

## Peran Modal Sosial Dalam Sustainability Usaha Sate Ayam Ponorogo

Mochammad Syahrul Utomo Syam<sup>1</sup>, Luhur Prasetyo<sup>2</sup>

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo; Ponorogo Jawa Timr  
syamsyahrul827@gmail.com<sup>1</sup>, luhurprasetyo@iainponorogo.ac.id<sup>2</sup>

Submitted:

Revised: 224/01/21

Accepted: 2024/01/21

Published: 2024/01/16

Abstract	Basically, the specialty food industry is classified as MSMEs which can provide a livelihood pattern for the community by helping the regional economy. This is a pattern that is built within an organization, which through social capital can produce skills, knowledge and communication abilities. The aim of this research is to determine and describe the forms of social capital that exist in the Setono Chicken Sate Association. The research method used was a qualitative method that explored research data through direct interviews with community administrators and satay traders who were used as research informants. From the research results, it was found that the social capital formed in the Setono Chicken Sate Association started from their family, relatives, neighbors and friends, and grew together with local habits and customs of the village community. The role of social capital is to form networks, a sense of trust, social norms, and solidarity among all internal elements of Setono chicken satay traders. Through social capital, it can provide a good form of mutual cooperation between them, a more effective knowledge transfer process, and well-maintained communication.
Keywords	<b>UMKM, Sate Ayam, Social Capital</b>



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

### PENDAHULUAN

Ciri khas kota yang dapat memberikan gambaran untuk kenal masyarakat, seperti sebutan sebagai Kota Sate menjadikan icon wilayah yang khas pada Kabupaten Ponorogo. Pedagang sate menjadikan pusat penjualan pada wilayah penjualan sate dalam lingkungan pinggir jalan dan pasar rakyat, yang menjadikan pusat kuliner khas dalam bentuk sajian sate ayam dalam lahan perekonomian masyarakat.<sup>1</sup> Industri makanan khas pada umumnya berasal dari industri rumahan yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa hingga makanan tersebut menjadi banyak

<sup>1</sup> Titi Rapini, "Eksistensi Industri Sate Ayam Ponorogo dan Peran Anggota Keluarga Dalam Menjalankan Bisnis Keluarga," *Jurnal Ekuilibrium* 1, no. 2 (2015): 12.

dinikmati oleh masyarakat.<sup>2</sup> Kegiatan industri tentunya menjadi daya tarik para penduduk lokal untuk menjadikan usaha makanan khas menjadi salah satu mata pencaharian yang dapat membantu perekonomian keluarga. Meskipun bentuk industri makanan khas menjadikan sebagai industri masyarakat (UMKM) yang dapat mampu memberikan dampak yang menguntungkan antara lain membuka lapangan pekerjaan baru dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada hingga membantu peningkatan perekonomian daerah.<sup>3</sup>

Wilayah Desa Setono sebagai pusat perdagangan makanan khas sate ayam sebagai daya tarik wisata kuliner. Hal tersebut berdampak pada perkembangan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat Kabupaten Ponorogo sebab sate ayam menjadi salah satu ikon wisata kuliner yang paling dicari di Kabupaten Ponorogo, hal tersebut menarik banyak minat masyarakat lokal untuk mengembangkan industri kuliner sate ayam khas Ponorogo.<sup>4</sup> Dalam struktur industri Desa Setono tergolong kelompok usaha industri sate ayam setono dengan konsep yang bermula dari keluarga, ayah sebagai pemiliknya dan anggota keluarga yang lain seperti istri, anak, dan menantu membantu dalam pengelolaan dan proses produksinya.<sup>5</sup> Fenomena yang menarik dari paguyuban sate ayam Setono memiliki karakteristik organisasi yang lebih unggul dan terkonsep secara jelas dibandingkan dengan paguyuban sate ayam yang lainnya di Kabupaten Ponorogo. Paguyuban sate ayam ngepos sebagian kumpulan para pedagang sate hanya sedikit yang memiliki lokasi yang strategis di gang sate ponorogo terbukti yang aktif tinggal disana hanya sedikit. Itupun hanya para penerus saja tampak tidak menginginkan pedagang sate ayam lainnya berjualan disana. Berbeda dengan paguyuban sate ayam di Setono yang ada keterlibatan istri, anak dalam mengembangkan usaha mereka. bermula dari suami dan istri saling bekerjasama di dalam pengelolaan usaha sehingga berkembang cukup baik dan ketelibatan antara pihak luar dan para masyarakat disekitar turut mengangkat perekonomian di wilayah tersebut.

Profesi sebagai pedagang sate yang mana sate ayam menjadi ikon wisata kuliner Kabupaten Ponorogo dapat membantu meningkatkan jumlah pendapatan dalam keluarga, sementara tidak hanya hal tersebut, dengan semakin banyak masyarakat yang menjual makanan khas Ponorogo akan menambah tingkat pendapatan kota yang mana akan semakin banyak wisatawan yang datang ke Kabupaten Ponorogo. Melihat peluang usaha yang menjanjikan, membuat para penduduk Kabupaten Ponorogo beralih profesi sebagai pedagang sate yang mana sate ayam

---

<sup>2</sup> Bachtiar Rifai, "Efektifitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," *Sosio Humaniora* vol 4, no. 1 (2012): 15.

<sup>3</sup> Mukti Fajar, *UMKM Di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016). 38

<sup>4</sup> Observasi Lapangan, 14 Nopember 2023

<sup>5</sup> Ibid.

menjadi ikon wisata kuliner Kabupaten Ponorogo dapat membantu meningkatkan jumlah pendapatan dalam keluarga, sementara tidak hanya hal tersebut, dengan semakin banyak masyarakat yang menjual makanan khas Ponorogo akan menambah tingkat pendapatan kota yang mana akan semakin banyak wisatawan yang datang ke Kabupaten Ponorogo. Dalam mempertahankan eksistensi industri kuliner dengan banyaknya pesaing dengan membuat bentuk kerja sama para pelaku usaha kuliner berusaha untuk mempertahankan usahanya, hal tersebut membutuhkan kiat-kiat untuk meminimalisir persaingan.

Kerjasama yang berlangsung antar individu atau kelompok tersebut mengakibatkan terbentuknya suatu kepercayaan dan jaringan. Berbicara mengenai persaingan dalam suatu usaha khususnya pada usaha sate ayam yang menjual jenis barang yang sama, maka peran modal sosial dalam menjalankan dan mempertahankan usaha seperti pada proses produksi, penentuan harga, hingga pemasaran. Paguyuban Sate Ayam Setono ini berinisiatif berjualan sate sebagai tambahan penghasilan, mereka telah menciptakan resep tersendiri untuk dijadikan resep sate khas ayam Setono yang berdiri pada tahun 2018, dengan sentra industri sate ayam dan perkumpulan pedagang sate ayam. Bentuk jaringan sosial yang dilaksanakan dengan melakukan branding acara yang terjalin komunikasi baik secara masyarakat Ponorogo.<sup>6</sup> Dengan adanya jaringan sosial maka melalui sebuah kepercayaan yang dibangun oleh masyarakat, norma-norma yang ditaati bersama dan jaringan sosial yang dapat membuat aktor untuk bertindak secara kolektif. Sehingga dengan adanya hal tersebut maka dapat memberikan suatu kontribusi dalam meningkatkan potensi dari kelompok pedagang sate ayam Setono dan pemerintah desa yang sebagai wujud kapasitas dari pedagang untuk mengembangkan, supaya kebutuhan hidup terpenuhi dan dengan adanya kebutuhan hidup yang terpenuhi maka kesejahteraan akan meningkat.

Hal inilah yang kemudian menjadi menarik, karena pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pedagang sate ayam setono ponorogo terdapat norma, jaringan, serta kepercayaan. Pengrajin mempertahankan usahanya agar tetap berjalan dengan baik karena unsur-unsur yang terdapat pada modal sosial itulah yang berpotensi menjadi strategi pengolahan dalam menjalankan serta mempertahankan usaha produksi sate ayam. Disitulah terlihat bahwa modal sosial berperan dalam pedagang sate ayam setono ponorogo.

---

<sup>6</sup> Wakil Ketua Paguyuban, Observasi, 12 Nopember 2023

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu menggali data tentang pola modal sosial yang telah diterapkan oleh paguyuban sate ayam Setono Ponorogo. Dan sedangkan penggunaan pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma definisi sosial untuk mendeskripsikan secara kualitatif tentang model modal sosial antar pedagang. Peneliti sebagai penanya narasumber secara langsung di pedagang sate ayam, untuk melakukan penelitian secara langsung sehingga dapat menghasilkan data-data peneliti yang diinginkan secara lisan maupun tertulis. Lokasi yang ditentukan untuk penelitian ini dilakukan di kawasan sate ayam Setono Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo. Terdapat keunikan yang terbangun oleh para pedagang sate dalam organisasi paguyuban yang tersusun terstruktur dalam kesepakatan paguyuban. Diperlukan peneliti berupa data hasil wawancara secara primer langsung dan melihat melalui lapangan yang di imbangi bentuk dokumentasi dan SOP yang telah disepakati oleh para pedagang sate ayam tersebut. Informan pada penelitian ini yaitu pedagang sate ayam baik pedagang yang baru memulai usaha ataupun pedagang yang sudah lama memulai usaha sate ayam, serta informan yang lainnya. Setelah observasi dan wawancara yang menghasilkan pengumpulan data dengan reduksi yang dimana proses mengolah data dari lapangan yang memilah, memilih dan menyederhanakan data dengan merangkum data yang penting sesuai fokus masalah penelitian.

Bentuk penyajian data melalui hasil dari transkrip interview yang dapat dikategorikan sebagai pokok permasalahan dengan dibuat model matrik sehingga mudah peneliti mudah memahami pola hubungan setiap data. Penyajian yang diperoleh dari hasil observasi yang telah terkumpul kemudian dilakukan tahapan analisis untuk kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bentuk Modal Sosial Pedagang Sate Ayam Setono**

#### **Modal Sosial Terikat**

Kepercayaan adalah komponen paling penting dan utama dalam membentuk dan membangun modal sosial yang kuat di tengah masyarakat karena dapat memotivasi masyarakat untuk bekerjasama dengan masyarakat lain untuk menghasilkan tindakan bersama yang bermanfaat.<sup>7</sup> Menyadari bahwa kepercayaan merupakan harapan dalam suatu komunitas atas perilaku jujur dan kooperatif yang berkembang dari dalam suatu komunitas dan digunakan sebagai landasan acuan bertindak masyarakat. hubungan sosial yang tercipta memiliki tingkat

---

<sup>7</sup> Hasan Ubaidillah, "Analisa Pengaruh Modal sosial terhadap Organizational Citizenship Behaviors Dengan Mediasi Kepercayaan pada Manajemen," *Jurnal Wahana Universitas PGRI Adi Buana* 68, no. 1 (2017).

kohesivitas yang kuat, akan tetapi kurang merefleksikan kemampuan masyarakat tersebut untuk menciptakan dan memiliki modal sosial yang kuat.<sup>8</sup>

Dalam pola kepercayaan terikat pada paguyuban sate ayam Setono yang saat ini dengan selalu mematuhi peraturan dalam sebuah paguyuban yang sangat suka sangat menjaga tradisi turun temurun sehingga ketika menghabiskan waktunya keseharian bekerja dan pada saat malam hari tetap berkesempatan berjualan sate ayam untuk dapat menjaga kepercayaan pada leluhurnya dengan membuka lahan dagang di sekitaran.<sup>9</sup> Seperti pada ungkapan salah satu pedagang sate bahwa status dan peran pedagang sate disini dapat sebagai pemenuhan kebutuhan ekonomi dan melestarikan budaya leluhur mempunyai berbagai paradigma yang dapat dimiliki oleh kalangan manusia.<sup>10</sup>

Tindakan pedagang dalam paguyuban tersebut mengarah kepada suatu tujuan, Berbagai upaya yang dapat dilakukan oleh pedagang dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan rumah tangga pedagang tersebut. Hubungan antara pedagang memberikan hasil kepercayaan yang saling berinteraksi kepada pedagang yang menunjukkan fakta adanya komunikasi yang baik antara pelaku usaha ketika melakukan transaksi menyediakan ruang dalam proses pemesanan maupun hal kebutuhan dalam barang penjualan dimana antar pelaku usaha bisa bebas berinteraksi tanpa kendala sedikitpun.<sup>11</sup>

### **Modal Sosial Menjembatani**

Bentuk modal sosial yang menjembatani atau bridging social capital ini biasa juga disebut bentuk modern dari suatu pengelompokan, grup, asosiasi atau masyarakat dalam prinsip persamaan, prinsip kebebasan, dan prinsip nilai kemajemukan.<sup>12</sup> Bentuk yang kali ini bahwasanya dalam setiap anggota paguyuban sate ayam Setono ini memiliki hak-hak dan kewajiban yang sama, hanya menjalankan kesepakatan-kesepakatan yang telah ditentukan oleh para anggota kelompok. Pernyataan anggota paguyuban menginformasikan bahwa bentuk hak anggota paguyuban ini semua mendapatkan kebebasan dalam melakukan transaksi penjualan kepada pembeli dengan berbagai model yang diberikan semisal pelayanan transaksi pemesanan maupun pembelian secara langsung dengan mencapai tujuan penjualan tertentu.<sup>13</sup> Dan bentuk kewajiban

---

<sup>8</sup>

<sup>9</sup> Pak Indra (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Indra K Aloysius Ganis, "Analisis Komunikasi Pedagang Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Beli dan Kepercayaan Konsumen" (Yogyakarta, UPN Veteran Yogyakarta, 2012). 5

<sup>12</sup> Ridwan Arma Subagyo dan Martinus Legowo, "Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Purwosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro," *Jurnal Unesa* 1, no. 1 (2012).

<sup>13</sup> Pak Sugeng (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023.

setiap anggota dapat memberikan dana jimpitan yang dikumpulkan untuk bentuk dana sosial yang digunakan kepada para anggota yang sedang mengalami musibah apapun dan ketika hari kamis malam jum'at untuk tidak melakukan penjualan dalam bentuk apapun yang sudah menjadi kesepakatan dan kewajiban peraturan yang disepakati.<sup>14</sup>

Konsekuensinya, masyarakat yang menyandarkan pada bridging social capital biasanya heterogen dari berbagai ragam unsur latar belakang budaya dan suku. Setiap anggota kelompok memiliki akses yang sama untuk membuat jaringan atau koneksi keluar kelompoknya dengan prinsip persamaan, kemanusiaan dan kebebasan yang dimiliki. Bridging social capital akan membuka jalan untuk lebih cepat berkembang dengan kemampuan menciptakan networking yang kuat, menggerakkan identitas yang lebih luas dan reciprocity yang lebih variatif, serta akumulasi ide yang lebih memungkinkan untuk berkembang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan yang lebih diterima secara universal.<sup>15</sup>

### **Peran Penting Modal Sosial Dalam Usaha**

Sebagai pedagang sate ayam Setono terlihat dapat memberikan sektor mewarnai perekonomian di Kabupaten Ponorogo yang dibuktikan dengan adanya beberapa kegiatan event sate ayam setono yang makin memasarkan dalam masyarakat Kuliner sate ayam yang dijadikan sebagai makanan yang khas, dari setiap sektor komunitas sate yang ada ini umumnya memiliki model khas tersendiri sehingga membuat identitas tersendiri bagi masing-masing produknya. Dengan ini beberapa peran penting modal sosial dalam usaha Sate Ayam Setono:

### **Kepercayaan**

Kepercayaan tidak muncul secara instan, namun membutuhkan proses relasi antar aktor yang telah lama terlibat dalam perilaku ekonomi bersama. Sikap jujur dan disiplin pedagang terhadap kode etik menciptakan kepercayaan. Kepercayaan memiliki beberapa fungsi, mendorong keputusan trader dan berpotensi mengarah pada kerja sama.<sup>16</sup> Kepercayaan memiliki beberapa fungsi yaitu mendorong pedagang dalam mengambil keputusan, dapat memunculkan kerjasama dalam menyederhanakan pekerjaan dengan mengurangi biaya-biaya transaksi, menjaga ketertiban, mempererat hubungan antar pedagang dan pembeli, dan merupakan aset penting menciptakan modal sosial.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Taane La Ola dan Nur Isiyana Wianti, "Bridging and Bounding Social Capital: Social Interaction Analysis of Islets Islanders in Wakatobi Marine National Park," *Jurnal Sosiologi Pedesaan* 8, no. 1 (2020).

<sup>16</sup> Devi Analia, dkk, "Modal Sosial Upaya Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kota Padang Sumatera Barat," *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 3, no. 1 (2019).

<sup>17</sup> Ibid.

Kepercayaan tersebut datang dari para pedagang sate ayam yang tergabung dalam paguyuban, sebagai pimpinan dalam paguyuban ini terhadap anggotanya, atau kepercayaan anggota terhadap pimpinannya. Bentuk kepercayaan tersebut terlihat saat antar pedagang usaha meminta kepada keluarga atau tetangga dalam melibatkan proses pemilihan bahan baku, pembuatan sate, sampai dengan penjualan hasil produksi mereka, selain itu juga melibatkan kepercayaan kepada sesama mitra penjualan dan supplier pemasok ayam.<sup>18</sup> Mereka melibatkan hal tersebut dalam proses secara keseluruhan agar merasa mereka diberikan kepercayaan dari para pedagang sate untuk memberikan pengaruh dalam keberlangsungan usaha. Hal ini juga meringankan beban pemilik usaha dalam pengolahan hingga penjualan karena mereka telah membagi masalah yang mereka temukan dengan keluarga dan secara keseluruhan di lapangan.<sup>19</sup>

### **Jaringan**

Jaringan merupakan suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi.<sup>20</sup> Organisasi yang dimaksud dapat berupa formal maupun informal. Menghasilkan produk atau jasa dan membuat produk atau jasa itu tersedia bagi pembeli memerlukan pembangunan hubungan yang bukan hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan pemasok kunci dan penjual perantara dalam rantai pasok usaha. Jaringan usaha melibatkan unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran. Dalam jaringan ini yang dapat terlibat pedagang sate ayam ponorogo diantaranya:

### **Jaringan Formal**

Jaringan formal yang berkembang di pusat perdagangan sate ayam di Setono Jenangan adalah jaringan kekeluargaan. Sementara itu, dasar dari pembentukan jaringan sosial di antara mereka adalah adanya keakraban, solidaritas, integrasi dan kepercayaan yang ada di antara mereka yang terbentuk melalui interaksi sosial di antara mereka. Dimana usaha yang ada di sentra ini diwariskan turun temurun oleh keluarga mereka. Jaringan kekerabatan ini dapat dimanfaatkan pedagang sebagai metode penyerapan tenaga kerja, penyaluran produk, dan membantu proses produksi.<sup>21</sup> Mereka mendapatkan tenaga dari para saudara mereka atau orang yang telah mereka kenal dengan dekat, mereka tidak pernah mempekerjakan orang yang baru mereka kenal.

---

<sup>18</sup> Pak Anto (Pengurus Paguyuban), Wawancara, 13 Nopember 2023

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Dzulfikar Mahmud dan Aminah Swarnawati, "Pola Jaringan Komunikasi Organisasi Pada Havara Organizer PT Havara Ruhama Ramadhani di Tangerang Selatan," *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 1 (2020).

<sup>21</sup> Pak Bambang (Pengurus Paguyuban), 13 Nopember 2023

Terutama bagi anggota keluarganya sendiri yang membutuhkan pekerjaan, hal ini dipengaruhi oleh ikatan kekerabatan yang menghasilkan ikatan yang lebih kuat antara pemilik usaha dengan para karyawannya yang berasal dari keluarganya sendiri.<sup>22</sup>

### **Jaringan Informal**

Jaringan di antara pedagang sate ayam Setono ini ditandai oleh keakraban dan prinsip saling tolong menolong. Untuk memperkuat kerja sama di antara mereka maka dibentuklah suatu bentuk adanya tarikan jimpitan yang mewadahi dalam kegiatan kerjasama atau berduka tersebut.<sup>23</sup> Jaringan yang terbentuk di Paguyuban Sate Ayam Setono ditujukan untuk kerja sama ekonomi yang menguntungkan semua pihak lokal yang berawal dari kesejahteraan pedagang dan meningkatkan daya wisata Kabupaten Ponorogo, mereka membangun jaringan yang lebih luas dalam pemasaran produk sate ayam yang dihasilkan oleh anggotanya.

### **Norma Sosial**

Norma yang dianut dan berjalan pada paguyuban sate ayam Setono dengan pihak lain dan antar pedagang maupun dengan para tetangga di sekitarnya dengan melalui sifat lisan. Diantaranya berupa pemetaan lokasi lapak dagang, toleransi waktu kerja. Karena tidak adanya jam kerja, toleransi dalam jam masuk kerja atau dagang pun berlaku dari normal lain yang ada paguyuban sate ayam setono adalah pengawasan kualitas produk, dimana dalam setiap pemilik usaha masih belum dapat mengawasi pekerjaan yang menghasilkan produk dengan terkait kualitas produk.<sup>24</sup> Para pedagang sate juga merupakan pemimpin dari karyawan dari sektor masing-masing penjualan perlu sesekali dari koordinator paguyuban melaksanakan mengontrol, mengarahkan dan membimbing pekerjaan karyawannya. Norma berikutnya yang berlaku di paguyuban pedagang sate ayam Setono ini adalah norma kesopanan. Antar pedagang sate saling menghargai dan menghormati, dalam bertindak antara sesama pedagang kepada hadapan pembeli menjadi poin pentingnya, yang meminimalisir konflik.

### **Solidaritas**

Rasa solidarisme menyangkut hubungan antara pedagang dengan sesama pedagang dan juga dengan para tetangganya yang menjadi karyawannya. Solidaritas dalam usaha pedagang sate ayam setono sangat tinggi. Mereka sudah mulai paham tentang rasa persatuan dan berjalan bersama dengan saling menguntungkan. Mereka memanfaatkan kedekatan hubungan kekerabatan dan pertemanan untuk membangun solidaritas ini. Hubungan kekerabatan, rasa

---

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Pak Iwan (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023

<sup>24</sup> Pak Iwan (Pedagang Sate), Wawancara 13 Nopember 2023

memiliki, rasa kesetiaan atau loyalitas yang sangat tinggi, sifat rajin, dan hasrat bekerja keras ditanamkan pemilik usaha kepada karyawan dan pembelinya. Ini dilakukan dengan membangun kedekatan secara emosional yang diperlakukan sebagai seorang keluarga, karena mereka sehari-hari berada di rumah mereka, berkomunikasi secara rutin dan konsisten.<sup>25</sup> Hal ini menimbulkan rasa kebersamaan dan solidaritas yang tinggi dalam usaha pedagang sate ini, menciptakan suasana satu tim kerja yang solid sebagai satu tim kerja. Kesatuan tujuan inilah yang membawa kerja sama yang baik demi mencapai keberhasilan usaha mereka.

### **Gotong Royong**

Dari budaya gotong royong tersebut kelamaan terjadilah transfer pengetahuan dalam proses produksi ke tetangga dan kerabat yang pada awalnya hanya membantu pekerjaan di usahanya ini. Ketika permintaan pemesanan sate ayam yang semakin tinggi, maka mereka yang semula hanya membantu secara gotong royong dengan imbalan sekedarnya dari para pemilik usaha tersebut kemudian mulai mendirikan usaha-usaha outlet sate yang baru.<sup>26</sup> Gotong royong di paguyuban sate ayam Setono ini walaupun mulai bergeser ke kepentingan ekonomi, namun tidak melupakan konsep dasarnya. Gotong royong dilakukan dengan menawarkan bantuan kepada tetangga yang sedang mendapatkan banyak pesanan. Selain itu, biasanya pemilik usaha menawarkan pekerjaan yang tidak dapat mereka cukupi kepada tetangga mereka yang sedang sepi pesanan dengan kualitas hasil dalam rasa yang dipantau dengan kesamaan rasa khas produk. Kondisi saling menguntungkan ini menjadikan kekerabatan diantara mereka menjadi kuat.

### **KESIMPULAN**

Hasil pengamatan yang dilakukan berdampak pada pembahasan penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Modal sosial yang terbentuk di Paguyuban Sate Ayam Setono dimulai dari keluarga, karena usaha yang dilakukan adalah usaha warisan dari orang tua. Modal sosial tumbuh seiring dengan rasa kebersamaan dan rasa saling percaya diantara mereka. Modal sosial juga berkembang melalui koperasi yang menaungi mereka dan balai latihan kerja yang memberikan mereka ketrampilan tambahan. Peran modal sosial yang ditemukan pada paguyuban sate ayam Setono Ponorogo karena adanya bentuk jaringan informal dari jaringan kekeluargaan dan pertemanan, kemudian jaringan formal kaitannya kerja sama paguyuban dengan pemerintah desa maupun kabupaten. Jaringan ini berperan pada proses distribusi dan

---

<sup>25</sup> Pak Indra (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023

<sup>26</sup> Pak Suli (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023

pemasaran produk sate ayam yang diberikan branding produk saat pameran, selain itu juga berperan dalam pengembangan usahanya yang telah diciptakan model kepercayaan dapat dibangun dengan keajegan kualitas produk dengan menguatkan cita rasa dan ketepatan dalam pemenuhan pesanan. Sedangkan dengan kerabat, tetangga yang dilakukan dengan mengajak untuk berfikir memecahkan masalah yang sedang mereka hadapi. Dari sini lah muncul norma dapat nilai-nilai budaya dan kearifan lokal masyarakat sebagai sarana yang efektif untuk menumbuh kembangkan aturan tidak tertulis yang mengatur kehidupan bersosialisasi yang berperilaku solidaritas yang dapat menciptakan rasa memiliki, rasa bangga, dan rasa loyalitas kepada tempat mereka bekerja. Perlu dilestarikan budaya gotong royong merupakan bentuk dalam membangun sebuah kerjasama yang menguntungkan diantara karyawan, kerabat dan mempercepat proses produksi sate ayam dalam pemenuhan pemesanan dengan memberikan bagian dari hasil kerja sama

## REFERENCES

- Fajar, Mukti *UMKM Di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- K Aloysius Ganis, Indra "Analisis Komunkasi Pedagang Pasar Klithikan Pakuncen Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Beli dan Kepercayaan Konsumen" Yogyakarta, UPN Veteran Yogyakarta, 2012
- Analia, Devi dkk, "Modal Sosial Upaya Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kota Padang Sumatera Barat," *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 3, no. 1 (2019).
- Arma Subagyo, Ridwan dan Martinus Legowo, "Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Purwosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro," *Jurnal Unesa* 1, no. 1 (2012).
- Bachtiar Rifai, "Efektifitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," *Sosio Humaniora* vol 4, no. 1 (2012).
- La Ola, Taane dan Nur Isiyana Wianti, "Bridging and Bounding Social Capital: Social Interaction Analysis of Islets Islanders in Wakatobi Marine National Park," *Jurnal Sosiologi Pedesaan* 8, no. 1 (2020).
- Mahmud, Dzulfikar dan Aminah Swarnawati. "Pola Jaringan Komunikasi Organisasi Pada Havara Organizer PT Havara Ruhama Ramadhani di Tangerang Selatan," *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 1 (2020).
- Rapini, Titi. "Eksistensi Industri Sate Ayam Ponorogo dan Peran Anggota Keluarga Dalam Menjalankan Bisnis Keluarga," *Jurnal Ekuilibrium* 1, no. 2 (2015).
- Ubaidillah, Hasan "Analisa Pengaruh Modal sosial terhadap Organizational Citizenship Behaviors Dengan Mediasi Kepercayaan pada Manajemen," *Jurnal Wahana Universitas PGRI Adi Buana* 68, no. 1 (2017).
- Observasi Lapangan, 14 Nopember 2023
- Wakil Ketua Paguyuban, Observasi, 12 Nopember 2023
- Pak Indra (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023
- Pak Sugeng (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023.
- Pak Anto (Pengurus Paguyuban), Wawancara, 13 Nopember 2023
- Pak Bambang (Pengurus Paguyuban), 13 Nopember 2023
- Pak Iwan (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023
- Pak Iwan (Pedagang Sate), Wawancara 13 Nopember 2023
- Pak Suli (Pedagang Sate), Wawancara, 13 Nopember 2023