarakat yang mencerminkan modal sosial (Harahap 2018). Dalam modal sosial, salah satu ciri jaringan sosial adalah hubungan yang menghubungkan orang-orang yang bekerja sama dan mengikuti aturan untuk mencapai tujuan bersama. Ini adalah karakteristik jejaring sosial:

- a.) Fungsi Ekonomi dan kesejahteraan sosial dari jaringan sosial harus digunakan untuk mengukur efektivitasnya. Sedangkan fungsi sosial menunjukkan pengaruh partisipasi dan kesatuan yang dicapai dalam operasi ekonomi, fungsi ekonomi yang menunjukkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas yang besar.
- b.) Jaringan sosial harus tersedia untuk semua orang yang mencoba menawarkan peluang pekerjaan.

c.) Jaringan sosial harus mengintegrasikan fungsi ekonomi dan sosial yang ada pada modal sosial.

## 2. Norma (*Norms*)

Norma berhubungan dengan jaringan, dan kepercayaan dengan ini keberadaan norma tidak dapat dipisahkan dari keduanya. Norma, menurut Putnam adalah kumpulan aturan yang diterapkan setiap orang di komunitas tertentu. Hukum, agama, adat-istiadat, dan etika merupakan standar masyarakat. Menurut pandangan modal sosial Robert Putnam dalam bukunya, norma sosial mengatur bagaimana orang dapat bekerja sama dan bertindak (Field, 2018).

Peran norma maupun nilai dalam sebuah usaha mempunyai tujuan sebagai aturan kesepakatan antar pelaku usaha dan pegawai agar usaha yang dijalankan menjadi lebih terarah dan teratur selain itu berguna untuk mengontrol perilaku orang-orang yang lebih terlibat dalam usaha tersebut yang akan merugikan usaha. Jika norma tersebut telah berjalan dengan baik, maka akan muncul aturan norma mulai dari norma kerjasama, jam kerja, dan norma pembagian tugas produksi dengan ini memunculkan juga nilai-nilai sosial antar unsur yang ada pada suatu usaha seperti nilai kebersamaan, kerjasama, kerukunan, kesabaran, dan tanggung jawab antara pelaku usaha (Putnam, 2000).

## 3. Kepercayaan (*Trust*)

Menurut Putnam merupakan kesediaan untuk menerima resiko dalam hubungan sosial, berdasarkan percaya, keputusan terhadap harapan, dan bertindak dengan cara mendukung atau tidak merugikan individu atau kelompok. Kepercayaan ini ada tergantung pada individu dan kelompok untuk memberikan kepedulian dengan menerima resiko dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan kelompok (Syaiful, 2012).

Konsep kepercayaan ini erat dengan kualitas modal sosial dimana rasa saling percaya dalam kelompok hal ini akan menciptakan rasa

solidaritas yang kuat yang akan membuat setiap orang akan mengikuti.

Ada tiga konsep terkait dalam kepercayaan manusia, yaitu:

- a.) Ikatannya sosial antara dua orang atau lebih individu yang terlibat dalam hubungan institusi.
- b.) Harapan yang terkandung dalam, merupakan hubungan tidak akan menguntungkan salah satu pihak.
- c.) Hubungan sosial menciptakan pembentukan hubungan dan harapan Kepercayaan dalam suatu usaha akan berfungsi sebagai dorongan hubungan kerjasama yang memudahkan pelaku usaha melaksanakan kerjasama dalam transaksi.

## **G. Metode penelitian**

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

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research* dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yaitu pendekatan yang memberikan uraian atau secara jelas mengenai fenomena sosial (Wekke, 2019). Dengan menggunakan jenis dan metode ini, peneliti berusaha mengkaji tentang modal sosial pelaku usaha UMKM (Studi pada UMKM kerupuk petis udang dan ikan kabupaten kendal mendalam dan sistematis.

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

#### **a. Data primer**

Data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung di lapangan oleh subjek penelitian dan informan (Wekke, 2019). Data primer dalam penelitian ini dari pemilik usaha dan karyawan kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal.

#### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mengetahui dan memperkuat fakta sebenarnya dari hasil wawancara yang dilakukan atau untuk mengkaji data yang ada, terutama data yang diperoleh dari orang lain, digunakan oleh (Sigiyono, 2013). yang didokumentasikan secara tidak langsung oleh peneliti. Selain itu, penelitian ini menggunakan data dari

buku, artikel majalah, dan gambar lain yang berkaitan dengan usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan dan analisis suatu fenomena atau masalah yang dipelajari (Wekke, 2019). Penelitian ini melihat bagaimana modal sosial terbentuk antar pelaku ekonomi. Pada penelitian ini observasi dilakukan secara langsung pada fasilitas komersial untuk mengetahui proses pembuatan kerupuk udang dan ikan Kabupaten Kendal.

#### **b. Wawancara**

Wawancara merupakan suatu interaksi seseorang yang di dalamnya terjadi pertukaran aturan, tanggung jawab, kepercayaan, alasan dan informasi (Wekke, 2019). Secara umum, wawancara dibedakan menjadi tiga jenis yakni secara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur.

Wawancara dalam penelitian ini akan menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur. Wawancara dilakukan dengan pendekatan yang lebih mendalam dan intensif proses wawancara ini akan melibatkan interaksi secara langsung antara peneliti dengan informan sebagai sarana untuk mengumpulkan data yang dikemukakan secara lisan (Sugiyono, 2013). Dalam menentukan informan pada wawancara ini menggunakan teknik *snowball* sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan informan seperti Informan kunci yaitu informan yang memahami subjek penelitian secara menyeluruh dan mendalam, informan pendukung digunakan untuk membantu menganalisis.

Informan kunci yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dari masing-masing cap ABADI, cap SELERA, dan cap KERIS. Proses wawancara ini akan dilakukan oleh peneliti secara langsung kepada pemilik usaha kerupuk petis udang dan ikan dengan mengunjungi secara langsung. Oleh karena itu peneliti akan mengajukan pertanyaan terbuka

secara langsung kepada informan kunci sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut kriteria informan yang dibutuhkan;

*Tabel 1. Daftar Informan wawancara*

No	Nama	Usia	Jabatan
1.	Edi Warjianto	49	Pemilik cap ABADI
2.	Ihkyak Ulummudin	35	Pemilik cap KERIS
3.	Ismuriatno	56	Pemilik cap SELERA
4.	Samsul	49	Karyawan
5.	Samuri	45	Karyawan
6.	Masamah	54	Karyawan
7.	Nur	46	Karyawan
8.	Lutfiah	48	Konsumen
9	Nurul	30	Konsumen

Sumber: Data Primer, 2023

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data melalui wawancara berupa catatan, buku, dan gambar melalui usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi tambahan tentang modal sosial pelaku usaha UMKM.

#### 4. Teknik Analisis Data

Menurut Patton dalam (Wekke, 2019) menyatakan bahwa analisis data adalah proses pengumpulan data menjadi beberapa kategori dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data model Miles dan Huberman, Pengumpulan data dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sampai selesai. Analisis data mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data atau proses mereduksi data dengan meringkas dan merefleksikan data yang dibutuhkan untuk mempermudah pemahaman mereka tentang data yang akan disajikan, karena reduksi data merupakan proses pemilihan data dengan cara merangkum para informan, mengidentifikasi bagian penting, dan menghilangkan bagian yang tidak relevan.

b. Penyajian data

Bentuk analisis penyajian data dengan menyajikan data secara naratif, tabel, atau format. Pada tahap ini, tujuan untuk mengatur data agar lebih terstruktur dan lebih mudah dipahami. Studi ini mengungkapkan data naratif tentang modal sosial pelaku usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan di Desa Sijeruk Kabupaten Kendal.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Pada titik ini, tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Peneliti akan mengevaluasi temuan berdasarkan data lapangan dengan mempertimbangkan bukti yang ditemukan. Kesimpulan yang diambil oleh peneliti harus dikaji kembali dengan mempertimbangkan bagaimana data tersebut direduksi dan bagaimana hasil disajikan untuk memastikan bahwa kesimpulan tersebut tidak menyimpang dari pertanyaan penelitian

## **H. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, kerangka teori, dan metode penelitian.

### **BAB II MODAL SOSIAL, PELAKU USAHA, UMKM DAN TEORI MODAL SOSIAL ROBERT PUTNAM :**

Dalam bab ini, pelaku usaha UMKM dan modal sosial didefinisikan secara konseptual. Selain itu, bab ini menjelaskan teori modal sosial Robert Putnam, yang terdiri dari jaringan, norma, dan keyakinan.

### **BAB III GAMBARAN UMUM USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN KABUPATEN KENDAL**

Pada bab ini akan membahas mengenai kondisi Desa Sijeruk dan kota Kendal, baik berupa kondisi geografi, demografi, dan pemaparan profil usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal.

### **BAB IV AKTIVITAS PELAKU USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL**

Pada bab ini berisi penjelasan aktivitas pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan kabupaten kendal.

### **BAB V RELASI-RELASI DALAM USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN**

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai siapa saja yang terlibat dalam produksi kerupuk petis udang ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal.

### **BAB VI DAMPAK USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN TERHADAP DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL**

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai dampak ekonomi dan dampak sosial yang dirasakan pelaku usaha, karyawan dan masyarakat lokal dari adanya usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal.

### **BAB VII PENUTUP**

Pada bab ini mencakup kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## **BAB II**

### **MODAL SOSIAL , PELAKU USAHA, UMKM DAN TEORI MODAL SOSIAL ROBERT PUTNAM**

#### **A. Definisi Konseptual**

##### **1. Modal Sosial**

Modal sosial adalah pola kehidupan sosial yang terdiri dari jaringan (*network*), norma (*norma*), dan kepercayaan (*trust*), yang mendorong partisipasi untuk bertindak bersama dengan lebih baik untuk mencapai tujuan bersama (Putnam, 1993). Modal sosial merupakan cara untuk mengatasi berbagai permasalahan pasar dan mengurangi biaya perluasan pasar melalui jaringan kerja sama yang erat dan saling menguntungkan. Sebagian besar pelaku ekonomi yang terlibat dalam jaringan koperasi berbagi informasi dengan modal sosial ini sebagai bentuk pertukaran informasi dan mungkin merasakan keinginan untuk mengetahui kualitas produk yang dapat dibeli konsumen.

Modal sosial juga dipandang sebagai upaya untuk memungkinkan sumber daya manusia mengelola hubungan sosial dan menggunakannya sebagai sumber untuk mencapai manfaat ekonomi dan sosial. Dalam membangun hubungan sosial, harus ada jaringan, norma, dan kepercayaan untuk menjunjung tinggi nilai dan norma yang ada dalam kelompok sosial serta terciptanya hubungan yang saling menguntungkan. Modal sosial memiliki karakteristik yang kompleks, berbeda dengan modal sosial finansial, modal fisik, dan modal manusia. Modal fisik merupakan modal kasat yang dapat dilihat dengan mata dan dapat dihitung maupun diprediksi. Modal finansial dan modal manusia dapat dilihat walaupun tidak sejelas dengan modal fisik. Sedangkan modal sosial tidak terlalu kasat mata, modal sosial ini bisa diketahui ketika individu menjalin sebuah relasi sosial yang umumnya masyarakat secara berkelompok maupun komunitas (Usman, 2018).

Pemahaman tentang modal sosial memiliki dimensi yang luas dan kompleks, menurut para ahli dalam (Yuliarmi 2012) modal sosial memiliki

banyak dimensi yang beragam. Berbeda dengan modal manusia, lebih merujuk pada keahlian seseorang, modal sosial di sisi lain mengacu pada potensi individu dan kelompok serta hubungan antar kelompok dalam jaringan sosial. Nilai norma dan kepercayaan manusia menjadi norma diantara anggota kelompok.

## **2. Pelaku Usaha**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelaku usaha adalah orang yang melakukan suatu tindakan atau merupakan pelaku utama dalam mengubah keadaan tertentu. Sementara usaha adalah kegiatan dengan menggerakkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai tujuan pekerjaan (Sarijani 2020). Sedangkan pelaku usaha di dalam pasal 1 angka 3 UU nomor 8 tahun 1999 menetapkan bahwa setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang didirikan dan berkedudukan kegiatan usaha di dalam wilayah hukum Republik Indonesia. Di dalam pelaku usaha pasti memiliki perlindungan konsumen. Ini termasuk hak konsumen untuk membayar, melindungi, diri dari niat jahat konsumen, dan memperbaiki reputasi barang atau jasa apabila terbukti mengalami kerugian. (Bagus dkk, 2016).

## **3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **a. Pengertian UMKM**

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk meningkatkan lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat umum. UMKM dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pemerataan pendapatan, dan memainkan peran penting dalam pembangunan nasional (Hastuti, 2020). Menurut Undang-undang No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah didefinisikan sebagai usaha yang kriteria, sebagai berikut:

- Usaha mikro, Usaha produktif yang di milik individu atau badan usaha dan memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- Kekayaan bersih tidak melebihi Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan. Dan penjualan per tahun tidak melebihi Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta).
  - Jumlah karyawan kurang dari 5
- Usaha kecil, Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
  - Jumlah karyawan 5 sampai 19 orang.
- Usaha Menengah adalah usaha perseorangan atau badan usaha yang bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil dan usaha besar.
- kekayaan bersih mulai dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.
  - Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
  - Jumlah karyawan 20 sampai 90 orang.

Bahwasanya kegiatan usaha adalah semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang produktif atau menghasilkan barang dan uang dengan bahan baku melalui proses produksi dalam jumlah besar dengan harga yang lebih murah tetapi dengan kualitas terbaik (Julianto, 2016).

#### **b. Peran UMKM**

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi pada pembentukan dan pertumbuhan ekonomi dari Produk Domestik Bruto (PDB) melalui produksi barang dan jasa selama satu tahun. UMKM bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dalam suatu nilai uang dalam jangka waktu tertentu

(Sofyan 2017). Oleh karena itu, UMKM mendapatkan banyak perhatian dari berbagai pihak. Ini layak diterima karena peran mereka dalam pembangunan nasional. Berikut adalah beberapa fungsi usaha mikro kecil dan menengah:

- Menyerap tenaga kerja

Pada sektor penyerapan tenaga kerja memberikan peluang kerja dan memberikan wadah, yang dimana kesempatan kerja semakin terbatas dan menimbulkan tinggi angka pengangguran. Dengan ini kriteria UMKM pada usaha kecil telah mampu berperan aktif dalam menekankan angka pengangguran.

- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal

UMKM berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dengan meningkatkan produksi dan pendapatan daerah. Integrasi UMKM ke dalam rantai pasok juga menciptakan sinergi yang berdampak pada sektor terkait seperti bahan baku, logistik, dan jasa. Penyedia barang dan jasa bagi masyarakat

- Penyedia barang dan jasa

sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, di mana barang dan jasa yang dibuat oleh pelaku UMKM seperti makanan, minuman, peralatan rumah tangga, kebutuhan sekolah, dan berbagai layanan.

- Pemberdayaan ekonomi

UMKM memberikan peluang bagi individu untuk menjadi wirausaha dan memulai usaha sendiri. Hal ini mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat karena individu dapat mengendalikan pendapatan mereka sendiri, meningkatkan kemandirian finansial dan mengurangi ketergantungan pada pekerjaan formal dengan memulai usaha mereka sendiri.

- Stimulasi pertumbuhan ekonomi lokal

Mendorong pertumbuhan ekonomi daerah UMKM berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, dan UMKM ini sering kali

menggabungkan rantai pasokan lokal dengan memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal. Melalui kegiatan produksi dan distribusinya, UMKM berkontribusi dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan masyarakat lokal, sehingga pendapatan yang dihasilkan oleh pemilik UMKM juga diinvestasikan kembali ke perekonomian lokal, mendorong pertumbuhan usaha lain dan menciptakan sinergi

#### **c. Asas dan tujuan UMKM**

Prinsip-prinsip asas UMKM dijelaskan pada UU pasal 2 Nomor 20 tahun 2008 menyebutkan kekeluargaan, demokrasi ekonomi, inklusi, efisiensi berkeadilan, keberlanjutan, ramah lingkungan, kemandirian, kemajuan berimbang, dan kesatuan perekonomian nasional. UMKM dinilai sebagai sektor yang memiliki tujuan dan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Tujuan UMKM yang tidak terlepas dari peranannya adalah untuk memungkinkan tumbuh dan berkembangnya usaha dalam rangka membangun perekonomian berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

#### **4. Usaha Kerupuk Petis Udang dan Ikan**

Kerupuk petis udang dan ikan merupakan cemilan khas kabupaten kendal. Kerupuk petis ini berasal dari tepung tapioka yang diberi bumbu bawang, ketumbar, garam, dan dicampur petis atau olahan rebon (bibit udang lokal). Desa Sijeruk yang dikenal dengan sentra pengolahan kerupuk petis udang dan ikan menyebabkan rata-rata masyarakat Sijeruk bekerja di usaha kerupuk petis udang dan ikan sebagai pelaku usaha dan juga karyawan. Kerupuk ini sudah ada sejak tahun 1999 yang dimulai oleh beberapa warga dikenal sebagai pengrajin kerupuk petis, usaha ini sangat bergantung pada sinar matahari untuk pengeringan namun jika sinar matahari tidak maksimal maka akan mengganggu proses pengeringan maka akan mengubah kualitas dari kerupuk setengah jadi dimana kadar air tidak sepenuhnya mengering, akan menimbulkan jamur sehingga kerupuk petis udang dan ikan tidak maksimal.

## B. Modal Sosial dalam pandangan islam

Manusia sebagai makhluk sosial tentu memerlukan interaksi dengan orang lain. Karena pentingnya kehadiran orang lain bagi umat berarti Islam tidak mengurangi pola hubungan simbiosis mutualisme antar masyarakat. Hubungan-hubungan ini tersusun sedemikian indahnya sehingga saling berhubungan bagaikan sebuah rantai. Hubungan bukanlah persoalan sepele dalam Islam. Islam mempunyai banyak ajaran yang mengatur tentang persaudaraan antar manusia. Misalnya dalam jual beli tidak boleh ada pihak yang dirugikan.

Menurut Putnam dalam (Field, 2018) buku tafsir ekonomi, modal sosial adalah elemen organisasi sosial seperti jaringan, kepercayaan, norma, dan hubungan timbal balik yang dapat meningkatkan efektivitas masyarakat dengan memfasilitasi tindakan yang direncanakan. Konsep persaudaraan, atau ukhuwah, yang ditemukan dalam Al-Qur'an dalam surat Al-Hujurat ayat 10, adalah salah satu ajaran Islam yang dapat berfungsi sebagai dasar untuk pembentukan modal sosial.

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: *“sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapatkan rahmat”* (QS. Al-Hujarat: 10)

Dalam korelasi surat al-hujurat ayat 10 berkaitan dengan ayat 9, bahwa Allah memerintahkan kita untuk mendamaikan dua golongan yang sedang bertikai dengan cara yang adil sedangkan ayat 10 sebagai penguat bahwa semua orang mukmin pada hakikatnya adalah saudara sehingga harus saling menjalin hubungan baik diantara sesama saudara. Dengan ini semakin kuat dan baik interaksinya, semakin tinggi impian yang ingin dicapai, semakin tinggi cita-citanya terhadap sesuatu yang mungkin terjadi di masa depan, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. ketika jaringan, norma, dan kepercayaan ada, modal sosial setiap individu atau kelompok anggota dibagikan, sehingga menciptakan kolaborasi yang

bermanfaat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Konsep modal sosial penting untuk membangun hubungan antara modal sosial dan kemungkinan membangun pembangunan yang mandiri dan kuat (Lawang, 2004).

### **C. Teori Modal Sosial Robert Putnam**

Robert Putnam merupakan tokoh yang terkenal sebagai pendukung modal sosial sejak diterbitkan di dalam buku *“Bowling Alone”* dalam bukunya bahwasanya modal sosial dianggap sebagai bagian dari organisasi sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang meningkatkan efisiensi masyarakat yang memfasilitasi tindakan-tindakan terkoordinasi (Putnam, 1993). Menurut Putnam bahwa modal sosial dianggap sebagai kebaikan umum karena dengan adanya modal sosial individu dapat dikatakan sebagai makhluk sosial, karena mereka saling membutuhkan satu sama lain untuk saling bergantung sehingga orang-orang saling berinteraksi (Field, 2018).

Modal sosial secara umum tidak dapat dipisahkan kaitanya dengan perolehan keuntungan ekonomi maupun sosial yang merupakan hasil dari pengelolaan, peningkatan, dan pemberdayaan guna relasi sosial sebagai sumberdaya (Usman, 2018). Pandangan diatas adalah pandangan yang telah disadarkan oleh beberapa tokoh masyhur mengemukakan teori modal sosial, sedangkan secara spesifik Putnam mendefinisikan modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial-jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipasi bertindak bersama secara lebih efektif (Field, 2018).

#### **1. Konsep Modal Sosial Robert Putnam**

Konsep modal Sosial menurut Robert Putnam muncul didasarkan pada tiga komponen yaitu jaringan, norma, dan kepercayaan. Ketiga komponen ini yang meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi pengambilan keputusan yang terorganisir (Putnam, 1993). Ini memudahkan orang untuk bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama di setiap anggota masyarakat, terutama individu, tidak memiliki kemampuan untuk menghadapi dan mengatasi masalah mereka sendiri tanpa bantuan orang lain. Karena itu, setiap

anggota masyarakat harus bekerja sama dan mendukung satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama untuk menyelesaikan masalah. Modal sosial dianggap berperan besar dalam meningkatkan berbagai aspek seperti pendidikan dan pelayanan kesehatan, pertumbuhan ekonomi, kekuatan politik, dan rehabilitasi dan rekonstruksi bencana sosial (Usman, 2018).

Masalah modal sosial dikelompokkan karena kurangnya kepercayaan terhadap pihak politik atau pemerintahan. Selain itu, Putnam menjelaskan modal sosial melalui tiga komponen: jaringan (*network*) sebagai elemen tempat hubungan kegiatan sosial, norma (*norms*) sebagai panduan bagi individu untuk bersikap dengan aturan yang berlaku di masyarakat, sedangkan kepercayaan (*trust*) sebagai sikap positif terhadap pertumbuhan. Bahwasanya nilai-nilai yang terkandung di dalam elemen modal sosial dapat dikatakan sebagai pengikat atau perekat, mempersatukan dalam menjalin hubungan (Putnam, 2000). Modal sosial sangat penting untuk beberapa alasan. Pertama, mereka memungkinkan dan membantu masyarakat menyelesaikan masalah bersama. Kedua, mereka membantu masyarakat berkembang dengan baik dan lancar. Terakhir, mereka dapat meningkatkan kesadaran dan kebenaran tentang bagaimana nasib setiap orang saling berkaitan dalam banyak hal (Santoso, 2020).

Selanjutnya, Putnam mengenalkan perbedaan bentuk dasar modal sosial, yaitu menjembatani (*bridging social capital*) dan mengikat (*bonding social capital*). Dalam buku *Bowling Alone* (2000) modal sosial yang memiliki identitas lebih eksklusif dan mempertahankan kelompok disebut *bonding social capital*. Sedangkan modal sosial yang menyatukan kelompok disebut *bridging social capital* (Putnam, 2000). Modal sosial yang menjembatani unggul dalam menghubungkan aset eksternal dalam membangun identitas dan hubungan timbal balik yang ditandai dengan hubungan terbuka dengan setiap anggota kelompok. Modal sosial yang menjembatani ini lebih mempersatukan berbagai kelompok dengan latar belakang sosial yang berbeda, terbentuk dari sudut pandang yang terbuka (menghadap ke luar), dan bersifat mandiri. Sebaliknya, modal sosial berperan sebagai sarana pengikat identitas eksklusif

dengan bentuk hubungan yang berwawasan ke dalam (*inward-looking*) setiap anggotanya, berdasarkan rasa solidaritas dan hubungan bersama yang mengedepankan kepentingan kelompok. Segala hubungan yang dibangun melalui interaksi sosial dengan pihak di luar kelompok mengedepankan kemandirian masyarakat berdasarkan prinsip timbal balik.

Dari penjelasan konsep modal sosial menurut Putnam, pelaku usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal termasuk tipe modal sosial menjembatani atau *bridging social capital*. Hal ini, karena setiap proses pembuatan kerupuk petis udang dan ikan, usaha ini mempersatukan masyarakat Desa Sijeruk dimana saling terbukanya sebuah jaringan yang ada membuat hubungan yang semakin luas dengan para pihak luar. Bahwasanya awal pengembangan usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan mempunyai keterkaitan dengan modal sosial. Modal sosial yang terdapat di dalam UMKM tersebut memiliki tiga elemen yaitu jaringan, norma, dan kepercayaan. Industri ini memiliki peranan aktor di dalamnya mulai dari pelaku usaha sebagai aktor utama dalam pengembangan dan memajukan usaha, aktor karyawan sebagai membantu dalam mengembangkan disetiap proses pembuatan produk sampai menjadi produk siap jual, aktor para supplier bahan baku membantu memenuhi semua bahan baku yang dibutuhkan. Peranan aktor ini menjadikan sebuah kerjasama yang saling menguntungkan yang didasari norma (*norms*) dan kepercayaan (*trust*) antar aktor yang saling tukar informasi mengenai dinamika usaha kerupuk petis udang dan ikan.

Adanya usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk, terjadi sebuah hubungan sosial pada semua komponen yang terlibat dalam sebuah perusahaan kerupuk petis. Hubungan sosial yang tercipta memunculkan sebuah kerjasama dan koordinasi sehingga menciptakan sebuah ikatan sosial masyarakat Desa Sijeruk. Hal ini terbukti dari adanya kegiatan sosial yang terjalin antara pelaku usaha dan masyarakat Desa Sijeruk melalui kegiatan sosial yang ada di Desa seperti memajukan pendidikan non-formal (TPQ dan MDA) pelaku usaha terlibat dalam membantu pembangunan fasilitas sekolah dan keterlibatan pelaku usaha pada acara kemerdekaan ikut memberikan

sumbangan berupa dana dan doorprize dan masih banyak lagi dalam keterlibatan kegiatan sosial yang ada di Desa Sijeruk.

## 2. Asumsi Dasar Teori Modal Sosial

Robert Putnam adalah ilmuwan politik dan profesor kebijakan publik di Universitas Harvard. Penelitian utama Putnam, berdasarkan penelitian di Italia, berfokus pada bagaimana partisipasi masyarakat berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi dan kesejahteraan, mengikuti bukti ekstensif mengenai tingkat komitmen terhadap kinerja institusi, dan pada konsep modal sosial. Penelitian ini mengkaji perbedaan dalam cara masyarakat dapat melibatkan warga negara dengan lebih efektif menggunakan bukti (Putnam, 2000).

Modal sosial bermanfaat dan dapat digunakan dalam berbagai bidang seperti, termasuk pendidikan, pertumbuhan ekonomi, kesehatan, penguatan daya tawar politik, pemulihan bencana, dan bahkan kejahatan. Menurut Putnam dalam (Rusydi, 2003) konsep dasar dari konsep sosial adalah bahwa jaringan hubungan dengan norma-norma yang terkait, dan bahwa kedua belah pihak dalam jaringan tersebut bekerja sama untuk mencapai tujuannya di seluruh wilayah yang terhubung ke jaringan tersebut. Menurut Putnam modal sosial terdiri dari jaringan dan norma yang terkait dengan prakondisi perkembangan ekonomi. Putnam mengatakan hal ini karena tiga alasan penting: pertama, jaringan menciptakan rasa percaya di antara anggota masyarakat, yang memungkinkan koordinasi dan komunikasi. Kedua, kesuksesan kerjasama dengan norma dalam mendorong kerja sama yang lebih baik di masa depan. Terakhir, kepercayaan memiliki manfaat bagi masyarakat karena menunjukkan rasa saling percaya dalam jaringan sosial.

## 3. Istilah-istilah Modal Sosial

### a. Jaringan

Menurut Putnam, Jaringan yang dibangun melalui jaringan kerjasama yang disebabkan fakta bahwa jaringan antara individu dan kelompok dalam suatu jaringan hanya dapat diidentifikasi melalui interaksi sosial yang

terjadi di antara mereka, Jaringan ini memungkinkan individu untuk berkolaborasi dan menghubungi orang lain. Peran jaringan menjadi sangat penting sebagai jalan menuju kolaborasi, interaksi, dan keterlibatan dengan orang lain. (Usman, 2018). Jaringan sosial terbentuk di antara anggota masyarakat yang mencerminkan modal sosial karena ada keterlibatan dalam interaksi individu dan kelompok yang menonjol dalam pembentukan modal sosial (Harahap, 2018). Oleh karena itu, jaringan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan terbentuk dari hubungan sosial dan kerjasama yang terjadi selama aktivitas sehari-hari, karyawan, dan konsumen.

UMKM kerupuk petis udang dan ikan dianggap oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah sebagai kumpulan orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Adanya jaringan sangat penting untuk keberlangsungan usaha kerupuk petis karena akan memudahkan proses produksi. Beberapa pihak lain membantu proses produksi di perusahaan ini, seperti bekerja sama dengan supplier yang menyediakan bahan baku mentah untuk tepung dan petis, membangun jaringan rekan kerja baru seperti teman dekat untuk mempekerjakan orang di sekitar mereka, dan sebagainya.

Sebagai hasil dari hubungan antara produksi kerupuk petis udang dan ikan, jaringan sosial yang terdiri dari fungsi ekonomi dan kesejahteraan sosial harus digunakan untuk mengukur efektivitasnya. Fungsi ekonomi menunjukkan partisipasi dan kesatuan dalam aktivitas ekonomi, sedangkan fungsi ekonomi menunjukkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas yang tinggi. Selain itu, karena pelaku usaha memiliki hubungan sosial dengan karyawan dan masyarakat Desa Sijeruk, jaringan ini dimotivasi oleh ikatan sosial. Kemungkinan bahwa jaringan ini berfungsi sebagai ikatan yang memiliki keduanya masih ada. Kepentingan dan jumlah pelaku usaha dalam melakukan tindakan bergantung pada hubungan sosial mereka dengan berbagai mitra kerja. Modal sosial yang lebih kuat dan bertahan lama dihasilkan dari jaringan yang memiliki identitas kelompok yang kuat.

#### b. Norma

Keberadaan norma berhubungan dengan jaringan dan kepercayaan, norma tidak dapat dipisahkan dari keduanya. Norma, menurut Putnam adalah kumpulan aturan yang diterapkan oleh setiap orang di komunitas tertentu. Hukum, agama, adat-istiadat, dan etika merupakan standar masyarakat. Menurut pandangan modal sosial Robert Putnam dalam bukunya, norma sosial mengatur bagaimana orang dapat bekerja sama dan bertindak (Field, 2018).

Melihat norma yang diterapkan oleh pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan, termasuk aturan kerjasama, pembagian tugas produksi, dan norma jam kerja, yang menghasilkan nilai-nilai modal sosial. Salah satu perwujudan modal sosial adalah norma resiprositas, yang menunjukkan bagaimana norma ini sesuai dengan jaringan yang dimiliki oleh pelaku usaha (Putnam, 2000). Adanya norma untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan atau merugikan, organisasi dapat menetapkan standar. Mereka yang melanggar aturan ini akan dihukum. Untuk mendorong kerja sama, usaha kerupuk petis udang dan ikan juga memanfaatkan standar kebersihan yang ada. Selain itu, keyakinan bahwa kebaikan akan dibalas oleh orang lain mendorong masyarakat untuk saling menguntungkan.

#### c. Kepercayaan

Menurut Putnam kepercayaan merupakan kesediaan untuk menerima resiko dalam hubungan sosial terhadap orang lain. Kepercayaan terhadap seseorang merupakan pilihan diri sendiri atas rasa keyakinan terhadap seseorang. Kepercayaan ini didasarkan pada keyakinan, keputusan berdasarkan harapan, dan tindakan yang mendukung atau menentang individu atau kelompok, namun kepercayaan ini didasarkan pada keyakinan, harapan, keputusan, dan tindakan yang mendukung atau menentang individu atau kelompok; Itu tergantung pada menunjukkan. Kepercayaan muncul dalam hubungan sosial antara dua atau lebih orang, di mana interaksi sosial menghasilkan harapan bersama untuk mencapai tujuan (Lawang, 2004).

Konsep kepercayaan ini erat kaitannya dengan kualitas modal sosial, karena rasa saling percaya dalam suatu kelompok menciptakan rasa solidaritas yang kuat yang dianut oleh semua orang. Ada tiga konsep terkait kepercayaan manusia. Hubungan sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam suatu hubungan institusional disebut ekspektasi relasional. Artinya ketika suatu hubungan terjadi, salah satu atau kedua belah pihak mengalami kerugian. Oleh karena itu, kepercayaan terhadap suatu perusahaan menumbuhkan kerjasama dan memungkinkan kedua belah pihak untuk bekerja sama dalam suatu transaksi.

Seperti dalam berlangsungnya usaha kerupuk petis udang dan ikan, kepercayaan dalam pemilihan rekan kerja, kepercayaan sistem penjualan, kepercayaan kerjasama dengan supplier, kepercayaan pemasaran kepada konsumen. Dengan demikian, membangun sebuah kepercayaan berarti berpikir tentang apa yang akan dilakukan selanjutnya, dan kepercayaan ini dapat berupa kepribadian, karakter, atau perasaan. Di sisi lain, dalam masyarakat, kepercayaan dianggap sebagai nilai dan norma sosial yang menjaga sistem sosial, terutama solidaritas. Kepercayaan atau keyakinan muncul sebagai hasil dari pemenuhan tujuan. Kepercayaan ini merupakan bentuk kesadaran sikap dan kolektif yang dapat dilihat dari tidak saling melukai, ingkar janji dengan orang lain dalam jaringannya (Usman, 2018).

Kepercayaan mempengaruhi kemampuan modal sosial untuk menjalankan fungsi yang diperlukan untuk menjaga keberlanjutannya. Ketika fungsi dan peran masyarakat dalam struktur masyarakat menjadi jelas, maka terciptalah kepercayaan dalam masyarakat. Putnam, di sisi lain, mendefinisikan membangun modal sosial sebagai hal yang penting bukan untuk kepercayaan, namun untuk kredibilitas. Kepercayaan dicirikan oleh keyakinan kolektif yang dianut oleh masyarakat, bukan individu. Namun pada akhirnya, diasumsikan bahwa masyarakat menentukan modal sosialnya sendiri.

### BAB III

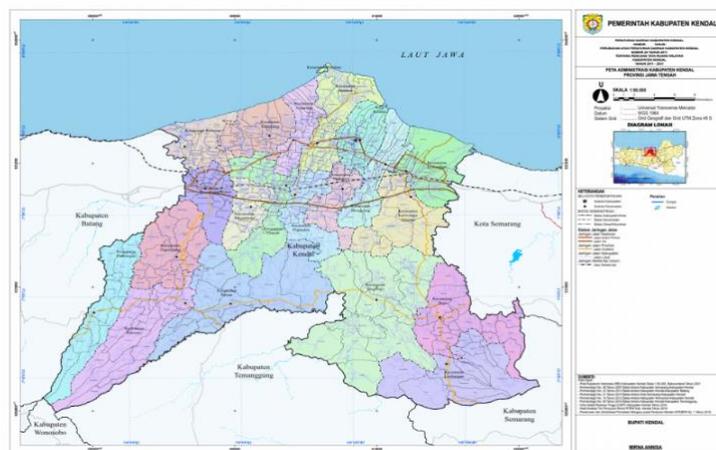
## GAMBARAN UMUM DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL

### A. Kondisi Geografi

#### 1. Kabupaten Kendal

Kabupaten Kendal adalah salah satu dari 35 kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Terletak antara 109° 40'-110° 18' Bujur Timur dan 6° 32'-7° 24' Lintang Selatan. Kota Kendal memiliki 20 kecamatan kelurahan dan 266 Desa dengan jumlah penduduk kurang lebih 1,01 juta jiwa dengan kawasan permukiman 718.011 jiwa.

Gambar 1 Peta Kabupaten Kendal



Sumber Data: Web Resmi Kabupaten Kendal, 2023

<https://www.kendalkab.go.id/>

Dengan luas 1.002,23 km<sup>2</sup>, biasanya dianggap sebagai kabupaten agraris. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa banyak lahan yang digunakan untuk pertanian. Lahan di Kabupaten Kendal digunakan untuk pertanian pada 26%, tegalan pada 20%, perkebunan pada 8%, dan tujuan lain pada 46%. Batas-batas wilayah Kabupaten Kendal adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara : Laut Jawa

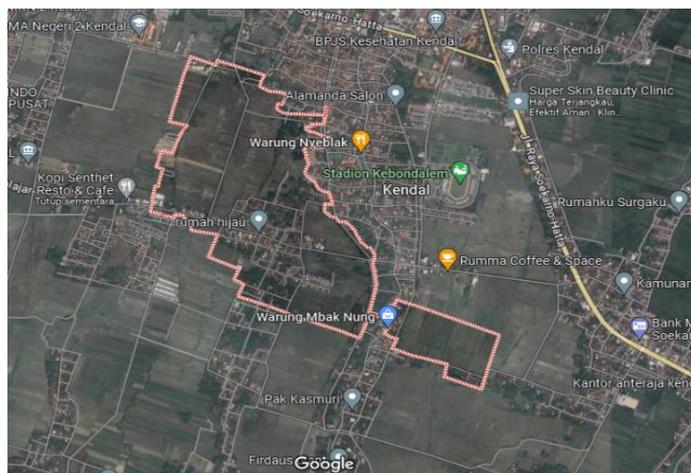
- b. Sebelah timur : Kota Semarang
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Temanggung
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Batang

## 2. Desa Sijeruk

Desa Sijeruk berada di pusat kota Kabupaten Kendal di Jl. Brantas Nomor 17. Wilayah Desa Sijeruk seluas 108,320 km<sup>2</sup> dan terdiri dari 19 RT dan 4 RW. Kelurahan Sijeruk berbatasan dengan kelurahan-kelurahan sebagai berikut:

- a. Sebelah utara : Kelurahan Langenharjo
- b. Sebelah selatan : Kelurahan Jotang
- c. Sebelah barat : Kelurahan Jetis
- d. Sebelah Timur : Kelurahan Kalibuntuwetan

*Gambar 2. Peta Online Desa Sijeruk*



Sumber Data: Google Maps, 2023

## **B. Kondisi Topografi Kabupaten Kendal**

Topografi Kabupaten Kendal dibagi menjadi tiga jenis: daerah pegunungan berada di bagian paling selatan dan memiliki ketinggian antara 0 dan 2.579 mdpl dengan suhu 250 derajat Celcius. Daerah perbukitan berada di sebelah tengah dan dataran rendah, dan pantai di sebelah utara memiliki ketinggian antara 0 dan 10 mdpl dan suhu 270 derajat Celcius. Jarak dan

ketinggian di wilayah ini dihitung berdasarkan posisi pertanian. Di Kabupaten Kendal, curah hujan tertinggi adalah 1.109 mm, dan curah hujan terendah adalah 0 mm.

### C. Kondisi Demografi Desa Sijeruk

#### 1. Jumlah Penduduk

Pada tahun 2022, ada 2.974 orang yang tinggal di Desa Sijeruk Kabupaten Kendal. Untuk memahami fungsinya, penulis menyajikan data kependudukan sebagai berikut:

*Tabel 2. Jumlah Penduduk berdasarkan jenis kelamin*

No	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)
1.	Laki-laki	1,485
2.	Perempuan	1,489
Jumlah: 2.974 jiwa		

Sumber Data: Monografi Desa Sijeruk, 2022

*Tabel 3. Komposisi penduduk berdasarkan usia*

No	Usia	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	0-3 tahun	87	77	164
2.	3-6 tahun	64	60	124
3.	6-12 tahun	135	151	286
4.	12-15 tahun	63	74	137
5.	15-18 tahun	62	71	133
6.	18-24 tahun	123	107	230
7.	24-29 tahun	150	118	268
8.	29-34 tahun	103	109	212
9.	34-39 tahun	133	129	262
10.	39-44 tahun	127	114	241
11.	44-49 tahun	82	105	187
12.	49-54 tahun	114	110	224

13.	54-59 tahun	78	101	179
14.	59-64 tahun	74	71	145
15.	64-69 tahun	12	7	19
16.	69-74 tahun	56	50	106
17.	75 > tahun	22	35	57
Jumlah penduduk				2.974 jiwa

Sumber Data: Monografi Desa Sijeruk, 2022

Dari semua jumlah penduduk Desa Sijeruk Kabupaten Kendal yang berjumlah 2.974 dengan menempati 19 Rt dan 4 RW. Jumlah penduduk laki-laki 1,485 jiwa, sedangkan jumlah perempuan 1,489 jiwa. Gambaran umum menunjukkan bahwa populasi paling banyak dengan jumlah termuda di kelompokkan pada usia remaja.

## 2. Perekonomian

Perekonomian masyarakat Desa Sijeruk dalam kehidupan sehari-hari rata-rata bekerja di lingkungan usaha mikro dan usaha kecil hal ini karena Desa Sijeruk merupakan tempat sentra pengelolaan usaha kerupuk petis udang dan ikan. Selain itu masyarakat mempunyai beragam pekerjaan, mulai dari Petani, Pedagang, Pengusaha biro dan jasa, Pelaku usaha UMKM, Guru, dan Polisi/TNI. (monografi Desa Sijeruk, 2022).

## 3. Pendidikan

Ketika pemikiran manusia berkembang, ada batasan pada makna pendidikan. Pendidikan adalah upaya sadar dan terencana untuk menciptakan lingkungan di mana siswa dapat mengembangkan potensi diri mereka untuk memiliki kecerdasan, kepribadian, pengenalan diri, kekuatan spiritual, dan keterampilan. Oleh karena itu, sistem pendidikan masyarakat harus diatur dengan benar. Pendidikan ini memainkan peran penting dalam pembentukan individu yang berkualitas, jadi diperlukan fasilitas pendidikan yang baik mulai dari pendidikan formal hingga nonformal untuk mendukung pelaksanaan pendidikan wajib selama 12 tahun. Di Desa Sijeruk, Kabupaten Kendal, ada berbagai fasilitas pendidikan, termasuk Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD),

Taman Kanak-kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), dan Sekolah Majelis Taklim, seperti Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) dan Madrasah Diniyah Awaliyah (MDA). Data pendidikan formal dan nonformal Desa Sijeruk adalah sebagai berikut:

*Tabel 4. Jumlah sekolah formal dan nonformal Desa Sijeruk*

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1.	Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)	1
2.	Taman Kanak-kanak (TK)	2
3.	Sekolah Dasar (SD)	1
4.	Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ)	2
5.	Madrasah Diniyah Awaliyah (MDA)	1
Jumlah Fasilitas Pendidikan		7

Sumber Data : Monografi Desa Sijeruk, 2022

Menurut data monografi, Desa Sijeruk memiliki berbagai jenis pendidikan formal dan nonformal. Ini termasuk fasilitas Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang terdiri dari satu bangunan, Taman Kanak-kanak (TK) yang terdiri dari dua bangunan, Sekolah Dasar (SD) yang terdiri dari satu bangunan, dan Sekolah Majelis Taklim seperti Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) yang terdiri dari dua bangunan dan Madrasah Diniyah Awaliyah (MDA) yang terdiri dari satu bangunan. Berikut gambaran terkait jumlah penduduk berdasarkan pendidikan Desa Sijeruk:

*Tabel 5. Jumlah penduduk berdasarkan pendidikan*

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)
1.	Taman kanak-kanak (TK)	110

2.	Sekolah Dasar (SD)	398
3.	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	140
4.	Sekolah Menengah Atas (SMA)	150
5.	D3 > S1	25
Jumlah : 625		

Sumber Data: Monografi Desa Sijeruk, 2022

Keberadaan fasilitas pendidikan yang baik dapat meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul serta meningkatkan jumlah literasi yang baik dimana pendidikan ini sebagai kesejahteraan masyarakat yang ada khususnya untuk anak-anak di masa-masa pertumbuhan.

#### 4. Kondisi sosial dan budaya

Penduduk yang beragam di Desa Sijeruk Kabupaten Kendal yang sangat kental akan toleransi yang tinggi antar umat beragama, masyarakat Desa Sijeruk sembilan puluh lima Persen beragama islam dan sisanya beragama non islam atau kristen. Salah satu tradisi yang masih dilestarikan oleh masyarakat Desa Sijeruk adalah Tingkeban Pari. Tradisi ini dilakukan saat petani di Desa Sijeruk memasuki masa tanam padi dengan melakukan tradisi tingkep tandur. Warga Desa Sijeruk masih melakukan upacara tingkeban pari sebagai bentuk sedekah bumi, dan mereka percaya bahwa memberikan makanan melalui penanaman yang baik akan membawa keberkahan dan keselamatan.

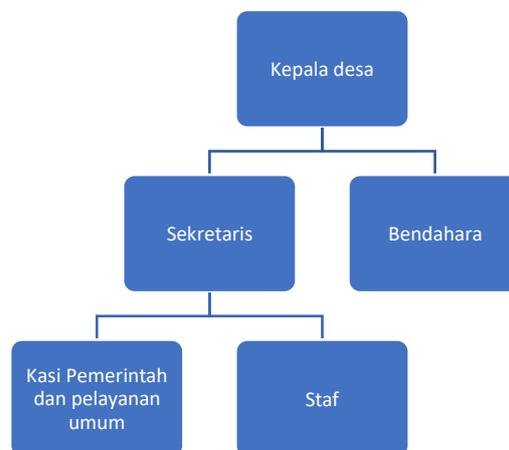
### **D. Profil Desa Sijeruk Kabupaten Kendal**

#### 1. Sejarah Desa Sijeruk Kabupaten Kendal

Awal sejarah Desa Sijeruk ini setelah masa Tumenggung Bahurekso 1614-1623 yang berasal dari Keturunan Keraton Ngayogyakarta setelah mataram terpecah menjadi dua kerajaan. Diambil alih oleh Raden Tumenggung Prawirodiningrat menjadi Adipati dan membawa abdi dalem paman dan

keponakan yang merupakan cikal bakal Desa Sijeruk, keponakan bernama Kartorejo Wirogati seorang ahli emas dan pengrajin perhiasan Keraton. Penangkapan yang dilakukan Belanda pada waktu itu membuat Kartorejo menyingkir ke selatan sampai mendapatkan pertolongan oleh seorang saudagar dan Kipetel yang mempunyai senjata Petel. Selanjutnya, sebuah masyarakat yang merasa aman dan tentram, meskipun mereka hanya memiliki seberuk beras dan beruk adalah tempurung kelapa yang paling besar untuk menyimpan beras, dan orang-orang di sana merasa kenyang setelah memiliki beras. Masyarakat ini disebut "Sijeruk" dari kata "seberuk"..

## 2. Struktur pemerintahan Desa Sijeruk



Sumber Data: Monografi Desa Sijeruk, 2022

Struktur pemerintahan desa di atas menunjukkan tugas dan kemampuan kepemimpinan dalam pemerintahan desa. Struktur ini menunjukkan bahwa Desa Sijeruk memiliki pengurusan dalam menjalankan program desa. Berikut diberikan penjelasan rinci:

Kepala Desa	: Ema Widiarti, S.Psi
Sekretaris dan Bendahara	: Tri Handayani, S.H
Kasi pemerintah dan pelayanan umum	: Yubahono, S.H, M.A
Staf	: Yuniati.

### 3. Visi dan Misi Desa Sijeruk

#### ➤ Visi.

- a. Menjadikan kelurahan Sijeruk aman, makmur, dan sejahtera.

#### ➤ Misi.

- a. Mengamalkan dan melaksanakan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung dalam kehidupan bermasyarakat.
- c. Meningkatkan ketertiban dan keamanan serta penghormatan terhadap supremasi hukum.
- d. Meningkatkan budaya kehidupan yang jujur, harmonis, dan saling menghormati dalam kehidupan berbangsa dan bernegara

## **E. Gambaran umum UMKM Kerupuk Petis udang dan ikan Kabupaten Kendal**

Studi ini dilakukan di Desa Sijeruk, di mana terdapat tiga usaha UMKM yang menjual kerupuk petis udang dan ikan: cap ABADI, cap KERIS, dan cap SELERA. Lokasi ketiga usaha ini sangat strategis: mereka terletak di Jl. Tentara Pelajar RT02 RW 03, Tesih gembel, Sijeruk, Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Mereka juga dikategorikan sebagai usaha mikro dan kecil (UMKM). Dengan lokasi usaha yang mudah diakses baik roda dua maupun roda empat, proses penjualan barang atau bahan baku menjadi lebih mudah. Selain itu, Desa Sijeruk bertanggung jawab atas produksi kerupuk petis udang dan ikan, yang merupakan salah satu makanan khas Kabupaten Kendal. Kerupuk ini, yang dibuat dari tepung tapioka, sangat disukai oleh masyarakat dari berbagai kalangan.

### **1. Kerupuk petis udan dan ikan cap ABADI**

- a. Sejarah singkat

Gambar 3.. Lokasi usaha cap ABADI



Sumber Data: Data Primer, 2023

Produk kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI berada di Desa Sijeruk, Kabupaten Kendal. Lokasi usaha ini sangat strategis karena lokasi ini adalah salah satu sentra penghasil produk kerupuk petis udang dan ikan di Kabupaten Kendal dan dekat dengan jalan raya, yang membuatnya mudah diakses. Kerupuk ini berdiri sejak tahun 1999 yang dimana usaha ini turun temurun dari orangtuanya yang dilanjutkan oleh pak Edi Warjiyanto yang sekarang menjadi pemilik usaha kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI. Awal mula usaha ini sangat sederhana dan manual dalam pengerjaannya dan tenaga kerja yang masih melibatkan keluarga dan tetangga, Usaha ini berkembang secara bertahap hingga sekarang memiliki anak cabang, yaitu dua cabang di Desa Cepokomulyo Kecamatan Gemuh dan Tugurejo Kabupaten Kendal.

Usaha kerupuk petis udang dan ikan adalah usaha individu yang memiliki struktur organisasi sederhana. Pemilik usaha cap ABADI, Bapak Edi Warjiyanto, mempekerjakan 11 karyawan, terdiri dari 8 karyawan tetap dan 3 karyawan tidak tetap. Tidak ada persyaratan khusus untuk menerima karyawan, tetapi mereka dilatih dalam proses produksi. Pengolahan dan penjemuran, pengemasan, promosi, dan pembayaran adalah semua bagian dari produksi kerupuk ini.

Kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI telah merambah pemasaran ke berbagai wilayah lokal seperti Pasar Kendal, Pasar Weleri, dan Pasar

Sukorejo, Selain itu cap ABADI telah memiliki reseller pedagang besar dan konsumen di luar kota, di daerah Tambakaji, Tembalang, Semarang, Demak, Purwodadi, Juwana Kabupaten Pati, dan Jepara. Cap ABADI dalam produksi setiap harinya bisa memproduksi sebanyak 8.750 kg dengan pemasaran mencapai 1 ton 5 kwintal per harinya.

b. Tujuan

Tujuan usaha cap ABADI selain mendapatkan keuntungan dan meningkatkan pendapatan adalah untuk memberikan manfaat bagi masyarakat umum, seperti menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan kehidupan ekonomi.

## 2. kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS

a. Sejarah singkat

*Gambar 4. Lokasi usaha cap KERIS*



Sumber Data: Data Primer, 2023

Usaha kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS berkembang sejak tahun 1999 awal mula usaha ini Bapak Muhammad Nuryadi diajak temanya untuk bekerjasama untuk pembuatan kerupuk petis. Tetapi ditahun yang masih sama Pak Muhammad Nuryadi memutuskan untuk mendirikan kerupuk petis udang dan petis dengan rasa yang berbeda dan berhasil bertahan dan bersaing sampai saat ini yang telah diwariskan ke anaknya yaitu bapak Ihkyak Ulummudin untuk melanjutkan usaha ini.

Usaha kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS merupakan usaha perorangan dengan struktur organisasi yang sederhana, dan memiliki yang karyawan sebanyak 13 karyawan dimana ada 10 karyawan tetap dan 3

karyawan tidak tetap. Dalam proses produksi cap KERIS memiliki tempat berbeda dan tersendiri mulai dari tempat produksi bahan mentah dan tempat pengemasan yang cukup strategis dan bersih. Sedangkan untuk pemasaran dipegang sendiri oleh pemilik usaha, untuk hari kerja karyawan dalam seminggu lima hari kerja hanya libur di hari jum'at, operasional kerja mulai pukul 07.30 s.d 16.00 sore, pak ihkyak juga memberikan waktu istirahat dan sholat pada waktunya. Produk yang dihasilkan cap KERIS yaitu petis udang dan ikan serta memproduksi kerupuk sagu bawang, dari pemasaran lokal kerupuk cap KERIS di daerah pasar Kendal dan pasar Putat sedangkan pemasaran luar kota ada di daerah Batang, Pekalongan, Pemalang, Brebes, Temanggung, Wonosobo, Banjar Negara, dan Cilacap. Untuk harga pemasaran mulai dari Rp. 5.000 untuk ukuran 250 gram sedangkan harga perball 20 bungkung dari Rp. 80.00 s.d 95.000,-

b. Tujuan

Tujuan usaha ini sebagai peningkatan pendapatan masyarakat sekitar dan memberikan lapangan pekerjaan.

3. **Kerupuk petis udang dan ikan cap "SELERA"**

a. Sejarah singkat

*Gambar 5. Lokas usaha cap SELERA*



Sumber Data: Data Primer, 2023

Salah satu usaha kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA di Desa Sijeruk, Kabupaten Kendal, berdiri sejak tahun 2004. Bapak Ismuriatno adalah pemilik usaha ini. Rumahnya terletak di Jl. Tentara Pelajar RT 02 RW 03, Tesih gembel, Sijeruk, Kecamatan Kendal, Kabupaten Kendal. Awal mula berdirinya produksi cap SEERA hanya bermodal 12 juta untuk

mengembangkan dan akhirnya sampai bisa berkembang sampai memiliki berpuluh-puluh reseller dan konsumen. Usaha kerupuk petis dan udang cap SELERA merupakan milik sendiri atau perorangan yang dimana pengelolaan produksi ini sampai pemasaran dikelola oleh Bapak Ismuriatno.

Cap SELERA memiliki 6 karyawan sebagai karyawan tetap, dalam pembagian tugas kerja menjadi tiga bagian yaitu pembuat adonan terdapat 1 orang, pemotongan dan penjemuran terdapat 3 orang, serta pemasaran dikelola 2 orang. Jika di hari-hari tertentu yang banyak pemesanan biasanya Pak Ismuriatno mengajak tetangganya untuk ikut dalam pengemasan. Sedangkan untuk jam kerja yang diterapkan mulai pukul 07.00 s.d. 16.00 sore di masa kerja Pak Ismuriatno juga memberikan waktu untuk istirahat dan sholat pada waktunya.

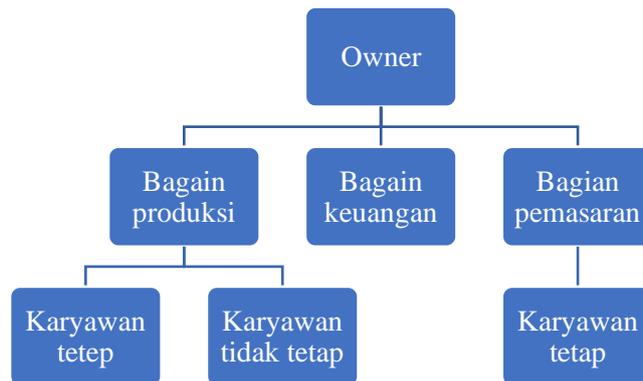
Permintaan konsumen akan produk kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA dari tahun ketahunnya mengalami peningkatan, setiap harinya cap SELERA dapat memproduksi 4 kwintal kerupuk petis udang dan ikan yang awal mula hanya memproduksi sekitar 80 kg per harinya. Dan sekarang per harinya bisa menghasilkan 200 kg kerupuk petis udang dan ikan atau 40 ball untuk pemasaran kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA hanya fokus di luar kota Kendal yaitu Limpung dan Bawang Kabupaten Batang, Boja, Limbangan, Semarang

b. Tujuan

Selain mendapatkan keuntungan dan mengoptimalkan keuntungan, usaha ini membantu menciptakan lapangan kerja baru, terutama bagi tetangga sekitar.

#### **4. Struktur Organisasi**

Usaha kerupuk petis udang dan ikan di Desa Sijeruk Kabupaten Kendal adalah usaha individu yang memiliki semua fasilitas yang masih sederhana. Struktur ketiga cap ABADI, KERIS, dan SELERA biasanya menyerupai gambar di bawah ini.



Sumber Data: Data Primer, 2023

Struktur organisasi usaha kerupuk petis dan udang membagi tugas menjadi dua bagian:

- a. Pemilik usaha merupakan mendirikan, merencanakan, dan mengelola bahan baku, pembuatan, penjemuran dan pemotongan, pengemasan, dan pemasaran
- b. Bagian produksi merupakan karyawan yang bertugas menangani persiapan bahan baku, pembuatan, dan pengaturan komposisi resep.
- c. Bagian keuangan, merupakan seseorang yang memegang penting akan hasil penjualan mulai dari mencatat dan arus keuangan dari barang penjualan
- d. Bagian pemasaran, merupakan seseorang yang bertugas melakukan penjualan dan distribusi kepada pelaku usaha lain dalam pemasaran produk.
- e. Karyawan atau pegawai tetap, adalah karyawan yang secara konsisten menerima kompensasi dalam jumlah tertentu
- f. Karyawan tidak tetap, adalah karyawan yang berstatus tidak tetap dengan pekerjaan atau kontrak kerja yang memiliki waktu yang ditentukan dengan hak dan kewajiban masing-masing pihak mulai dari saat hubungan kerja dimulai hingga berakhirnya hubungan kerja.

Struktur usaha kerupuk petis udang dan ikan tidak terstruktur karena membagi tugas produksi antara pemilik dan karyawan, yang mengerjakan tugas yang sama meskipun memiliki tugas yang berbeda. Selain itu, penerimaan karyawan di usaha cap ABADI, KERIS, dan SELERA tidak

memberikan pelatihan khusus kepada karyawan baru, tetapi mereka yang sudah bekerja di kerupuk petis udang dan ikan akan diberi pelatihan khusus sesuai dengan bagian yang mereka kerjakan.

**BAB IV**  
**AKTIVITAS DAN RELASI USAHA KERUPUK PETIS UDANG**  
**DAN IKAN DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL**

Aktivitas dan relasi usaha kerupuk petis udang dan ikan merupakan komponen yang penting dalam menjalankan sebuah usaha sebagai bentuk pemenuhan Sumber Daya, baik dari SDM dan SDA. Bahwasanya aktivitas pelaku usaha adalah istilah yang mengacu pada serangkaian tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok baik pemilik usaha dan karyawan yang terlibat dalam dunia usaha untuk menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Aktivitas ini mencakup segala sesuatu mulai dari aktivitas pelaku usaha yaitu kerjasama dan pemasaran. Sedangkan aktivitas karyawan mulai dari proses produksi dan proses pasca produksi. Proses produksi mencakup persiapan, pembuatan, pemotongan dan penjemuran sedangkan proses pasca produksi yaitu pengemasan (*packaging*) dan perawatan produk kerupuk petis udang dan ikan, dengan ini aktivitas yang dijalankan sebagai bentuk langkah awal untuk menghasilkan barang siap jual.

Dari aktivitas ini memunculkan sebuah relasi yang bertujuan untuk kerjasama dengan pihak-pihak seperti supplier, karyawan, pelanggan, dan masyarakat untuk mengembangkan usaha dan mendapatkan keuntungan manfaat dari relasi-relasi tersebut. Bahwasanya sumber daya manusia memiliki akumulasi kemampuan atau skill dan pengetahuan produktif yang terdapat disetiap individu masyarakat. Dari kegiatan ini menimbulkan dan membuka elemen modal sosial jaringan, norma, dan kepercayaan bahwasanya karakteristik kelompok atau organisasi sosial memiliki jaringan yang horizontal sebagai standart yang memungkinkan kerjasama secara terkoordinasi dengan pengendalian norma dan kepercayaan untuk mencapai tujuan bersama (Putnam, 1993).

## **A. KEGIATAN PELAKU USAHA DALAM PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN**

### **1. kerjasama dengan supplier bahan baku**

Dalam usaha pastinya memerlukan bahan baku untuk menjalankan sebuah usaha untuk menghasilkan produk dimana bahan baku ini menjadi bahan pokok utama. Keputusan pemilihan bahan baku sangat penting karena mempengaruhi kualitas produk, biaya produksi, dan keberlanjutan operasi usaha. Usaha kerupuk petis udang dan ikan menetapkan dan bekerja sama dengan para supplier lain untuk memasok bahan baku yang dapat diandalkan sebagai pemenuhan standar kualitas usaha. Bahan baku yang digunakan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan diperoleh dari para supplier dan para pedagang pasar yang sudah bekerjasama dengan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan seperti tepung tapioka, petis, bumbu serta bahan-bahan yang lainnya. Dari ketiga cap kerupuk petis udang dan ikan mempunyai pemasok yang cukup berbeda. Seperti yang disampaikan oleh pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan sebagai berikut:

“Cap ABADI ada beberapa supplier untuk pemenuhan bahan baku mbak, kalo tepung tapioka saya ada supplier dari Lampung dan Pati. Berkurangnya 50 kg, kalo buat bumbu saya beli di pasar kendal sudah ada penjual langganan seperti bumbu pawon itu (ketumbar, bawang-bawangan, dan garam), terus petisnya saya ngambil dari supplier Batang dan Demak mbak” (Wawancara, Edi Warjianto cap ABADI 2023).

Dari pernyataan Pak Edi Warjianto bahwa cap ABADI memiliki beberapa supplier bahan baku tertentu yang mendukung proses produksi kerupuk petis udang dan ikan untuk supplier tepung tapioka diambil dari Lampung dan Pati, berat per karung tepung tapioka 50 kg. Sedangkan untuk kebutuhan bumbu kerupuk petis Pak Edi Warjianto sudah bekerjasama dengan pedagang pasar Kendal yang sudah biasa menjadi langganan untuk memenuhi kebutuhan bumbu. Serta petis yang digunakan yaitu petis Batang dan Demak. Dengan demikian, Pak Edi Warjianto dalam menjalankan usaha sangat memperhatikan pemasok bahan baku untuk kebutuhan utama

serta menjalin hubungan dengan para pemasok. kerjasama yang terjalin antar para pelaku usaha dan supplier sebagai jaringan sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha, pemasok bahan baku, dan pedagang untuk mengembangkan usaha dengan jaringan sosial dan rasa kepercayaan yang ada.

Selanjutnya, sama halnya yang dirasakan supplier bahan baku yang dirasakan dari kegiatan pelaku usaha dalam pengelolaan kerupuk petis udang dan ikan oleh Bapak Ikhyak Ulummudin cap KERIS, sesuai dengan pernyataan:

“Cap KERIS ini kalo pemasok tepung tapioka dari Pati, buat perbumbuan saya membeli di pasar lokal saja dan untuk supplier petis udang dan ikan saya kerjasama dengan supplier Demak. kalo ngandelin petis di Kendal tidak menutupi karena jumlahnya yang sedikit dan petis Kendal terlalu asin dan mahal” (Wawancara, ikhyak Ulummudin cap KERIS 2023).

Dalam kutipan wawancara tersebut dapat dilihat bahwa kegiatan pengelolaan pemasok bahan baku yang dijalankan cap KERIS untuk memenuhi kebutuhan bahan baku Pak Ikhyak mengatakan kerjasama dengan pemasok tepung tapioka dari daerah Pati sedangkan bahan baku petis bekerjasama dengan pemasok Demak untuk memenuhi kebutuhan petis yang kurang. Pak Ikhyak juga mengatakan kalau mengandalkan petis di Kendal tidak mencukupi kebutuhan produksi dan petis Kendal menurut Pak Ikhyak sedikit terlalu asin dan mahal jika menggunakan sepenuhnya akan merubah citra rasa. Dari aktivitas pelaku usaha dengan supplier memberikan hubungan bekerjasama dan menjalin interaksi yang lebih erat, hal ini dapat memberikan manfaat sosial yang memungkinkan untuk memperluas jaringan sosialnya.

Begitu pula aktivitas yang dijalankan pelaku usaha cap SELERA dalam menjalin kerjasama dengan supplier bahan baku dalam memenuhi kebutuhan bahan baku sesuai dengan pernyataan Bapak Ismuriatno cap SELERA sebagai berikut:

“Cap Selera supplier tepung tapioka dari Semarang dan Pati kalo bumbu tidak ada supplier tertentu, saya langsung beli di pasar Kendal dan pasar Cepiring mbak, kalo petis saya ada supplier Demak mbak” (wawancara, Ismuriatno cap SELERA 2023).

Kutipan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha cap SELERA yang dimiliki Bapak Ismuriatno bekerjasama dengan supplier tepung tapioka yang ada di daerah Semarang dan Pati, serta supplier Demak untuk bahan petis. Sementara itu untuk bahan baku bumbu untuk kerupuk petis hanya bekerjasama dengan pasar lokal saja yang ada di Pasar Kendal dan juga Pasar Cepiring. Dari aktivitas pelaku usaha ini yang dilakukan Pak Ismuriatno tidak jauh yang dilakukan oleh pelaku usaha lainnya untuk menjalankan sebuah usaha kerupuk petis udang dan ikan dari. Kegiatan pelaku usaha dalam mengelola usahanya tidak memiliki keterbatasan untuk menentukan keputusan akan bahan baku.

Dengan demikian semakin berkembangnya usaha dari aktivitas pelaku usaha untuk menjalankan usahanya pasti memerlukan sebuah sumber daya bahan baku sebagai permodalan proses produksi yang bertujuan untuk melakukan sebuah pemasaran produk sebagai pemenuhan bahan pokok pangan. Perkembangan UMKM yang yang berasal dari aktivitas pelaku usaha menjadi barometer pertumbuhan perekonomian suatu wilayah, tidak terkecuali di Kabupaten Kendal. Menurut Lisnawati dalam (Iryadini, 2010) mengatakan bahwa Kota Kendal adalah salah satu daerah yang memiliki banyak usaha mikro dan kecil, serta industri menengah kerupuk yang sangat berkembang dan terkenal, termasuk kerupuk rambak, kerupuk udang, kerupuk coklat (juga disebut kerupuk rembulung), kerupuk goreng pasir, dan kerupuk petis ikan dan udang. peningkatan UMKM yang harus dibarengi dengan kinerja dan modal bahan baku.

Dari pernyataan diatas bahwa aktivitas pelaku usaha dalam kerjasama dengan supplier sebagai bentuk jaringan dan kepercayaan dalam bekerjasama untuk menghasilkan barang dan jasa. Menurut Putnam (1993)

modal sosial berupa jaringan dan kepercayaan sebagai pengikat untuk memberikan dampak yang baik bagi pengembangan usaha hal ini disebabkan jaringan digunakan untuk mempermudah koordinasi dan komunikasi antar pelaku usaha dengan supplier sebagai peningkatan rasa saling percaya. Kepercayaan sebagai penerimaan resiko dalam menjalin hubungan sosial. Hal ini disebabkan fakta bahwa investasi sosial adalah investasi dalam jaringan sosial yang merupakan contoh konkret dari kerja sama yang digunakan sebagai landasan acuan. Modal sosial membantu orang bekerja sama dan bekerja sama untuk keuntungan bersama, menurut Putnam (Haridison 2004).

## 2. Pemasaran

Pemasaran Menurut Basu Swastha Dan Irawan dalam (Evasari, 2020) didefinisikan sebagai suatu sistem kegiatan yang saling berhubungan yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan memberikan barang dan jasa kepada pembeli. Ini bukan hanya penjualan, tetapi juga kegiatan pemasaran yang saling berhubungan yang dimulai sebelum produksi dan berakhir setelah penjualan. Pelaku usaha harus memikirkan produk apa yang ingin mereka tawarkan kepada konsumen jika mereka ingin tetap hidup dan berkembang.

mengemukakan pemasaran merupakan suatu sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli. Bahwa kegiatan ini bukan hanya dengan penjualan tetapi kegiatan pemasaran yang saling berhubungan satu sama lain yang dimulai sebelum kegiatan produksi dan tidak berakhir pada penjualan. Apabila pelaku usaha menginginkan bertahan bahkan berkembang maka pelaku usaha harus memikirkan produk apa yang ingin mereka tawarkan untuk kebutuhan konsumen.

Sama seperti usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk, mereka melakukan pemasaran dengan melihat produk (*product*) dari sudut pandang kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Harga (*price*) sejumlah barang dan jasa yang telah ditawarkan kepada pelaku usaha pasar dan konsumen biasa yang harus berurusan dengan aturan penjualan kerupuk petis yang berlaku. selanjutnya tempat (*place*) dimana kegiatan produksi merupakan bagian perusahaan membantu produk yang dipromosikan, pemilihan lokasi, dan produsen pasar untuk menjadi distributor di Pasar lokal maupun pemasaran luar kota. Sama halnya, hasil dari wawancara dengan ketiga cap kerupuk petis udang dan ikan mengatakan bahwa pemasaran:

“Untuk pemasaran ini banyak strategi yang dilakukan mbak buat kami pemilik usaha harus pintar-pintar mengambil strategi pemasaran dari produk, harga dan tempa. kalo tidak begitu kita mengalami kerugian dan malah tidak laku kerupuknya. terkadang juga persaingan merek antar kerupuk juga terjadi di pasaran mbak” (Wawancara, Edi Warjanto cap ABADI 2023).

“Kalo pemasaran ini paling penting itu strategi sasaran penentuan pasar mbak kalo kami sudah menentukan sasaran pasar harus ditekuni terus, melihat situasi konsumen pasar yang ada, hingga strategi ini terbangunnya kepercayaan dan keyakinan dari pelaku usaha untuk konsumen, seperti di pasar kendal kami sudah cukup luas bekerjasama dengan pedagang pasar untuk kami setori kerupuk petis dari pedagang tersebut juga sudah memiliki konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap untuk diperjual belikan lagi secara eceran di warung-warung mbak” (Wawancara, Ihkyak Ulummudin cap KERIS 2023).

“Saya dalam pemasaran paling utama strategi dalam menentukan kualitas produk harga dan promosi serta memberikan kemasan yang menarik konsumen dan sebagai pembeda di pasaran mbak, selain melihat harga pasaran yang pas kita juga memberikan promosi harga kerupuk petis udang dan ikan lebih murah walaupun itu hanya selisih satu-dua ribu saja mbak” (Wawancara, Ismuriatno pelaku usaha cap SELERA 2023).

Berdasarkan hal tersebut dalam menentukan strategi pemasaran harus memiliki sasaran pasar (*targeting*) untuk meningkatkan pendapatan dan penjualan dari kerupuk petis udang dan ikan akan dilakukan dengan melihat strategi pemasaran tersebut, agar penjualan menjadi tepat. Dalam hal ini usaha kerupuk petis udang dan ikan dari ketiga cap ABADI, KERIS, dan SELERA telah menentukan target pasar dengan memberikan kerupuk yang produk berkualitas, harga, pemilihan pasar, dan promosi kepada konsumen. Meskipun produk yang ditawarkan dari ketiga cap berbeda-beda harga tidak menurunkan produksi yang ditawarkan kepada konsumen bahwa keberhasilan Pemasaran adalah tentang menemukan produk yang tepat, harga yang layak, cara distribusi yang baik, dan promosi yang efektif (Wibowo, 2015).

Dengan demikian, setiap cap kerupuk petis udang dan ikan memiliki strategi pemasaran yang dirancang untuk mencapai tujuan usaha. Dengan demikian, pemasaran CAP ABADI, CAP KERIS, dan CAP SELERA secara langsung hanya memanfaatkan interaksi antara pemasok, produsen, dan konsumen, yang menghasilkan jaringan kepercayaan (Putnam, 1993).

➤ Cap ABADI

*Gambar 6. Kerupuk petis udang cap ABADI*



Sumber Data: Data Primer, 2023

a) Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah produksi kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI pemasaran dilakukan secara langsung ke distributor dan konsumen,

Strategi yang terstruktur belum ada. Sejak awal pembuatannya, pemasaran cap ABADI masih tradisional dan terus berlanjut hingga saat ini. Meskipun tidak terorganisir, pemasaran cap ABADI mencakup semua aspek, seperti produk, harga, distribusi, dan promosi. sesuai dengan hasil penyelidikan dengan pemilik usaha, Bapak Edi Warjianto cap ABADI:

“Strategi pemasaran disini liat jumlah produksi juga mbak, kalo setiap harinya kami bisa memproduksi lebih banyak dari biasanya strategi kami dalam pasar lebih meningkat lagi mbak. Serta dalam strategi pemasaran kami sangat memperhatikan produk, harga, dan tempat kalo semisal ga di imbangi begitu kami bisa mengalami kerugian” (Wawancara, Edi Warjianto, cap ABADI 2023).

Berdasarkan hasil wawancara Bapak Edi Warjianto mengatakan bahwa pemasaran yang dilakukan dilihat dari jumlah produksi jika dalam memproduksi lebih banyak maka pemasaran juga lebih banyak untuk produsen. Produk yang dihasilkan cap ABADI ini adalah kerupuk petis udang dan petis ikan, dalam seminggu kerjanya setiap hari kecuali hari jum'at libur produksi, dan setiap harinya kami bisa memproduksi 8.750 kg hasil ini di tempat usaha pertama mbak, belum termasuk di cabang, dan biasanya juga tergantung cuaca terutama pengeringan hanya mengandalkan panas matahari dan tidak menggunakan mesin pengering.

Serta dalam meningkatkan strategi pemasaran yang sudah diterapkan untuk merancang pemasaran atau *marketing mix* cap ABADI dalam mempersiapkan produk (*product*) yang akan dijual dipasar dengan memperhatikan kualitas agar bisa bersaing dengan produk dengan produk yang sama. Harga (*price*) dalam menentukan harga pasaran merupakan bentuk bauran pemasaran, dimana harga dilakukan seseorang untuk memperoleh produk. Sama halnya yang dilakukan cap ABADI dengan para reseller pasar, akan tetapi sedikit berbeda dengan cap ABADI dalam pembayaran yaitu dengan cara penitipan nota kepada reseller jika sudah terjual kemudian hari

produsen akan mengambil nota dan uang sebagai pembayaran. Serta memperhatikan tempat (*place*) karena dalam memilih lokasi sangat berpengaruh untuk mendistribusi produk agar produk tetap terjual dan tidak mengalami kerugian yang ada.

Menurut strategi pemasaran CAP ABADI, produk dijual dalam dua ukuran kemasan, yaitu 250 gram dan 5 kg. Kemasan 250 gram dimaksudkan untuk dijual secara eceran, biasanya untuk pelanggan rumah tangga, sedangkan kemasan 5 kg dimaksudkan untuk dijual kembali oleh reseller pasar kepada pembeli eceran. Dengan banyaknya produksi kerupuk petis dan udang di Desa Sijeruk dan adanya persaingan, Pak Edi memberikan kertas dengan merek cap "ABADI" di setiap kemasan. Dengan demikian, konsumen mungkin lebih tertarik untuk membeli produk kerupuk petis cap ABADI karena sudah memiliki ijin usaha dari Departemen Kesehatan, yaitu SP-IRT No. 206 332 401.099.

b) Harga

Penentuan harga adalah komponen pemasaran tambahan ini didasarkan pada nilai yang dirasakan dari produk yang ditawarkan. Harga kerupuk petis cap ABADI didasarkan pada bahan baku yang digunakan dan keuntungan yang diperoleh.

*Tabel 6. Harga kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI*

Jenis kerupuk	Ukuran	Harga
Kerupuk petis udang	5kg/1 ball	Rp. 97.000,-
Kerupuk petis ikan	5kg/1 ball	Rp. 90.000,-
Kerupuk petis udang dan ikan	250 gram	Rp. 5.000,-

Sumber Data: Data Primer 2023

Dalam pembelian dengan jumlah besar akan memberikan harga khusus dan harga umum untuk pembelian secara kecil bagi konsumen, selain penentuan harga cap ABADI dalam pemasaran

memiliki reseller wilayah kendal yang mencakup wilayah Pasar Kendal, Pasar Weleri, dan Pasar Sukorejo. Sedangkan pemasaran diluar kota jangkauannya seperti Tambakaji, Tembalang, Demak, Purwodadi, Juwana Pati, dan Jepara untuk Proses pengiriman dilakukan secara langsung ketempat tujuan, selain itu pemesanan diluar kota dilakukan dengan pengiriman melalui jasa antar barang yang bekerjasama dengan Indah cargo Kendal. Sesuai pernyataan Pak Edi Warjianto pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI:

“Pengiriman kerupuk awalnya hanya mencakup wilayah kendal saja tetapi seiringnya waktu mengalami peningkatan jumlah konsumen, sampai saat ini pengiriman mencakup wilayah kota dan luar kota kendal, untuk pengiriman yang dekat saya sendiri yang dikirim dengan meninggalkan satu nota untuk pembelian online bisa melakukan pembelian melalui reseller yang telah bekerjasama kalo luar kota dikirim lewat paket” (Wawancara, Bapak Edi Warjianto 2023).

Seperti yang ditunjukkan dalam penjelasan, pemasaran cap ABADI memiliki jangkauan yang cukup luas, baik secara langsung maupun melalui jasa pengiriman. Ini membantu pelanggan mendapatkan produk kerupuk petis, sehingga melakukan pembelian secara terus menerus. Dari kegiatan pemasaran ini terbentuk suatu jaringan (*network*) yang timbul dari keberlangsungan usaha kerupuk petis udang dan ikan yang dijalankan para pelaku usaha, karyawan, reseller pasar, konsumen, dan para pengirim jasa kargo.

➤ Cap KERIS

*Gambar 7. Kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS*



Sumber Data: Data Primer, 2023

a) Strategi Pemasaran

Dalam pemasaran yang dilakukan Cap KERIS hampir sama dengan cap ABADI yaitu pemasaran dilakukan secara umum dan langsung kepada konsumen. Berikut penjelasan Pak Ihkyak cap KERIS;

“Strategi pemasaran tidak ada yang tertulis secara terstruktur mbak, semisal ada konsumen tetap yang menghubungi kami lewat WhatSapp kami langsung kirim ke tujuan, selain itu kami sangat memperhatikan akan rasa dan ciri khas, kualitas produk, harga, distribusi, dan promosi yang dilakukan dari usaha kami. Pemasaran cap keris di pasar kendal dan pasar putat sedangkan luar kota ada Batang, Pekalongan, Pemalang, Brebes, Temanggung, Wonosobo, Banjarnegara, dan Cilacap” (Wawancara, Ikhyak Ulummudin 2023).

Berdasarkan hasil wawancara bahwa Pemasaran dilakukan secara langsung oleh Pak Ihkyak selaku pemilik usaha. Pemasaran cap KERIS dilakukan secara langsung dan online melalui WhatsaPp yang dilakukan oleh reseller yang bekerjasama dengan cap KERIS. Untuk pemasarannya mencakup jangkauan lokal di pasar kendal dan pasar putat dan luar kota ada Batang, Pekalongan, Pemalang, Brebes, Temanggung, Wonosobo, Banjarnegara, dan Cilacap. Sebagaimana dalam pemenuhan target pemasaran cap KERIS sangat memperhatikan rasa dan ciri khas, kualitas produk, harga, distribusi, dan promosi yang dilakukan pelaku usaha cap KERIS.

“Dalam pemasaran perbulannya bisa mencapai 1 ton itu hanya pembelian eceran belum termasuk yang dikirim ke reseller. Tetapi terkadang semisal hari ini ada penjualan dan pengiriman ke konsumen tetapi keesokan harinya tidak ada penjualan ke konsumen, kalo produksi sendiri perharinya 15 kwintal dan perbulan 80 kwintal mbak” (Wawancara, Ikhyak Ulummudin cap KERIS 2023).

Dari penjelasan di atas bahwa dalam pemasaran perbulannya mencapai 1 ton untuk pembelian eceran belum termasuk untuk reseller pasar, tetapi terkadang setiap harinya belum tentu melakukan pemasaran kepada konsumen. Kemasan cap KERIS menggunakan ukuran 250 gram dan 5 kg/1 ball untuk 20 bungkus kerupuk. Awal berdirinya cap KERIS telah memiliki izin usaha dari dinas kesehatan dengan kode sertifikasi P-IRT 206 322 401.358 sebagai syarat standar keamanan dalam produksi produk pangan, menerapkan citra rasa yang khas dan kualitas yang baik sebagai bentuk daya saing yang dilakukan untuk meningkatkan keunggulan. Apabila dalam kemasan terdapat kerupuk *reject* akan dipisahkan dan dijual lebih murah kepada konsumen.

b) Harga

Salah satu komponen pemasaran lainnya adalah penetapan harga, yang didasarkan pada nilai produk yang ditawarkan. Misalnya, KERUPUK PETIS CAP KERIS menetapkan harga berdasarkan bahan baku yang digunakan dan jumlah keuntungan yang diperoleh.

*Tabel 7. Harga kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS*

Jenis kerupuk	Ukuran	Harga
Kerupuk petis udang	5kg/1 ball	Rp. 95.000,-
Kerupuk petis ikan	5kg/1 ball	Rp. 90.000,-
Kerupuk petis udang dan ikan	250 gram	Rp. 5.000,-

Sumber Data: Data Primer, 2023

Dalam menentukan harga, berdasarkan harga bahan pokok pasar baik yang dikeluarkan untuk memproduksi bahan baku mentah kerupuk petis udang dan ikan dengan harga tersebut sudah pasti pengeluaran yang sama dibutuhkan. Setelah penentuan harga saluran distribusi yang dilakukan cap KERIS awalnya hanya dari warung ke warung tetapi semenjak adanya peningkatan jumlah konsumen cap KERIS banyak melakukan kerjasama dengan reseller kota ada di pasar kendal dan pasar putat dan reseller luar kota kendal yaitu Batang, Pekalongan, Pemalang, Brebes, Temanggung, Wonosobo, Banjarnegara, dan Cilacap.

➤ Cap SELERA

*Gambar 8. Kerupuk petis dan udang cap SELERA*



Sumber Data: Data Primer, 2023

a) Strategi Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan cap SELERA secara langsung kepada konsumen yang dipegang langsung oleh Pak Ismuriatno selaku pemilik usaha, cap SELERA hanya memproduksi kerupuk petis udang dan ikan tetapi cap SELERA juga bekerjasama dengan para pelaku usaha beberapa jenis kerupuk seperti kerupuk bawang, kerupuk mie, dan kerupuk cabe. Berikut penjelasan Pak Ismuriatno selaku pemilik usaha cap SELERA:

“Strategi pemasaran untuk konsumen tetap kami menjaga kualitas dan mengunggulkan citra rasa gurih, Namun saya juga bekerjasama dengan para pelaku usaha kerupuk yang menyediakan berbagai jenis kerupuk bawang, kerupuk mie, dan kerupuk cabe untuk memenuhi permintaan konsumen yang nantinya sebagai stok, disini sama juga saya juga menitipkan kerupuk petis udang dan ikan kepada produsennya.” (Wawancara Bapak Ismuriatno, cap SELERA2023).

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Ismuriatno selalu pemilik usaha kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA strategi pemasaran yang dilakukan cap SELERA tetap menjaga kualitas dan mengunggulkan citra rasa gurih dengan strategi ini akan tetap menjaga konsumen tetap. Namun dalam strategi pemasaran ini juga di barengi dengan kerjasama dengan produsen lain yaitu dengan memasok berbagai jenis kerupuk mulai dari kerupuk bawang, kerupuk mie, kerupuk cabe yang akan dijual kepada konsumen dari kegiatan strategi pemasaran yang dilakukan sama halnya membantu dan membentuk sebuah jaringan antar pelaku usaha untuk meningkatkan produk pangan yang dimiliki para produsen kerupuknya. Dari hubungan jaringan (*network*) ini membentuk sebuah interaksi antar pelaku usaha, dimana jaringan ini memberikan dasar antara kohesi dan akan mendorong kelancaran dalam usaha kerupuk petis udang dan ikan serta jaringan ini sebagai bentuk hubungan timbal balik yang saling memberikan keuntungan antara pihak yang terlibat (Engracia, 2022).

Pemasaran kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA, yang dikemas dalam ukuran 250 gram dan 5 kg/ball berisi 20 bungkus, mengutamakan rasa gurih sebagai pesaing yang semakin ketat. Selain itu, cap SELERA memiliki surat ijin dari dinas kesehatan dengan kode sertifikasi pangan P-IRT No. 206 332 401.288, yang menjamin keamanan produk dengan produksi per harinya mencapai 200 kg.

b) Harga

Strategi selanjutnya dalam pemasaran yaitu penentuan harga yang di ditentukan dari kenaikan bahan pokok produksi dan sesuai dengan harga yang ada di pasaran.

*Tabel 8. Harga kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA*

Jenis kerupuk	Ukuran	Harga
Kerupuk petis udang	5kg/1 ball	Rp. 90.000,-
Kerupuk petis ikan	5kg/1 ball	Rp. 88.000,-
Kerupuk petis udang dan ikan	250 gram	Rp. 5.000,-

Sumber Data: Data Primer, 2023

Dari harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas bahan baku dan harga pasaran yang ditetapkan oleh pemilik dimana dengan ini membuat konsumen untuk berlangganan terus menerus dan penentuan harga ini berharap memberikan dampak positif bagi usaha kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA untuk bertahan dan memaksimalkan laba. Pemasaran yang dilakukan cap SELERA hanya fokus di luar kota saja seperti daerah Limbung dan Bawang Kabupaten Batang, Boja, Limbangan, dan Semarang. Selain itu juga melayani pembelian secara eceran untuk sekitar rumah produksi. Sebagaimana dalam pemasaran, sebaik-baiknya harus memberikan layanan yang baik dan kualitas yang dapat diandalkan kepada pelanggan.

Dengan demikian, pemasaran adalah aktivitas yang membentuk jaringan, kebiasaan, dan kepercayaan di dalam modal sosial pelaku usaha. Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menciptakan persaingan kerjasama dalam hubungan sosial, yang menghasilkan modal sebagai modal sosial. Tiga komponen modal sosial, menurut Putnam, yaitu jaringan, norma, dan kepercayaan, meningkatkan efisiensi masyarakat dengan

memungkinkan pengambilan keputusan yang terorganisir. (Putnam, 1993). Kerjasama terus menerus antar individu dengan kelompok menghasilkan rasa kepercayaan dan jaringan. Ini terutama berlaku untuk UMKM yang menjual produk yang serupa, sehingga menjalankan dan mempertahankan usaha ini harus jelas dari proses produksi, penentuan harga, hingga pemasaran.

Kepercayaan ini tidak muncul secara instan, tetapi muncul melalui proses hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Sikap jujur dari pelaku usaha terhadap pedagang pasar yang mendistribusikan kerupuk petis udang dan ikan mendorong pedagang untuk mengambil keputusan dan bekerja sama dengan usaha kerupuk petis udang dan ikan karena kepercayaan ini. Selanjutnya melalui jaringan antar pedagang akan memberikan informasi, saling bekerjasama dan membantu, jaringan pelaku usaha antar pedagang pasar dan konsumen mempermudah dalam mempermudah dalam mendapatkan produk barang dagangan dan pedagang pasar mendapatkan jaringan konsumen bahkan pelanggan tetap dengan ini akan saling menguntungkan satu sama lain.

### 3. Proses produksi kerupuk petis udang dan ikan

Setiap kegiatan usaha tidak akan terlepas dari kegiatan produksi, bagian produksi yang dilakukan pada usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan adalah dengan mengolah bahan mentah menjadi berupa kerupuk yang siap untuk dikonsumsi dan dipasarkan. Bagian produksi yang terdapat pada usaha kerupuk petis udang dan ikan terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

#### ➤ Persiapan

Langkah pertama dalam membuat kerupuk udang dan ikan adalah menyiapkan semua bahan dan peralatan. Bahan yang digunakan termasuk petis udang dan ikan, tepung tapioka, dan bumbu. Selain itu alat yang harus

dipersiapkan dalam pembuatan kerupuk petis ini mulai dari panci, kompor tungku, serok, peranjang (rigen) kerupuk, gayung, ember, air, tampah, pisau, dan ulekan/cobek. Alat produksi yang digunakan masih sangat tradisional sehingga ciri khas dari dulu masih ada dan tersimpan dengan aman dan baik.

*Gambar 9. Alat dan bahan pembuatan kerupuk petis udang dan ikan*



Sumber Data: Data Primer, 2023

#### ➤ Pembuatan

Pembuatan kerupuk petis udang dan ikan dimulai dengan menyiapkan adonan yang terdiri dari tepung tapioka dan air hangat. Setelah diuleni, campurkan bumbu dan uleni lagi hingga kalis. Kemudian adonan dibentuk menjadi lontong. Selanjutnya, adonan diuleni ke dalam air yang mendidih, tunggu sampai adonan mengapung ke atas. Adonan yang sudah matang diletakkan di atas tang dan dibiarkan dingin.

*Gambar 10. Proses olahan kerupuk petis udang dan ikan*



Sumber Data: Data Primer, 2023

Dari gambar proses pembuatan kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk bahwa setiap karyawan menjalankan proses produksi dengan

bener-bener sesuai dengan aturan norma dan kepercayaan. Sama halnya yang dikatakan karyawan yang bertugas membuat adonan sebagai berikut:

“karena kami sebagai pembuat adonan lumayan ringkih (sulit) ya mbak jadi harus benar-benar sesuai takaran bahan baku dan aturan yang ada. Kalo ga gitu adonannya gampang putus dan banyak bolong-bolong di bagian tengahnya” (Wawancara Bapak Samsul, karyawan kerupuk petis udang dan ikan, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan dalam pembuatan adonan harus sesuai dengan takaran bahan baku serta harus taat akan aturan yang ada, Pak Samsul juga menegaskan bahwa pembuatan adonan kerupuk petis udang dan ikan harus teliti tidak boleh melebihi takaran yang ada jika tidak sesuai dengan aturan, adonan tersebut akan banyak lubangnya dan menyebabkan kerugian di penjualan. Dari aktivitas pembuatan kerupuk petis udang dan ikan yang dilakukan karyawan mencerminkan modal sosial pada elemen norma dan kepercayaan yang terjadi atas kesepakatan kedua belah pihak yaitu pemilik dan karyawan dimana norma sebagai bentuk aturan yang tidak nyata dan sifatnya mengikat dapat mempengaruhi pelaku usaha dan karyawan dalam menjalankan usahanya. Sedangkan kepercayaan ini sebagai bentuk hubungan kepercayaan pelaku usaha kepada karyawannya dalam menjalankan proses produksi dan mendorong pelaku usaha dalam mengambil keputusan (Effendy 2018). Dengan demikian, modal sosial didefinisikan sebagai pemahaman yang dimiliki bersama oleh anggota dan pola hubungan yang memungkinkan sekelompok orang melakukan kegiatan yang menghasilkan. Dengan demikian, Putnam menyatakan bahwa komponen utama kelompok sosial seperti kepercayaan, norma, dan jaringan dapat meningkatkan kinerja suatu upaya (Putnam, 1993).

➤ Pematongan dan Penjemuran

Setelah adonan kukus dan setengah kering, potong sesuai ukurannya. Selanjutnya Proses penjemuran, juga dikenal sebagai pengeringan mengurangi sebagian besar air di adonan. Tujuan dari penjemuran ini adalah untuk memastikan kualitas kerupuk petis udang dan ikan tetap terjaga selama penyimpanan hingga siap dimakan oleh pelanggan. Proses penjemuran juga memenuhi persyaratan pengelolaan lanjutan untuk bahan yang di jemur. Sama halnya yang dikatakan karyawan kerupuk petis udang dan ikan sebagai berikut

“untuk penjemuran dari pematongan adonan pertama dijemur 1 hari mbak itu kalo cuacanya bener-bener panas. Kemudian penjemuran ke 2 setelah dikasih bumbu petis dan itu membutuhkan 1 hari untuk benar-benar kering. Kalo pas musim hujan gini penjemuran bisa sampai 3 hari mbak” (Wawancara dengan Bapak Samuri karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2023).

Dari penjelasan Pak Samuri dalam penjemuran kerupuk petis udang dan ikan yang membutuhkan waktu 2-3 hari untuk penjemuran pertama dari pematongan adonan membutuhkan 1 hari penjemuran setelah itu 1 hari untuk pembuatan petis ke kerupuk dan dijemur 1 hari mendapatkan hasil yang maksimal, Waktu penjemuran ini bergantung pada cuaca; jika musim hujan, akan membutuhkan waktu yang lebih lama agar pemilik usaha kerupuk petis dapat menyiapkan lebih banyak kerupuk sebelum musim hujan.

*Gambar 11. Proses pematongan dan penjemuran*



#### 4. Proses pasca produksi kerupuk petis udang dan ikan

Proses pasca produksi merupakan serangkaian kegiatan yang merujuk pada tindakan yang dilakukan setelah tahap produksi suatu barang yang dilakukan para karyawan. Fokus pasca produksi ini untuk memastikan produk atau layanan tersebut siap untuk didistribusikan, dikirimkan kepada pelanggan, dan tetap memenuhi standar kualitas. Proses pasca produksi melibatkan aktivitas yang mencakup pengemasan dan perawatan produk kerupuk petis udang dan ikan sebagai berikut:

➤ Pengemasan (*Packaging*)

Proses pertama pasca proses produksi adalah pengemasan atau (*packaging*) produk yang dijelaskan dalam Menurut Kementerian Negara Koperasi Usaha kecil dan menengah tahun 2009, pengemasan atau pembungkus adalah bidang, seni, dan teknologi yang digunakan untuk menjaga produk tetap aman saat dikirim, disimpan, atau dijajakan. Dengan kata lain, pengemasan adalah proses pengiriman barang ke pelanggan dalam keadaan aman, terbaik, terjaga, dan menguntungkan. Peran komoditi pengemasan sangat penting karena selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual. Selain itu, citra produk dan kemasan dapat melindungi produk dari cuaca, sinar, panas, dan kotoran. Saat kerupuk petis benar-benar mentah dan sudah kering, pengemasan dilakukan dengan mengukur dan menimbanginya menggunakan plastik dengan berat 250 gram dan plastik yang lebih besar dengan berat 5 kilogram yang berisi 20 bungkus. Setiap kemasannya ditutup dengan kertas merek dan masing-masing cap kerupuk petis udang dan ikan.

*Gambar 12. Proses pengemasan kerupuk petis udang dan ikan*



Sumber Data: Data Primer, 2023

Struktur pengemasan yang digunakan, seperti pengemasan yang mudah dibuka, bentuk dan ukuran yang menarik, digunakan untuk menarik pelanggan. Pengemasan produk ini pertama-tama berfungsi sebagai wadah yang memungkinkan barang atau produk diangkut dari produsen ke pembeli. Kedua, memastikan bahwa produk yang dikemas dilindungi dari benturan, tumpukan, dan cuaca. Ketiga, menyediakan informasi, gambar merek, dan alat promosi dengan cara yang mudah dilihat, dipahami, dan diingat (Widiati, 2020).

➤ Perawatan produk kerupuk petis udang dan ikan

Perawatan produk merupakan faktor penting untuk memastikan keberlanjutan usaha, memuaskan pelanggan, dan membangun reputasi yang baik. Perawatan produk ini sebagai bentuk keamanan pangan dan bentuk hygiene produk UMKM, dimana keamanan pangan adalah masalah penting bagi pelaku usaha atau industri pangan yang termasuk kebijakan dan investasi produk serta masalah kesehatan akan bahaya yang dapat mengakibatkan kerugian usaha karena banyak faktor, seperti kurangnya biaya perawatan produk. Oleh karena itu, keamanan pangan dalam usaha harus memiliki pemeliharaan produk yang diawasi dan ditanggung jawab oleh pemilik usaha dan karyawan.

Banyak masyarakat Desa Sijeruk, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah, menyukai kerupuk petis udang dan ikan. Seperti namanya, kerupuk petis udang dan ikan terbuat dari tepung tapioka, petis, dan bumbu pawon, dan dibuat tanpa pengawet. Setiap cap ABADI, KERIS, dan SELERA memiliki sertifikat Penyuluhan Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang diterbitkan oleh BPOM sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tentang keamanan, mutu, dan gizi pangan tahun 2004.

Dari perawatan produk pangan yang ada bahwasanya sangat penting menjaga kualitas, keamanan, dan daya tahan produk dari ancaman selain itu dalam perawatan produk juga dilihat dari pemilihan bahan baku dimana bahan baku yang berkualitas dan bebas dari kontaminan dan jalinan kerjasama dengan pemasok yang terpercaya. Penggunaan peralatan dan mesin yang tepat dimana penggunaan alat dan mesin yang digunakan dalam produksi sesuai dengan standar keamanan dan melakukan pemeliharaan rutin untuk mencegah kerusakan dan kegagalan mesin. Pengemasan yang tepat, dikemas dengan sesuai takaran agar tetap terlindungi dan higienis, serta memberikan merek atau *labeling* sebagai pemberi informasi jelas dan akurat pada label produk, dan memberikan fasilitas tempat penyimpanan agar tetap terjaga yang dikelola oleh pemilik usaha dan karyawan. Sama halnya yang dikatakan oleh pelaku usaha dan karyawan cap kerupuk petis udang dan ikan dalam menjaga dan merawat produk. Sebagai berikut:

“Kalo perawatan produk kami ada penyimpanan ruang mbak, terdapat dua pemisahan perawatan produk kerupuk. Pertama buat kerupuk yang belum di kasih petis kami masukan kedalam karung dan di tali rapat-rapat agar tetap terga, perawatan kedua buat kerupuk petis yang sudah dikemas dengan ukuran 250 gram dan 5 kg/1 ball kami tumpuk satu per satu di dalam ruangan mbak” (Wawancara Edi Warjiyanto cap ABADI 2024).

Seperti penjelasan pak Edi Warjiyanto cap ABADI memiliki dua cara perawatan untuk produk kerupuk dengan cara dimasukkan ke dalam karung untuk kerupuk yang belum di bumbu petis dan untuk perawatan produk yang

sudah dikemas sesuai ukuran kemasan dan siap untuk didistribusikan di tumpuk satu persatu didalam ruang penyimpanan. Sama halnya yang dilakukan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA dalam memberikan perawatan produk. Sebagai berikut:

“Disini itu perawatan produk dari pengemasan langsung disusun rapi di toko dan dikemas dengan ukuran 5 kg/ ball, kalo kerupuk yang belum di bumbu petis di simpan di rumah produksi yang langsung di handle karyawan supaya lebih mudah untuk proses pembumbuan dan penjemuran” (Wawancara Ihkyak Ulummudin cap KERIS 2024).

Dari penjelasan pak ihkyak cap KERIS memberikan perawatan secara langsung dengan ditata rapi ke dalam kemasan ukuran 5 kg/1 ball di dalam toko secara rapi, sedangkan perawatan untuk kerupuk petis yang belum dibumbui disimpan di rumah produksi yang dikelola oleh para karyawan agar mempermudah proses selanjutnya setelah pemberian bumbu petis udang dan ikan yaitu penjemuran. Begitupun dengan pelaku usaha cap SELERA dalam memberikan perawatan produk kerupuk petis udang dan ikan. sebagai berikut:

“Dalam perawatan produk kami setelah pengangkatan dari penjemuran langsung dikemas oleh para karyawan di bagian pengemasan ini bertujuan untuk menghindari kelembaban dan penjamuran setelah itu dikemas sesuai dengan ukuran setelah semua dikemas langsung di susun di toko kami mbak” (Wawancara Ismuriatno cap SELERA 2024).

Sebagaimana yang dijelaskan oleh pak ismuriatno perawatan produk sama halnya yang dilakukan kedua pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan di atas. Perawatan yang dilakukan cap SELERA setelah pengangkatan kerupuk dari penjemuran langsung dilakukan pengemasan yang dilakukan oleh karyawan yang bertujuan menghindari dari kelembaban dan penjemuran dari kerupuk tersebut. Setelah pengemasan kerupuk petis udang dan ikan langsung di susun di toko cap SELERA.

*Gambar 13. Tempat penyimpanan dan perawatan produk*



Sumber Data : Data Primer, 2024

Dari kegiatan perawatan produk yang dilakukan para pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan telah memiliki fasilitas dengan mempersiapkan toko sebagai ruang penyimpanan dan memberikan kelengkapan ruang produksi. Tempat penyimpanan produk berbeda dengan penyimpanan bahan baku, dimana tempat penyimpanan produk kerupuk petis udang dan ikan yang telah dikemas disimpan di ruang penyimpanan seperti toko. Tempat penyimpanan yang ada sudah bersih dan jendela sudah sebagaimana mestinya, sehingga meski tanpa lampu, cahaya cukup untuk menerangi ruangan dari jendela dan ventilasi. Tempat penyimpanan usaha UMKM ini didesain khusus untuk menyimpan produk jadi, sehingga tidak perlu khawatir terkontaminasi bahan non pangan. Perawatan ini dikelola langsung oleh pemilik usaha dan karyawan sehingga perawatan dan pembersihan ruang penyimpanan menjadi lebih mudah.

Dari kelengkapan ruang sebagai bentuk perawatan produk kerupuk petis udang dan ikan sudah cukup terpenuhi karena bangunan penyimpanan yang permanen serta ruang penyimpanan yang cukup luas, bersih dan tidak dipergunakan untuk produk lainnya sehingga pangan dan terjaga akan higienitas produk yang akan diperjual belikan kepada pelanggan.

## **B. RELASI-RELASI USAHA KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN**

Dalam mengembangkan usaha pastinya memerlukan pihak atau relasi untuk mendukung adanya sebuah usaha yang bertujuan untuk memperkerjakan dan saling berinteraksi didalam suatu komunitas sosial. Selain itu, pelaku usaha sangat penting untuk dilindungi dalam penerapan hukum perlindungan konsumen karena mereka memproduksi barang dan jasa. Pelaku usaha yang dimaksud dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) ialah pabrikan, distributor, jaringan, dan importir pelaku usaha (Ramadhani, 2016).

Dengan hal ini pelaku usaha dituntut terus berkembang dalam meningkatkan kualitas, kreativitas, pemasaran, dan permodalan dimana Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan entitas ekonomi yang mempunyai kapasitas produksi terbatas dan bersaing langsung di pasar terbuka. Oleh karena itu, para pelaku ekonomi perlu membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan, termasuk hubungan antara pelaku ekonomi dengan pemasok bahan baku, pelanggan, dan masyarakat lokal, yang akan mendorong perkembangan UMKM dan pelaku ekonomi serta meningkatkan efisiensi. Hubungan yang dibangun mengarah pada modal sosial dan memainkan peran kunci dalam meningkatkan keuntungan melalui jaringan, norma, dan kepercayaan sosial yang memungkinkan koordinasi dan kerja sama yang efisien dan efektif untuk keuntungan dan kebijakan bersama. Sama halnya yang dilakukan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk dalam menjalankan aktivitas usaha menjalin dengan beberapa relasi pelaku usaha mulai dari relasi pelaku usaha dengan supplier bahan baku, pelanggan, serta masyarakat. Sedangkan relasi karyawan dengan para pelaku usaha dan sesama karyawan, Sebagai berikut:

### **1. Relasi Pelaku Usaha**

#### **a. Relasi pelaku usaha dengan supplier bahan baku**

Relasi pelaku usaha dengan pemasok bahan baku tercipta karena adanya keinginan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan keuntungan dari manfaat relasi yang terbangun. Relasi ini tercipta untuk mempermudah kerjasama dan terpenuhinya produk pangan

untuk masyarakat, sama halnya yang dilakukan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan membangun relasi dengan pemasok bahan baku untuk terpenuhinya bahan baku pokok dan mempermudah aktivitas usaha. Seseorang pelaku usaha menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku adalah hal utama yang dipikirkan oleh pelaku usaha ketika mendirikan usaha karena tanpa menjalin hubungan dengan pemasok bahan baku akan mempersulit untuk mendapatkan bahan baku.

Pada dasarnya relasi pelaku usaha dengan supplier bahan baku karena adanya rasa saling tolong menolong antara supplier dan pemilik usaha. Bahwasanya usaha kerupuk petis udang dan ikan terjual dengan baik, dengan pembelian bahan baku dan berlangganan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan membantu para nelayan yang mencari rebon udang dan ikan yang nantinya dijadikan sebagai petis. Selain itu relasi ini terjalin dengan pemasok tepung tapioka dan pedagang bumbu pawon, dari relasi pelaku usaha dengan pemasok bahan baku memiliki ikatan yang kuat sebab kedua belah pihak menerapkan rasa kepercayaan dalam pemasokan bahan baku sesuai dengan aturan dan norma atas perjanjian kedua belah pihak. Dengan ini kerjasama yang tercipta dari interaksi sosial yang merupakan jaringan sosial yang dibangun secara dinamis sebagai penghubung pelaku usaha dengan ini tidak terlepas dari elemen modal sosial yang dimiliki oleh seseorang dalam membangun kerjasama. Seperti yang disampaikan oleh ketiga pihak pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan dalam menjalin relasi dengan para pemasok bahan baku sebagai berikut:

“Kerjasama yang saya lakukan dengan pemasok bahan baku tepung tapioka dan petis sangat erat mbak, karena kami sudah hampir 20 tahun bekerjasama apalagi ini agen yang dari ibu saya sampai pindah tangan ke saya masih tetap sama dari pihak pemasok juga pakem (terpercaya) selalu memberi bahan baku sesuai apa yang diminta saya untuk mengembangkan usahanya. kalo buat bumbu kerupuk petis udang dan ikan saya mempunyai langganan di pasar kendal mbak” (Wawancara, Bapak Ei Warjianto cap ABADI 2023).

“Hubungan kami dengan pemasok bahan baku sangat baik mbak, kami memiliki pemasok bahan baku tepung tapioka dari Pati dan petis dari Demak. Kami tidak bekerjasama dengan pemasok petis daerah kendal karena petis kendal saja tidak mencukupi dan petis kendal terlalu asin dan lebih mahal, kalo bumbu dasar kerupuk petis saya mengambil dari pasar sini saja mbak” (Wawancara Bapak Ihkyak cap KERIS 2023).

“Dalam menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku kami jalankan penuh aturan dan norma yang berlaku agar kami sesama pelaku usaha mendapatkan keuntungan dari kerjasama ini. Pemasok bahan baku petis kami bekerjasama dengan Demak mbak, untuk tepung tapioka dari Semarang dan Pati kalau bumbu saya langsung beli di pasar kendal dan pasar cepiring mbak” (Wawancara, Pak Ismuriatno cap SELERA 2023).

Sesuai penjelasan para informan bahwa semua pelaku usaha melakukan kerjasama dengan para pemasok bahan baku dari berbagai daerah. Relasi ini membuka berbagai jaringan untuk memenuhi kebutuhan produksi kerupuk petis udang dan ikan, dimana pelaku usaha mempunyai cara masing-masing untuk menjalin kerjasama untuk membantu usaha agar tetap berjalan dan banyak diketahui oleh banyak orang. Dari aktivitas pemasok bahan baku yang dilakukan menimbulkan elemen modal sosial kepercayaan. Menurut Putnam, kepercayaan ini memiliki dampak yang positif terhadap kehidupan sosial dibuktikan dari adanya relasi pelaku usaha dengan supplier bahan baku akan memperkuat suatu norma atau aturan yang telah dijanjikan pada awal kerjasama tentang kewajiban untuk saling membantu mengembangkan usaha (Putnam,1993). Serta dari kepercayaan ini sebagai bentuk keinginan untuk menerima resiko dalam menjalin hubungan sosial norma dan etika usaha menciptakan lingkungan usaha yang berkelanjutan dan harmonis serta dalam jaringan relasi hubungan ini membantu dan mendapatkan informasi mengenai kualitas bahan baku, harga terbaik dan perkembangan pasar.

*Gambar 14. Penyuplaian bahan baku*



Sumber Data: Data Primer, 2024

Kepercayaan yang terjalin dengan komponen tersebut akan menciptakan ikatan yang kuat sehingga menciptakan sebuah kerjasama dalam bekerja. Berdasarkan keberlangsungan usaha kerupuk petis udang dan ikan bergantung pada hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dan ketersediaan jaringan di seluruh usaha yang menjadikan akses produksi sebagai prioritas utama, dan penggerak modal sumber daya dan informasi (Engracia, 2022). Dengan ini aspek moral modal sosial yang ada di UMKM kerupuk petis udang dan ikan disebut civic virtues yang dihasilkan dari aktivitas pelaku usaha dengan pemasok bahan baku, hubungan moral modal sosial ini terbentuk oleh banyaknya hubungan aktivitas pihak-pihak yang terlibat, termasuk rasa kepercayaan, saling memahami, nilai bersama, dan perilaku yang mengikat anggota jaringan masyarakat dan komunitas. Aspek moral modal sosial ini memungkinkan tindakan kerja sama.

b. Relasi pelaku usaha dengan pelanggan

Relasi pelaku usaha dengan pelanggan mempunyai hubungan yang erat sebagai bentuk kesamaan atas kebutuhan pangan yang sama. Dalam hal ini, kebutuhan yang disebutkan oleh para pelaku ekonomi mencakup jaringan yang luas agar lebih banyak orang mengenal perusahaannya dan agar konsumen serta pelanggan dapat mencoba lebih banyak kerupuk udang dan ikan. Jaringan ini digunakan oleh pelaku ekonomi untuk

mengakses pelanggan dan pedagang yang mendistribusikan produk kerupuk udang dan ikan yang sebagian besar berlokasi di luar wilayah Kabupaten Kendal. Relasi tercipta karena adanya interaksi sosial yang terjadi diantara mereka sebagai pelaku usaha dan pelanggan yang kemungkinan membuka jaringan dan kepercayaan seseorang untuk saling bertukar antara pembelian dan bekerjasama serta mewadahi setiap individu menjalani pendekatan kepada orang lain. Hubungan antar pelanggan sangat penting untuk membangun kerja sama dan hubungan timbal balik di antara kedua belah pihak (Usman, 2018).

Seperti yang dikatakan oleh pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan dalam menjalin relasi hubungan dengan para pelanggan yang ada sebagai berikut:

“Cara kami menjalin hubungan dengan para pelanggan dengan memberikan rasa kepercayaan untuk para pelanggan dengan tetap memberikan produk dengan citra rasa yang sama, kalau kami ingin mendapatkan pelanggan yang lebih banyak lagi seperti distributor yang ada diluar wilayah kendal atau distributor pasar kendal ada interaksi dulu mbak seperti tawar menawar harga pas dari pembelian kerupuk petis udang dan ikan per ball/ 5 kg itu, soalnya kalo penjualan seperti ini ada harga tertentu untuk menarik distributor. Sedangkan untuk pembeli eceran harganya sama dengan harga pasaran dan toko” (Wawancara, Edi Warjianto cap ABADI 2023).

“Mungkin kalo kami menjalin hubungan dengan para pelanggan, tetap memberikan kualitas yang terbaik agar para pelanggan tetap setia dengan produk kami. Jika sudah terjalin dengan para pelanggan aturan norma akan terbangun yang disepakati diantara kami berdua. Semisal pelanggan distributor pasar meminta di setori produk kami tidak boleh terlambat untuk mengirim itu aja sih mbak, harus paten (serius) ketika menjalin hubungan dengan pelanggan itu” (Wawancara, Ihkyak Ulummudin cap KERIS 2023).

“kami dalam menjalin hubungan dengan pelanggan khususnya para distributor memberikan pelayanan yang baik, mulai dari penyeteroran produk kepada para pedagang

pasar sesuai dengan jumlah permintaan. kami sebagai pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang baik agar tetap terjalinnya hubungan dan memberikan rasa kepercayaan yang ada, sama kaya pelanggan toko kami mbak dalam melayani juga sesuai norma yang ada”(Wawancara, Ismuriatno cap SELERA 2023).

Dari penjelasan pelaku usaha diatas menjelaskan dalam menjalin hubungan dengan para pelanggan, pelaku usaha memberikan rasa kepercayaan untuk para pelanggan dengan tetap memberikan keunggulan masing-masing produk yang di jual belikan kepada pelanggan seperti citra rasa yang tidak pernah berubah, memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan aturan norma yang disepakati antar kedua pihak, dan menjalin interaksi dengan para pelanggan sebagai proses tawar menawar dengan pelaku usaha. Apabila proses tersebut berlangsung antara kedua belah pihak dalam usaha ini memberikan sebuah kepercayaan, Menurut Putnam, hal tersebut merupakan bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan sosial, dimana pelaku usaha melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan dan berperilaku dalam pola perilaku yang kooperatif dan tidak merugikan individu dan kelompok (Putnam, 1993).

Bahwasanya kepercayaan tidak dapat muncul secara instan, maka membutuhkan proses hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang terhubung dalam jaringan yang saling memberikan informasi, mengingatkan satu sama lain, dan membantu satu sama lain. Jaringan pelaku usaha dan konsumen ini akan membantu mendapatkan barang dagangan mereka dan memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam hal proses pembayaran. Dalam perjanjian peraturan yang diterapkan pelaku usaha ini menciptakan sebuah norma yang bersifat formal dan nonformal, sama halnya yang dilakukan pelaku usaha dengan pelanggan norma bersifat non formal dalam perdagangan dan pembelian yaitu kesepakatan penentuan harga antar pedagang dan pembeli baik produsen, distributor, dan pelanggan dimana pembayaran secara kontan di awal ataupun dengan pembayaran di akhir nota. Jaringan ini tidak menjadikan

permasalahan tetapi menjadikan relasi pelaku usaha dengan pelanggan, Karena pelaku usaha ramah dengan orang lain yang ingin bekerja sama dalam memasarkan kerupuk petis udang dan ikan, hubungan mereka dengan pelanggan dapat dilihat dari hubungan mereka dengan pelanggan. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang baik, ramah, dan cepat kepada pelanggan dan konsumen tentu akan berdampak positif pada pertumbuhan usaha mereka.

Dengan demikian membangun relasi pelaku usaha dengan pelanggan bukanlah hal yang sulit karena adanya interaksi sosial yang tercipta antara kedua belah pihak mempermudah dalam menjalankan kerjasama maka setiap pelaku usaha harus memahami dan menerapkan. Konsep manajemen hubungan pelanggan muncul dari kesadaran akan kepentingan konsumen dan bermaksud untuk meningkatkan hubungan dengan pihak eksternal, terutama pelaku usaha dengan pelanggan. Diharapkan bahwa tindakan ini akan membuat pelanggan menjadi setia kepada pelaku usaha, sehingga hubungan menjadi lebih dari hanya hubungan antara penjual dan pembeli (Sudarwati, 2022).

#### c. Relasi pelaku usaha dengan masyarakat

Dalam pengembangan usaha pastinya membutuhkan pihak lain, selain pelaku usaha, karyawan, dan pemasok bahan baku untuk mendukung dan mendorong perkembangan usaha. Pihak lain yang dimaksud ialah masyarakat ini mengacu pada komunitas bahwa hidup berdampingan secara bersama-sama dalam lingkup masyarakat yang memiliki ikatan sosial yang saling bekerjasama dan mendukung dimana adanya kegiatan ini sebagai kebutuhan serat dalam kehidupan masyarakat (Tejokusumo, 2014). Masyarakat senantiasa berinteraksi dengan kelompok-kelompok yang menciptakan perubahan, dan perubahan itu penting bagi manusia, sebagai makhluk sosial yang selalu membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya, untuk membangun kepercayaan dalam

kelompok sosial. Hal ini tidak dapat dihindari sebagai suatu jaringan yang saling berkaitan yang membangun hubungan.

Relasi dengan masyarakat sebagai bentuk modal sosial pada tingkatan makro yang ada, dimana modal sosial pada skala besar melibatkan aspek masyarakat dalam menjalankan dan keberhasilan usaha atau organisasi. Dimana modal sosial ini sebagai investasi tingkat pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang kerjasama. Sama halnya yang dilakukan setiap pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI, KERIS, dan SELERA dalam menjalin relasi dengan masyarakat sebagai bentuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan mampu membantu pertumbuhan usaha dengan cara mempromosikan produk atau memberikan pelayanan.

“Usaha kerupuk petis ini sangat membantu masyarakat sekitar mbak, apalagi yang tetangga sama pabrik kerupuk seperti saya. Saya ini pekerjaan tetapnya sebagai buruh pabrik di PT kalau pas saya libur dan kadang juga di panggil buat bantu-bantu di pabrik kerupuk buat pengemasan. Lumayan sangunya (upah) walaupun tidak besar mbak” (Wawancara, Ibu Nurul tetangga dan konsumen kerupuk petis udang dan ikan 2023).

“Adanya usaha kerupuk petis udang dan ikan ini membantu Desa Sijeruk khususnya buat masyarakat yang ada disini mbak, dari yang dilihat-lihat tetangga saya banyak yang bekerja disana mungkin dari pendapatannya juga bisa membantu untuk kebutuhannya sehari-hari mereka” (Wawancara, Ibu Lutfiah tetangga dan konsumen kerupuk petis udang dan ikan 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua tetangga dan konsumen kerupuk petis udang dan ikan, Ibu Nurul mengatakan bahwa adanya usaha kerupuk petis udang ikan sangat membantu perekonomian masyarakat sekitar, dimana masyarakat yang bekerja sebagai pekerja tidak tetap yang sering kali di ajak oleh pemilik usaha untuk membantu pekerjaan di usaha kerupuk petis. Ibu Nurul juga mengatakan jika membantu proses pengemasan akan mendapatkan upah walaupun nominalnya tidak besar seperti karyawan tetap dengan ini

menggambarkan bahwa adanya sebuah interaksi yang terjalin antar individu dengan kelompok masyarakat desa. Sedangkan Ibu Lutfiah mengatakan bahwa usaha UMKM kerupuk petis ini membantu para masyarakat sekitar khususnya para tetangga banyak yang bekerja di tempat usaha kerupuk petis udang dan ikan untuk membantu pendapatan mereka.

Dengan ini, relasi dengan para masyarakat membuka jaringan untuk pendukung pertumbuhan ekonomi lokal dimana masyarakat memiliki peran penting dalam komunitas di dalam modal sosial pelaku ekonomi UMKM, seperti jaringan, norma, dan kepercayaan, maka hubungan antar individu dalam komunitas dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Pada dasarnya, konsep modal sosial bermula dari gagasan bahwa anggota masyarakat mungkin tidak mampu secara individu mengatasi berbagai permasalahan yang mereka hadapi. Dikombinasikan dengan aspek moral yang baik dari modal sosial dalam hubungan antara pelaku ekonomi dengan masyarakat.

Menurut Sims dalam Witjaksono (2015) bahwasanya relasi dengan masyarakat sebagai modal manusia yang saling berkaitan dan saling bergantung menjadi sumber produktivitas dan daya saing suatu perusahaan yang didorong dengan modal ekonomi yang ada untuk menyelesaikan proses produksi dan distribusi yang dijalankan setiap pelaku usaha. modal manusia berupa keterampilan dan kompetensi yang melekat pada setiap individu didalam komunitas sosial. Dalam mengembangkan dan meningkatkan produktivitas dan daya saing, modal sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang memiliki peranan yang penting dengan modal lainnya. Dimana hubungan sosial dan jaringan sosial masyarakat memberikan manfaat yang ada dari proses dinamis yang terjadi di masyarakat. Modal sosial ini menciptakan ikatan sosial, saling percaya, dan menyebarkan informasi. Dengan ini modal sosial berperan

dalam pengoptimalan pengembangan usaha kerupuk petis udang dan ikan melalui elemen modal sosial yaitu:

Unsur jaringan dimana elemen modal sosial ini sebagai saluran komunikasi untuk menjalin kerjasama, menjalin hubungan interpersonal yang erat kepada masyarakat dan jaringan sosial ini sebagai rangkaian hubungan antara masyarakat dengan pelaku usaha untuk menginterpretasikan pelaku usaha terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat Desa Sijeruk. Untuk mengembangkan usaha kerupuk petis udang dan ikan, pemilik usaha berusaha untuk memperluas jaringan. Keinginan untuk bekerja sama secara kuat dengan anggota kelompok atau masyarakat akan memperkuat jaringan sosial. Menurut Putnam (2000) Jaringan ini menghubungkan teman, rekan kerja, dan keluarga dimana Jaringan yang terjalin pelaku usaha dengan masyarakat Desa Sijeruk yang terlihat dari berbagai macam hubungan yang dilakukan pelaku usaha memiliki hubungan serta dengan masyarakat sekitar, menjadikan mereka sebagai karyawan tidak tetap apabila usaha kerupuk petis udang dan ikan mengalami peningkatan di hari-hari tertentu.

Lebih lanjut, hubungan ini terjalin sebagai kelanjutan dari usaha kerupuk udang dan ikan sehingga memberikan peluang bagi pelaku ekonomi untuk mengakses produksi dan berkontribusi signifikan terhadap kelancaran operasional usaha. Oleh karena itulah hubungan jaringan antar individu maupun kelompok menjadi sangat penting dalam usaha kerupuk udang. Selain itu, unsur normatif kelangsungan usaha menjadi landasan terbentuknya modular sosial karena adanya hubungan timbal balik antara individu dan kelompok. Norma sosial merupakan pedoman aturan tingkah laku masyarakat guna membentuk masyarakat yang tertib, dan tanpa norma maka kehidupan bermasyarakat akan menjadi tidak teratur (Putnam, 2000).

Pada masyarakat Desa Sijeruk norma sangat dipentingkan untuk menjaga hubungan antar satu sama lainnya. Norma ini menjadikan

masyarakat memiliki kebiasaan tolong menolong berupa memberikan tempat pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan dan memberikan berupa dana untuk kepedulian lingkungan sosial masyarakat serta memiliki rasa kekeluargaan dalam setiap menjalankan usaha, dengan demikian pelaku usaha tidak hanya memikirkan untung saja namun juga rasa nyaman terhadap sesama. Selain itu, unsur kepercayaan sangat penting untuk membangun hubungan satu sama lain saat bekerja sama. Kepercayaan ini berfungsi sebagai dasar modal sosial untuk mencapai tujuan, dan karenanya hubungan yang saling menguntungkan terbentuk antar pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan.

Sebagaimana jalannya perkembangan usaha kerupuk petis udang dan ikan unsur kepercayaan sangat penting bagi membangun hubungan relasi dalam masyarakat. Kepercayaan pelaku usaha kepada masyarakat terlihat setiap pelaku usaha meminta tolong kepada masyarakat Sijeruk untuk menjadi karyawan tidak tetap sewaktu kerupuk petis mengalami peningkatan penjualan di hari-hari tertentu dari kerjasama ini karyawan tidak tetap melaksanakan tugasnya secara sungguh-sungguh dalam proses produksi, dengan ini kepercayaan akan berkembang seiring waktu melalui interaksi yang berkelanjutan, komunikasi yang terbuka adalah kunci untuk membangun kepercayaan pada suatu kelompok. Relasi hubungan pelaku usaha dengan karyawan bertujuan mewujudkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat akan meningkatkan pandangan sebenarnya akan memudahkan interaksi bersama anggota masyarakat.

## **2. Relasi Karyawan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), karyawan adalah orang yang bekerja sebagai pegawai, pekerja, atau orang yang bekerja untuk suatu organisasi, seperti kantor, perusahaan industri, dan seterusnya, dan mendapatkan gaji atau upah untuk pekerjaan mereka. Karyawan menjual energi dan pikiran mereka untuk mendapatkan kompensasi yang telah ditetapkan. bahwa karyawan ini memiliki kewajiban dan kewajiban untuk

menyelesaikan tugas yang telah ditetapkan dan berhak atas kompensasi sesuai dengan perjanjian yang berlaku (Hartati 2019).

Karyawan atau pekerja adalah komponen utama atau aset, yang mampu untuk bersaing di dalam modal manusia sebagai sumber daya manusia yang baik. Kualitas SDM tentunya memiliki kemampuan dan keahlian yang kompeten atau atau sering disebut dengan *Human Resource Based On Competency* (Arijanto, 2011). Maka dengan ini kinerja karyawan pada dasarnya hasil dari kinerja yang telah ditetapkan terlebih dahulu dan disepakati bersama antara pelaku usaha dengan karyawan dimana karyawan tersebut mencapai ukuran yang berlaku di suatu bidang untuk pekerjaan yang bersangkutan.

Berdasarkan hal tersebut karyawan dalam usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal adalah relasi hubungan kinerja karyawan hasil dari proses pekerjaan yang terencana oleh pelaku usaha. Dimana dalam menjalin hubungan dan pemeliharaan karyawan sebagai sumber daya manusia yang dilihat dari sisi jumlah dan mutu tertentu dalam bekerja secara sungguh-sungguh dan mampu menghadapi daya saing produk dari pembuatan produk hingga menjadi barang siap jual. Oleh karena itu relasi hubungan karyawan dengan pihak-pihak yang terlibat sangat dibutuhkan untuk menjalankan sebuah usaha yang dilengkapi dengan elemen modal sosial menjadikan faktor penentu kemajuan kinerja suatu UMKM.

a. Relasi karyawan dengan pelaku usaha

Hubungan antara karyawan dengan pelaku usaha UMKM sangat penting dalam memastikan keberlanjutan dan kesuksesan usaha dimana setiap pelaku dalam menjalankan usaha membutuhkan karyawan sebagai sumber daya manusia untuk menjalankan setiap proses produksinya. Hubungan relasi ini menimbulkan jejaring sosial yang terkandung timbal balik sebagai komponen membangun kepercayaan karyawan kepada pelaku usaha dalam kelompok, hubungan ini mencakup interaksi sehari-hari, saling bergantung, dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan dengan melibatkan setiap dalam pengambilan keputusan. Guna tercapainya tujuan bersama atas

hubungan relasi karyawan dengan pelaku usaha, dari adanya dukungan yang optimal akan memperluas dan mempercepat proses produksi dan pelaku usaha membutuhkan karyawan untuk melakukan pekerjaan yang dari biasanya dan melebihi harapan.

Hubungan relasi seperti ini bermanfaat bagi kedua belah pihak, dengan lebih banyak interaksi sosial antara karyawan lebih sedikit konflik dan lebih banyak hasil yang dihasilkan (Rahardjo, 2020). Hubungan ini secara tidak langsung mendorong karyawan untuk bertindak lebih baik daripada yang mereka harus lakukan untuk membantu rekan kerja mereka. Ini membuat mereka berperan penting dalam memberikan rekomendasi untuk meningkatkan operasi perusahaan secara kolektif dengan lebih efektif dan efisien. Pihak pelaku usaha juga menganggap hubungan relasi dengan karyawan sebagai sumber daya manusia yang dilihat dari sisi jumlah dan mutu dalam kinerja secara sungguh-sungguh dan mampu menghadapi daya saing produk dari pembuatan hingga menjadi barang produk siap jual. Sama halnya yang dikatakan salah satu karyawan kerupuk petis udang dan ikan bahwa:

“Saya sudah 19 Saya sudah 19 tahun bekerja sebagai karyawan kerupuk petis mbak saya juga sudah merasakan semua proses produksi bahan mentah yang kemudian berubah menjadi barang jadi, kita yang awalnya bekerja yang tidak tahu adanya peraturan yang berlaku bapak (pemilik usaha) selalu memberikan pelatihan dan pendampingan sampai kami (karyawannya) memahami apa yang harus dikerjakan selama bekerja disini tidak ada tekanan atau tuntutan yang bikin jengkel itu tidak ada” (Wawancara Ibu Masamah karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2023).

“kami dalam bekerja itu tidak terasa terbebani mbak, karna bapak (pemilik usaha) sangat baik, menjalin akrab dengan kami (karyawan) menerima hal usulan yang ada” (Wawancara Bapak Samuri karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2023).

Berdasarkan hasil wawancara dengan para karyawan tersebut, dalam menjalankan usaha, pemilik usaha sangat terbuka dengan para karyawan

nya. Ibu Masamah mengatakan bahwa setiap karyawan diberikan pelatihan dan pendampingan oleh pemilik usaha dalam bekerja ini para karyawan tidak ada tuntutan dari pelaku usahanya. Serta Bapak Samsuri juga mengatakan bahwa pelaku usaha sangat terbuka menerima usulan di dalam usaha tersebut dari hubungan ini menjadikan lebih akrab dengan para pelaku usaha. Dengan demikian relasi karyawan ini hasil dari yang dicapai oleh pekerja dalam menjalankan pekerjaannya sebagaimana fungsi dan interaksi antara kemampuan dan motivasi yang dimiliki pelaku usaha dan karyawannya (Walenta, 2019). Selain itu, hubungan ini terbentuk dari kepuasan kerja, komitmen usaha, dan perilaku kualitas kepemimpinan pelaku usaha dimana karyawan puas dengan pekerjaan mereka, produktif, merasa diperlakukan dengan adil oleh perusahaan, dan memiliki hubungan relasi yang baik dengan atasan (Rahardjo, 2020).

Relasi karyawan dengan pelaku usaha dipengaruhi oleh signifikannya tingkat kepercayaan yang tinggi yang dihasilkan dari komunikasi yang lancar dan baik antara karyawan dan pelaku usaha dalam menentukan seberapa besar pengaruhnya mereka dapat bekerja sama untuk meningkatkan output perusahaan. Semakin erat hubungan mereka dengan pelaku usaha, mereka memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menyampaikan ide dan pendapat mereka kepada pelaku usaha dengan demikian modal sosial mempengaruhi kinerja karyawan selain itu perlu melakukan komunikasi yang lebih intensif yaitu dengan menjaga hubungan baik dalam suatu tim dengan pendukung keputusan antara kedua belah pihak dalam meningkatkan kinerja karyawan. Komunikasi antar karyawan dan pelaku usaha menciptakan sebuah efektivitas pada tingkat kepercayaan yang terjadi saat melakukan kerjasama dimana tingkat kepercayaan menentukan kinerja dalam proses produksi karyawan kerupuk petis udang dan ikan yang dimana kepercayaan ini ada pada korelasi modal sosial pada tingkat individu dan kelompok kinerja organisasi disuatu perusahaan

## b. Relasi karyawan dengan sesama karyawan

Dalam sebuah perusahaan, kebutuhan karyawan untuk bertemu dengan karyawan lain sangat sering terjadi, yang menyebabkan konflik dan masalah antar rekan kerja. Selain itu, seringkali ada kesalahpahaman antara karyawan selama proses bekerja karena perbedaan pendapat dan persepsi. Dalam hubungan karyawan ini, komunikasi yang seimbang akan menciptakan hubungan interpersonal yang kuat antara atasan dan bawahan serta sesama karyawan. Hubungan ini menciptakan hubungan yang memungkinkan perubahan sikap dan tingkah laku dalam perusahaan (Agustiari, 2020). Sama halnya yang diungkapkan para karyawan kerupuk petis udang dan ikan, Sebagai berikut:

“kami pembagian tugas kerja sudah dibagikan oleh bapak (pelaku usaha) kami juga sesama karyawan itu saling bantu mbak, apalagi pas proses penjemuran membutuhkan banyak tenaga, penjemuran ini tidak bisa dilakukan sendirian soalnya harus dibolak-balik perjamnya agar benar-benar kering, pas proses pengemasan disini juga banyak karyawan lainnya membantu ibu-ibu buat pengemasan mbak” (Wawancara Bapak samsul karyawan usaha kerupuk petis udang dan ikan 2024).

“kami Sesama karyawan sangat menjaga komunikasi mbak agar tetap kompak dan saling percaya antar sesama karyawan disini. Masa sesama karyawan diem-diem ga enak kalo mau kerja, selain itu kami terbuka saling ngobrol dan banyak yang memberikan saran kepada karyawan baru saat bekerja” (Wawancara Ibu Nur karyawan usaha kerupuk petis 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan usaha kerupuk petis udang dan ikan, bahwa semua karyawan menjalin hubungan baik dan erat dengan, saling tolong menolong. Bapak samsul juga menegaskan karyawan yang tercipta menimbulkan kerjasama antar individu karyawan contohnya saat proses produksi penjemuran membutuhkan banyak tenaga karyawan untuk membolak-balik kerupuknya dari kegiatan relasi ini tercipta interaksi yang kuat dan erat antar sesama karyawan. Karena itu, komunikasi lebih

menekankan pada hubungan kemanusiaan sebagai hubungan kemanusiaan, yang merupakan hubungan yang lebih akrab atau biasanya disebut sebagai interaksi pasif, tetapi yang melibatkan individu untuk mencapai keharmonisan bersama.

Sesuai dengan keterangan karyawan bahwasanya dalam menjalankan proses produksi adanya unsur jaringan karyawan untuk mempermudah suatu kerjasama dengan kepercayaan dan norma yang ada di elemen modal sosial sebagai peran penting dalam menjalankan proses produksi mulai dari persiapan alat dan bahan, pembuatan adonan, pemasakan, pemotongan dan penjemuran yang ada di usaha kerupuk petis udang dan ikan. Menurut Putnam, modal sosial merupakan salah satu ciri bakal yang ada di kelompok sosial mulai dari jaringan, norma, dan kepercayaan yang berfungsi mempermudah koordinasi dan kerjasama (Putnam, 2000).

Kepercayaan yang terjadi didalam karyawan kerupuk petis udang dan ikan dilihat dari proses produksi yang dijalankan oleh setiap karyawan. Setiap karyawan memiliki rasa keinginan untuk menerima resiko dari proses produksi yang ada yang dimana setiap karyawan memiliki bidang tersendiri untuk melaksanakan proses produksi. Dari kepercayaan yang dimiliki karyawan berdasarkan perasaan bahwa karyawan melakukan pekerjaan ini sesuai dengan yang diharapkan dan selalu bertindak sesuai dengan yang diharapkan dan selalu melakukan tindakan sesuai dengan aturan norma yang berlaku.

Norma yang dimiliki karyawan sebaia aturan manajemen kerja yang ditetapkan pelaku usaha untuk ditaati oleh semua pihak yang terlibat pada usaha kerupuk petis udang dan ikan oleh setiap cap ABADI, KERIS, dan SELERA. Menurut Putnam, norma adalah kumpulan aturan yang diterapkan oleh setiap orang di komunitas tertentu baik norma hukum, adat istiadat, agama, dan etika untuk mengetahui bagaimana seseorang bekerjasama dan bertindak di suatu kelompok atau organisasi sosial (Field, 2018). Norma

yang dijalankan usaha kerupuk petis udang dan ikan untuk memajukan dan terbangunnya sebuah keteraturan antar sesama karyawan didalam perusahaan

Gambar 15. Relasi sesama karyawan



Sumber Data: Data primer, 2024

Relasi hubungan yang tercipta antar karyawan ini menjadikan investasi dalam modal sosial menurut Putnam, yang meliputi sumber daya seperti jaringan, norma, dan keyakinan dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individu dan kelompok usaha secara lebih efisien dengan modal lainnya (Damsar, 2009). Dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), karyawan yang bekerja sama dalam membuat kerupuk petis udang dan ikan memperkuat modal sosial karena kerjasama yang terus menerus antar individu dan kelompok menghasilkan kepercayaan di dalam jaringan sesama karyawan.

Selain itu, diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas yang mampu menghimpun sumber daya manusia yang ada, memperoleh informasi, dan memberikan aksi bersama serta dukungan kolektif dalam menjalankan kegiatan usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemajuan di sektor UMKM akan dinilai berdasarkan kualitas. Ini termasuk jumlah kesalahan, waktu, dan keakuratan saat menyelesaikan tugas. Perkembangan sektor UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja pegawai UMKM. Hal ini tercermin dari networking dan kepercayaan antar pegawai dalam menjalin kerjasama berdasarkan kesamaan, sehingga tercipta ikatan kinerja yang baik (Walenta, 2019).

Modal sosial berkontribusi pada kinerja UMKM secara positif dan signifikan terhadap peningkatan keuntungan dalam pemasaran karena sebagai kekuatan penting dalam ekonomi dan aspek eksistensi sosial karena jaringan, norma, dan kepercayaan yang dapat membuat kerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Hubungan ini terbentuk dan diikat oleh kepercayaan, saling pengertian, dan nilai-nilai bersama yang memungkinkan anggota kelompok untuk mencapai keuntungan (Putnam, 1993).

## **BAB V**

### **DAMPAK UMKM KERUPUK PETIS UDANG DAN IKAN TERHADAP DESA SIJERUK KABUPATEN KENDAL**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerupuk Petis udang dan ikan merupakan makanan dan cemilan khas Kabupaten Kendal. Kerupuk ini berasal dari olahan tepung tapioka, petis, dan campuran bumbu pawon seperti ketumbar, bawang-bawangan, dan garam. Usaha ini banyak di produksi oleh masyarakat Desa Sijeruk yang menjadi pelaku usaha diantaranya usaha kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI, cap Keris, dan cap SELERA yang sangat terkenal di Kabupaten Kendal. Dari aktivitas usaha ini dapat memunculkan dampak ekonomi dan dampak sosial yang dirasakan oleh pelaku usaha, karyawan, serta masyarakat Desa Sijeruk. Berikut penjelasan mengenai dampak UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal:

#### **A. Dampak Ekonomi**

Dalam konteks ekonomi kecil dan menengah (UMKM), ini merupakan salah satu cara alternatif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama untuk daerah. Kehadiran kewirausahaan (*sociopreneurship*) beberapa tahun sebagai bentuk baru model UMKM telah menjadi lebih canggih, dari kegiatan seperti ini akan mendorong pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kualitas ekonomi dan sosial masyarakat (Hasanah, 2022). Pada dasarnya kegiatan UMKM berperan dalam memberikan kesempatan kerja dan pemerataan kesejahteraan, produktivitas sumber daya manusia yang memadai telah membantu industri dan usaha. UMKM sangat membantu pertumbuhan ekonomi, terutama selama krisis setelahnya.

Berkembangnya UMKM di bidang pangan berupa kerupuk petis udang dan ikan salah satu makanan khas Kabupaten Kendal di Desa Sijeruk

dari kegiatan ini menyerap tenaga kerja dan mampu mengurangi jumlah pengangguran. Keberadaan UMKM menjadi salah satu penggerak perekonomian masyarakat Desa Sijeruk tidak dapat dipungkiri adanya UMKM membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa yang memberikan sumber pendapatan yang lebih baik. Dampak ekonomi dapat dirasakan oleh para pelaku usaha, karyawan, serta masyarakat. Diantaranya yaitu peningkatan pendapatan dan peningkatan ekonomi lokal sebagai berikut:

#### 1. Pelaku Usaha

##### a. Peningkatan Pendapatan Ekonomi

UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal dapat memberikan komponen yang signifikan terhadap pendapatan ekonomi, pendapatan yang diperoleh dari aktivitas usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan yang digunakan untuk memenuhi kesejahteraan hidup mulai dari kebutuhan sehari-hari seperti sandang dan pangan, kesehatan, pendidikan dan lainnya. Bahwasanya peningkatan pendapatan ekonomi dapat meningkatkan kesejahteraan sebagai salah satu wujud sosial yang tidak hanya di angankan untuk dimiliki, tetapi harus diusahakan. Sama yang halnya yang disampaikan oleh pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan sebagai berikut:

“Dengan usaha bisa berjalan sampai saat ini, bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari, membiayai pendidikan anak-anak saya, dan bisa memberi gaji karyawan setiap bulannya serta menambah modal untuk membeli bahan baku seperti tepung tapioka, petis, bumbu-bumbu, dan alat prasarana lainnya mbak” (Wawancara, Bapak Edi Warjianto cap ABADI 2023).

Bahwasanya dari penjelasan pemilik usaha kerupuk petis udang dan ikan, bapak Edi Warjianto dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan tetap terhadap pendapatan dari penjualan produk. Pendapatan yang diperoleh dari usaha ini yang dikelola secara mandiri untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari termasuk memberikan upah gaji kepada karyawan, sebagai pemenuhan kehidupan sandang dan

pangan serta pendapatan ini digunakan untuk biaya pendidikan anaknya. Selain itu, pendapatan usaha ini tentunya digunakan kembali untuk pemenuhan bahan baku produksi. Ketika UMKM berkembang, mereka memiliki kemampuan untuk berinovasi, yang berarti modal sosial yang ada harus tetap ada untuk menjamin keberlanjutan, dan modal sosial ini adalah sumber daya yang melekat pada hubungan sosial.

Modal finansial, sebagai salah satu modal yang digunakan untuk membiayai kegiatan sehari-hari usaha, terutama dalam jangka pendek, seperti usaha kerupuk petis udang dan ikan, yang membutuhkan dana yang cukup untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku produksi dan keberlangsungan usaha, adalah komponen lain yang mempengaruhi keberhasilan selain modal sosial. Dalam sektor UMKM, modal finansial sangat penting untuk meningkatkan kinerja suatu UMKM. Dengan kekuatan finansial yang cukup, pengembangan UMKM di segala bidang akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, modal finansial sebagai sumber pendanaan perusahaan juga memiliki peran penting dalam menjalankan jalan roda suatu perusahaan (Rapih 2015). Begitupun dampak yang dirasakan, bapak Ikhyak ulummudin pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS juga menyatakan sebagai berikut:

“Dampak yang dirasakan banyak mbak, salah satunya mencukupi kebutuhan keluarga sehari-hari, mencukupi keperluan barang produksi, dan bisa mencukupi biaya pendidikan anak, serta paling darasan itu saya bisa membangun tempat produksi lagi untuk pengemasan (packing) sekaligus digunakan sebagai toko kami, soalnya dulu awal produksinya masih satu tempat dengan rumah mbak” (wawancara, Bapak ikhyak ulummudin cap SELERA 2023).

Bapak ikhyak menjelaskan bahwa ia merasakan dampak ekonomi sebagai pelaku usaha yang dari penjualan kerupuk petis udang dan ikan, bahwasanya dampak yang dirasakan untuk kebutuhan hidup

dan juga memberikan kontribusi dalam mengembangkan usahanya dan berperan penting dalam mendukung biaya pendidikan untuk anak, pendapatan ekonomi yang diperoleh menjadikan acuan ekonomi keluarga dan juga untuk mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, modal sosial bersifat produktif yang memungkinkan pencapaian tujuan tertentu, tanpa kontribusi tujuan tersebut (Putnam, 1993). Modal sosial sebenarnya merupakan modal yang penting dalam perekonomian sebagai sumber finansial dan modal sumber daya (SDA dan SDM). dengan ini modal sosial memegang peranan penting dalam menunjang berbagai aktivitas kehidupan manusia, khususnya bagi bidang perekonomian. Sama halnya dampak yang dirasakan oleh bapak Ismuriatno sebagai pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA megatakan bahwa:

“Dari penjualan saya, dampak yang dirasakan banyak sekali mba selain untuk menambah pendapatan ekonomi dan membeli bahan baku lagi untuk produksi, terkadang dari hasil penjualan bisa membantu tetangga yang membutuhkan mbak dan terkadang orang yang saya bantu itu mau menjadi karyawan tidak tetap saat banyaknya pemesanan kerupuk petis” (Wawancara, Bapak Ismuriatno cap SELERA 2023).

Dari hasil wawancara menjelaskan bahwa Bapak Ismuriatno merasakan dampak secara ekonomi dari usaha kerupuk petis udang dan ikan tersebut. Dengan pertumbuhan usaha, kemajuan ekonomi menuntut usaha untuk terus meningkatkan kualitas, pemasaran, dan modal ekonomi hasil dari berkembangnya suatu usaha menuntut para pelaku usaha untuk terus meningkatkan usahanya baik dari segi kualitas, pemasaran, serta aspek permodalan. Pak Ismuriatno menyebutkan bahwa usaha ini membantu para masyarakat sekitar untuk mendapatkan pekerjaan sebagai pekerja tidak tetap untuk membantu pendapatan mereka, bukan hanya itu dampak ekonomi membuka jaringan dan kepercayaan antar pelaku usaha dan para tetangga yang bertujuan untuk bekerjasama dan mendapatkan keuntungan.

Bahwasanya jaringan dan kepercayaan sebagai infrastruktur yang selalu berubah bergantung pada jaringan kerjasama antar manusia, informasi hanya diperoleh dari interaksi pelaku usaha dengan masyarakat, sedangkan kepercayaan adalah tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk saling mempercayai untuk mencapai tujuan bersama.

Dengan memperhatikan elemen modal sosial jaringan, pelaku usaha akan lebih mudah melakukan tindakan kolektif terkait aktivitas ekonomi mereka. Karena semakin banyak jaringan dalam usaha dapat menghasilkan produksi yang maksimal, dengan banyak pihak yang mendukung aktivitas usaha, dan elemen modal sosial yang paling penting adalah norma dan kepercayaan, yang terdiri dari pemeliharaan dan pelaksanaan kode etik usaha yang berlaku. Jika mereka menghormati dan menghargai konsekuensi yang timbul dari kolaborasi mereka, mereka dapat menghasilkan hubungan ekonomi yang positif dan saling menguntungkan (Hapiz, 2014).

b. Pengembangan Inovasi

Dalam menjaga keberlangsungan usaha untuk mengelola produk, perlu adanya pengembangan inovasi produk di dalam usaha yang biasanya tergabung dalam pengembangan ekonomi kreatif. Serupa dengan usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk melakukan pengembangan inovasi melalui penggunaan ekonomi kreatif sebagai bagian dari upaya untuk mempertahankan pertumbuhan usaha melalui inovasi dan kreativitas. Karena usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Kendal merupakan salah satu sektor pangan yang sangat strategis dalam ekonomi dan menjadi usaha unggulan, sangat penting untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Sama hal yang dilakukan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan dalam melakukan inovasi produk sebagai penunjang keberlanjutan usahanya, sebagai berikut:

“kami dalam mengembangkan inovasi produk kerupuk tidak hanya kerupuk petis tetapi ada kerupuk panjang, kerupuk ini hampir sama mbak, tetapi kerupuk panjang lebih plen (sedikit hambar)” (wawancara, Bapak Edi Warjiyanto cap ABADI 20204).

“Selain kerupuk petis udang dan ikan, ada kerupuk bawang yang kami inovasi di cap KERIS ini mbak, dari produk kami memang paling laku kerupuk petis nya” (Wawancara, Bapak Ikhyak Ulummudin cap KERIS 2024).

“Produk inovasi kami selain kerupuk petis udang dan ikan ada kerupuk putihan mbak, kerupuk ini seperti kerupuk bawang gitu tapi beda. Kerupuk itu juga lumayan jarang untuk diproduksi karena jarang tidak ada yang membeli” (Wawancara, Bapak Ismuriatno cap SELERA 2024).

Dari hasil wawancara pelaku usaha menjelaskan bahwa dalam kegiatan perkembangan inovasi dilakukan oleh setiap pelaku usaha di setiap cap kerupuk petis udang dan ikan, seperti cap ABADI mengembangkan inovasi berupa produk kerupuk panjang, cap KERIS memproduksi kerupuk bawang sebagai bentuk inovasi produk, serta cap SELERA mengembangkan inovasi kerupuk putihan, yang diperjual belikan pelaku usaha kepada konsumen untuk meraih keunggulan dalam bersaing. Keunggulan inovasi juga dilihat untuk kinerja sebuah usaha dan inovasi produk ini dilakukan untuk mendominasi pasar. Bahwasanya perkembangan inovasi produk yang baik dan tinggi akan mempermudah penerapan nilai-nilai dalam menciptakan produk-produknya kepada konsumen.

Dampak ekonomi yang dialami pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan mampu mendobrak perkembangan usaha lewat inovasi produk untuk dipasarkan kepada konsumen. Alternatif pengembangan inovasi produk ini sangat memungkinkan pelaku usaha dalam menjaga keberlangsungan usaha, dan memberikan keunggulan bersaing lewat sumberdaya sebagai keterampilan (*skill*) dan kemampuan (*abilities*)

yang terus berubah yang dimiliki oleh pelaku usaha sebagai seorang wirausaha untuk menjalankan usaha yang mereka lakukan.

Usaha yang bersaing di era global membutuhkan semangat kewirausahaan yang inovatif dan kreatif. Selain itu, untuk memahami kondisi saat ini, penting untuk tetap cerdas dan mengikuti perkembangan. Dengan tujuan dan pandangan jauh ke depan akan menciptakan sesuatu yang baru dalam menjalankan aktivitas usahanya. Dampak pengembangan inovasi produk sebagai bentuk implikasi keberlangsungan usaha terutama ditentukan oleh badan usaha, namun bagi badan usaha terutama ditentukan oleh kreativitas dan inovasi sebagai modal masing-masing perusahaan dalam penyelesaian permasalahan, dan kelangsungan usaha merupakan modal badan usaha dalam meningkatkan dan memperkaya usahanya (Hamka, 2021).

c. Menciptakan lapangan kerja

Akibat pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang sangat diperhatikan oleh pemerintah setempat karena sangat berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat. Adanya keberlanjutan usaha akan meningkatkan stabilitas ekonomi yang berimbang pada ekonomi rakyat yang dituntun dengan terciptanya lapangan kerja sebagai bentuk kontribusi UMKM untuk mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, sangat besar. Sebagaimana yang dijelaskan oleh pelaku usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan mampu dalam menciptakan lapangan kerja, sebagai berikut:

“Dari yang saya rasakan usaha ini banyak memberi manfaat mbak bukan hanya untuk saya tetapi masyarakat sekitar juga, dari usaha ini saya bisa memberikan pekerjaan untuk para tetangga bahkan masyarakat dari luar Desa Sijeruk yang bekerja disini. Walaupun gaji yang di dapat tidak sebesar mereka kerja di PT besar setidaknya bisa untuk kebutuhan sandang dan pangan mereka mbak, Saya menerima baik jika ada yang mau bekerja disini” (Wawancara, Bapak Edi Warjiyanto cap ABADI 2024).

Seperti penjelasan pelaku usaha cap ABADI Bapak Edi Warjiyanto, bahwa usaha kerupuk petis udang dan ikan sangat membantu masyarakat untuk memiliki pekerjaan sebagai kebutuhan sandang mereka dalam menciptakan lapangan pekerjaan pak Edi tidak memandang masyarakat sekitar saja, tetapi menerima masyarakat luar yang ingin bekerja dengan baik. Dengan tujuan menciptakan lapangan kerja di sektor usaha UMKM, harkat dan martabat UMKM akan ditingkatkan, sehingga mereka dapat memiliki peran yang lebih besar dalam meningkatkan ekonomi.

Selanjutnya, sama halnya yang dirasakan oleh Pak Ikhak Ulummudin pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, sesuai dengan pernyataannya:

“usaha ini sangat membantu warga sekitar mbak, ada tetangga yang benar-benar tidak memiliki pekerjaan dan kami ajak untuk gabung dan bekerja disini mbak, bahkan ada karyawan yang benar-bener ikut dari awal usah ini dibentuk sampai sekarang. Lumayan sering juga manggil tetangga buat bantu-bantu pengemasan” (Wawancara, Bapak Ikhyak Ulummudin cap KERIS 2024).

Dari kutipan wawancara tersebut dapat dilihat bahwa pelaku usaha dapat memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan di Desa Sijeruk. Keberadaan usaha ini membantu dan mengajak para tetangga untuk bergabung dan ikut kerja untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, tidak jarang juga Pak Ihkyak memanggil para tetangganya untuk membantu pengemasan apabila mengalami pesanan di hari-hari besar seperti hari raya.

Begitupun dengan pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA mampu memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, sesuai dengan pernyataannya:

“walaupun karyawan kami tidak sebanyak pelaku usaha lainnya, alhamdulillahnya usaha ini membantu para

karyawan untuk memenuhi kebutuhannya mbak”  
(Wawancara, Bapak Ismuriatno cap SELERA 2024.

Dari penjelasan pelaku usaha di atas, bahwa cap SELERA mampu memberi lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar walaupun jumlah karyawannya sedikit dari cap kerupuk lainnya, pak Ismuriatno menegaskan bahwa usaha ini cukup membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Kegiatan lapangan kerja ini sejalan dengan akibat adanya peran UMKM sebagai perwujudan suatu pembaharuan ekonomi yang mendasar maka diperlukannya pihak yang memberi ruang bagi masyarakat untuk diberdayakan agar ekonominya terwujud sebagai basis pekerja dalam proses produksi, memenuhi kebutuhan konsumen yang harus sama-sama diberdayakan (Munir, 2005).

Berdasarkan hal tersebut, usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan sebagai penyedia lapangan kerja yang diciptakan oleh pelaku usaha dari masing-masing cap yang menjadi salah satu pendekatan pemberdayaan UMKM bertujuan meningkatkan martabat dan kekuatan UMKM kerupuk petis udang dan ikan lebih mampu dalam meningkatkan ekonominya. Dengan adanya UMKM di Desa Sijeruk pelaku usaha mampu memberikan peluang untuk pelaku usaha untuk mengembangkan bakat dan kreativitas dalam berwirausaha dan menjadi sumber penghasilan bagi pelaku usaha dan masyarakat yang bekerja di UMKM hal ini dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran dan mengurangi terjadinya kesenjangan antar pelaku usaha dengan masyarakat Desa Sijeruk.

## 2. Karyawan

### a. Peningkatan Kesejahteraan

Bahwa UMKM kerupuk petis udang dan ikan memberikan manfaat kehidupan yang sejahtera, setiap orang ingin memenuhi kebutuhan ekonomi seperti sandang, pangan, dan papan untuk menjalani

kehidupan sehari-hari. Usaha mikro dan kecil (UMKM) kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk sangat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat. Pasalnya usaha ini dapat bertahan dan menghasilkan pendapatan, usaha tersebut dan khususnya karyawannya dapat mencapai kesejahteraan.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat, terutama pada masyarakat di sekitar UMKM kerupuk petis udang dan ikan yang tidak memiliki pekerjaan sama sekali. Dengan adanya UMKM ini, karyawan dapat setidaknya memenuhi kebutuhan mereka dan menghindari kemiskinan. Sama halnya yang dirasakan oleh karyawan dalam peningkatan kesejahteraan yang dirasakan oleh para karyawan kerupuk petis udang dan ikan. Berikut penjelasan Ibu Nur dampak yang dirasakan sebagai salah satu karyawan kerupuk petis udang dan ikan mengatakan bahwa:

“Saya sudah bekerja 3 tahun disini mbak, dari pekerjaan ini saya bisa membantu suami saya dan bisa membelikan kebutuhan untuk anak saya mbak, saya dulunya bekerja sebagai karyawan PT di Semarang tapi saya terkena PHK akibat covid lumayan lama menganggur terus saya mencoba bekerja disini, alhamdulillah sampai sekarang bisa mencukupi kebutuhan untuk sehari-hari” (Wawancara, Ibu Nur karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2023).

Dari hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa Ibu Nur merasakan dampak ekonomi dalam memenuhi kesejahteraan hidup sebagai karyawan UMKM kerupuk petis udang dan ikan. Ibu Nur menyatakan bahwa pendapatan yang diperoleh sebagai karyawan dapat membantu suami untuk memenuhi pendapatan ekonomi dan membantu finansial keluarga terutama untuk memenuhi kebutuhan anaknya. Walaupun pendapatan kecil, peningkatan ekonomi ini memberikan dukungan bagi kesejahteraan keluarga sehingga terpenuhinya semua kebutuhan sehari-hari, kebutuhan anak, serta kebutuhan lainnya.

Sama halnya dampak yang dirasakan oleh Bapak Samuri karyawan kerupuk petis udang dan ikan sebagai berikut:

“Saya bekerja disini sudah 19 tahun mbak, kalo dampak pendapatan saya sangat terdampak mbak, dari pekerjaan ini saya bisa memenuhi kebutuhan hidup sandang dan pangan keluarga dirumah dan bisa membiayai sekolah anak” (Wawancara, Bapak Samuri karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2024).

Bapak Samuri menjelaskan bahwa dampak yang dirasakan menjadi karyawan kerupuk petis udang dan ikan sangat berdampak bagi kesejahteraan hidupnya. Dari pendapatan ekonomi dan terpenuhinya kebutuhan sehari-hari seperti sandang dan pangan keluarganya dari pekerjaan ini juga membantu Bapak Samsuri untuk membiayai pendidikan anaknya. Kesejahteraan pendapatan yang diperoleh dari bekerja di usaha kerupuk petis udang dan ikan menjadi sumber utama ekonomi keluarga. Dampak dari peningkatan kesejahteraan terhadap ekonomi dapat terlihat dari kontribusi hasil bekerja sebagai karyawan sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan biaya sekolah anak dari Bapak Samuri. Dengan demikian sektor usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan menjadi sumber peningkatan kesejahteraan karyawan untuk menjalankan aktivitas serta menemukan sumber penghasilan ekonomi.

Sementara itu, Bapak samsul sebagai karyawan kerupuk petis udang dan ikan juga menyatakan sebagai berikut:

“Dari pekerjaan ini, saya berkecukupan walaupun saya dibantu istri saya yang bekerja di pabrik lain, setidaknya saya memberikan nafkah dan memberi kebutuhan keluarga yang pas untuk keluarga saya mbak” (Wawancara, Bapak Samsul karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2024).

Bapak samsul menjelaskan bahwa dari pekerjaannya sebagai karyawan mampu meningkatkan kesejahteraan bagi keluarganya mulai dari memberi nafkah istrinya dan memberikan kebutuhan keluarga. Pendapatan yang diperoleh pak samsul menjadi landasan utama bagi

keluarga, walaupun dalam pemenuhan sehari-hari keluarga pak samsul dibantu oleh istrinya yang bekerja di pabrik. Maka dengan itu dampak yang dirasakan pak samsul sangat signifikan pada aspek kesejahteraan ekonomi.

Dengan demikian, semua orang yang terlibat dalam proses produksi kerupuk petis udang dan ikan merasakan peningkatan kesejahteraan yang signifikan sebagai hasil dari kegiatan usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan ini. Menurut Putnam, baik modal sosial, sumber daya manusia, maupun sumber daya alam digunakan secara signifikan dalam usaha (Putnam, 1993). Adanya modal sosial di UMKM kerupuk petis udang dan ikan para pelaku usaha dan karyawan menerapkan dan memanfaatkan modal sosial untuk menjalankan proses produksi kerupuk petis udang dan ikan dari elemen modal sosial yang ada mampu memberikan komponen usaha, seperti jaringan, norma, dan kepercayaan hubungan antar pelaku usaha dan karyawan sehingga terbentuk kerjasama yang harmonis sehingga terciptanya kesejahteraan bagi kedua belah pihak.

#### b. Pengembangan Keterampilan

Selain peningkatan kesejahteraan karyawan yang dirasakan oleh setiap karyawan, juga merasakan dalam dampak dalam pengembangan keterampilan (*skill*) yang dimiliki setiap individu. Pengembangan keterampilan karyawan menjadi hal penting untuk perkembangan usaha, termasuk di dalam UMKM dilihat dari pesatnya persaingan dan beragamnya produk yang kenalkan oleh pelaku usaha lainnya (Rijal, 2023). Pada dasarnya, karyawan ini adalah bagian penting dari organisasi yang membantu mencapai tujuan. Sumber daya manusia (SDM) ini sangat penting bagi industri kecil dalam mencapai keberhasilan dan bersaing di pasar global, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan kinerja SDM di berbagai tempat usaha yang dipengaruhi oleh tujuan pekerjaan, kapabilitas kinerja, dan keterampilan individu

dalam pengetahuan dan kemampuan untuk meningkatkan keberhasilan usaha mereka.

Sumber Daya Manusia (SDM) atau karyawan harus memiliki keterampilan yang sesuai dengan tuntutan pekerjaan agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai. UMKM seperti kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk, membutuhkan karyawan dengan keterampilan tinggi. Kabupaten Kendal memiliki banyak potensi makanan yang menarik, yang mendorong industri makanan untuk berinvestasi di dalamnya seperti kerupuk petis udang dan ikan menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan. Namun, keterampilan karyawan kerupuk petis udang dan ikan masih perlu ditingkatkan hal ini yang menunjukkan perlu adanya keterampilan dalam pengolahan dan produksi kerupuk petis udang dan ikan yang khas. Sama halnya sesuai dengan pernyataan karyawan kerupuk petis udang dan ikan, sebagai berikut:

“Kalo keterampilan kami cuma pas-pasan aja mbak, tapi sejalannya waktu kami para karyawan seperti mengalami pengembangan keterampilan mbak. Kebetulan saya juga di bagian pembuat adonan yang awalnya saya gatau takarannya seberapa tetapi bapak (pemilik usaha) memberikan arahan. Sejalannya waktu kami lebih terampil buat nyelesaiin produksinya tepat waktu mbak” (Wawancara Bapak Samsul, karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2024).

Telah dijelaskan bahwa bekerja di usaha kerupuk petis udang dan ikan, Bapak Samuri dapat mengetahui proses produksi kerupuk yang dibuat sesuai dengan takaran yang ada, yang awalnya tidak memiliki keterampilan dalam mengolah bahan makan tetapi sejalannya waktu Pak Samuri terbiasa dengan kegiatan sehari-harinya sebagai karyawan dan sekarang sudah memiliki keterampilan untuk membuat adonan mentah kerupuk petis udang dan ikan. Oleh karena itu, keterampilan yang dimiliki setiap pekerja terkait dengan jobdesk yang mereka selesaikan, yang berdampak besar pada kualitas produk yang dihasilkan. Dengan ini setiap pelaku usaha memberikan pengembangan

keterampilan teknis ini, dimana pelaku usaha juga memiliki peran dalam pengembangan keterampilan yang dilakukan karyawan yang dimana memberikan pelatihan tidak hanya di awal menjadi karyawan baru, diberikan secara berkala untuk memastikan bahwa karyawan tetap mau mengasah keterampilan sesuai dengan pembagian tugas kerja

Begitu pun yang dirasakan oleh Bapak Samuri sebagai karyawan kerupuk petis udang dan ikan dalam pernyataan sebagai berikut:

“Untuk pengembangan keterampilan buat saya tidak terlalu ketat mbak, saya di bagian pengeringan saja. Kalau pengeringan harus tau hanya kapan harus dikeringkan dan berapa lama dalam pengeringan, berapa kali dalam membolak-balik kerupuk agar kering secara merata itu saja mbak. Walaupun hanya bagian pengeringan tapi dalam pengeringan membutuhkan teknik keterampilan dalam membolak-balik kerupuk” (Wawancara, Bapak Samuri karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2024).

Bapak Samuri menjelaskan bahwa ia bekerja di bagian pengeringan kerupuk petis udang dan ikan. Pak Samuri juga menekankan walaupun keterampilan yang ia miliki untuk tahap proses produksi pengeringan tidak terlalu ditekankan tetapi dalam proses pengeringan produk ini setiap orangnya harus memiliki teknik keterampilan pengeringan mulai dari kapan harus dikeringkan, berapa lama pengeringan dan berapa kali dalam membolak-balik kerupuk agar kering secara merata. Dengan demikian, setiap karyawan memiliki dasar keterampilan kerja sesuai dengan bidangnya. Keterampilan ini memastikan kolaborasi, persiapan usaha dan memastikan bahwa produk akhir konsisten dan memenuhi syarat untuk dijual belikan. Setiap langkah yang diambil untuk membuat kerupuk petis udang dan ikan dengan benar akan menghasilkan rasa, tekstur, dan penampilan yang luar biasa. Keterampilan ini sangat penting untuk memenuhi standar kualitas industri dan membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk.

Sama halnya pernyataan Ibu Nur Karyawan kerupuk petis udang dan ikan, sebagai berikut:

“kalo pengembangan keterampilan pas awal-awal itu ada pelatihan dari bapak (pelaku usaha) dan memberitahukan tata cara proses produksi mulai pengelolaan bahan baku, tahapan proses produksi, dan mengoperasikan alat produksi yang dilakukan oleh karyawan tertentu mbak” (Wawancara, Ibu Nur karyawan kerupuk petis udang dan ikan 2024).

Dari kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan di dalam usaha benar adanya untuk mengembangkan para karyawan kerupuk petis udang dan ikan yang diberikan oleh pelaku usaha mulai dari tahap proses produksi, pengelolaan bahan baku, dan pengoprasian alat produksi. Bahwa pengembangan keterampilan ini membantu pelaku usaha untuk menjalin komunikasi dalam lingkungan kerja UMKM kerupuk petis udang dan ikan. karyawan-karyawan yang telah baik dalam mengerjakan aktivitas secara efektif menjadi tim, saling mendukung, dan memiliki komunikasi yang baik akan berdampak positif bagi kegiatan produktivitas yang dilakukan karyawan mulai dari minimnya kesalahan dan meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu, UMKM yang menghasilkan kerupuk petis udang dan ikan dapat bersaing dan berhasil dalam industri yang kompetitif. Keberhasilan ini menunjukkan keunggulan UMKM dalam memanfaatkan keterampilan kerja untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan dan karyawannya.

### 3. Pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal

Kerupuk petis udang dan ikan merupakan salah satu makanan khas kabupaten kendal yang banyak diminati banyak masyarakat dari berbagai kalangan, produksi kerupuk petis udang dan ikan yang masih didasarkan pada tradisi dan budaya lokal yang diwariskan dari generasi ke generasi lainnya, sehingga kerupuk petis udang dan ikan sebagai salah satu pendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan memberikan peluang

kepada masyarakat setempat. Selain itu pemasaran yang dilakukan secara tepat dengan daya saing di pasar memberikan hasil yang sesuai dengan target pemasaran untuk diperjual belikan kepada konsumen. Berdasarkan hal tersebut penghasilan yang diperoleh dari aktivitas UMKM kerupuk petis udang dan ikan berdampak pada pelaku usaha, karyawan serta memberikan dukungan pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal secara luas. Sama halnya yang dilakukan masyarakat Desa Sijeruk sebagai berikut:

“UMKM kerupuk petis ini, banyak membantu masyarakat disini mbak. Terkadang juga pemilik usaha memanggil tetangga sekitar untuk membantu pengemasan biasanya menjelang hari-hari besar banyak pesanan kerupuk petisnya. Walaupun tidak tetap juga pekerjaannya mbak” (Wawancara, Ibu Nurul konsumen sekaligus masyarakat Desa Sijeruk 2024).

Ibu Nurul menjelaskan bahwa UMKM kerupuk petis ini membantu masyarakat untuk mendapatkan penghasilan tambahan, ia mengatakan bahwa terkadang para pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan memanggil para tetangga sekitar industri untuk membantu pengemasan disaat pemenuhan konsumen di hari-hari besar. Walaupun bukan pekerjaan tetap tetapi kegiatan ini memunculkan rasa gotong royongnya dan kepercayaan antara kedua belah pihak.

Sama halnya pernyataan Ibu Lutfiah, merasakan adanya peningkatan pendapatan masyarakat lokal, sebagai berikut:

“Dilihat dari banyaknya warga disini yang bekerja di UMKM kerupuk petis udang dan ikan sangat memberikan dampak yang positif mbak, terhadap peningkatan pendapatan masyarakat serta banyaknya tawaran lapangan kerja bagi masyarakat sekitar yang disediakan oleh ketiga cap kerupuk petis yang ada di Desa Sijeruk” (Wawancara, Ibu Lutfiah konsumen sekaligus masyarakat Desa Sijeruk 2024).

Ibu Lutfiah menjelaskan bahwa usaha kerupuk petis udang dan ikan memberikan peluang yang positif, dari kegiatan usaha ini

memberikan peningkatan pendapatan dan terbukanya lapangan pekerjaan yang cukup menjanjikan. Pada dasarnya usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan dilakukan untuk mengembangkan serta memfasilitasi produk pangan para konsumen. Keberhasilan pengembangan usaha ini mampu meningkatkan ekonomi masyarakat lokal yang diimbangi dengan dukungan dan perencanaan atau strategi yang fleksibel (Firdaus, 2022). Hal ini lah yang menjadikan aspek positif pada ekonomi masyarakat lokal mulai adanya lapangan pekerjaan baru, memberikan sarana prasarana dan memberdayakan masyarakat lokal.

Pengembangan usaha kerupuk petis udang dan ikan berdampak secara positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal yang berdampak langsung pada peningkatan pendapatan, ini terjadi karena masyarakat Desa Sijeruk bermata pencaharian wirausaha, pegawai PT, pegawai negeri, petani, dan lain-lain. Ketika usaha kerupuk petis udang dan ikan berkembang ada banyak peluang baru bagi masyarakat untuk mendapatkan uang selain dari sektor pertanian. Pengembangan UMKM kerupuk petis udang dan ikan berkontribusi positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal, baik nyata maupun tidak nyata. Manfaat secara langsung dapat dirasakan oleh semua pihak yang bersangkutan mulai dari pelaku usaha dan karyawan berupa peningkatan omzet penjualan kerupuk petis udang dan ikan, serta penghasilan tambahan bagi masyarakat sekitar yang bekerja sebagai karyawan tidak tetap. Sedangkan dampak tidak langsung yaitu semakin meningkatnya daya saing pemasaran yang harus dihadapi.

Peningkatan ekonomi masyarakat lokal ini dalam sektor usaha UMKM dapat dilihat bahwa modal sosial yang mengacu pada jaringan, nilai, dan kepercayaan masyarakat Desa Sijeruk yang memungkinkan kerjasama di antara individu dan kelompok pelaku usaha dalam suatu masyarakat. Modal sosial memainkan peran penting dalam

memperkuat jaringan antar pelaku usaha dengan sesama pelaku usaha, karyawan, dan masyarakat melalui jaringan ini UMKM saling berbagi informasi yang dimana jaringan ini dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing. Dalam pembentukan norma dan nilai pada peningkatan ekonomi masyarakat lokal, bentuk dari nilai-nilai yang positif membentuk landasan etika yang kuat serta membantu peningkatan ekonomi untuk kebutuhan sehari-hari. Selain itu, kepercayaan yang terbangun akibat peningkat ekonomi masyarakat lokal ini dari hubungan yang baik dari dalam jaringan sosial yang memungkinkan untuk mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, untuk mengembangkan usaha.

## **B. Dampak Sosial**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kerupuk petis udang dan ikan tidak berdampak pada ekonomi saja, tetapi berdampak pada sosial. Dimana dampak sosial ini berpengaruh terhadap lingkungan sosial yang sebagai dampak terhadap keberadaan UMKM kerupuk petis dari Keterlibatan aktivitas produksi kerupuk petis udang dan ikan oleh pelaku usaha dan masyarakat, yang membawa hubungan saling gotong royong, rukun, dan kekeluargaan yang baik antar masyarakat Desa Sijeruk. Dampak UMKM terhadap lingkungan sosial yang diciptakan oleh pelaku usaha untuk kegiatan sosial yang ada di Desa dalam memberikan kontribusi terhadap acara-acara yang diselenggarakan oleh masyarakat Desa Sijeruk seperti merayakan hari kemerdekaan semua pelaku usaha memberikan doorprize. Selain itu, dampak UMKM terhadap pendidikan nonformal terhadap anak-anak Desa Sijeruk yang dimana pelaku usaha memberikan donatur di kegiatan-kegiatan acara wisuda TPQ dan MDA yang ada, dari kegiatan ini yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai bentuk dukungan kemajuan pendidikan nonformal di bidang keagamaan.

## 1. Dampak terhadap lingkungan sosial

Pengembangan usaha kerupuk petis udang dan ikan menimbulkan sebuah hubungan antar pelaku usaha dengan masyarakat dimana hubungan ini sangat penting dan kompleks. Terciptanya hubungan antar masyarakat di dalam usaha ini dapat mempengaruhi citra usaha dan keberhasilan jangka panjang usaha. Sedangkan hubungan pelaku usaha dengan masyarakat merupakan dampak terhadap lingkungan sosial sehingga masyarakat sekitar yang terjalin dengan baik, rukun, dan gotong royong yang dimana adanya interaksi sosial, komunikasi, dan kerjasama maka upaya untuk menjaga lingkungan dan mendukung kehidupan dapat membangun kepercayaan dan dukungan dari komunitas masyarakat.

Keberadaan UMKM memberikan dampak positif yang baik secara ekonomi maupun sosial yang mempengaruhi persepsi masyarakat dari keberadaan UMKM kerupuk petis udang dan ikan tersebut. Dampak sosial tercipta karena adanya hubungan interaksi antara pelaku usaha dan masyarakat Desa Sijeruk, UMKM kerupuk petis udang dan ikan memberikan kontribusi terhadap lingkungan sekitar. Kontribusi tersebut dilakukan pelaku usaha di lingkungan sosial pada saat acara tertentu seperti hari kemerdekaan dengan memberikan doorprize untuk warga yang ikut dalam penyelenggaraan acara tersebut. Sesuai dengan pernyataan, sebagai berikut:

“kami yang memiliki usaha pastinya di mintai sumbangan mbak, mungkin bukan hanya kita saja tapi semua warga walaupun sumbangan yang diberikan warga tidak terlalu besar. Kalo saya biasanya sumbang berupa barang mbak buat doorprize di acara lomba-lomba hari kemerdekaan” (Wawancara, Bapak Edi Warjiyanto cap ABADI 2024).

Bapak Edi Warjiyanto menjelaskan bahwa dalam kegiatan lingkungan sosial sebagai pelaku usaha pastinya memberikan sumbangan sebagai bentuk ikut merayakan hari kemerdekaan dengan menyumbangkan doorprize berupa barang untuk di bagikan. Pak Edi Warjiyanto juga menegaskan bukan hanya pelaku usaha saja yang di mintai sumbangan

tetapi warga lainnya di minta untuk memberikan sumbangan sebagai bentuk memeriahkan acara kemerdekaan yang ada di Desa Sijeruk.

Sama halnya Bapak Ihkyak Ulummudin pelaku usaha Kerupuk petis udang dan ikan cap KERIS, dampak sosial yang dirasakan terhadap lingkungan sosial, sesuai dengan pernyataannya, sebagai berikut:

“Setiap tahunnya pasti kami selalu dilibatkan mbak, terutama sebagai pelaku usaha mungkin diharapkan bisa membantu kegiatan hari kemerdekaan. Setiap acara begitu pasti ada sayembara itu mbak nah saya memberi doorprizenya untuk memeriahkan sayembara itu mbak ” (Wawancara, Bapak Ihkyak Ulummudin cap KERIS 2024).

Telah dijelaskan bahwa setiap pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk di setiap kegiatan atau acara yang diselenggarakan selalu terlibat setiap tahunnya bahwasanya setiap pelaku usaha bisa membantu kegiatan hari kemerdekaan, pak Ihkyak berkontribusi pada kegiatan dengan memberikan doorprize untuk memeriahkan acara tersebut. Begitupun dengan Bapak Ismuriatno pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap SELERA sesuai dengan pertanyaannya, sebagai berikut:

“Setiap acara kemerdekaan dan pasti semua pelaku usaha kerupuk di Desa Sijeruk terlibat mbak seperti memberi bantuan berupa doorprize ataupun donatur untuk keberlangsungan acara” (Wawancara Bapak Ismuriatno cap SELERA 2024).

Aktivitas Bapak Ismuriatno sebagai pelaku usaha UMKM yang cukup berkembang menciptakan hubungan yang baik antar sesama masyarakat dalam menjalankan sebuah aktivitas sosial di Desa. Contoh konkritnya dalam menjalin rasa kekeluargaan di dalam komunitas masyarakat Desa Pak Ismuriatno terlibat dalam memeriahkan acara kemerdekaan yang diselenggarakan oleh masyarakat dengan memberi bantuan berupa doorprize dan menyumbang sedikit dana.

Dari ketiga pelaku usaha cap ABADI, KERIS dan SELERA keterlibatan dengan masyarakat Desa ini menimbulkan interaksi baik dan

saling menghubungkan antara satu sama lain yang membentuk suatu kesatuan. Interaksi yang berlangsung ini menimbulkan sebuah hubungan komunikasi yang tidak dapat dihindarkan. Menurut Putnam dalam (Fadhilah, 2016) Hal ini mencerminkan suatu modal sosial berupa norma dan aturan berdasarkan nilai-nilai yang dijalankan atas kesepakatan bersama yang telah dibuat pada masyarakat yang berlaku di masyarakat. Dengan norma yang dilakukan oleh pelaku usaha ini sebagai bentuk solidaritas sesama masyarakat untuk menjalankan aktivitas. Dalam modal sosial, peranan norma cukup penting dalam membangun masyarakat karena dengan norma-norma yang dijalankan dapat memfasilitasi dalam mencapai tujuan yang saling menguntungkan sehingga memunculkan sifat percaya masyarakat, agar bagaimana menjaga kepercayaan yang telah dibangun bersama dapat terjaga dengan baik.

Dengan hal ini, UMKM kerupuk petis udang dan ikan menerapkan nilai dan norma yang terkait dalam membantu sama lain untuk lingkungan sosial. Norma ini dapat sebagai inti acuan modal sosial yang harus dijalankan dan berpegang teguh pada setiap individu maupun masyarakat dalam mendapatkan akses jaringan sosial (Putnam, 1993). Berbeda dengan norma yang dibentuk oleh pelaku usaha sebagai cara untuk mempertahankan hubungan dan meningkatkan interaksi kepada masyarakat untuk terwujudnya hubungan antara dua individu dengan nilai-nilai sosial akan menimbulkan gotong royong untuk bekerjasama dalam menjalankan aktivitas sosialnya.

## 2. Dampak terhadap pendidikan nonformal

Adanya Pengembangan usaha UMKM di Desa dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan, terutamanya di bidang pendidikan dalam hal ini bukan pendidikan formal tetapi mengarah pada pendidikan nonformal di bidang keagamaan. Pendidikan ini bertujuan untuk membantu individu memperoleh berbagai ilmu dan keterampilan dengan iman dan takwa, serta memanfaatkan ilmu dan keterampilan tersebut untuk

memberi manfaat bagi masyarakat, lingkungan, dan bangsa. Dampak ini sebagai bentuk perubahan sosial yang terjadi pada setiap individu dan masyarakat bahwasanya keberadaan UMKM kerupuk petis udang dan ikan berdampak dalam pendidikan terutamanya di bidang keagamaan. Dimana usaha UMKM dapat memberikan dukungan finansial bagi lembaga-lembaga keagamaan di Desa seperti lembaga pendidikan Madrasah Diniyah Aliyah (MDA) dan Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) yang ada di Desa Sijeruk serta terlibat dalam kegiatan-kegiatan sosial dan keagamaan di Desa. Sesuai dengan pernyataan para pelaku usaha keterlibatannya dalam mendukung kegiatan, sebagai berikut:

“Mungkin bukan saya aja mbak, pelaku usaha lainnya pasti memberikan bantuan untuk kegiatan sosial, tetapi kalau disini seringnya kegiatan keagamaan mbak dan itu pasti seperti pembangunan sekolah sore TPQ dan MDA. Sering juga kami dilibatkan acara wisuda sekolah sore TPQ dan MDA dari kegiatan tersebut kami sangat senang untuk dilibatkan di acara mbak” (Wawancara Bapak Edi Warjiyanto cap ABADI 2024).

“Selain acara sosial memeriahkan kemerdekaan, kami turut memberikan sumbangan untuk acara pengajian dan wisuda sekolah sore kaya MDA dan TPQ dari kegiatan ini tidak ada pembandingan antara kami dan justru semakin solid dan rukun antar masyarakat” (Wawancara Bapak Ihkyak Ulummudin cap KERIS 2024).

“Setiap ada acara dari kegiatan sosial gitu kami selalu terlibat mbak, saling gotong royong memberikan bantuan untuk melaksanakan dan mendukung kegiatan seperti sekolah sore TPQ dan MDA mbak” (Wawancara Bapak Ismuriatno cap SELERA 2024).

Berdasarkan pernyataan dari ketiga pelaku usaha kerupuk petis udang dan ikan cap ABADI, KERIS, dan SELERA. Sebagai pelaku usaha selalu mendukung adanya kegiatan sosial yang ada di Desa Sijeru di bidang pendidikan nonformal TPQ dan MDA. Para pelaku usaha menegaskan bahwa setiap pelaku usaha terlibat dan berkontribusi dalam mendukung kegiatan sekolah keagamaan TPQ dan MDA ini dengan membantu saling

gotong royong dalam membangun fasilitas sekolah serta memberikan sumbangan untuk memenuhi kebutuhan anggaran yang ada. Dari kegiatan sosial ini berkontribusi baik dari pemilik usaha kerupuk petis udang dan ikan cukup memberikan pengaruh keadaan sosial bagi masyarakat. Namun tidak hanya pelaku usaha yang terlibat tetapi masyarakat lainnya yang memberikan kontribusinya untuk keberlangsungan dukungan adanya pengembangan kegiatan sosial seperti pembangunan sekolah TPQ dan MDA walaupun dengan skala kecil tetapi sangat berarti untuk dampak sosial lingkungan masyarakat.

Kontribusi ini menghasilkan kepercayaan, yang digunakan untuk membangun ikatan melalui kepercayaan sebagai bentuk solidaritas masyarakat dalam acara-acara yang terjadi di Desa Sijeruk, dan norma, yang merupakan sikap nilai dan norma yang berfungsi sebagai pengendali bagi masyarakat dan memberikan kesejahteraan di bidang sosial. Dimana hubungan pelaku usaha dengan masyarakat merupakan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar yang terjalin dengan baik, rukun, dan gotong royong karena adanya interaksi sosial, komunikasi, dan kerjasama untuk membangun kepercayaan dan dukungan dari komunitas masyarakat.

Modal sosial pelaku usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk memberikan dampak pada aspek ekonomi dan sosial, modal sosial yang tercipta mendorong kearah tujuan bersama. Modal sosial adalah komponen penting organisasi sosial, seperti jaringan (*network*), norma (*norm*), dan kepercayaan (*trust*), yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat (Putnam, 1993). Untuk memenuhi kebutuhan mereka, manusia akan bekerja semaksimal mungkin. Ini akan menghasilkan dampak positif baik dari segi ekonomi maupun sosial untuk semua jaringan yang terlibat, seperti jaringan sosial yang menciptakan peluang usaha melalui jalur pertemanan, rekan kerja, dan hubungan kerja. Jaringan sosial juga menjamin ketersediaan barang dengan menjaga hubungan dengan pemasok

bahan baku, meningkatkan variasi produk yang disesuaikan dengan permintaan konsumen, dan meningkatkan kualitas produk (Effendy 2018).

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hal analisis penelitian mengenai modal sosial pelaku usaha UMKM (Studi pada UMKM kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aktivitas dan relasi usaha UMKM kerupuk petis udang dan ikan memiliki peran sebagai pemilik usaha dan karyawan pemasok yang menghasilkan sebuah barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas dan relasi yang terjalin dalam usaha kerupuk petis udang dan ikan. *Pertama*, Aktivitas ini mencakup segala sesuatu mulai dari aktivitas pelaku usaha yaitu kerjasama dengan supplier bahan baku dan pemasaran. kerjasama yang terjalin dengan supplier untuk memenuhi keperluan bahan baku untuk menjalankan keberlangsungan usaha. selanjutnya, pemasaran kegiatan yang dijalankan langsung oleh pemilik usaha untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa produk kerupuk petis kepada pelanggan. Lalu, aktivitas karyawan mulai dari proses produksi dan proses pasca produksi. Proses produksi mencakup persiapan, pembuatan, pemotongan dan penjemuran sedangkan proses pasca produksi yaitu pengemasan (*packaging*) dan perawatan produk kerupuk petis udang dan ikan, dengan ini aktivitas yang dijalankan sebagai bentuk langkah awal untuk menghasilkan barang siap jual.
2. Dari adanya aktivitas usaha yang dijalankan menimbulkan sebuah relasi-relasi yang terjalin untuk mengembangkan dan memajukan usaha dengan analisis modal sosial Robert Putnam yang berperan dalam setiap proses usaha kerupuk petis udang dan ikan melalui elemen modal sosial jaringan, norma, dan kepercayaan akan mempermudah hubungan sosial yang terjadi sebagai sebuah hasil kerjasama dan koordinasi yang didasari ikatan sosial dengan beberapa relasi yang dilakukan pelaku usaha dan

karyawan, mulai dari relasi pelaku usaha dengan supplier bahan baku, pelanggan, dan masyarakat. Sedangkan relasi karyawan, terjalin antar relasi karyawan dengan pelaku usaha dan sesama karyawan.

3. UMKM kerupuk petis udang dan ikan memiliki dampak positif yang signifikan dalam aspek ekonomi dan aspek sosial bagi pelaku usaha, karyawan, dan masyarakat lokal. Tidak dipungkiri keberadaan UMKM kerupuk petis udang dan ikan menjadi penggerak perekonomian dan kegiatan sosial bagi masyarakat Desa Sijeruk. *Pertama*, dampak Ekonomi bagi pelaku usaha mampu memberikan peningkatan pendapatan ekonomi, pengembangan inovasi, dan menciptakan lapangan kerja. Sedangkan bagi karyawan mampu meningkatkan kesejahteraan dan pengembangan keterampilan. Serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. *Kedua*, dampak sosial yang dirasakan oleh semua pihak atas keterlibatan aktivitas mulai dari dampak sosial terhadap lingkungan sosial akibat dari pengembangan UMKM menimbulkan sebuah interaksi antara pemilik usaha dengan masyarakat sekitar dan berkontribusi terhadap kegiatan sosial yang diselenggarakan masyarakat Desa seperti kegiatan memperingati hari kemerdekaan para pelaku usaha memberikan doorprize dan sejumlah sumbangan dana untuk memeriahkan acara tersebut. Serta dampak sosial terhadap pendidikan, bahwasanya dampak ini akibat perubahan sosial yang terjadi pada setiap individu dan masyarakat bahwasanya keberadaan UMKM kerupuk petis udang dan ikan berdampak dalam pendidikan terutamanya di bidang keagamaan yang mengajarkan individu berbagai ragam pengetahuan dan kemampuan yang disertai dengan iman dan taqwa sehingga memanfaatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan di atas tentang modal sosial pelaku usaha UMKM, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi yang diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, termasuk yang berikut:

1. Bagi pelaku usaha, baik pemilik usaha maupun karyawan, sangat bertanggung jawab atas partisipasi mereka dalam kegiatan usaha, mulai dari kerja sama dengan supplier bahan baku, proses produksi, dan pemasaran. Dengan demikian, pelaku usaha harus memiliki kemampuan untuk menciptakan keadaan ekonomi dan sosial yang dapat berdampak positif pada semua pihak yang terlibat dalam usaha.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi peneliti lain yang akan menyelidiki tema serupa. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, Rafi. 2023. "Modal Sosial Sebagai Instrumen Pemberdayaan Masyarakat Desa" 10: 41–51.
- Arijanto, Agus. 2011. "Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis." PT. Rajagrafindo Persada. 2011. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/etika-bisnis/>.
- Agustiari, dkk. 2020. "Hubungan Antara Interpersonal Communication Dengan Human Relation Pada Karyawan Sheraton Bali Kuta." *Universitas Dhyana Pura*, no. November: 69–78. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/sintesa/article/view/1236/1082>.
- Bagus, Made Bama Anandika Berata, and Parakesit Widiatedja I.G.N. 2016. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi Yang Dilakukan Konsumen Dengan Cara Hit and Run." *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum* 4 (3): 1–7.
- Dollu, Emanuel Bate Satria. 2019. "Modal Sosial (Studi Tentang Kumpo Kampo Sebagai Strategi Melestarikan Kohesivitas Pada Masyarakat Larantuka Di Kabupaten Flores Timur)." *Warta Governare: Jurnal Ilmu Pemerintahan*. Vol. 1 No. (1): Hal 59–72.
- Damsari, I (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Engracia, Dkk. 2022. "Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan UMKM Di Kampung Tahu Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 5 (1): 484–94. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1227>.
- Effendy, Jani. 2018. "Peran Modal Sosial Sebagai Upaya Pengembangan Umkm Di Desa Batu Merah Kota Ambon." *Jurnal Cita Ekonomika* 12 (2): 103–8. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v12i2.2654>.
- Evasari. 2020. "Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk." *Journal of Islamic Economic Development* 4 (1): 7823–30.
- Field, J. (2018). *Modal Sosial*. Bantul : Kreasi Wacana.
- Fathy, Rusydan. 2019. "Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas Dan Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Vol.6, No. 1 Hal: 1-17. <https://doi.org/10.22146/jps.v6i1.47463>.
- Fadhilah, Riza M. 2016. "Dampak Pengembangan Wisata Danau Tangkas Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal."
- Firdaus, Mulia Akbar Santoso. 2022. "Dampak Pengembangan Wisata Danau Tangkas Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal" 2 (2): 188–99.
- Hanim, L. (2018). *UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unissula Press.
- Hastuti, P. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Medan : Yayasan Kita Menulis.

- Hasbullah, J. (2006). *Modal sosial (menuju keunggulan budaya manusia Indonesia)*. Jakarta : MR-United Press.
- Halim, Abdul. 2020. “Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* Vol.1, No.2 Hal: 157–72. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>.
- Hapiz, Taupan Muhamad. 2014. “Hubungan Tingkat Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku UKM.” *Jurnal Mahasiswa Sosiologi Universitas Brawijaya* Vol.3, No. (2), Hal: 1–17.
- Harahap, dkk. 2018. “Hubungan Modal Sosial Dengan Produktivitas Petani Sayur (Studi Kasus Pada Kelompok Tani Barokah Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan.” *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian* Vol. 21, No. (2): Hal 157–65. <https://doi.org/10.30596/agrium.v21i2.1875>.
- Haridison, Anyualatha. 2004. “Modal Sosial Dalam Pembangunan” 4 (1990): Hal 35–43.
- Hasanah, dkk. 2022. “Kewirausahaan Sosial: Partisipasi Masyarakat Dan Evaluasi Dampak Sosial-Ekonomi.” *Jurnal Administrasi Negara* 28 (3): 291–317. <https://doi.org/10.33509/jan.v28i3.1721>.
- Hartati. 2019. “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru.”
- Hamka. 2021. “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha Melalui Pelaku Usaha Industri Pengelolaan Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Maros.” *Universitas Bosowa Makassar*. <https://repository.unibos.ac.id/xmlui/handle/123456789/331>.
- Irwan, dkk. 2021. “Peranan Modal Sosial Islami Dalam Mengurangi Penduduk Miskin Di Nusa Tenggara Barat (NTB).” *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan* Vol. 3 No.1 Hal 26–43. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.35>.
- Iryadini, Lisnawati. 2010. “Analisis Faktor Produksi Industri Kecil Kerupuk Kabupaten Kendal.”
- Julianto, Foengsitanojo Trisantoso, and Suparno. 2016. “Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar Dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1 (2): 229–56. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEB17/article/view/914>.
- Kemendagri. 2023. “Tetap Resilien, UMKM Berperan Penting Selamatkan Ekonomi Indonesia,” no. 5.
- Khoiri, Muhamad Darul. 2017. “Modal Sosial Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan Wisata Di Objek Wisata Edukasi Kampung Coklat,” 1–131. [http://repository.ub.ac.id/eprint/5152/1/Mohammad Darul Khoiri.pdf](http://repository.ub.ac.id/eprint/5152/1/Mohammad%20Darul%20Khoiri.pdf).
- Lawang, R. M. (2004). *Social Capital* . Depok : UI Press.

- Lucky, Maskarto. 2020. "Inovasi Dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM Di Era Covid-19." *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4 (2): 87–93. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1021/807>
- Manullang, M. (1969). *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.
- Mukrimaa, Dkk. 2016. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan." *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* 6 Vol.2, No.2 Hal 128.
- Munir, Moh. 2005. "Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM ) Dalam Penciptaan Lapangan Kerja Baru." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 1 (2): 120–27. <https://www.studocu.com/id/document/universitas-swadaya-gunung-jati/kewirausahaan-kwu/pencipta-lapangan-kerja-atau-job-creator/48075528>.
- Madjid, Saleha 2020. "Modal Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Survival Strategy Pedagang Kaki Lima Di Makassar)" Vol.21, No. 1 Hal: 1–9.
- Narayan. (1997). *Voice of the Poor: Poverty Social Capital in Tanzania*. Washington DC: USA .
- Putnam, R. (1993). *The Prosperous Community: social capital and Public Life*. American: Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Putnam, R. (1996). *Who Killed Civic America*. New York : The American Prospect.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American* . New York: Simon and Schuster.
- Purwati, Syukri Hadi dan Astri Ayu. 2020. "Modal Sosial Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM." *Journal of Economic, Business and Accounting* Vol. 4, No. 1 Hal: 274–81.
- Putro, dkk. 2022. "Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Umkm Kerajinan Di Kampung Purun." *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah* 7 (3): 203–9.
- Rahman, dkk. 2020. "Memperkuat Modal Sosial Di Kalangan Umat Islam Pada Era Post Truth." *SUPREMASI: Jurnal Pemikiran, Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Hukum Dan Pengajarannya* 14 (2): 170. <https://doi.org/10.26858/supremasi.v14i2.13148>.
- Rapih, Subroto. 2015. "Analisis Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm), Modal Sosial Dan Modal Finansial Terhadap Kinerja Umkm Bidang Garmen Di Kabupaten Klaten." *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan* 4 (2): 168. <https://doi.org/10.25273/jap.v4i2.685>.
- Rusydi, Syahra. 2003. "Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi." *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 5 (1): 1–22.
- Rahardjo, Katarina Natasha. 2020. "Hubungan Antar Kualitas Leader Member Exchange Dengan Organization Citizenship Behavior Karyawan PT. Bpr Restu Artha Makmur." 2020. <http://repository.unika.ac.id/20957/>.
- Rijal, M S. dkk. 2023. "Kajian Studi Literatur: Pelatihan Untuk Pengembangan

- Karyawan UMKM.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 4 (5): 645–56.  
<https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1543%0Ahttps://dinastirev.org/JIMT/article/download/1543/926>.
- Ramadhani. 2016. “Perlindungan Konsumen Terhadap Wanprestasi Pelaku Usaha” *UIN Alauddin Makassar* 13 (3): 44–50.
- Santoso, T. (2020). *Memahami Modal Sosial* . Surabaya: CV Saga Jawadwipa.
- Sasongko, W. (2007). *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* . Bandung Lampung: Universitas Lampung .
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Makassar : Kencana prenada media group.
- Syaiful Anwar. 2012. “Modal Sosial Dan Eksistensi Ngalamania di Kota Malang (Analisis Proses Dan Penguatan Modal Sosial Pada Kelompok Suporter Persema Di Kota Malang).” *Universitas Brawijaya*.
- Sarijani, Dkk. 2020. “Peran Kreativitas dan Inovasi Pelaku Usaha Dalam Diversifikasi Produk Kedai Steak & Chicken Di Kab. Magetan Tahun 2014 (Implementasi Pendidikan Kewirausahaan)” 2014 (July): 1–23.
- Suryanti, dkk. 2021. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM.” *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi* 13 (1): 60–72. <https://doi.org/10.24905/permana.v13i1.117>
- Sofyan, Syaakir. 2017. “Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia.” *Jurnal Bilancia* 11 (1): 33–59.  
<https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/blc/article/download/298/216>
- Sudarwati, dkk. 2022. “Manajemen Hubungan Pelanggan Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.” *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik* 13 (1): 13–28. <https://doi.org/10.22212/jekp.v13i1.1988>.
- Tejokusumo. 2014. “Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial.” *Geodukasi* 3 (1): 38–43.
- Usman, S. (2018). *Modal Sosial* . Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Undari, Wika dan Anggi Sari Lubis. 2021. “Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 6 (1): 32–38.  
<https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>.
- Wekke. (2019). *Metode Penelitian Sosial* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Walenta, Abdi Sakti. 2019. “Pengaruh Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Pada UMKM Rumah Makan Di Kota Tentena Kabupaten Poso.” *Pinisi Business Administration Review* 1 (2): 125–36.  
<http://ojs.unm.ac.id/index.php/pbar/index>.
- Widodo, Harge Trio. 2016. “Peran Dan Manfaat Modal Sosial Dalam Peningkatan

- Efektivitas Kerja Karyawan Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Sentra Kerajinan Tas Dan Koper Tanggulangin Sidoarjo.” *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)* Vol.2, No.1 Hal: 1–14. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v2i1.911>.
- Wiratanaya, Gede Nyoman. 2013. “Modal Sosial Kelompok Ternak Sebagai Pelaku Perdagangan Hasil Usaha Peternakan Di Bali.” *Dwijenagro* Vol. 2, No. 1 Hal: 1–7.
- Wibowo, dkk. 2015. “Analisis Strategi UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29 (1): 59–66.
- Widiati, Ari. 2020. “Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di ‘Mas Pack’ Terminal Kemasan Pontianak.” *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)* 8 (2): 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>.
- Witjaksono, Mit. 2015. “Modal Sosial Dalam Dinamika Perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan* 11 (2): 266. <https://doi.org/10.23917/jep.v11i2.329>.
- Yuliarmi, Ni Nyoman. 2012. “Peran Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Industri Kerajinan Di Provinsi Bali.” *Jurnal Piramida*.

## **Dokumen**

Data pengelolaan usaha kerupuk petis udang dan ikan Desa Sijeruk Kabupaten Kendal tahun 2023-2024.

## **Internet**

<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/kerupuk-petis-kendal-go-international/>

Undang-undang Pelaku Usaha

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

<https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/tetap-resilien-umkm-berperan-penting-selamatkan-ekonomi-indonesia>.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

Nama : Dwi Barlanti  
Tempat/Tanggal Lahir : Kendal, 26 Maret 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jln. Ksatrian 03, Desa Margosari  
RT03/RW 01 Kecamatan Patebon  
Kabupaten Kendal  
No. WhatsApp : 0895360270369  
Email : [dwibarlanti09@gmail.com](mailto:dwibarlanti09@gmail.com)



### B. Riwayat Pendidikan

1. TK Triguna Margosari : 2007-2008
2. SDN 1 Margosari : 2008-2014
3. MTs N 2 Kendal : 2014-2017
4. SMA N 2 Kendal : 2017-2020

### C. Pengalaman Organisasi

1. UKM MUSIK UIN Walisongo tahun 2021-2022