

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara berkembang yang memiliki potensi yang besar terutama bagi para pelaku usaha, dimana perkembangan ini sangat dinamis dan memiliki pangsa pasar yang beragam. Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga dan pikiran dalam mencapai suatu maksud, atau mencari keuntungan, berusaha dan bekerja dengan giat untuk mencapai sesuatu. Umum diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya yang ada secara efektif dan efisien. Usaha yang dilakukan dibagi menjadi dua kegiatan yaitu produksi dan pemasaran, untuk memulai suatu usaha diperlukan niat dan tekad yang kuat, usaha yang dirintis harus memiliki peluang untuk bisa dipasarkan, serta memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan. Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar, faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi dan komunikasi, serta ada pasar atau market tempat usaha dijalankan. (Nasution dkk, 2023).

Jenis usaha yang memiliki dinamika yang stabil adalah usaha dalam bidang kuliner, Kuliner telah menjadi salah satu komoditas sektor unggulan di Indonesia hal ini dilihat dari pertumbuhan dan pengembangan yang terus dilakukan mulai dari pendistribusian hingga pada pengawasan terhadap pemasaran barang dan produk kuliner Indonesia. Penilaian menunjukkan besarnya potensi bisnis kuliner sebagai usaha yang memiliki banyak konsumen pada daerah perkotaan dimana kebutuhan dan konsumsi masyarakat perkotaan saat ini sedang menyesuaikan dengan gaya hidup global secara menyeluruh dengan pola

konsumsi yang sangat intens. Transaksi membeli makanan siap makan menjadi kebutuhan dan kebiasaan yang umum selaras dengan pengembangan sektor kuliner di Indonesia yang diarahkan untuk dapat diterima pasar lokal hingga global. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia alasan rasional outlet makanan tumbuh berkembang adalah karena bisnis ini menjajikan keuntungan yang besar. Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang lebih konsumtif disertai dengan meningkatnya daya beli masyarakat menyebabkan bergesernya pola konsumsi yang mengarah pada intensitas masyarakat dalam membeli makanan di tempat makan karena dinilai lebih praktis dan efisien bagi mereka yang memiliki kegiatan padat (Nonto, 2011).

Salah satu bisnis makanan yang berkembang di Indonesia adalah “warteg”. Warteg merupakan singkatan dari Warung Tegal. Bisnis ini merupakan konsep bisnis warung makanan berbasis nasi dan lauk pauk khas Indonesia. Warteg merupakan pilihan yang sangat terjangkau bagi seluruh kalangan pendapatan di perkotaan dan sampai tahun 2018 setidaknya terdapat 4.169 outlet tersebar di seluruh kota dan kabupaten di Jawa Timur. Pengusaha Warteg banyak yang berasal dari desa Sidakaton, Krandon dan Sidapurna Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal. Fenomena ekonomi kultural menarik tentang warteg, Memiliki kontribusi pengetahuan dan pemahaman sebagai berusaha menjadikan komponen kulturasi budaya media secara cerdas dan bijaksana dalam kehidupan masyarakat (Suryadi, 2013).

Saat ini warteg masih dikategorikan dalam bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah, banyak tantangan yang dihadapi kelompok bisnis ini terutama saat pandemi covid-19. Sebagai UMKM, terdapat kendala internal dan eksternal yang teridentifikasi. Kendala internal adalah rendahnya akses mereka pada pembiayaan bisnis, rendahnya SDM, rendahnya kemampuan analisis pasar dan pemasaran, serta rendahnya kemampuan

manajerial sistem administrasi bisnis, sedangkan faktor eksternal yang harus diperhatikan adalah lingkungan bisnis yang kondusif bagi pelaku bisnis warteg, rendahnya akses pada teknologi informasi, rendahnya kemampuan mereka dalam mengakses bahan baku serta rendahnya kemampuan menangkap perubahan permintaan konsumen saat ini (A'yun, 2017).

Warteg adalah bisnis makanan yang dapat menyangga perekonomian di perkotaan. Warteg dapat menyediakan pangan murah bagi masyarakat sehingga keberadaannya sebagai bisnis berciri asli Indonesia harus dapat dipertahankan dan dikembangkan ke tingkat global. Namun konsep dan operasi bisnis yang belum terkaji secara akademik membuat riset dibidang UMKM ini kesulitan dalam menemukan konsep bisnis yang lebih jelas dan baku. Sehingga perlu dianalisis, strategi bisnis yang jelas untuk meningkatkan perkembangan bisnis warteg baik secara nasional dan bahkan sampai ke tingkat internasional. Warteg yang pertama kali diperkenalkan di Jakarta oleh Pak Warno pada tahun 1969 yang kemudian mentransformasi tampilan warteg menggunakan lemari kaca untuk menjaga kesehatan dan keselamatan pangan bagi konsumen. Warteg merupakan warung makan tradisional Indonesia dengan bentuk khas ruang persegi dan sederhana menggunakan meja etalase sebagai perkembangan meja gelar warung tenda. Tata ruang yang khas tersebut mengikuti sistem operasi bisnis di warteg yaitu: konsumen datang, memesan menu, makan/minum, membayar kemudian konsumen pergi. (Khamdevi dan Nasution, 2014).

Pengusaha Warung Tegal pada awalnya berasal dari tiga desa di Tegal yaitu warga desa Sidapurna, Sidakaton & Krandon, Kecamatan Dukuhhuri Kabupaten Tegal. Selanjutnya kepemilikan Warteg berkembang keseluruh daerah dikota maupun kabupaten Tegal. Selain ekonomi, motif yang mempengaruhi tingginya mereka pergi ke Jakarta untuk membuka usaha warung tegal (warteg) adalah karena adanya tradisi yang sudah dikembangkan oleh

generasi sebelumnya. Menurut kepala Desa Cabawan, sejak tahun 1960-an penduduk sudah mulai merantau terutama menuju ke Kota Jakarta. Jakarta bagi orang Tegal terutama penduduk desa Cabawan merupakan medan yang sudah dikenal sampai ke pelosok-pelosok kota dan usaha yang mereka kembangkan adalah membuka usaha warteg yang merupakan usaha turun temurun dari generasi terdahulu (Maria, 2005)

Kepemilikan warung Tegal tidak hanya dimiliki oleh perorangan melainkan sebuah persekutuan dari beberapa orang, baik yang memiliki pertalian kekerabatan ataupun tidak, dengan konsepsi pertelon atau pertiga dan perempat bulan giliran. Pihak yang tidak mendapat giliran mengelola warung biasanya bertani di kampung halamannya, hingga waktunya tiba. Warteg memberikan gambaran adanya kerjasama ekonomi yang menuntut pengertian, nilai, kesamaan konsepsi, dan motivasi serta nilai-nilai sosial lain seperti kepercayaan, *reciprocity* dan lain-lain yang dikenal dengan modal sosial, modal sosial inilah yang sangat berguna untuk kelancaran usaha yang dikembangkan. (Sukirno, 2009).

Modal sosial membantu membangun reputasi dan kepercayaan, yang merupakan aset berharga bagi setiap bisnis. Bisnis yang dikenal memiliki hubungan yang baik dengan stakeholder-nya cenderung lebih dihargai oleh pelanggan, investor, dan masyarakat luas, yang dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang perusahaan. Melalui kolaborasi dan pertukaran ide dengan anggota jaringan, modal sosial dapat mendorong inovasi dan penciptaan nilai baru. Bisnis yang terhubung dengan jaringan yang dinamis dan beragam memiliki akses ke berbagai perspektif dan pengetahuan, yang dapat menginspirasi ide-ide baru dan solusi kreatif untuk masalah-masalah yang kompleks. Secara keseluruhan, modal sosial tidak hanya membantu perusahaan untuk bertahan, tetapi juga dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk membangun dan merawat modal sosial mereka melalui interaksi yang

positif, komunikasi yang terbuka, dan pengembangan hubungan yang saling menguntungkan. (Nan Lin, 1998).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana bentuk dan peran modal sosial dalam pengoperasian udaha warung tegal hingga bertahan sampai sekarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui bentuk dan cara kerja dari modal sosial dalam pengoperasian udaha warung tegal.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam keilmuan dan melihat relevansi ataupun validitas teori modal sosial Robert David Putnam terhadap peran modal sosial dalam pengembangan usaha warung tegal.

b) Manfaat Praktis

Secara praktis dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa perguruan tinggi maupun masyarakat secara umum dalam upaya memberikan pemahaman dan informasi yang baik dan bermanfaat.

1.5 Definisi Konsep

1.5.1 Peran

Peran merupakan aspek yang dinamis seperti kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya dengan sesuai, maka dapat dikatakan ia menjalankan suatu peranan. Dalam sebuah organisasi setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik dalam melaksanakan tugas, kewajiban atau tanggung

jawab yang telah diberikan oleh masing-masing organisasi atau lembaga, peran harus berhubungan dengan 2 sistem yang berbeda, biasanya organisasi. (Soerjono, 2002).

Peran dapat diartikan sebagai orientasi dan konsep dari bagian yang dimainkan oleh suatu pihak dalam oposisi sosial. Dengan peran tersebut, sang pelaku baik itu individu maupun organisasi akan berperilaku sesuai harapan orang atau lingkungannya. Peran juga diartikan sebagai tuntutan yang diberikan secara struktural (norma-norma, harapan, tabu, tanggung jawab dan lainnya) dimana terdapat serangkaian tekanan dan kemudahan yang menghubungkan pembimbing dan mendukung fungsinya dalam mengorganisasi. Peran merupakan seperangkat perilaku dengan kelompok, baik kecil maupun besar, yang kesemuanya menjalankan berbagai peran. (Riyadi, 2002)

1.5.2 Modal Sosial

Konsep modal sosial muncul dari pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Diperlukan adanya kebersamaan dan kerjasama yang baik dari segenap anggota masyarakat yang berkepentingan untuk mengatasi masalah tersebut. Pemikiran seperti inilah yang pada awal abad ke 20 mengilhami seorang pendidik di Amerika Serikat bernama Lyda Judson Hanifan untuk memperkenalkan konsep modal sosial pertama kalinya. Dalam tulisannya berjudul 'The Rural School Community Centre' (Hanifan, 1916).

1.5.3 Warung Tegal

Warung Tegal atau dikenal dengan sebutan Warteg adalah salah satu tipe warung makan yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia, terutama melekat dikalangan masyarakat kelas menengah ke bawah. Harga yang murah dan penyajian yang sederhana merupakan ciri khas yang menjadi faktor utama mengapa Warung

Tegal lebih melekat di kalangan masyarakat tersebut. Penyajian di warung Tegal begitu sederhana, warung Tegal mulai berkembang pada kurun tahun 1970-an ketika arus urbanisasi besar-besaran mulai terjadi di Jakarta dan kota-kota besar di Indonesia. Pendorong utamanya, jelas, bahwa orang-orang Tegal yang merantau memandang kota-kota besar, seperti Jakarta dan sekitarnya merupakan lahan bisnis yang menjanjikan. Mereka pun menamakan warung nasinya dengan nama “Warung Tegal atau Warteg”, karena memang dimiliki oleh orang-orang Tegal, hampir seluruh usaha rumah makan tersebut di wilayah manapun diberi label “Warteg”. (Santoso, 2019).

1.5.4 Desa Mulyoagung

Desa Mulyoagung yang berada pada Kecamatan Dau yang berbatasan langsung dengan Kota Batu serta Kota Malang. Selain itu, desa ini adalah desa yang menjadi tujuan utama masyarakat yang ingin melakukan perpindahan baik dari luar daerah ataupun kota, serta menjadi kawasan yang cukup padat oleh para pelajar perguruan tinggi dan keberadaan penduduk desa yang heterogen atau tidak menetap karena Desa Mulyoagung dekat dengan sarana pendidikan berupa Universitas dan secara langsung berbatasan dengan Kota Batu dan Kota Malang. Maka seiring dengan berjalannya waktu terjadi perubahan dalam pola kehidupan penduduk yang sebelumnya memiliki sifat pedesaan berubah menjadi sifat perkotaan. Hal tersebut juga berdampak terhadap pergeseran yang terjadi pada pola atau tata cara pedesaan (Profil Desa Mulyoagung, 2019).

Berkembangnya suatu kota dipengaruhi oleh beberapa hal seperti: kondisi geografis wilayah, fungsi kota dan juga sejarah dari suatu wilayah tersebut. Selain itu dijelaskan bahwa hubungan sosial yang baik yaitu dengan menjaga suatu kepercayaan seseorang dalam bermasyarakat dimana dalam hubungan tersebut

tercipta jaringan sosial dan suatu norma yang memiliki kualitas serta kuantitas yang luas. (Supriono, 2008).

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dilakukan dan jenis data yang akan digali adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian ini menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial dan berdasarkan pada realitas. Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yakni penelitian langsung yang dilakukan di lapangan atau kepada responden. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci dan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna. Penelitian dilakukan dengan menekankan pada kealamiah data sehingga peneliti sebagai kunci dalam penelitian untuk mendapatkan data. Data yang diperoleh berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang yang diamati. Penelitian dilakukan secara langsung di lapangan dengan melalui wawancara di lokasi penelitian yang dilakukan dengan responden. (Mulyana, 2008).

Pendekatan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menggambarkan obyek penelitian. Dan tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk menangkap arti terpenting dari suatu peristiwa, kejadian, fakta, gejala atau masalah tertentu. Dimana memahami segala yang terjadi pada fenomena dengan menitikberatkan gambaran secara menyeluruh mengenai fenomena yang dikaji. Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif adalah untuk mengetahui karakteristik, kondisi dan definisi tertentu.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha menggali dan mencari informasi terkait. (Tanzeh & Arikunto, 2014).

1.6.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian itu dilakukan. Lokasi penelitian yang diambil penulis berada di Desa Mulyoagung yang mana pemilihan lokasi ini dikarenakan Desa Mulyoagung berada di area sekitar wilayah kampus Universitas Muhammadiyah Malang. Peneliti memilih lokasi ini sebagai objek penelitian dengan alasan karena penulis melihat adanya potensi dari fenomena berdirinya usaha warung tegal dengan lokasi yang padat akan pelajar sehingga meningkatkan korelasi dari kedua hal tersebut, melihat pula tingkat persaingan yang diterapkan dalam strategi penjualan serta modal sosial yang digunakan pengusaha dalam menjalankan bisnis mereka. (Sujarweni, 2014).

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

I. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dalam proses penelitian, jawaban responden satu arah berarti pertanyaan itu milik orang lain. Tanggapan Pewawancara terhadap Orang yang Diwawancarai Menurut Hopkins, wawancara adalah sarana untuk memahami situasi. Melihat sesuatu yang spesifik di kelas dari sudut yang berbeda Responden mengomunikasikan Wawancara peneliti dalam format tanya jawab. Sarana tambahan wawancara verbal, tatap muka dengan informan yang dirancang untuk bertanya atau mengkonfirmasi. (Fathoni, 2006)

II. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk

menjawab pertanyaan penelitian dan membantu manusia khususnya pada perilaku. Serta untuk mengevaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi tertentu. Beberapa bentuk observasi yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur, dan observasi kelompok. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bentuk observasi tidak terstruktur, dimana fokus penelitian akan tetap berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Dalam hal ini peneliti datang langsung ke tempat usaha warung tegal yang ada di desa Mulyoagung. Serta melakukan pengamatan yang adalah suatu proses yang kompleks, yang meliputi berbagai proses biologis dan psikologis. (Sugiyono, 2014).

Jenis-jenis observasi

- a) Observasi partisipan: Observasi partisipan adalah observasi dimana orang yang melakukan pengamatan berperan serta ikut ambil bagian dalam kehidupan orang yang diobservasi.
- b) Observasi non Partisipan: Observasi dikatakan non partisipan apabila observer tidak ikut ambil bagian kehidupan observe.
- c) Observasi sistematis (Structured observation): Observasi sistematis, apabila pengamat menggunakan pedoman sebagai instrument pengamatan.
- d) Observasi non sistematis Observasi yang dilakukan oleh pengamat dengan tidak menggunakan instrument pengamatan.
- e) Observasi eksperimental Pengamatan dilakukan dengan cara observe dimasukkan ke dalam suatu kondisi atau situasi tertentu (ghazali, 2019).

III. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang tidak kalah penting dengan metode-metode lainnya. Dokumentasi ialah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Dokumentasi dalam penelitian ini menyangkut catatan, buku, laporan berupa arsip maupun foto yang berkaitan dengan penelitian. (Siyoto, 2015).

1.6.4 Teknik Pengambilan Sampel (Sampling)

Menurut Sugiyono bahwa: “purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.” Alasan menggunakan teknik Purposive Sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik Purposive Sampling yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini (Yustia Putri, 2017).

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu pemilik dan juga pekerja yang menjamu para pembeli. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu, pemilik atau pekerja yang memiliki dan berhadapan langsung dengan pembeli, pemilik atau pekerja yang telah bekerja lebih dari satu tahun.

1.6.5 Teknik Analisa Data

1) Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih

jas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. (Sugiyono, 2018)

2) Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, flowchart, bagan, dll. Melalui penyajian data, data dapat diorganisasikan, disusun dalam suatu pola hubungan, sehingga mudah untuk dipahami. Selain itu, dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dalam bentuk deskripsi singkat, grafik, hubungan antar kategori, diagram alur, dll, tetapi yang biasanya digunakan untuk menyajikan data Data dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif. (Siyoto, 2015).

3) Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan.) Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. (Sugiyono, 2018).