

**Pemanfaatan Jaringan Sosial dalam Pengembangan Usaha oleh
Pelaku Umkm (Studi Kasus: 8 Pelaku UMKM pada Sentra Makanan Rendang
di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota
Payakumbuh)**

Zeni Eka Putri

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas
e-mail : zeniekaputri@gmail.com

Abstract. Rendang is a wellknown dish originated from West Sumatra. Rendang from Payakumbuh, one of the city that produce rendang in West Sumatra, is expected to be the top three in Indonesian culinary, as declared by Deputy of Marketing and Business Network Ministry of Cooperatives and SME, Emilia Suhaimi. Social capital like social networking is the primary capital that need to be developed in SME. In line with this purpose, Kampung Rendang has been developed in one of the district in Payakumbuh, located in Sungai Durian, Lamposi Tigo Nagari, Payakumbuh for SME. The aims of this study are to describe the social network in this SME and the utilization of the network. This study use qualitative method, through case study from 8 SME participants at rendang food center. This study found that : 1) SME already built network system in terms of producting and marketing ; 2) SME has built meso networking with Dinas Koperasi and SME, bank, IWAPI, universities, LIPI, and PERTAMINA; 3) These networking are not maximally utilized due to limitations ; 4) SME encounter both internal and external obstacles.

Keyword: SME, rendang, social network.

Abstrak. Makanan rendang khas Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat, merupakan salah satu kuliner yang diharapkan menjadi salah satu dari tiga kuliner yang diunggulkan di Indonesia seperti yang dinyatakan Deputy Bidang Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian Koperasi dan UKM Emilia Suhaimi. Modal sosial seperti jaringan merupakan salah satu hal yang perlu dikembangkan oleh pelaku UMKM. Sudah ada kampung rendang di Kel. Sungai Durian, Kec. Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh bagi pelaku UMKM rendang. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan jaringan sosial yang dimiliki dan pemanfaatannya oleh pelaku UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, merupakan studi kasus terhadap 8 pelaku UMKM pada sentra makanan rendang. Hasil dari penelitian adalah; 1) Pelaku usaha sudah memiliki jaringan sosial mikro yaitu dalam hal produksi dan pemasaran; 2) Pelaku usaha sudah memiliki jaringan meso, baik dengan Dinas Koperasi dan UMKM, dengan pihak bank, IWAPI, maupun dengan pihak lainnya seperti perguruan tinggi, LIPI, maupun PERTAMINA; 3) Pemanfaatan jaringan sosial belum dilakukan secara maksimal karena berbagai keterbatasan; 4) Ada hambatan yang dimiliki oleh pelaku baik secara eksternal maupun internal.

Kata kunci: jaringan sosial, rendang, UMKM

Submitted : 2 Desember 2017

Accepted : 23 Maret 2018

Published : 28 Maret 2018

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang mampu menyerap tenaga kerja, menggunakan sumberdaya lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Sehingga, UMKM menjadi pilar utama ekonomi di Indonesia (Supriyanto, 2006:1). UMKM juga berperan dalam proses

pemerataan dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Ismail, 2011:25). UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah terbesar dibandingkan Usaha Besar (UB) dan juga menyerap banyak tenaga kerja. Berikut ini disajikan data perkembangan UMKM di Indonesia pada tahun 2012-2013:

No	Jenis Usaha	Jumlah Usaha		Tenaga Kerja	
		2012	2013	2012	2013
1	Usaha Mikro	55.856.17	57.189.393	99.859.517	104.624.466
2	Usaha Kecil	629.418	654.222	4.535.97	5.570.231
3	Usaha Menengah	48.997	52.106	3.262.023	3.949.385
4	Usaha Besar	4.968	5.066	3.150.645	3.537.162

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia pada tahun 2012 dan 2013, diketahui bahwa unit usaha yang ada di Indonesia 99,99% termasuk kepada kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan 0,01 % termasuk kategori UB (Usaha Besar). Selain itu, UMKM juga menyerap banyak tenaga kerja. Pada tahun 2012 sebanyak 97,16% tenaga kerja terserap di sektor UMKM dan 2,84% tenaga kerja terserap di sektor UB. Selanjutnya, pada tahun 2013 sebanyak 96,99% tenaga kerja terserap di sektor UMKM dan 3,01% tenaga kerja terserap di sektor UB. Di Sumatera Barat, UMKM juga memiliki posisi yang dominan dibandingkan dengan usaha besar yaitu 128.271 unit atau 99,99%. Dengan rincian, usaha mikro mencapai 104.439 unit, usaha kecil mencapai 21.299 unit dan usaha

menengah mencapai 2.533. Sedangkan UB hanya berjumlah 5 unit atau 0,01% (Diskop dan UMKM Provinsi Sumbar: 88).

Ada tiga macam jenis UMKM yang ada di Sumatera Barat, yaitu manufaktur, perdagangan dan jasa. Usaha manufaktur ini adalah upaya aktivitas bisnis yang berperan untuk memproduksi barang (mengubah) barang mentah menjadi barang setengah jadi dan barang jadi. Salah satu contoh manufaktur adalah yang bergerak di bidang manufaktur pangan. Di Sumatera Barat, UMKM makanan rendang merupakan salah satu bidang manufaktur pangan yang potensial dikembangkan, khususnya makanan rendang dari Kota Payakumbuh.

Makanan kuliner rendang dari Kota Payakumbuh ini diharapkan menjadi salah satu dari tiga kuliner khas yang diharapkan menjadi andalan Indonesia dalam menghadapi MEA (Masyarakat

Ekonomi ASEAN). Hal ini senada seperti yang dijelaskan oleh Deputi Bidang Pemasaran dan Jaringan Usaha Kementerian Koperasi dan UKM Emilia Suhaimi pada November 2015 (www.antaranews.com):

“Kopi kintamani dari Bali, kopi arabika dari Flores NTT yang dikenal dengan Bajawa, dan rendang Payakumbuh dari Sumatera Barat sangat potensial menjadi andalan kuliner Indonesia. Ketiganya memiliki ciri-ciri atau kualitas yang tidak ada di daerah lain. Karakteristik khas pada ketiga produk itu muncul karena faktor lingkungan geografis termasuk faktor alam, manusia atau kombinasi dari kedua faktor tersebut sehingga memberikan ciri khas dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan”.

Pemerintah Kota Payakumbuh sudah membuat sentra UMKM yang bertujuan untuk mempermudah pengembangan usaha dari pelaku UMKM. Sentra UKM adalah pusat kegiatan bisnis di kawasan/lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan menghasilkan produk yang sama/sejenis, bahan baku/sarana yang sama, serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi bagian integral dari klaster. Salah satu sentra UMKM yang sedang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Payakumbuh adalah Sentra Makanan Rendang yang berlokasi di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh. Sentra ini bahkan juga dikenal dengan Kampung Rendang Payakumbuh (KRP). Contoh UMKM yang terdapat sentra makanan rendang adalah Erika, Rendang Yolanda, Rendang Zul Abisar, Rendang Yen, dan Rendang Riri, dan lain sebagainya (www.sumbarprov.go.id).

Bantuan dalam memajukan sentra makanan rendang atau dikenal dengan Kampung Rendang Payakumbuh (KRP) tidak hanya datang dari pemerintah, akan

tetapi juga dari perusahaan seperti PT Telkom Indonesia dengan menjadikan sentra makanan rendang menjadi kampung rendang digital. Hal ini diwujudkan dengan memberikan bantuan seperti pelatihan di bidang IT sehingga pelaku UMKM bisa memasarkan produnya tidak hanya secara offline, tetapi juga secara online (www.sudutpayakumbuh.com).

Dalam mengembangkan usaha UMKM, modal sosial seperti jaringan merupakan salah satu hal penting yang dikembangkan untuk keberlanjutan UMKM tersebut. Apalagi UMKM di Indonesia merupakan jenis usaha yang perlu dikembangkan mengingat posisinya sangat mendominasi di Indonesia. Hasil penelitian dari Tommy Prasetyo (2013) terhadap UMKM di Jawa Timur menyatakan bahwa UMKM akan lebih berkembang apabila mendapat dukungan maksimal dalam modal sosial seperti kepercayaan dari berbagai pihak membuat pelaku UMKM bisa mendapatkan dukungan finansial. Selain itu, keberadaan jaringan seperti dari orangtua, keluarga, ataupun rekan kerja merupakan hal yang penting. Berdasarkan Daftar Inventarisasi Masalah (DIM) yang disusun oleh Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2009 masalah internal terbatasnya jaringan usaha. Berdasarkan hasil penelitian dari Teuku Syarif (2010), belum terbentuk jaringan usaha di kalangan UMKM sehingga UMKM berperan sebagai penerima harga dan kebebasan dalam berusaha ditentukan oleh kelompok tertentu.

UMKM makanan rendang Payakumbuh merupakan salah satu contoh dari UMKM yang potensial untuk dikembangkan dan sudah mendapatkan bantuan sebagai bentuk dukungan dari berbagai pihak. Akan tetapi, dari segi pelaku UMKM sendiri, perlu memanfaatkan dengan maksimal modal

sosial khususnya jaringan dalam pengembangan usaha, apalagi UMKM rendang di Payakumbuh diharapkan menjadi salah satu kuliner andalan Indonesia nantinya. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian adalah “Bagaimana pemanfaatan jaringan sosial dalam pengembangan usaha oleh pelaku UMKM?”

Penelitian ini memiliki 2 tujuan yaitu; 1) Mendeskripsikan jaringan sosial yang dimiliki oleh pelaku UMKM pada sentra makanan rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lompasi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh; 2) Mendiskripsikan pemanfaatan jaringan sosial yang dimiliki oleh pelaku UMKM pada sentra makanan rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lompasi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh.

Dalam tinjauan sosiologis yaitu teori strukturasi Giddens yang berada paradigma integratif memiliki asumsi bahwa:

1. Hubungan struktur (structure) dan pelaku (agency) bersifat dualitas, yakni ada sebuah proses yang saling mempengaruhi. Proses saling mempengaruhi ini ada pada individu sehingga membangun sebuah struktur. Pada suatu struktur terdapat aturan (rules) dan sumberdaya (resources).
2. Struktur selain memiliki sifat mengekang (contraining), tetapi menurut Giddens bisa bersifat memberi peluang terjadi tindakan sosial di luar struktur yang ada (enabling) yang akhirnya menjadi sebuah realitas (Priyono, 2002:22).

Dalam penelitian yang dilakukan, aturan (rules) disini dapat dilihat dari indikator pengembangan usaha oleh pelaku UMKM, contohnya usaha dapat dikatakan berkembang apabila sesuai dengan indikator menurut UU No 20 Tahun 2008. Selain itu, juga dilihat

bagaimana hubungan antara indikator tersebut dengan sumberdaya yang dimiliki oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha, adapun sumberdaya yang dilihat adalah jaringan sosial. Pelaku sebagai agen (agency) memiliki sebuah peranan penting dalam memanfaatkan sumberdaya (dalam hal ini jaringan sosial) yang sudah ada. Keberhasilan UMKM, juga tergantung dengan bagaimana pelaku UMKM memanfaatkan jaringan sosial sebagai salah satu kekuatan untuk mendorong usaha.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Data yang dikumpulkan dan dianalisis biasanya terdiri dari dua hal yaitu kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia. Dengan arti kata, dalam penelitian kualitatif tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014:13). Penggunaan metode ini memberikan peluang kepada peneliti untuk mengumpulkan data-data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi guna menggambarkan subyek penelitian (Moleong, 1998:6).

Penelitian ini merupakan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu menetapkan kriteria tertentu terhadap informan yang akan diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus terhadap 8 informan UMKM Rendang yang berlokasi pada sentra makanan rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kec. Lompasi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh.

Kriteria dari informan penelitian ini adalah; 1)Pelaku UMKM pada sentra makanan rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kec. Lompasi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh; 2) Sudah menekuni usaha

minimal 4 tahun. Dari kriteria tersebut, adapun informan penelitian adalah pelaku UMKM Rendang Erika, pelaku UMKM Rendang Usmai, pelaku UMKM rendang Indah, pelaku UMKM Rendang Ryry, Pelaku UMKM Rendang Yolanda, pelaku UMKM rendang Neng Keke, pelaku UMKM rendang Evi, dan pelaku UMKM rendang AS.

Teknik pengumpulan data adalah wawancara mendalam, yaitu merupakan wawancara yang dilakukan secara informal (Bungin, 2001:136). Wawancara mendalam berdasarkan pertanyaan yang umum yang kemudian didetailkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya (Afrizal, 2014:21). Selain itu, peneliti juga melakukan observasi, yaitu mengamati lokasi produksi maupun lokasi berjualan dari UMKM dan aktivitas di tempat produksi dan berjualan pelaku UMKM. Dalam penelitian ini, pengumpulan dokumen juga dilakukan untuk mengumpulkan bukti tertulis. Pengumpulan dokumen ini mungkin dilakukan untuk mengecek kebenaran dan ketepatan informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam (Afrizal, 2014: 21). Peneliti mengumpulkan berita di media, dokumentasi kegiatan, maupun laporan-laporan untuk mencari informasi yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitian.

Model analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah model interaktif (Miles dan Huberman, 1992) dengan tahapan sebagai berikut; 1) Reduksi data, yaitu data dari hasil penelitian ini pada awalnya dibuat dalam bentuk catatan lapangan ringkas, kemudian catatan lapangan tersebut diperluas. Data yang dilakukan reduksi ini adalah data yang terdapat pada catatan lapangan khususnya wawancara. Perkataan informan pada

catatan lapangan dikode dengan menggaris bawahi poin penting; 2) Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setelah dilakukan pengelompokan data dan didapat poin-poin penting yang dapat menjawab tujuan penelitian, maka data disajikan dengan mengemukakan poin-poin penting yang sesuai dengan tujuan penelitian; 3) penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses verifikasi data dilakukan dengan mengingat hasil-hasil temuan terdahulu dan melakukan cross check dengan temuan lainnya).

Temuan dan Analisis Data

1. Profil Pelaku UMKM Sentra Makanan Rendang

Kelurahan Sungai Durian, Kec. Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh merupakan sentra makanan rendang yang ada di Kota Payakumbuh. Ketika memasuki kawasan tersebut, akan terlihat gerbang yang bertuliskan "Selamat Datang di Kampung Rendang". Daerah ini sudah menjadi salah satu ikon rendang khususnya di Kota Payakumbuh. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus yang berfokus kepada 8 Pelaku usaha pada sentra makanan rendang di Kelurahan Sungai Durian. Kelurahan Sungai Durian merupakan pusat dari kecamatan Lamposi Tigo Nagari dan merupakan kelurahan pertama yang dilalui apabila kita memasuki gerbang kampung rendang ini. Dari hasil temuan di lapangan, diketahui bahwa pelaku usaha menjadikan rendang telur sebagai produk andalannya karena mempertimbangkan beberapa faktor seperti:

- 1) Modal lebih kecil dibanding produk rendang lainnya. Sehingga pelaku usaha lebih mudah untuk

menjual rendang telur yaitu Rp50ribu-Rp60 ribu/kg. Sedangkan rendang daging harus menjual dengan kisaran harga Rp230ribu-Rp300ribu/ bulan

2) Lebih awet. Hal ini disebabkan karena masa tahan rendang telur bisa sampai berbulan-bulan, berbeda dibandingkan rendang daging yang hanya tahan beberapa minggu saja sehingga pelaku UMKM tidak rugi jika rendang lama terjual.

3) Lebih diminati pasar. Walaupun nantinya ada varian rendang lain yang dijual seperti rendang suir, rendang ubi, rendang belut, rendang jengkol dan lain sebagainya. Akan tetapi, rendang telur selalu paling laris untuk dijadikan salah satu oleh-oleh khas Kota Payakumbuh.

Di Kec. Lamposi Tigo Nagari, khususnya di Kelurahan Sungai Durian, yang menjadi pelopor dari usaha rendang ini adalah pelaku usaha "Rendang Yolanda". Awal mula pembuatan rendang telur ini adalah kreasi dari rendang Yolanda yang membuat rendang dari telur akan tetapi bentuknya seperti kerupuk. Rendang ini disajikan pada saat keluarga dari "Rendang Yolanda" ada yang hajatan. Dari Situlah rendang telur diminati dan akhirnya menjadi salah satu pasar yang potensial. Membuat rendang telur ini diajarkan pada awalnya kepada keluarga atau tetangga. Sampai pada akhirnya, baik yang mengajarkan maupun yang diajarkan sudah bisa membuka usaha rendang masing-masing. Oleh karena itu, rata-rata pelaku UMKM rendang di Kelurahan Sungai Durina, Kec. Lamposi Tigo Nagari adalah penduduk asli daerah tersebut.

Pelaku UMKM pada sentra makanan rendang tidak memiliki kesepakatan dalam mematok harga jual rendang buatannya di kampung rendang ini, sehingga harga cukup bervariasi. Rata-rata pelaku usaha menjual produknya seperti

rendang telur Rp50.000-Rp60.000/kg, rendang daging Rp230.000- Rp300.000/kg, rendang ubi Rp50.000-Rp60.000/kg, dan rendang jengkol Rp160.000/kg. Dari hasil penelitian di lapangan, semakin besar sebuah usaha, misalnya usaha UMKM rendang sudah masuk kepada kategori usaha kecil (contohnya rendang Ryry dan Rendang Erika), maka semakin bervariasi jenis rendang yang dibuat dan dipasarkan. Sebaliknya, apabila kategori usaha masih skala mikro, maka jenis rendang yang dibuat tidak bervariasi bahkan ada yang hanya membuat rendang telur saja.

Dari variasi harga dan variasi jenis rendang yang ditawarkan, pelaku usaha tidak takut untuk bersaing dalam mendapatkan pelanggan karena masing-masing usaha rendang menonjolkan keunggulan produknya masing-masing. Misalnya, produk rendang telur Erika yang menjual dengan harga Rp60.000/kg tidak takut bersaing dengan usaha lainnya karena yang ditonjolkan adalah kualitas dari produk makanan rendangnya yaitu banyak kelapa dan rendang lebih awet, serta pengemasan produk lebih baik. Sedangkan ada juga pelaku UMKM makanan rendang yang menonjolkan produknya dari segi kuantitas, yaitu dengan harga yang murah dan produknya lebih banyak seperti rendang telur Ni As. Selain itu, ada keyakinan bahwa reski sudah diatur oleh Allah SWT sehingga tidak perlu dicemaskan mengenai hal tersebut.

Dari segi tenaga kerja, terbagi atas 2 macam yaitu:

1) Tenaga kerja keluarga

Merupakan pekerja dari usaha rendang yang diambil dari anggota keluarga sendiri baik itu suami, istri, anak. Biasanya tenaga kerja suami/istri/anak tidak diperhitungkan upahnya seperti tenaga kerja bukan keluarga. Akan tetapi, kalau tenaga kerja tersebut merupakan sepupu atau keluarga lainnya

maka akan diupah perhari seperti biasanya. Proses rekrutmennya hanya bersifat non formal dan berdasarkan kepada kepercayaan pelaku usaha.

2) Tenaga kerja bukan keluarga

Yaitu tenaga kerja yang bukan merupakan anggota keluarga sendiri, misalnya tetangga di dekat rumah ataupun kenalan dari pelaku UMKM yang mau untuk bekerja. Dari hasil penelitian di lapangan, rata-rata dalam hal rekrutmen bersifat non formal, hanya pada Rendang Ryry yang menerapkan sistem rekrutmen dengan mengirimkan surat lamaran. Biasanya pekerja yang bukan keluarga akan diupah tergantung pada job desk dari pekerja tersebut. Biasanya kalau bagian dapur akan diupah berdasarkan kancah. Upah kancah bervariasi ada yang membedakan kancah rendang telur dan rendang lainnya, namun ada juga yang tidak. Contohnya, rendang telur diupah berkisar Rp25 ribu-Rp30 ribu/ kancah dan rendang lainnya seperti rendangdaging diupah Rp50ribu/ kancah. Selain itu bagian depan (misalnya administrasi dan penjualan), sistem upah dihitung 2 mingguan atau bulanan dengan upah Rp750ribu-Rp1 juta/ bulan.

Dari segi tempat usaha, pelaku usaha yang masih berskala mikro rata-rata tidak memisahkan tempat usaha (baik itu tempat usaha untuk proses produksi dan penjualan) dengan rumah pribadi. Sedangkan pelaku usaha yang usahanya sudah skala kecil sudah memisahkan tempat usaha dengan rumah pribadi, bahkan ada yang sudah menyewa tempat berjualan seperti ruko. Dilihat dari lokasi penjualan, pelaku usaha ada yang sudah memiliki lokasi penjualan strategis seperti di pinggir jalanraya di dekat gerbang masuk kampong rendang dan ada juga yang tidak. Pelaku UMKM yang lokasi

penjualannya tidak dipinggir jalan (masuk ke dalam gang), lebih mengandalkan hubungan penjual dan pelanggan dalam menjual produknya.

2. Jaringan Sosial pada UMKM Sentra Makanan Rendang

Damsar (2015:158), menyatakan bahwa jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subjektif yang dihubungkan dan dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. Simpul dilihat melalui aktor di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar aktor tersebut. Berikut akan diuraikan lebih lanjut mengenai jaringan social yang terbentuk dan cara membangun jaringan:

1. Jaringan mikro

Merupakan suatu hubungan sosial dapat mengkristal disebabkan oleh interaksi sosial individu secara terus menerus. Hubungan sosial individu secara terus-menerus dapat menghasilkan suatu jaringan sosial diantara mereka. Jaringan ini bersifat hubungan antar pribadi yang sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Jaringan ini bisa juga disebut jaringan antar personal, yaitu jaringan yang terbentuk antara hubungan individu dengan individu lainnya. Pelaku UMKM pada sentra makanan rendang memiliki jaringan dalam hal produksi dan pemasaran. Berikut uraiannya:

A. Dalam produksi

Pelaku UMKM memiliki jaringan dengan pedagang yang menjual bahan baku untuk pembuatan rendang. Pelaku UMKM melakukan kerjasama dalam hal mendapatkan bahan baku dalam pembuatan rendang sehingga tercipta hubungan pelanggan antara pelaku UMKM dan pedagang. Pelaku UMKM mendapatkan kemudahan karena pedagang akan mengantarkan langsung pesanan seperti bahan baku \utama kelapa, daging dan telur. Selain itu,

pelaku UMKM terkadang mendapatkan harga lebih murah dibandingkan pembeli biasa. Sedangkan pedagang mendapatkan kepastian pelanggan. Hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Selain itu, pelaku UMKM memiliki jaringan mikro dengan pekerja. Biasanya pelaku UMKM memiliki jaringan mikro dengan pekerja baik itu pekerja yang berasal dari keluarga maupun pekerja yang bukan merupakan keluarga. Keberadaan jaringan dengan pekerja ini, juga memudahkan pelaku usaha untuk memperoleh informasi lainnya apabila ingin menambah pekerja lainnya. Selain itu, jaringan mikro yang terbentuk dengan pekerja akan menimbulkan kepercayaan prosedural (kepercayaan yang muncul melalui proses interaksi sosial yang dibangun oleh aktor yang terlibat), sehingga tidak jarang, ada pekerja yang mendapatkan kepercayaan oleh pelaku UMKM sebagai koordinator atau pengawas bagi pekerja lainnya. Sehingga, pelaku usaha tidak perlu untuk mengontrol pekerjaannya setiap hari.

Kendala yang dihadapi justru terkadang jaringan mikro yang terbangun terhadap pekerja yang keluarga bukan keluarga inti (nuclear family), melainkan pekerja yang berasal dari keluarga luas (extended family). Ketika sudah terbentuk kepercayaan askriptif (kepercayaan yang muncul karena kedekatan hubungan yang diperoleh karena adanya ciri yang melekat secara pribadi, seperti latar belakang etnis, etnis, keturunan atau kekerabatan), maka ketika ada penyelewengan dari pekerja, maka akan ada hambatan moral untuk memecat pekerja tersebut walaupun sudah merasa dirugikan. Karena pekerja berasal dari keluarga sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh informan penelitian

Ratna Juwita (Redang Ryry), wawancara 11 September 2017:

"Kadang kalau mempekerjakan anggota keluarga misalnya sepupu atau keponakan, kesulitannya adalah ketika dipekerjakan di bagian pemasaran, saat produk yang terjual tidak sesuai dengan uang yang diterima, ketika bertindak tegas maka dia (sepupu atau keponakan) tersinggung dan tidak masuk bekerja lagi. Ada rasa tidak enak hati jadinya. Akhirnya masalah tersebut dianggap selesai saja"

B. Dalam Pemasaran

Pelaku UMKM tidak hanya memasarkan produk sendiri. Akan tetapi, juga menjalin kerjasama dengan pelaku usaha lainnya seperti pelaku usaha sanjai. Sistem pembayaran dalam hal kerjasama ada dua yaitu:

1) Produk langsung dibayarkan

Pada sistem ini produk yang dititipkan akan langsung dibayarkan. Akan tetapi sistem ini jarang diberlakukan karena resiko kerugian akan adanya produk yang tidak terjual harus ditanggung oleh pelaku UMKM atau pedagang yang bekerjasama dengan pelaku UMKM rendang. Ada juga yang mau memberlakukan sistem seperti ini, akan tetapi syarat produk yang diterima biasanya lumayan ketat dan sudah ada harga standar yang ditetapkan.

Dari hasil penelitian di lapangan, ada juga informan penelitian yang menjalin kerjasama dengan pedagang yang sudah memiliki "nama" seperti Cristine Hakim dan Mahkota. Akan tetapi, untuk masuk ke tempat pelaku usaha yang sudah memiliki nama syaratnya agak ketat. Contohnya, di Cristine Hakim, pelaku UMKM harus berkompromi dengan harga yang ditawarkan dan syarat misalnya menggunakan minyak arau. Ketika

bekerja sama tersebut, pelaku UMKM rendang menjual produknya masih menggunakan merek sendiri. Biasanya uang akan ditransfer setelah produk diterima.

Selain itu, pelaku UMKM rendang juga menjalin kerjasama dengan pedagang lainnya dengan sistem menjual tanpa label merek dagang sendiri. Dalam hal ini nantinya pedagang yang membeli belum dengan bungkus akan tetapi “sistem karung”, nantinya pedagang akan mengemas sendiri produk tersebut dengan merek dagang lainnya. Pedagang yang membeli ini biasanya akan langsung membayar tunai produk tersebut. Pedagang yang membeli dengan sistem seperti ini, biasanya akan membawa produk untuk dipasarkan di luar Sumatera Barat seperti ke Riau bahkan ada yang sampai ke pulau Jawa. Kerugian yang dihadapi oleh pelaku UMKM rendang ketika menjual seperti ini adalah kerugian akan promosi “brand” sendiri. Akan tetapi, keuntungannya adalah sudah ada kepastian pelanggan yang akan membeli produk rendang yang dibuat.

2) Produk yang dititipkan tidak langsung dibayarkan

Sistem kerjasama yang sering terjadi adalah sistem kedua yaitu produk yang dititipkan tidak langsung dibayarkan karena ada pembagian resiko antara pedagang dan pelaku UMKM rendang. Pelaku usaha UMKM rendang akan menitipkan produknya ke tempat pedagang sanjai tersebut. Kalau di Payakumbuh, pelaku usaha bekerjasama seperti dengan sanjai RINA. Ada juga tempat sanjai lainnya seperti sanjai Aisyah dan lainnya. Sistemnya adalah dengan meletakan

harga produk di bawah harga jual. Misalnya, kalau rendang telur harganya Rp60 ribu, maka pelaku usaha meletakan harga sebesar Rp55 ribu, maka Rp5.000 keuntungan tersebut adalah untuk si pedagang. Ada juga yang bekerjasama dengan Sanjai Aisyah di Padang. Sistemnya pun sama, pelaku UMKM meletakan harga produk di bawah harga jual.

Kendala yang dihadapi ketika melakukan kerjasama dengan pelaku usaha lain dalam hal pemasaran adalah mengenai sistem kerjasamanya yang terkadang merugikan pelaku UMKM rendang sehingga pelaku UMKM memutuskan untuk tidak bekerjasama lagi atau bekerjasama hanya dengan pedagang sanjai yang bisa menepati janji pembayaran saja. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu:

1) Resiko kerugian dengan adanya produk yang dikembalikan karena tidak laku terjual. Pelaku UMKM rendang menunggu produk terjual terlebih dahulu, maka baru dibayarkan. Selain itu, produk yang dibayar hanya produk yang laku saja. Hal ini menyebabkan kalau seandainya ada produk yang tidak terjual, maka produk tersebut dikembalikan kepada pelaku UMKM rendang.

1) Sistem pembayaran produk yang dititipkan adalah “lapis dua” atau “lapis tiga”. Maksudnya adalah kalau produk pertama yang dititipkan habis, uangnya dapat diambil setelah meletakan produk baru. Terkadang sudah dua kali diletakan produk, baru uang bisa dicairkan (lapis tiga).

2) Ketidaktepatan waktu dalam pembayaran produk yang dititipkan. Ketika pelaku UMKM rendang

meminta pencarian uang dari hasil penjualan produk, sering tertunda karena alasan seperti pelaku usaha sanjai sedang tidak ada ditempat sehingga dana tidak bisa dicairkan, pelaku usaha sanjai baru membeli kebutuhan lain sehingga uang pelaku UMKM rendang terpakai terlebih dahulu dan dijanjikan nanti dibayarkan setelah meletakan prodok kembali (lapis tiga), atau pelaku sanjai sengaja menghilang ketiga diminta pencairan uang dari produk yang terjual. Hal ini menyebabkan pelaku UMKM bermodal kecil tidak mampu memutarakan uangnya kembali untuk memproduksi makanan rendang, sehingga menderita kerugian.

Selain itu, jaringan mikro juga terbangun antara pelaku UMKM dengan pembeli (costumer). Biasanya akan tercipta hubungan pelanggan yang menyebabkan pelaku UMKM dan pembeli sudah membentuk hubungan pelanggan. Ini menyebabkan pelaku UMKM rendang untuk menjaga hubungan pelanggan ini akan memberi diskon harga kepada pelanggan. Keuntungannya pelanggan akan mendapatkan harga lebih murah dibandingkan pembeli biasanya. Sebagai contoh, kalau harga rendang telur dijual kepada pembeli dengan harga Rp60ribu/ kg, maka kepada pelanggan harganya bisa menjadi Rp55 ribu/kg.

2. Jaringan Meso

Dalam berinteraksi dengan orang lain, orang melakukannya dalam suatu kelompok. Hubungan yang dibangun para aktor dengan dan atau di dalam kelompok disebut dengan jaringan meso. Jaringan meso juga bisa dilihat melalui hubungan individu dengan lembaga. Jaringan meso dimiliki oleh pelaku UMKM seperti:

A. Jaringan antara pelaku UMKM dengan pemerintah

Dari hasil penelitian di lapangan, akses pelaku usaha terhadap pemerintah masih terbatas karena minimnya ruang-ruang yang mempertemukan pelaku usaha dan pemerintah. Adapun dalam hal ini, pemerintah yang terkait adalah Dinas Koperasi dan UMKM. Akan tetapi, keberadaan sentra ini memudahkan Dinas Koperasi dan UMKM dalam melakukan pembinaan dan update informasi karena usaha yang sama di lokasi tersebut. Di Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, tercatat ada 8 usaha UMKM rendang yang terdata oleh Dinas Koperasi dan UMKM. Melalui Dinas Koperasi dan UMKM sudah melakukan berbagai kegiatan seperti:

1. Pembinaan dan pelatihan UMKM

Kegiatan yang pernah dilakukan oleh Disperindag seperti pelatihan pemasaran online, pelatihan video editing, pelatihan kemasan, pelatihan sertifikat halal MUI dan pelatihan video editing. Selain itu, Dinas Koperasi dan UMKM juga pernah memberikan pelatihan dalam hal mendesain produk.

2. Pelaksanaan pameran

Pelaku UMKM diikuti kegiatan pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan sekaligus memasarkan produk. Biasanya, kalau ada calon pembeli yang berminat membeli saat dilaksanakan pameran, maka produk akan dijual. Pameran produk juga bertujuan untuk menambah jejaring dari pelaku UMKM rendang itu sendiri, baik menambah jaringan pembeli ataupun sesama pelaku UMKM. Pameran yang sudah dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM diantara adalah Batam, Jogja, Bandung, Palembang, dan Pekanbaru. Akan tetapi, tidak semua UMKM yang bisa untuk mengikuti

pameran. Akan tetapi UMKM yang ditunjuk saja. Sehingga tidak semua pelaku UMKM rendang memiliki kesempatan untuk mengikuti pameran produk.

3. Pemberian bantuan peralatan

Bantuan yang pernah diberikan adalah seperti kotak kemasan, vacuum, dan kualiti untuk membuat rendang telur. Biasanya kalau vacuum dan kemasan bersifat personal, sehingga bantuan diberikan kepada masing-masing pelaku usaha. Akan tetapi, adakalanya pemberian bantuan peralatan itu tidak bersifat personal kepada pelaku usaha, akan tetapi berkelompok seperti pemberian kualiti, sehingga bantuan ini terkadang sulit untuk dimanfaatkan secara bersama-sama. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan penelitian Nur Asni (Rendang Ni As):

"Ada bantuan, misalnya kemarin itu diberikan bantuan kualiti untuk bertiga, untuk mengangkat-angkat kualiti ini susah karena karena lokasi rendang telur yang satu dengan rendang telur yang lainnya kadang berjarak. Susah jadinya dalam memanfaatkan bantuan tersebut"

Selain Disperindag, ada juga dinas perikanan yang memberikan pelatihan, akan tetapi pelatihannya bukan seputar usaha rendang, namun memberikan pengetahuan baru mengenai inovasi makanan lainnya yang potensial seperti cara membuat nugget dan bakso ikan. Akan tetapi, hasil dari pelatihan ini dipraktikkan akan tetapi tidak untuk diperdagangkan.

B. Jaringan antara pelaku usaha dengan IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia).

Pelaku UMKM Rendang rata-rata adalah perempuan yang tergabung

dalam IWAPI. Salah satu kegiatan yang dimilikinya adalah koperasi. Dalam hal ini, bantuan lebih ditujukan kepada kelompok. Bantuan yang diberikan bersifat simpan pinjam sehingga pelaku usaha bisa mendapatkan bantuan berupa modal. Dalam proses peminjaman ada prosedur yang harus diurus seperti "surat pernyataan hutang". Selain simpan pinjam, juga ada koperasi pondok promosi dimana pelaku usaha bisa menitipkan produknya untuk dijual. Produk yang laku terjual nanti akan dibayarkan hasil penjualannya kepada pelaku UMKM rendang tersebut.

C. Jaringan pelaku usaha dengan pihak bank

Bank sudah menawarkan dalam pemberian KUR (Kredit Usaha Rakyat), akan tetapi tidak semua yang mau dan mampu untuk meminjam ke Bank. Karena kalau meminjam ke bank ada yang dijadikan jaminan dan ada angsuran tiap bulannya. Dari hasil penelitian di lapangan, pelaku UMKM rendang yang "berani" mengajukan pinjaman kepada pihak bank adalah pelaku usaha yang skala usahanya sudah tergolong "usaha kecil". Berhutang kepada pihak bank dijadikan salah satu cara untuk memperbesar usahanya dan menjadi motivasi agar bisa memacu produksi usaha yang lebih besar setiap tahunnya. Akan tetapi, bagi pelaku usaha yang masih kategori mikro apalagi usahanya adalah usaha sampingan, pelaku usaha tidak berani berhutang kepada pihak bank karena resiko dan keutuhan akan modal usaha juga tidak terlalu besar. Biasanya pelaku usaha skala produksi masih kecil dan waktu produksi tidak rutin. Kalau seandainya ada

kekurangan uang, maka pelaku UMKM akan meminjam kepada tetangga atau sanak keluarga saja.

D. Jaringan pelaku usaha dengan pihak lainnya

Pihak lain yang memberikan bantuan kepada pelaku UMKM rendang adalah PT Telkom yang memberikan bantuan berupa computer. Selain itu, pihak Telkom merencanakan untuk membangun “Kampung Rendang Digital”, hal ini bertujuan untuk memperluas pemasaran dari produk rendang tersebut, sehingga pasarnya tidak hanya secara offline, akan tetapi bisa juga secara online. Hambatan yang dihadapi adalah tidak semua pelaku UMKM mampu memasarkan produknya secara online karena ada “kegagapan teknologi” dan lebih mengandalkan promosi produk dari mulut ke mulut saja. Namun demikian, ada juga pelaku usaha yang sudah mampu menerapkan promosi secara online baik itu melalui Instagram, facebook, bahkan sudah memiliki website sendiri (seperti rendang Ryry). Ada juga yang mencoba memasarkan produk melalui tokopedia, akan tetapi tidak pernah tuntas dalam hal pemasaran tersebut. Selain itu, juga ada pemasaran dilakukan dengan menggunakan WA (WhatsApp) dan BBM (Blackberry Massanger).

Selain itu, sudah ada terbangun jaringan dengan pihak lainnya akan tetapi sifatnya lebih personal/ spesifik kepada pelaku UMKM tertentu. Sebagai contoh, “Rendang Yolanda” pernah menjadi binaan dari Pertamina Medan. Keuntungan yang diperoleh adalah “Rendang Yolanda” bisa ikut pameran gratis dan juga mendapatkan bantuan berupa permodalan. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Elsa

(Rendang Yolanda), saat diwawancarai pada 11 September 2017:

“Rendang Yolanda pernah menjadi binaan dari PERTAMINA medan. Keuntungannya adalah bisa pergi pameran secara gratis seperti ke Jakarta, Surabaya dan Batam. Rendang Yolanda juga pernah meminjam modal Rp75 juta kepada Pertamina dengan jaminan. Saat itu bunga pinjamannya lebih rendah daripada bunga bank”

Selain itu, ada juga yang mendapatkan pendampingan dari Unand (inkubator Unand), akan tetapi pendampingan ini tidak terfokus kepada UMKM rendang saja, akan tetapi untuk semua UMKM di Sumatera Barat. Dilakukan seleksi terhadap UMKM mana yang akan didampingi dan dilakukan pendampingan selama 4 bulan seperti pendampingan pemasaran, pembukuan, dan sanitasi. Rendang Riry merupakan salah satu contoh UMKM yang mendapatkan pendampingan. Bantuan lain yang pernah diterima adalah dari LIPI yaitu mendapatkan ilmu dan juga bantuan peralatan. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Ratna Juwita (Rendang Riry) saat diwawancarai pada 11 September 2017:

“Permasalahan mengenai mengembangkan usaha rendang daging basah, rendang daging basah dan kalio jengkol biasanya tidak tahan lama, kadang dua atau tiga hari sudah basi. Saat itu diberikan pengetahuan mengenai proses pengemasan bagaimana untuk bisa bertahan lama. Selain itu, didapatkan juga berupa bantuan buka merupakan hibah, akan tetapi nantinya akan dikembalikan. Bantuan tersebut berupa botol pengemasan dan lain sebagainya”

Selain itu, juga ada jaringan yang terbentuk antara pelaku usaha dengan

perguruan tinggi lainnya, contohnya adalah Rendang Erika. Mendapatkan bantuan alat berupa freezer dan mesin pengocok telur. Bantuan freezer dirasa tepat sasaran dan bermanfaat, karena kalau mendekati lebaran perlu untuk adanya restock daging. Akan tetapi, ada juga bantuan yang tidak tepat guna contohnya adalah mesin pengocok telur yang tidak cocok ketiga digunakan oleh pelaku usaha. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Fransiska (Rendang ERIKA) saat diwawancarai pada 10 September 2017:

"Ada bantuan yang tidak tepat sasaran. Contohnya mesin pengocok telur yang dirakit sendiri. Ketika dicoba mesin pengocok telur tersebut, telur yang akan digunakan untuk membuat rendang telur tidak mengembang. Hal ini menyebabkan tidak bisa digunakan"

3. Pemanfaatan Jaringan Sosial dalam Pengembangan Usaha oleh Pelaku UMKM

Dari uraian sebelumnya sudah diketahui mengenai jaringan sosial yang dimiliki oleh pelaku UMKM rendang. Adapun jaringan social yang dimiliki adalah pada tataran jaringan mikro dan jaringan meso. Maka dapat dilihat pemanfaatan jaringan social yang dimiliki pelaku UMKM dalam pengembangan usaha adalah:

1. Jaringan mikro

Dalam hal produksi, kerjasama dengan pedagang penyedia bahan baku sudah dilakukan dan saling menguntungkan. Pelaku usaha mendapatkan keuntungan dengan efisiensi waktu karena tidak perlu lagi mencari penyedia bahan baku, bahkan pedagang yang datang mengantarkan bahan baku dan mendapatkan harga yang lebih murah. Sedangkan bagi pedagang,

keuntungannya adalah mendapatkan kepastian pelanggan.

Dalam hal pemasaran, pelaku UMKM rendang sudah memiliki jaringan ke pelaku usaha sanjai, maupun ke pelaku usaha yang sudah besar dan memiliki nama seperti Cristine Hakim dan Makota. Pelaku UMKM rendang tidak semua bekerjasama apalagi pelaku usaha rendang skala mikro. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti kalau ke pelaku usaha sanjai sistem "dua lapis" dan "tiga lapis" dalam pembayaran pelaku UMKM rendang kesulitan untuk memutar kembali modal untuk produksi. Selain itu, untuk bekerjasama dengan pelaku usaha yang besar, pelaku usaha harus memenuhi syarat dan kriteria tertentu. Hal ini terkadang tidak mampu dipenuhi oleh pelaku UMKM rendang. Hal yang menarik adalah, tidak ada lagi pelaku UMKM yang memanfaatkan jaringan mikro untuk pemasaran produk ke minimarket. Hal ini disebabkan karena sistem kerjasamanya yang menekan harga produk dan untuk mencairkan hasil dari penjualan produk di minimarket prosesnya berbelit. Sehingga pelaku UMKM memilih untuk tidak memasarkan produk ke minimarket.

2. Jaringan Meso

Pelaku UMKM rendang sudah memiliki jaringan meso yaitu dengan Dinas Koperasi dan UMKM, IWAPI, pihak bank, dan berbagai pihak lainnya seperti PERTAMINA serta perguruan tinggi. Hal yang menjadi kendala dalam pemanfaatannya adalah disebabkan belum meratanya pendampingan dan pelatihan yang diperoleh oleh pelaku UMKM. Karena biasanya apalagi pelatihan tersebut peserta terbatas. Selain itu, dalam pemberian bantuan seperti alat belum bisa dimanfaatkan dengan baik disebabkan karena bantuan tersebut terkadang tidak tepat guna. Sehingga tidak bisa digunakan

oleh pelaku UMKM dalam pengembangan usaha.

Bantuan terhadap akses permodalan menjadi kendala karena adanya ketidakmauan dari pelaku UMKM dalam mengambil resiko. Misalnya dalam meminjam ke bank Ada ketakutan oleh pelaku UMKM apabila tidak mampu membayar hutang ke bank. Akan tetapi, bagi pelaku UMKM rendang yang skala usahanya sudah dikategorikan kepada skala kecil, pelaku UMKM lebih berani untuk meminjam ke bank dan menjadikan pinjaman tersebut sebagai motivasi untuk mengembangkan usaha.

Dalam Pandangan Giddens (2010), hubungan antara actor dan struktur bersifat dualitas, keberadaan aktor dipengaruhi oleh struktur. Struktur bisa bersifat enabling (memberi peluang) dan juga bersifat constraining (mengikat). Selain itu, Pada suatu struktur terdapat aturan (rules) dan sumberdaya (resources). Pelaku UMKM rendang diibaratkan dengan agen, sedangkan UMKM rendang tersebut diibaratkan dengan struktur.

Dalam mengembangkan usaha, harus memperhatikan agen dan struktur. Pada dasarnya pelaku usaha mikro sebagai agen sudah memiliki resource dalam mengembangkan usahanya berupa jaringan social seperti jaringan social mikro dan mezo. Akan tetapi, dalam pengembangannya masih mengalami hambatan disebabkan:

1. Sulit membangun kepercayaan dengan pihak lain apabila membangun cabang usaha di tempat lain. Rata-rata, pelaku UMKM rendang tidak membuka cabang di daerah lain. Hal ini disebabkan dari beberapa kasus seperti pada rendang Ryry mencoba membuka cabang tapi pada akhirnya merugi. Cabang akan dibuka apabila yang mengelola cabang tersebut adalah keluarga sendiri, contohnya

adalah Rendang Usmai. Hal ini disebabkan karena ada kepercayaan bahwa tidak akan dikhiati atau ditipu apabila yang mengelola adalah keluarga sendiri.

2. Takut mengambil resiko disebabkan pelaku usaha UMKM rendang kebanyakan berskala mikro. Sehingga apabila misalnya dengan menitipkan barang tidak ada jaminan uang akan diperoleh kembali, maka pelaku umkm akan kesulitan meutar modal. Selain itu, meminjam kepada pihak bank untuk mengembangkan usaha akan menyebabkan adanya kewajiban membayar rutin setiap bulan. Dikhawatirkan apabila tidak mampu membayar sesuai tenggat waktu maka akan berisiko dengan pihak bank.

Selain itu, adanya faktor eksternal yang menjadi tantangan agen (pelaku UMKM) dalam mengembangkan usahanya adalah:

1. Keterbatasan lahan sehingga tidak bisa memperluas dapur produksi. Hal ini menyebabkan produksi menjadi terbatas.
2. Pemasaran masih banyak yang dilakukan secara offline. Perlu dilakukan pemasaran dengan online untuk memperluas pemasaran. Kendalanya dalam pemasaran via online adalah masih adanya pelaku UMKM yang mengalami "kegagalan teknologi".
3. Pemberian bantuan dan pendampingan yang masih belum merata.
4. Inovasi produk. Persaingan diantara para pelaku UMKM rendang membuat pelaku UMKM rendang harus terus berinovasi agar produk tersebut mampu bersaing di pasaran dan memiliki kekhasan dibandingkan dengan produk lainnya. Contohnya dalam pembuatan packing yang menarik.

Hal yang bersifat contraining adalah dalam menjalankan kerjasama dengan pelaku usaha lainnya ada norma tertentu yang harus dijalankan seperti menaruh barang di bawah harga pasar kepada pedagang yang menjalankan kerjasama. Selain itu, pengembangan usaha dalam UU 20 tahun 2008 juga sudah ada ketentuan mengenai kategori masing-masing usaha untuk bisa mencapai level usaha kecil atau menengah.

III. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, pelaku usaha sudah memiliki jaringan sosial baik itu secara mikro yaitu dalam hal produksi dan pemasaran yaitu dengan pelaku usaha lainnya (penyedia bahan baku pembuatan rendang dan pelaku usaha sanjai) dan juga dengan pembeli (pelanggan). Jaringan mikro ini ada dalam proses produksi dan pemasaran. Selain itu, pelaku usaha sudah memiliki jaringan meso, baik dengan Dinas Koperasi dan UMKM, dengan pihak bank, IWAPI, maupun dengan pihak lainnya seperti perguruan tinggi, LIPI, maupun Pertamina. Dalam pemanfaatan jaringan sosial belum dilakukan secara maksimal karena berbagai keterbatasan yang dimiliki. Penyebabnya karena ada hambatan yang dimiliki oleh pelaku baik secara internal maupun eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). Metode Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Bungin. (2001). Metode Penelitian Sosial, Surabaya: Airlangga University Press
- Damsar. (2015). Pengantar Sosiologi Ekonomi, Jakarta: Prenadamedia Group
- Ismail, Iriani. (2011). Koperasi dan Usaha Mikro-Kecil-Menengah, Malang: Lembaga Penelitian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Hasbullah, Jousairi. (2006). Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia), Jakarta: MT-United Press.
- Moleong, Lexy. J. (1998). Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Priyono, Herry B. (2002). Anthony Giddens Suatu Pengantar, Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)
- Prasetyo, Tomy dan Dhyah Harjanti. (2013). "Modal Sosial Pengusaha Mikro dan Kecil Sektor Informal dan Hubungan dengan Kinerja Bisnis di Jawa Timur", Volume 1 No 3, 2013.
- Supriyanto. (2006). "Pemberdayaan UMKM sebagai salah satu Cara Penanggulangan Kemiskinan", Volume 3 No I, April 2006.
- Syarif, Teungku dan Ethy Budiningsih. (2010). "Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung UMKM dan Koperasi dalam Menghadapi ACFTA", Volume 18, Juli 2010.
- Yunal Vivin Oblivia, Ratih Indriyani. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat, Jurnal Anoraga, Vol.1 No. 1 2013
- Buku Data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat Semester II2016
- UU Nomor 20 Tahun 2008
- Tiga Kuliner jadi Andalan Indonesia di MEA. (November/2015). Diunduh dari [www. antaranews.com](http://www.antaranews.com) tanggal 1 Juni 2017

Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil,
dan Menengah (UMKM).
(Desember/2013). Diunduh dari
www.depkop.go.id tanggal 1 juni
2017

PT. Telkom Bentuk Kampung UMKM
Digital di Payakumbuh. (Agustus/
2016). Diunduh dari
www.sudutpayakumbuh.com
pada 28 Mei 2017

Data Industri Kecil dan Menengah
Makanan di Kota Payakumbuh
Tahun 2013. (September/ 2015).
Diunduh <http://sumbarprov.go.id>
pada 2 Juni 2017