

BAB I

PENDAHULUAN

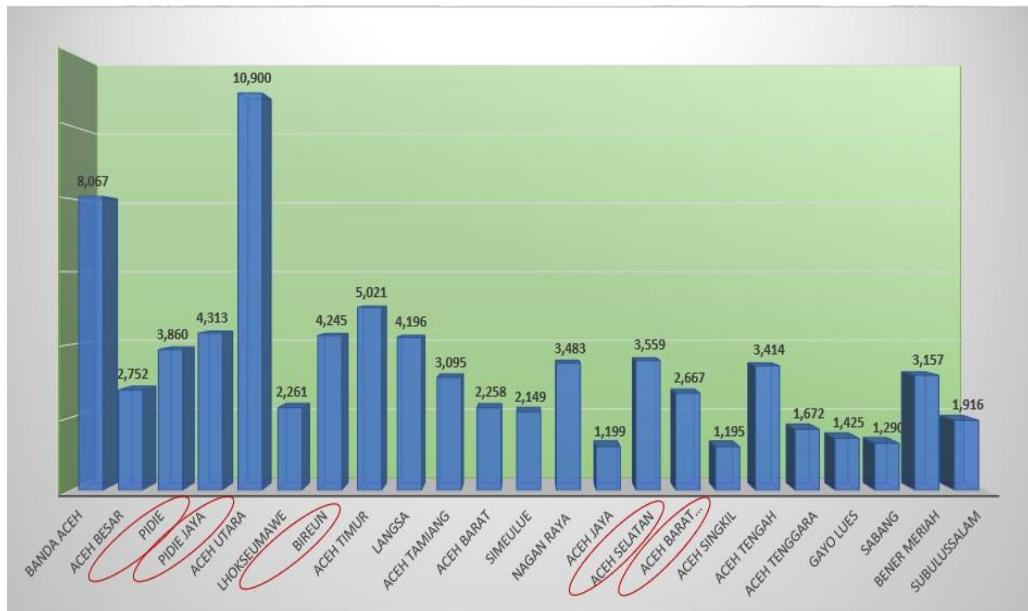
1.1 Latar Belakang

UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1, dinyatakan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Farisi, 2022).

UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan sektor UMKM memiliki potensi besar dan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Dengan terciptanya lapangan kerja, masyarakat dapat menghasilkan keuntungan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka setiap hari. Hal ini dapat meningkatkan taraf hidup dan mengurangi kemiskinan. UMKM secara tidak langsung menggerakan pertumbuhan ekonomi (Riswan, 2023).

UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi atau pengaruh besar dalam pembangunan dan pertumbuhan perekonomian, serta berperan besar dalam

pengurangan angka kemiskinan melalui penyerapan tenaga kerja (Bappeda Aceh, 2021).



**Gambar 1.1
Jumlah UMKM Provinsi Aceh berdasarkan Kabupaten/Kota Tahun 2020**

Sumber : Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Aceh 2021

Berdasarkan data BPS Aceh 2020, hasil survei Industri Mikro dan Kecil (IMK) tahunan 2019 jumlah usaha/perusahaan provinsi Aceh tercatat sebanyak 106,9 ribu usaha/perusahaan yang tersebar di seluruh kabupaten/kota. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, persentase usaha industri ini menurun sekitar 6,25 persen dari jumlah total usaha Industri Mikro dan Kecil (IMK). Kegiatan industri yang paling banyak dijalankan adalah kelompok Industri Makanan sejumlah 43 ribu usaha/perusahaan, baik industri mikro dengan jumlah pekerja 1-4 orang maupun industri kecil dengan pekerja 5-19 orang. Sedangkan Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus (tidak termasuk furnitur) dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan sejenisnya menempati urutan terbanyak kedua dengan jumlah sekitar 20 ribu usaha/perusahaan. Sementara industri dengan jenis kegiatan terbesar

ketiga ditempati oleh kelompok Industri Pakaian Jadi dengan jumlah 14 ribu usaha/perusahaan. Adapun usaha Industri Mikro dan Kecil (IMK) yang paling sedikit jumlahnya berada pada kelompok industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik serta Industri Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer, dengan jumlah kurang dari 100 usaha/perusahaan untuk masing-masing kelompok kategori industri (Bappeda Aceh, 2021).

Transformasi digital merupakan kunci untuk mengembangkan usaha, meningkatkan efisiensi, pengurangan biaya, dan peningkatan pengalaman pelanggan, tidak dapat dihindari bagi UMKM untuk bertahan dalam ekonomi digital baru saat ini. Namun, tidak pemahaman dalam penggunaan teknologi digital menjadi tuntutan bagi pelaku usaha. Penguasaan dalam materi dan pemanfaatan digital teknologi perlu diketahui oleh pelaku usaha agar memungkinkan penguasaan kebutuhan pelanggan, pemasaran disertai wawasan dalam menggunakan aplikasi yang sesuai dengan produk yang dipasarkan (Wali, 2022).

Sektor industri yang berkembang dengan relatif cepat akan mampu menghadapi beragam persoalan pembangunan ekonomi, pertumbuhan pesat dalam sektor industri tidak hanya merangsang roda perekonomian, namun juga menciptakan dinamika sosial baru yang berpotensi mengurangi kesenjangan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan. UMKM sebagai unit terkecil dalam sistem ekonomi, menjadi aktor kunci dalam menciptakan lapangan kerja baru (Afandi, 2024).

Menurut Pratama (dalam Rustan, 2024) keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan eksistensinya dan terus beroperasi

dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini mencakup kemampuan untuk beradaptasi, tumbuh, dan berkembang, serta menerapkan strategi yang tepat untuk memastikan keberlanjutan usaha.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari ada 7 rumah tangga yang mengembangkan usaha sebagai sumber penghasilan. Usaha-usaha tersebut memproduksi makanan. Tetapi usaha makanan yang mereka jalankan tidak semua berjalan lancar ada 3 usaha yang telah bangkrut, dan 4 usaha yang masih berjalan sampai sekarang, salah satu usaha rumah tangga yang bertahan sampai sekarang yaitu usaha kue bawang Ibu Nurbismi. Kue bawang telah menjadi bagian dari kuliner tradisional yang akrab di lidah masyarakat Aceh. Berdasarkan observasi yang dilakukan ada 6 (Enam) rumah masyarakat Gampong Ude, Kecamatan Matangkuli, di dalam nya terdapat kue bawang yang dijadikan sebagai kudapan sehari-hari keluarga. Kue bawang yang diproduksi oleh Ibu Nurbismi tersedia dalam dua varian rasa yaitu original dan pedas. Kedua varian ini telah menjadi pilihan yang diminati oleh pembeli (Observasi awal, 25 Oktober 2024).

Produksi kue bawang Ibu Nurbismi mengembangkan dua bentuk yang berbeda dalam pembuatannya yaitu bentuk kotak dan bentuk stik. Melalui pengamatan produk, kue bawang bentuk kotak memiliki tekstur yang renyah saat digigit, sementara bentuk stik dirancang dengan ukuran yang lebih ramping sehingga lebih mudah untuk dikemas dan dibawa (Observasi awal, 25 Oktober 2024).

Permintaan pembeli mengalami peningkatan setelah diperkenalkan kedua bentuk kue bawang tersebut. permintaan yang banyak biasanya saat bulan puasa dan mendekati lebaran sehingga harus menambah pekerja, biasanya hanya 5 orang,

saat bulan puasa menjadi 7 orang pekerja. Pada saat bulan puasa permintaan kue bawang mencapai 1 ton lebih, sebanyak itu bukan cuma dibeli oleh masyarakat sekitar tapi juga di distribusikan ke orang lain, permintaan konsumen meningkat setiap tahunnya. Selain menjual di warung-warung, permintaan harian dari konsumen bisa mencapai 40 kg, untuk harga nya Rp. 50.000 per kilo. Melalui usaha ini, Ibu Nurbismi mampu memenuhi kebutuhan ekonominya. Usaha ini tidak hanya memberikan pendapatan bagi keluarga saja tetapi juga terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, masyarakat yang awalnya tidak memiliki pekerjaan kini memiliki pekerjaan. Adapun masyarakat yang terbantu dengan adanya UMKM ini berjumlah sebanyak 4 orang (Wawancara awal, 25 Oktober 2024).

UMKM kue bawang yang di hasilkan oleh usaha rumah tangga ibu Nurbismi menggunakan kemasan yang sederhana tanpa lebel yang menarik dan informasi produk yang lengkap, meskipun tanpa lebel yang mencolok kue bawang ini berhasil menarik 27 konsumen (Observasi Awal, 25 Oktober 2024).

Jaringan sosial dalam usaha kue bawang berbentuk melalui hubungan erat yang terjalin antara pelaku usaha dan berbagai pihak di sekitarnya, terutama keluarga, dan kerabat yang berperan sebagai distributor. Kepercayaan menjadi dasar utama dalam jaringan ini, di mana distributor yang masih memiliki hubungan kekerabatan dengan pelaku usaha diberikan keleluasan untuk mengambil barang tanpa harus membayar di muka. Selain itu, interaksi sosial dalam komunitas seperti arisan, pengajian, atau pertemuan warga turut memperkuat jaringan ini, memungkinkan pelaku untuk memperluas distribusi produk mereka secara luas dan efisien. Bahkan, percakapan santai di pasar, pertemuan di lingkungan sekitar, sering

kali menjadi momen startegi bagi pelaku usaha dalam membangun relasi yang semakin erat, sehingga bisnis dapat berjalan dengan dukungan sosial yang kuat.

Jaringan sosial dalam usaha kue bawang Ibu Nurbismi juga terbentuk dari hubungan baik dengan pelanggan, sehingga terciptanya perbincangan dari mulut ke mulut. Ketika pelanggan merasa puas, mereka dengan senang hati menceritakan pengalaman mereka ke teman, keluarga, atau orang di sekitar mereka. Tanpa disadari, hubungan baik dengan pelanggan bisa menjadi promosi yang tidak di sengaja sehingga pengusaha tidak mengeluarkan biaya saat melakukan promosi produk usahanya. Ketika pelaku usaha memberikan pelayanan yang baik, diskon dan pelayanan yang ramah, hubungan dengan pelanggan bukan hanya sekedar terjadinya transaksi jual beli tetapi juga membangun kepercayaan dan komunitas yang membuat usaha kue bawang tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan.

Jaringan sosial dalam usaha kue bawang Ibu Nurbismi terlihat dari keterlibatan anggota keluarga dan kerabat dekat dalam proses produksi. Hubungan ini dibangun atas dasar kepercayaan, solidaritas, dan kebersamaan, di mana setiap individu bekerja dengan rasa tanggung jawab demi keberlanjutan usaha. Keluarga yang terlibat dalam usaha tidak hanya membantu secara ekonomi, tetapi juga memperkuat ikatan sosial yang membuat mereka lebih konsisten dan bertanggung jawab. Sementara itu, keterlibatan kerabat dekat mencerminkan adanya modal sosial dalam bentuk dukungan komunitas, yang membantu usaha tetap berjalan dengan lancar. Dengan adanya jaringan sosial tersebut usaha kue bawang Ibu Nurbismi dapat terus berkembang karena adanya kerja sama yang harmonis dan rasa saling memiliki di antara semua pihak yang terlibat.

Dunia UMKM kini menjadi medan yang kompetitif, di mana UKM sering berhadapan dengan persaingan yang ketat. Realita bisnis ini tidak dapat di hindarkan, terutama di era globalisasi seperti sekarang terutama dalam hal desain kemasan. Selain kue bawang, banyak produk UMKM lainnya yang kini hadir dengan bentuk kemasan yang menarik sehingga membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Kemasan yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Dalam era digital seperti sekarang, konsumen seringkali tertarik pada produk yang memiliki kemasan yang menarik dan estetis, bahkan sebelum mereka mencoba produk tersebut.

Melihat realita ini pembentukan jaringan sosial untuk meningkatkan kualitas serta perkembangan dari suatu usaha, terutama industri skala kecil dan menengah sangat di butuhkan. Dalam mengembangkan usaha UMKM, modal sosial seperti jaringan merupakan salah satu hal penting yang dikembangkan untuk keberlanjutan UMKM. Dengan membangun jaringan yang kuat, pengusaha dapat saling mendukung, berbagi pengetahuan dan bersama-sama membangun bisnisnya. Jaringan sosial dapat di bentuk dari yang sederhana ke yang kompleks. Keberhasilan UMKM tentunya di pengaruhi oleh banyak faktor yang termasuk dalam jaringan industri itu.

Studi tentang jaringan sosial (*social network*) yang dilakukan oleh Powell dan Smith - Doer (dalam Damsar, 2013:159) biasanya berkaitan dengan bagaimana pribadi-pribadi berhubungan antara satu sama lain dan bagaimana ikatan afiliasi melayani baik sebagai pelicin dalam memperoleh sesuatu yang di kerjakan, sebagai jembatan untuk memudahkan hubungan antara satu pihak dengan pihak lainnya,

maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial.

Dalam dunia wirausaha, seperti UMKM, jaringan sosial memiliki peran penting bagi berjalannya sebuah usaha serta pengembangannya. Penerapan fungsi dari sebuah jaringan sosial, biasanya terkait dengan bagaimana pelaku usaha melakukan pemasaran dari usaha jasa maupun produk mereka, dan juga mempromosikan produk atau jasa mereka kepada calon pelanggan (Prasetya, 2023).

Jaringan sosial melihat suatu hubungan-hubungan yang tercipta antara banyak individu dalam suatu kelompok dengan kelompok lain. Dengan adanya jaringan sosial antar individu dalam suatu kelompok maka akan meningkatkan hubungan kekerabatan, sehingga akan meningkatkan kerjasama sama yang terjalin dalam suatu kelompok.

Jaringan sosial merupakan sebuah hubungan sosial yang dibangun oleh beberapa individu dengan menekankan hubungan saling percaya satu sama lain. Jaringan sosial juga salah satu unsur dari modal sosial, dimana jaringan digunakan sebagai sumber daya untuk mendapatkan sesuatu dalam lingkungan sosialnya melalui hubungan sosial (Laksmi, 2023).

Dengan adanya jaringan sosial ini menjadi poin yang sangat penting di dalam modal sosial karena hal tersebut merupakan salah satu yang wajib dimiliki oleh seseorang untuk melakukan interaksi. Dengan adanya jaringan sosial yang baik akan mendorong suatu perubahan yang penting dalam UMKM. Hubungan yang terjadi bisa berbentuk formal maupun bentuk informal. Adanya suatu jaringan sosial antar pengusaha kue bawang dalam kesepakatan menentukan harga kue. Dalam usaha ini kerja sama yang dilakukan dalam menetukan harga dan kerja sama

dalam menitipkan produk tersebut. Hal ini terlihat adanya usaha pengusaha kue ini terus memperluas jaringannya dengan berbagai pihak seperti pengusaha kue dengan distributor, pengusaha kue dengan konsumen, distributor dengan konsumen. Kerja sama tersebut di dasari atas dasar kepentingan yang memiliki tujuan yang telah di sepakati dan saling membutuhkan antar pengusaha kue.

Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana relasi jaringan sosial dalam mendukung kemajuan usaha kue bawang Ibu Nurbismi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana peran jaringan sosial dalam mempertahankan kelangsungan usaha kue bawang ?
2. Bagaimana strategi pengusaha kue bawang dalam mempertahankan jaringan sosial?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan di atas maka fokus penelitian ini adalah jaringan sosial pengusaha dalam mempertahankan kelangsungan usaha serta strategi yang di lakukan pengusaha kue bawang dalam mempertahankan jaringan sosial.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana peran jaringan sosial dalam mempertahankan kelangsungan usaha kue bawang

- Untuk mengetahui bagaimana strategi pengusaha kue bawang dalam mempertahankan jaringan sosial

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh oleh penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan teori baru dalam sosiologi ekonomi. Secara khusus, penelitian ini menyoroti jaringan sosial dalam mempertahankan kelangsungan sebuah usaha.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi basis untuk pemerintah dalam membuat kebijakan dalam mendukung keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pengusaha kue bawang di wilayah pedesaan tentang pentingnya membangun dan memanfaatkan jaringan sosial.