

SKRIPSI

**PENERAPAN *SOCIOPRENEURSHIP* DALAM
MENGEMBANGKAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI
KABUPATEN ACEH JAYA**



Disusun Oleh:

**M. ILHAM VARDIAN
NIM. 160604075**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Ilham Vardian
NIM : 160604075
Program studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan Plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin milik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data*
5. *Mengerjakan sendiri tugas ini dan mampu menanggung jawab atas karya ini.*

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 07 Oktober 2021

Penulis,



M. Ilham Vardian

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Penerapan *Sociopreneurship* dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya

Disusun Oleh:

M. Ilham Vardian
NIM. 160604075

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II,



Cut Elfida, S. HI., M.A.
NIDN. 2012128901

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 197204281999031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Penerapan *Sociopreneurship* dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya

M. Ilham Vardian
NIM. 160604075

Telah disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal : Jumat, 30 Juli 2021 M
10 Dzulhijjah 1442 H

Banda Aceh,
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua



Dr. Hafis Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Sekretaris



Cut Elfida, S. HI., M.A.
NIDN. 2012128901

Penguji I



Marwiyati, S. E., M.M
NIP. 197404172005012002

Penguji II



Yulindawati, S.E., M.M.
NIP. 197907132014112002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad, M. Ag.
NIP. 196403141992031003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Ilham Vardian
NIM : 160604075
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ilmu Ekonomi
E-mail : 160604075@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Penerapan *Sociopreneurship* dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 23 November 2022

Mengetahui:

Penulis,

M. Ilham Vardian
NIM. 160604075

Pembimbing I,

Dr. Hafas Furrani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II,

Cut Elfida, S. Hl., M.A.
NIDN. 2012128901

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* penulis menyampaikan puji beserta syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang telah menjadi tauladan bagi sekalian manusia dan alam semesta. Berkat rahmat dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Penerapan *Sociopreneurship* Dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya”, sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang tulus dan penghargaan yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Marwiyati, S. E., M.M, selaku Sekretaris Prodi, Penasehat Akademik serta Penguji I yang telah memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, M. Ag., Ph.D, selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
4. Dr. Hafas Furqani, M.Ec, selaku dosen Pembimbing I dan Cut Elfida, S.HI., M.A. selaku dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan serta tambahan ilmu dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Yulindawati, S. E., M.M., selaku Penguji II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen serta seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah memberi banyak pengetahuan dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Muhammad Haris (*Owner* UKM Portugis Kopi) dan Rizki Fadli (*Owner* Guritno) selaku *Sociopreneurship* sebagai pihak yang bersedia memberikan data, bantuan dan informasi guna penyelesaian tugas akhir ini.
8. Terimakasih yang tak terhingga kepada Ibu dan ayah yang telah menjadi orangtua terhebat, yang selama ini senantiasa memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian dan kasih sayang serta doa yang tiada habisnya.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016, terima kasih atas motivasi dan dorongan serta bantuan yang diberikan kepada penulis dan menemani sepanjang perjalanan penulis mulai dari pertama menjadi mahasiswa hingga selesainya skripsi ini, hal sedemikian merupakan sesuatu yang sangat bernilai bagi penulis.

10. Pihak-pihak lain yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

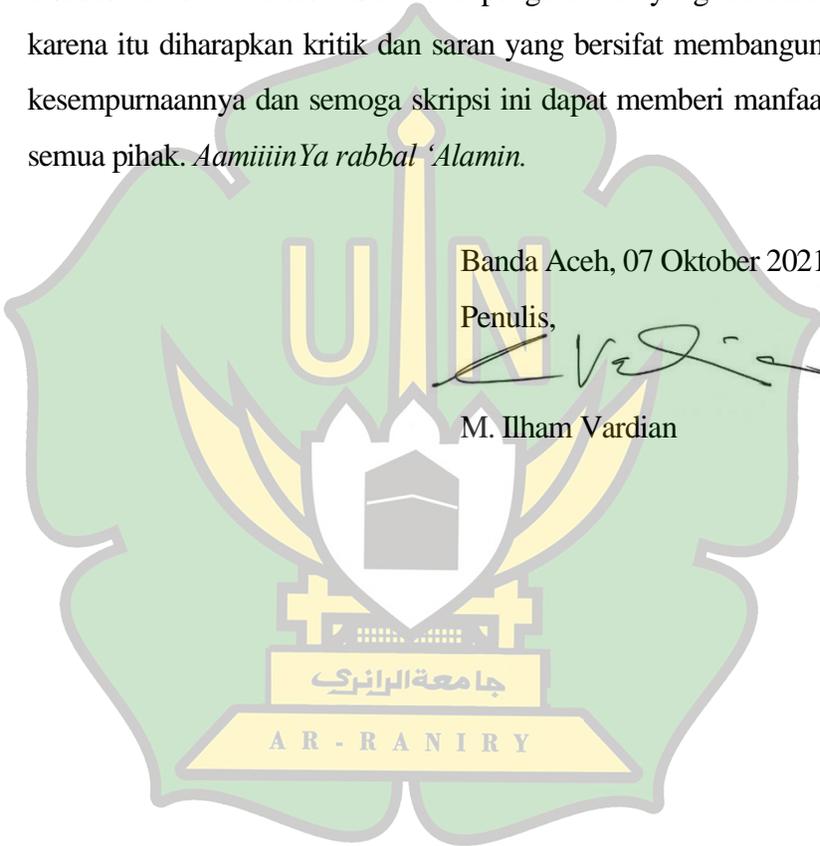
Penulisan skripsi ini telah diupayakan semaksimal mungkin, namun disadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaannya dan semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak. *Aamiin Ya rabbal 'Alamin.*

Banda Aceh, 07 Oktober 2021

Penulis,



M. Ilham Vardian



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	Ḥ
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y

15	ض	Ḍ			
----	---	---	--	--	--

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف: *kaifa*

هول : *hauula*

3. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

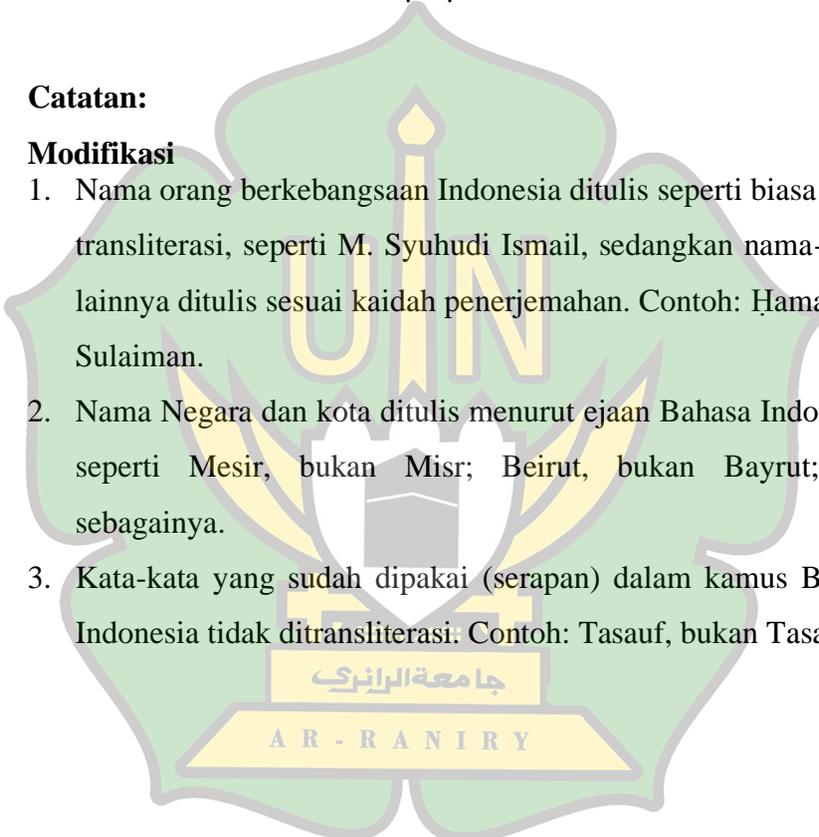
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi: Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : M. Ilham Vardian
NIM : 160604075
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ilmu Ekonomi
Judul : Penerapan *Sociopreneurship* Dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya
Pembimbing I : Dr. Hafas Furqani, M.Ec
Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI.,MA

Portugis Kopi dan Gurita Lamno (Guritno) merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Aceh Jaya yang menjalankan usaha dengan sistem *sociopreneurship*. Portugis Kopi merupakan UKM yang mengembangkan Petani kopi yang ada di daerah sekitarnya sementara UKM Guritno bekerja sama dengan Nelayan gurita dalam produksi gurita secara mentah maupun dibekukan. Kegiatan yang dilakukan oleh *sociopreneurship* tersebut merupakan alternatif dalam pemecahan masalah perekonomian sosial yang dihadapi masyarakat saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai penerapan *sociopreneurship* dan hambatan yang dihadapi serta strategi yang dilakukan *sociopreneurship* dalam mengembangkan UKM di Kabupaten Aceh Jaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Pengembangan UKM Portugis Kopi dan UKM Guritno oleh *sociopreneurship* dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan Petani kopi/nelayan dan *partner/investor*. Adapun yang menjadi hambatan dalam mengembangkan portugis kopi dan Guritno adalah kurangnya rasa kepercayaan, kurangnya keterbukaan dan cuaca buruk serta kekurangan bahan baku untuk produksi. Strategi yang dilakukan *sociopreneurship* dalam mengembangkan UKM di Kabupaten Aceh Jaya yaitu pertama dengan melakukan strategi pemasaran langsung (*direct marketing*), dan kedua strategi pemasaran tidak langsung (*indirect marketing*).

Kata Kunci : *Sociopreneurship, Pengembangan, Usaha Kecil dan Menengah, Aceh Jaya.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 <i>Sociopreneurship</i>	10
2.1.1 Pengertian <i>Sociopreneurship</i>	10
2.1.2 Karakteristik <i>Sociopreneurship</i>	13
2.1.3 Macam-Macam Bisnis Sosial.....	18
2.1.4 Penerapan <i>Sociopreneurship</i> dalam Pengembangan Usaha Secara Umum	19
2.2 Usaha Kecil dan Menengah.....	21
2.2.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah	21
2.2.2 Kriteria dan Kategori Usaha Kecil dan Menengah ..	22
2.2.3 Ciri dan Peran Usaha Kecil dan Menengah	25
2.2.4 Klasifikasi Usaha Kecil dan Menengah	26
2.3 Penelitian Terkait.....	26
2.4 Kerangka Pemikiran	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3 Sumber Data dan Teknik Perolehannya	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Teknik Analisis Data	39
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL	42
4.1 Gambaran Umum Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya	42
4.1.1 Gambaran Umum UKM Portugis Kopi	42
4.1.2 Gambaran Umum UKM Guritno	44
4.2 Penerapan <i>Sociopreneurship</i> pada Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya.....	46
4.2.1 Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah oleh Portugis Kopi	47
4.2.2 Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah oleh Guritno	51
4.3 Hambatan yang Dihadapi <i>Sociopreneurship</i> dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah Di Kabupaten Aceh Jaya	54
4.4 Strategi yang Dilakukan <i>Sociopreneurship</i> dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya	58
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Sociopreneurship yang mengembangkan UKM di Kabupaten Aceh Jaya	4
Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Portugis Kopi.....	44
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Guritno.....	46
Gambar 4.3 Alur Pengembangan Kopi Robusta Lamno Kecamatan Aceh Jaya	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Wawancara	67
Lampiran 2	Dokumentasi Dengan Owner Portugis Kopi, Karyawan Dan Petani	69
Lampiran 3	Dokumentasi Dengan Owner Guritno, Karyawan Dan Nelayan.....	72



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara berkembang terdapat banyak usaha yang bertumbuh di masyarakatnya dan pada umumnya tergolong sebagai usaha kecil dan menengah (UKM). Fakta ini menunjukkan bahwa UKM merupakan mayoritas kegiatan masyarakat yang memberikan kontribusi signifikan pada penciptaan pendapatan penduduknya. UKM merupakan sumber penting kesempatan kerja dan motor penggerak utama pembangunan ekonomi di daerah pedesaan. Oleh karena itu, UKM memiliki peranan strategis sebagai salah satu usaha yang memberikan kontribusi signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi (Jauhari, 2010: 160).

UKM berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja bagi jutaan masyarakat yang tidak tertampung di sektor formal dan mempunyai kontribusi terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB), serta sebagai sumber penghasilan devisa negara melalui ekspor berbagai jenis produk yang dihasilkan oleh sektor ini (Sulastri, 2016: 2). UKM adalah usaha kecil yang berskala “*one man enterprise*” (mandiri) yang memiliki antara 5-20 karyawan serta mempunyai kebebasan yang relatif lebih tinggi dalam memilih masuk dan keluar pasar dibandingkan dengan skala usaha yang lain (Sumantri dan Permana, 2017: 109).

Pada era globalisasi seperti saat ini, pelaku UKM yang bertindak sebagai seorang wirausaha membutuhkan begitu banyak

keterampilan untuk dapat menjalankan bisnis dengan sukses sehingga dapat mencegah optimalisasi *human capacity empowering* yang membuat UKM sulit untuk berkembang (Sumantri dan Permana, 2017: 126).

Salah satu daerah di Indonesia yang terdapat UKM adalah Kabupaten Aceh Jaya. UKM yang ada di kabupaten ini bergerak di berbagai bidang terutama mencakup bisnis pertanian maupun kelautan. Permasalahan utama yang dihadapi oleh UKM di daerah ini dalam mengembangkan usahanya adalah kendala modal usaha, strategi *marketing*, dan juga akses teknologi digital. akibat permasalahan itu, maka pada hakikatnya banyak UKM yang tidak mampu mencapai target penjualan sehingga menyebabkan usahanya merugi bahkan sampai dengan dinyatakan bangkrut. Oleh karena permasalahan itu, saat ini telah terdapat wirausaha yang bertindak sebagai *sociopreneurship* yang membantu masyarakat di daerah itu.

Sociopreneurship ialah kewirausahaan berbasis sosial yang mempunyai kemampuan menggerakkan masyarakat untuk meningkatkan kemampuannya agar dapat berdaya saing. *Sociopreneurship* merupakan seseorang yang memiliki solusi inovasi untuk masyarakat dalam menghadapi permasalahan sosial, berambisi dan gigih, menangkap isu-isu sosial, dan menyediakan ide dalam skala luas untuk melakukan perubahan, terutama meliputi bidang kesejahteraan, pendidikan, dan kesehatan. *Sociopreneurship* bertindak sebagai agen perubahan bagi

masyarakat, mengambil inisiatif atas peluang yang belum tertangkap dan meningkatkan sistem, menemukan pendekatan baru, dan menciptakan solusi terhadap perubahan masyarakat dengan lebih baik (Rabbani Dkk, 2014: 8).

Sociopreneurship merupakan solusi perubahan yang dapat merubah nilai-nilai sosial sehingga menjadi peluang untuk dapat diperbaiki kedepannya dengan menjalankan cita-cita program untuk menjadikan tatanan kondisi sosial yang kondusif dan sama rata melalui adanya misi sosial yang diterapkan dibalik peluang usaha yang teramat. *Sociopreneurship* merupakan bentuk dari analisa suatu proses untuk mengidentifikasi masalah-masalah sosial melalui kegiatan kewirausahaan agar mampu merubah, memperbaiki dan mengendalikan kondisi sosial demi mampu mencapai perubahan sosial seperti yang diharapkan (Nurfaqih dan Fahmi, 2018: 4).

Oleh karena itu, *sociopreneurship* sebagai wirausaha sosial menjadi fenomena yang sangat menarik dikarenakan perbedaan-perbedaannya dengan wirausaha konvensional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan serta signifikansinya terhadap kehidupan masyarakat. Austin Stevenson dan Wei-Skillern berpendapat bahwa pengusaha sosial mempunyai tujuan utama dalam hidupnya hanya untuk melayani kebutuhan dasar masyarakat (Latief, 2017: 127).

Aktivitas sebagai *sociopreneurship* bukan sebuah aktivitas yang mudah dijalani dan diterjuni, melainkan perlu didefinisikan,

didalami dan dikembangkan. Diperlukan usaha keras untuk membuat aktivitas kewirausahaan sosial berjalan dan membawa manfaat. Seorang *sociopreneurship*, agar dapat menyukkseskan aktivitas kewirausahaan sosial, perlu menginvestasikan waktu, energi dan bahkan uangnya.

Berdasarkan hal itu, berikut adalah daftar *Sociopreneurship* yang mengembangkan UKM di Kabupaten Aceh Jaya:

Tabel 1.1
Daftar *Sociopreneurship* yang mengembangkan UKM di Kabupaten Aceh Jaya

No	Nama <i>SociopreneurShip</i>	Jumlah Karyawan	Jumlah Masyarakat yang dibantu	Kegiatan
1.	UKM Portugis Kopi	5 orang	5 orang petani kopi	Mengembangkan Petani kopi yang ada di daerah sekitarnya dengan membeli langsung biji kopi pada petani (tanpa perantara pihak ke tiga)
2.	UKM Guritno (Gurita Lamno)	8 orang	7 orang Nelayan gurita	Bekerja sama dengan Nelayan gurita dalam produksi untuk menjual gurita secara mentah maupun dibekukan agar lebih awet

Sumber: Data langsung dari pemilik Portugis Kopi (Muhammad Haris) dan pemilik Guritno (Rizki Fadli)

Sejauh ini, dengan adanya penerapan *sociopreneurship* di UKM Guritno (Gurita Lamno) dan UKM Portugis Kopi telah

memberikan dampak yang cukup besar bagi masyarakat di sekitarnya. Seperti yang tertera di dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 5 (lima) orang karyawan dan 5 orang petani yang telah di bantu oleh *sociopreneurship* dari Portugis Kopi dan 8 (delapan) orang karyawan serta 7 (tujuh) orang Nelayan yang terdapat di Kabupaten Aceh Jaya yang telah di bantu oleh *sociopreneurship* UKM Guritno dengan memberikan pekerjaan dan melakukan kerjasama secara langsung.

Kegiatan yang dilakukan oleh *sociopreneurship* di atas dengan bekerja sama membangun dan memberi arahan kepada petani dan nelayan dapat dianggap menjadi salah satu alternatif dalam pemecahan masalah perekonomian sosial. Hal ini dikarenakan banyak permasalahan yang dialami oleh petani kopi dan nelayan gurita dalam rangka produksi di Kabupaten Aceh Jaya hingga menyebabkan pemasukan masyarakat menjadi minim. Oleh karena itu, program pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan *sociopreneurship* yang dilakukan oleh pihak Guritno dan Portugis kopi dianggap sangat relevan untuk mengatasi permasalahan masyarakat yang ada disekitarnya terutama berkaitan dengan pemberian kesempatan kerja pada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis bermaksud membahas, meneliti dan mengkaji mengenai pengembangan UKM oleh *sociopreneurship*. Oleh karena itu dalam penulisan skripsi ini, penulis mengangkat judul mengenai

“Penerapan *Sociopreneurship* dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan *sociopreneurship* pada pengembangan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Jaya?
2. Apakah hambatan yang dihadapi *sociopreneurship* dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Jaya?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan *sociopreneurship* dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mengenai penerapan *sociopreneurship* pada pengembangan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Jaya
2. Untuk mengetahui mengenai hambatan yang dihadapi oleh *sociopreneurship* dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Jaya

3. Untuk mengetahui mengenai strategi yang dilakukan *sociopreneurship* dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Jaya

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teori akademik
 - a. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai karya tulis ilmiah yang memperkaya wawasan pengetahuan dalam bidang penerapan *sociopreneurship* dalam UKM.
 - b. Dapat disajikan pula sebagai suatu usaha atau media untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh penyusunan di bangku perkuliahan sehingga dapat dilakukan untuk menganalisis dan menyelesaikan masalah-masalah nyata, sebagai ilmu untuk terjun ke dunia kerja.
 - c. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan menjadi referensi ilmiah untuk penelitian lain yang berkaitan
2. Secara praktik
 - a. Bagi UKM, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan, menyediakan informasi yang benar dan menjadi

salah satu pilihan referensi untuk pengambilan keputusan dan peningkatan usaha pada masa yang akan datang.

- d. Bagi *sociopreneurship*, dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengembangan UKM.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan awal dari penulisan skripsi yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap tinjauan pustaka yang memuat landasan teori, kerangka berfikir, serta penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat uraian tentang jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data dan teknik perolehannya, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data

BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL

Bab ini membahas secara lebih mendalam tentang menguraikan pengolahan data dengan alat analisis yang diperlukan, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang berisi kesimpulan dari penerapan *sociopreneurship* pada usaha kecil dan menengah di Aceh Jaya dan hambatan yang dihadapi *sociopreneurship* dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah di Aceh Jaya



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 *Sociopreneurship*

2.1.1 Pengertian *Sociopreneurship*

Sociopreneurship berasal dari kata *socio* yaitu sosial dan *preneur* wirausaha. Praszquier, Nowak, dan Zablocka dalam (Anas, 2019: 71) mendefinisikan *sociopreneurship* sebagai individu yang mampu melakukan perubahan sosial dalam skala makro melalui keterlibatan dalam masyarakat. seseorang yang melakukan usaha atau bisnis yang berorientasi pada tujuan-tujuan sosial. Selanjutnya Martin dan Osberg menambahkan bahwa *sociopreneurship* berbeda dari aktivis sosial, efek perubahan sosial dari seorang *sociopreneurship* bersifat jangka panjang, stabil, dan mendalam, sementara aktivis sosial hanya berjuang di tingkat permukaan.

Sociopreneurship merupakan orang yang memiliki solusi inovasi untuk masyarakat dalam menghadapi permasalahan sosial, berambisi dan gigih, menangkap isu-isu sosial, dan menyediakan ide dalam skala luas untuk melakukan perubahan, terutama meliputi bidang kesejahteraan, pendidikan, dan kesehatan. Sebagaimana *entrepreneur* menghadapi bisnis, *sociopreneurship* bertindak sebagai agen perubahan bagi masyarakat, mengambil inisiatif atas peluang yang belum tertangkap dan meningkatkan sistem, menemukan pendekatan baru, dan menciptakan solusi terhadap perubahan masyarakat dengan lebih baik (Rabbani Dkk, 2014: 8).

Bill Drytone mengemukakan bahwa ada 2 (dua) kunci utama yang harus dihadirkan dalam kegiatan *sociopreneurship*. Pertama, adanya pembaruan dan inovasi sosial dari pelaku kegiatan *sociopreneurship*. Hal ini digunakan untuk membentuk penggerak agar mampu mengubah sistem dan tatanan sosial yang ada pada masyarakat. Kedua, adanya individu dengan visi yang kuat, kreatif, berjiwa wirausaha dan memiliki etika yang baik dalam menjalankan gagasannya. Kunci utamanya, yaitu pada bentuk inovasi sosial yang menerapkan adanya sikap seorang usahawan untuk mencari kesempatan dan peluang serta menemukan hal baru, melakukan pendekatan disertai mencari solusi terhadap lingkungan untuk menjadikannya lebih baik (Nurfaqih dan Fahmi, 2018: 4).

Hulgard merangkum definisi *sociopreneurship* secara lebih komprehensif yaitu sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. *Sociopreneurship* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* nya untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama mencakup bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (*healthcare*) (Sofia, 2015: 5).

Sociopreneurship meliputi berbagai aktivitas dan proses yang dilakukan untuk menggali, menentukan dan mengeksploitasi peluang-peluang dalam rangka meningkatkan kesejahteraan sosial

melalui penciptaan usaha baru maupun mengelola organisasi yang sudah ada secara inovatif (www.ocw.upj.ac.id).

Menurut Pepin *sociopreneurship* atau *social enterprise* adalah *a social enterprise is an organisation which is involved in enterprising activities for social aims, with social ownership and democratic principals at its core*. Selanjutnya Social Enterprise Coalition menyatakan bahwa *social enterprise distinctive because their social or environmental purpose is central to what they do. Rather than maximising shareholder value their main aim is to generate profit to further their social and environment goals*. Berdasarkan uraian tersebut, *social enterprise* adalah sebuah lembaga yang bergerak dengan tujuan sosial namun dalam operasionalnya menggunakan prinsip dan aplikasi bisnis (Wibowo dan Nulhaqim, 2015: 60).

Sociopreneurship adalah agen perubahan (*change agent*) yang mampu untuk melaksanakan cita-cita mengubah dan memperbaiki nilai-nilai sosial dan menjadi penemu berbagai peluang untuk melakukan perbaikan. Seorang *sociopreneurship* selalu melibatkan diri dalam proses inovasi, adaptasi, pembelajaran yang terus menerus bertindak tanpa menghiraukan berbagai hambatan atau keterbatasan yang dihadapinya dan memiliki akuntabilitas dalam mempertanggungjawabkan hasil yang dicapainya, kepada masyarakat (Sofia, 2015: 5).

2.1.2 Karakteristik *Sociopreneurship*

1. Karakteristik *Sociopreneurship* Secara Umum

Terdapat 14 (empat belas) karakteristik *sociopreneurship* yaitu sebagai berikut: (www.usahasosial.com).

a. Memiliki Misi dan Kepedulian Sosial yang Kuat

Kepedulian terhadap masalah yang ada di masyarakat (misi sosial) merupakan hal yang membedakan *sociopreneurship* dengan bisnis lain. Kepedulian sosial menentukan seberapa besar dedikasi yang akan diberikan untuk usaha sebuah usaha sosial.

b. Memiliki Minat yang Sejalan dengan Misi

Usaha Sosial berupa komitmen dan dedikasi seorang *sociopreneurship* juga dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap masalah sosial yang diangkat serta minat untuk menjalankan usaha sosial. Kendati usaha sosial berbeda dengan bisnis pada umumnya, namun seorang *sociopreneur* juga dapat melakukan berbagai pekerjaan yang juga dilakukan oleh bisnis lain.

c. Yakin dengan pilihan untuk Menjadi *Sociopreneurship* Dibandingkan Pekerjaan Lainnya

Mendirikan usaha sosial butuh komitmen dan dedikasi yang membuat seseorang harus mengorbankan waktu, tenaga dan seringkali pekerjaan serta mimpi-mimpi yang lain. Karena itu, seseorang harus yakin mengenai jangka waktu yang tepat dalam hidup untuk menjadi seorang *sociopreneurship*.

d. Siap Bekerja Keras Membangun Usaha Sosial dengan Segala Keterbatasan

Seringkali usaha sosial mengalami permasalahan terutama di masa awal pendiriannya. Seperti ditolak oleh investor, mitra potensial atau mengalami masalah legal yang membuat usaha sosial mengalami permasalahan sehingga dibutuhkan komitmen, dedikasi dan kesiapan untuk bekerja keras demi sebuah usaha sosial.

e. Memahami kondisi dan Kemampuan yang Dimiliki Oleh Usaha Sosial Sebagai Sebuah Bisnis

Meskipun berbeda dengan usaha pada umumnya, *sociopreneurship* tetap akan melakukan aktivitas bisnis agar bisa memberikan manfaat kepada masyarakat. Karena itu, seorang *sociopreneurship* harus memahami usaha sosial yang akan dijalankannya mulai dari model bisnis, pendanaan, serta kompetitor yang dihadapi.

f. Berani Menilai dengan Jujur Kemampuan yang Dimiliki Usaha Sosial yang akan dijalankan

Seorang *sociopreneurship* harus bersikap objektif dan realistis ketika menentukan ukuran pasar yang menjadi target, serta mempunyai kesiapan menghadapi kompetitor, dan memiliki kelebihan yang ditawarkan oleh produksinya.

g. Memiliki Kemampuan untuk Berpikir Layaknya Seorang Wirausahawan

Keunikan dari *sociopreneurship* terletak pada kepeduliannya terhadap masalah sosial dan kepercayaannya untuk menyelesaikan

masalah dengan mendirikan sebuah usaha. Misi sosial yang dimiliki bisa menjadi keunggulan usaha sosial untuk mendapatkan investasi bagi usaha yang akan dijalankan.

h. Memiliki Kemampuan Mengorganisasi dan Mengatur Pekerjaan di Usaha Sosial

Seorang *sociopreneurship* harus bisa memberikan arahan kepada bimbingannya bagaimana cara mengurus pekerjaan yang dipercayakan kepadanya. Untuk melakukan hal tersebut, seorang *sociopreneurship* dituntut memiliki kemampuan menentukan prioritas, membagi-bagi pekerjaan hingga mengevaluasi apa yang telah dikerjakan.

Kemampuan mengorganisasi dan mengatur pekerjaan dapat dikatakan juga sebagai manajemen pekerjaan yang pada dasarnya adalah kegiatan untuk mengatur sumber daya seperti material, manusia, mesin dan peralatan, serta modal pendanaan dengan melalui bantuan orang lain, untuk mencapai tujuan tertentu (Maryanti, 2017).

i. Gemar Mempelajari Hal-Hal Baru

Seiring berkembangnya sebuah usaha sosial akan muncul berbagai masalah serta tantangan baru setiap harinya. Hal ini menuntut seorang *sociopreneurship* untuk terus belajar, baik dari segi pengalaman yang telah dilalui, cerita dari orang lain, maupun berbagai pengetahuan dan keahlian yang dulunya belum dikuasai sehingga usaha sosial yang dijalankan akan terus berjalan dan tidak tertinggal.

j. Kreatif dalam Memecahkan Masalah

Seorang *sociopreneurship* akan dihadapkan pada permasalahan yang sulit. Apalagi dengan sumber daya yang dimiliki sangat terbatas sehingga membuat ruang gerak untuk menyelesaikan masalah menjadi tidak banyak. Oleh karena itu, seorang *sociopreneurship* harus bisa memberikan ide dan inovasi untuk memecahkan masalah itu.

k. Mampu Melakukan Perubahan Guna Mencapai Misi Usaha Sosial

Sociopreneurship harus memiliki keberanian untuk melakukan perubahan demi mewujudkan ide yang akan dijalankan untuk mengembangkan usaha. Selain itu seorang *sociopreneurship* harus memiliki ide-ide original dan unik yang membuat usahanya berbeda dari usaha yang lain sehingga segala visi dan misi usaha dapat tercapai.

l. Berani Mengambil Risiko dalam Pengambilan Keputusan

Banyak orang tidak mau melakukan perubahan karena tidak ingin mengambil risiko dan takut membuat kesalahan. Oleh sebab itu, *sociopreneurship* harus memiliki jiwa pengambil risiko yang diimbangi dengan kemampuan untuk menghitung besarnya risiko yang akan dihadapi.

- m. Menjadi Sosok yang Inspiratif dan Dapat Dipercaya Guna Menarik Orang-Orang Bertalenta Bekerja untuk Usaha Sosial yang Dijalankan

Sebagai wirausahawan sosial, *sociopreneurship* harus memiliki kemampuan memimpin dan menginspirasi orang lain untuk dapat membuat orang lain tertarik dengan ide-ide yang ditawarkan sehingga orang-orang yang bertalenta mau bergabung dan bekerja sama.

- n. Pandai Berkomunikasi dengan Orang-Orang dari Berbagai Latar Belakang

Sociopreneurship perlu memiliki kemampuan memengaruhi orang lain guna mendukung misi sosialnya, mulai dari *investor*, rekan usaha, konsumen maupun komunitas yang ingin dibantu. Latar belakang orang-orang yang sangat bervariasi membuat *sociopreneurship* harus melakukan pendekatan yang berbeda untuk berkomunikasi dan membina hubungan dengan mereka.

2. Karakteristik *Sociopreneurship* Menurut Ahli

Alter dalam (Wibowo dan Nulhaqim, 2015: 61) menyatakan karakteristik *sociopreneurship* adalah sebagai berikut :

- a. Mempunyai tujuan sosial untuk mencapai/membuat dampak dan perubahan sosial atau mencegah kegagalan pasar
- b. Pendekatan *enterprise* menggunakan teknik/mesin bisnis, kewirausahaan, inovasi, pendekatan pasar, orientasi

strategi, disiplin dan determinasi dari bisnis profit (yang menghasilkan uang)

- c. Kepemilikan sosial, dengan fokus pada pelayanan barang dan jasa kepada publik, walaupun tidak harus disertai dengan legalisasi badan hukum.

2.1.3 Macam-Macam Bisnis Sosial

Macam-macam bisnis sosial adalah sebagai berikut: (www.dbs.com).

1. *Community-Based Social Enterprise*

Sesuai dengan konsepnya, bisnis sosial berbasis masyarakat atau *community-based social enterprise* memiliki konsentrasi pada kebutuhan komunitasnya sendiri. Jika organisasi pada umumnya memiliki struktur yang terasa kaku, pada bisnis sosial yang satu ini akan lebih merasa dekat secara personal layaknya keluarga karena pemberdayaannya yang bersifat *self-empowerment* yang memiliki tujuan bisnis untuk meningkatkan kehidupan masyarakat. Umumnya, bisnis sosial ini dapat ditemui dalam bentuk koperasi.

2. *Not for Profit Social Enterprise*

Berbeda dari yang sebelumnya, tipe bisnis sosial yang kedua ini fokusnya ditujukan kepada pemberdayaan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari motivasi pendirian wirausaha jenis ini berasal dari kepedulian demi mengatasi suatu masalah dalam masyarakat dengan ruang lingkup yang lebih luas. Tentu, hal ini menuntut organisasi untuk menciptakan transformasi yang nyata pada

masyarakat. Untuk itu, dibutuhkan pengelolaan yang lebih profesional dengan tenaga kerja yang kompeten dalam mengelola bisnis sosial jenis ini.

3. *Hybrid Social Enterprise*

Pada bisnis sosial ini, orientasi memang ditargetkan pada kesinambungan dan pengembangan atau *sustainable development*. Tapi bukan itu saja, sumber dana yang digunakan untuk mendukung bisnis sosial campuran ini juga lebih beragam dan cenderung seimbang, mulai dari dana sosial, semi komersial, hingga komersial.

4. *Profit For Benefit Social Enterprise*

Bisnis sosial ini memiliki ciri khas dengan target organisasi paling luas. Karena 3 (tiga) elemen penargetannya, yaitu kelancaran, pembangunan, dan pertumbuhan menjadi dasar agar organisasi dapat menjadi sepenuhnya mandiri tanpa memiliki ketergantungan terhadap individu atau lembaga donatur. Tak heran, skala bisnis wirausaha ini terbilang besar.

2.1.4 Penerapan *Sociopreneurship* dalam Pengembangan Usaha Secara Umum

Sociopreneurship adalah pilihan solusi di masyarakat untuk menyelesaikan masalah sosial melalui pendekatan wirausaha. *Sociopreneurship* ini bertujuan untuk membangun dan membantu masyarakat, terutama masyarakat pedesaan yang tidak mengetahui cara memulai dan memproduksi suatu usaha yang akan dijalankan. Seorang *sociopreneurship* harus mempunyai kemampuan berpikir

seperti HOTS (*high order thinking skill*) sehingga bisa mengatasi permasalahan usaha dari berbagai sudut pandang.

Sociopreneurship adalah bagian dari upaya melakukan perubahan di masyarakat (*agent of change*). Dalam bertindak sebagai wirausaha sosial *sociopreneurship* harus berperan aktif dalam masyarakat dengan menerapkan proses perencanaan yang mengacu pada hal-hal sebagai berikut: (www.identitasunhas.com)

1. Kondisi.

Sociopreneurship harus memahami kondisi masyarakat yang menjadi obyek kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Mendefinisikan masalah dengan sejelas-jelasnya, karena memahami masalah adalah bagian dari menghasilkan solusi.

2. Elaborasi.

Sociopreneurship harus mampu melakukan elaborasi potensi yang bisa digali di masyarakat dan sekitarnya. Galian potensi yang sekaligus bisa menjadi potensi menyelesaikan masalah. Sehingga potensi-potensi dan kemampuan masyarakat menjadi lebih meningkat.

3. Program.

Sociopreneurship dalam mengembangkan usaha harus menyusun program bersama dengan masyarakat dan stakeholders (pemerintahan desa, komunitas, akademisi, dan lain-lain) yang berguna bagi perkembangan usahanya sendiri, sehingga permasalahan perekonomian masyarakat yang ada disekitarnya dapat teratasi.

4. Optimalisasi.

Optimalisasi yaitu menyusun tujuan-tujuan berjangka ke depan untuk bisa mengoptimalkan potensi dan jaringan yang ada serta menyusun program-program yang tertata untuk mewujudkannya.

2.2 Usaha Kecil dan Menengah

2.2.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Usaha kecil dan menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri (Sulastri, 2015: 12). Singapura mendefinisikan UKM sebagai usaha yang memiliki minimal 30% pemegang saham lokal serta aset produktif tetap (*fixed productive asset*) di bawah SG \$ 15 juta. Berbeda dengan Malaysia, yang menetapkan definisi UKM sebagai usaha yang memiliki jumlah karyawan yang bekerja penuh (*full time worker*) kurang dari 75 orang atau yang modal pemegang sahamnya kurang dari M \$ 2,5 juta (Maryanti, 2017: 26).

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, menyebutkan beberapa definisi dari usaha kecil dan menengah yaitu:

1. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

2. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2.2.2 Kriteria dan Kategori Usaha Kecil dan Menengah

1. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah

Berikut ini adalah kategori usaha kecil dan menengah:

(Sumantri dan Permana, 2017: 54)

a. Kriteria Usaha Kecil

Adapun yang menjadi kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan

paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- 3) Milik warga negara Indonesia (WNI)
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki. dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
- 5) Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi

b. Kriteria Usaha Menengah

Adapun yang menjadi kriteria dari usaha menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2. Kategori Usaha Kecil dan Menengah

Adapun yang menjadi kategori bisnis usaha kecil dan menengah adalah sebagai berikut: (Sulastri, 2016: 59)

a. *Creator* (Memproduksi Barang)

Model usaha berupa *creator* adalah memanfaatkan pengetahuan, skill, dan passion yang dimiliki untuk menciptakan sebuah produk yang potensial untuk dipasarkan atau memang dibutuhkan oleh pasar.

b. *Consumer Servis* (Memberikan Pelayanan Jasa Bagi Konsumen)

Model usaha yang kedua adalah memberikan pelayanan jasa atau *consumer service* kepada para konsumen (baik konsumen individual maupun kelompok). Contohnya saja seperti peluang bisnis jasa laundry dan jasa catering, serta beragam jenis peluang bisnis jasa lainnya yang bisa dijalankan sesuai dengan skill yang dimiliki.

c. *Product Sales* (Penjualan Produk)

Model usaha yang ketiga yaitu berperan sebagai pemasar atau distributor barang-barang yang dibutuhkan para konsumen. Biasanya, model bisnis ini banyak dicari para konsumen, karena modal dan risikonya tidak terlalu besar serta keuntungan yang didapatkan juga cukup menjanjikan. Untuk model usaha semacam ini, bisa dilakukan melalui bisnis retail maupun menjadi reseller produk-produk *branded*.

d. *Business Servis* (Memenuhi Kebutuhan Pelaku Bisnis)

Selain membidik para *end user* (konsumen akhir), pelaku bisnis juga bisa memberikan pelayanan bagi para pelaku bisnis lain. Contohnya saja seperti membuka bisnis sablon plastik (untuk

kemasan produk), menjadi konsultan marketing bagi perusahaan-perusahaan besar dan lain sebagainya.

2.2.3 Ciri dan Peran Usaha Kecil dan Menengah

1. Ciri Usaha Kecil dan Menengah

Ada beberapa ciri dari usaha kecil menengah (UKM), yaitu sebagai berikut: (Nuari, tt: 4)

- a. Bahan baku mudah diperoleh
- b. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi
- c. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun
- d. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak
- e. Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor
- f. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

2. Peran Penting Usaha Kecil dan Menengah

Secara umum UKM dalam perekonomian nasional memiliki peran: (Nuari, tt: 4).

- a. Sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi,
- b. Penyedia lapangan kerja terbesar,
- c. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat,

- d. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta
- e. Kontribusinya terhadap neraca pembayaran.

2.2.4 Klasifikasi Usaha Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) macam yaitu:

1. *Livelihood activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small dynamic enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

2.3 Penelitian Terkait

Penelitian tentang penerapan *sociopreneurship* dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah telah dilakukan oleh beberapa peneliti, berikut di antaranya:

1. Kurniawan dan Parella (2018), dengan judul: *Sociopreneurship* Masyarakat Gusuran dalam Membangun Konsep Kampung Wisata Tematik Topeng Malangan. Hasil penelitian didapati

bahwa dari hasil interview dengan warga sekitar ditemukan bahwa *sociopreneurship* menjadi solusi bagi masyarakat yang pertama kali memulai usaha baru dan meninggalkan pekerjaan mereka sebagai pemulung, pengamen, dan pengemis. Namun *sociopreneurship* ini tidak hanya memberikan dampak baik. Beberapa orang pun merasa kesulitan dalam memulai usaha barunya. Bahkan, ada yang ingin kembali melakoni pekerjaan lamanya sebagai gelandangan dan pengemis. Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai peran *sociopreneurship* dalam membantu masyarakat sekitarnya sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan tempat penelitian.

2. Hartono, Destalia, dan Komarsyah (2018), dengan judul: Penerapan *Sociopreneur* Dalam Menghadapi Persaingan Pasar yang Ramah Lingkungan (Studi Pada Industri Tahu). Hasil penelitian didapati bahwa dengan adanya *sociopreneurship* maka banyak terdapat produsen tahu yang mempekerjakan masyarakat sekitar dalam memproduksi tahu, dan limbah cair yang dihasilkan oleh sentra tahu telah diolah menjadi Nata De Soya sehingga limbah mampu diminamilisir dan polusi udara pun semakin sedikit, sehingga produsen tahu mendapat kepercayaan dari masyarakat dan pelanggan. Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai peran *sociopreneurship* dalam mengembangkan UMKM sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

3. Hasanah (2018), dengan judul: Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui *Social Project Competition*. Hasil penelitian didapati bahwa kegiatan *social project* menjadi sangat penting dalam membangun kemandirian siswa. Hasil yang paling terlihat dari adanya kompetisi ini adalah meningkatnya pengetahuan masyarakat berkaitan dengan keterampilan sebagai modal untuk memperoleh nilai tambah sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Ajang kompetisi ini bisa menghasilkan *sociopreneurship* yang bisa mengubah masyarakat untuk hidup lebih baik dari segi pendidikan, kesehatan, maupun ekonomi. Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai peran *sociopreneurship* dalam membantu masyarakat sekitarnya sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan tempat penelitian.
4. Ariwibowo, Priyono dan Yulanda (2019), dengan judul: Penerapan *Sociopreneurship* dalam Pengembangan Kualitas Potensi Hidup Pada Anak Jalanan di Jakarta Timur. Hasil penelitian menemukan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Yayasan Anak Jalanan ERBE Kebon Kopi Jakarta Timur dalam bentuk “*The Innovative Product Of Kain Perca*” dan pengembangan karakter wirausaha melalui *sociopreneur concept* dapat dinilai sukses atau telah berhasil dilaksanakan dengan persentase perencanaan, hasilnya 91,66%; 95%, dan 87,5% dalam kategori sangat baik. Pengembangan

karakter wirausaha melalui *sociopreneur concept* sangat baik. Ini terbukti dari indikator kehadiran peserta yang mencapai 100% (seratus persen) dari jumlah peserta yang hadir. Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai peran *sociopreneurship* dalam membantu meningkatkan potensi hidup dan kemampuan masyarakat, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan tempat penelitian.

5. Mustikasari (2019), dengan judul: Strategi Pengembangan Usaha Berbasis *Sociopreneur* Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Waroeng Seni Banguntapan Bantul Yogyakarta Tahun 2018. Hasil penelitian didapati bahwa strategi pengembangan usaha berbasis *sociopreneurship* pada usaha mikro kecil dan menengah waroeng seni pada tahun 2018 sudah berjalan baik sedangkan peran yang dimiliki *sociopreneurship* pada UMKM itu memiliki manfaat bagi banyak orang yaitu dapat mengajak masyarakat desa dan pesantren untuk berkolaborasi dalam kegiatan usaha yang menghasilkan *income* yang akan dinikmati bersama. Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai peran *sociopreneurship* dalam mengembangkan UMKM sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

Berikut adalah daftar tabel mengenai penelitian terkait:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
Kurniawan dan Parela (2018).	<i>Sociopreneurship</i> Masyarakat Gusuran dalam Membangun Konsep Kampung Wisata Tematik Topeng Malangan.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Analisa dilakukan dengan observasi, wawancara.	Hasil <i>interview</i> dengan warga sekitar ditemukan bahwa <i>sociopreneurship</i> menjadi solusi bagi masyarakat yang pertama kali memulai usaha baru dan meninggalkan pekerjaan mereka sebagai pemulung, pengamen, dan pengemis. Namun <i>sociopreneurship</i> ini tidak hanya memberikan dampak baik, beberapa orang merasa kesulitan dalam memulai usaha barunya.
Hartono, Destalia, dan Komarsyah (2018).	Penerapan <i>Sociopreneurship</i> dalam Menghadapi Persaingan Pasar yang Ramah Lingkungan (Studi Pada	Penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) dengan metode deskriptif kualitatif, dengan	Dengan adanya <i>sociopreneurship</i> maka banyak terdapat produsen tahu yang mempekerjakan masyarakat sekitar dalam memproduksi

	Industri Tahu)	metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.	tahu, dan limbah cair yang dihasilkan oleh sentra tahu telah diolah menjadi Nata De Soya
Hasanah (2018).	Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui <i>Social Project Competition</i>	Deskriptif kualitatif sedangkan penentuan sampel dilakukan dengan metode <i>purposive random sampling</i> . Pengumpulan data menggunakan kombinasi pendekatan yang meliputi <i>survei, observasi, studi lapangan, dan interview</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pengembangan kewirausahaan sosial dilakukan dalam bentuk kompetisi dengan judul program <i>social project competition</i> . Hasil kompetisi diperoleh tiga pemenang yang memenuhi unsur <i>sociopreneurship</i> yaitu <i>social value, civil society, innovation, economic activity</i> . Adapun pemenang kompetisi adalah pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi pengolahan sampah popok di bantaran Kali

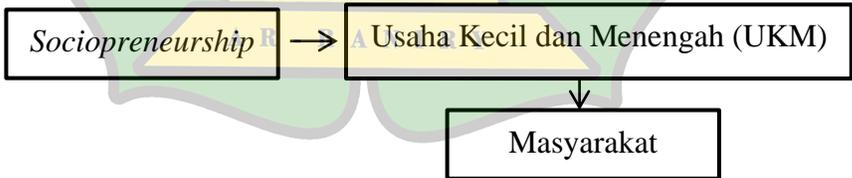
			Code, Mimpi Kita, dan Sukawa (Susu Kambing Etawa).
Ariwibowo, Priyono dan Yulanda (2019).	Penerapan <i>Sociopreneur s-hip</i> dalam Pengembangan Kualitas Potensi Hidup Pada Anak Jalanan di Jakarta Timur.	Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara dan <i>survey</i> dengan pihak terkait.	Hasil penelitian menemukan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Yayasan Anak Jalanan ERBE Kebon Kopi Jakarta Timur dalam bentuk “ <i>The Innovative Product Of Kain Perca</i> ” dapat dinilai sukses atau telah berhasil dilaksanakan dengan persentase perencanaan, hasilnya 91,66%; 95%, dan 87,5% dalam kategori sangat baik.
Mustikasari (2019).	Strategi Pengembangan Usaha Berbasis <i>Sociopreneur ship</i> Pada Usaha Mikro Kecil dan	Penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) dengan metode deskriptif kualitatif,	Strategi pengembangan usaha berbasis <i>sociopreneurship</i> pada usaha mikro kecil dan menengah waroeng seni

	Menengah Waroeng Seni Banguntapan Bantul Yogyakarta Tahun 2018	pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dan menyajikan data sesuai kapasitas masing-masing.	pada tahun 2018 sudah berjalan baik dan memberikan manfaat bagi sekitarnya.
--	--	--	---

2.4 Kerangka Pemikiran

Dari tinjauan pustaka dan beberapa landasan teori yang ada, maka berikut ini peneliti mengajukan kerangka pemikiran yang menggambarkan mengenai penerapan *sociopreneurship* dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Dari kerangka berfikir di atas dapat dilihat bahwa *sociopreneurship* selaku kewirausahaan berbasis sosial membantu memberikan sosialisasi, solusi dan peluang bagi usaha yang dijalankan oleh masyarakat. *Sociopreneurship* sebagai pelaku

UKM dalam membantu masyarakat akan terlebih dahulu memberikan pengetahuan, keterampilan dan keahlian bagi masyarakat yang ada disekitarnya untuk dapat mengembangkan diri.

Sociopreneurship akan mengembangkan kualitas dari pelaku usaha di masyarakat dengan bekerja sama untuk turut membantu dalam memproduksi hasil usaha. Kolaborasi dari *sociopreneurship* dengan masyarakat ini dapat dianggap sebagai sebuah usaha untuk dapat membantu perekonomian masyarakat yang ada disekitarnya dan yang paling utama bertindak sebagai agen perubahan bagi masyarakat, sehingga segala usaha yang dijalankan oleh masyarakat dapat terealisasi dengan baik.

Sociopreneurship dalam melaksanakan pengembangan kewirausahaan sosial akan memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengeksplor diri sehingga usaha yang akan atau sedang dijalankan oleh masyarakat dapat memotivasi masyarakat lain untuk melakukan hal yang sama dan meminimalisirkan adanya permasalahan produksi terhadap usaha masyarakat dan juga mempekerjakan masyarakat yang ada disekitarnya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang dilakukan dengan cara menelaah literatur kepustakaan, data resmi dari lembaga dan wawancara dengan pihak terkait dalam penelitian ini. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang menitik beratkan kegiatan penelitian ilmiahnya dengan jalan penguraian (*describing*) dan pemahaman (*understanding*) terhadap gejala-gejala sosial yang diamatinya. (Hardani dkk, 2020: 39).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis (Hardani dkk, 2020: 54).

Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan data-data serta fakta yang berhubungan dengan penerapan *sociopreneurship* dalam pengembangan UKM. Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk tulisan dan wawancara yang perlu adanya analisis secara mendalam. Dengan adanya pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat

lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian yaitu keseluruhan objek dimana terdapat beberapa narasumber atau informan yang dapat memberikan informasi tentang masalah yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian kualitatif subjek penelitian sering juga disebut dengan istilah informan. Informan adalah sebutan bagi sampel dari penelitian kualitatif. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian (Sugiyono, 2010: 216).

Adapun yang menjadi informan atau subjek penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. 1 (satu) orang *sociopreneurship* selaku pemilik Portugis Kopi
2. 1 (satu) orang *sociopreneurship* selaku pemilik Guritno (Gurita Lamno)
3. 2 (dua) orang Pekerja di Portugis Kopi
4. 2 (dua) orang Pekerja di Guritno
5. 2 (dua) orang Petani kopi di Kabupaten Aceh Jaya
6. 2 (dua) orang Nelayan Gurita di Kabupaten Aceh Jaya

Objek penelitian dapat berupa orang, benda, transaksi, atau kejadian (Hardani dkk, 2020: 303). Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah penerapan *sociopreneurship* dalam pengembangan UKM di Kabupaten Aceh Jaya.

3.3 Sumber Data dan Teknik Perolehannya

Sumber data adalah subjek dari mana data itu diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain yang berupa laporan, buku pedoman, atau pustaka (Hardani dkk, 2020: 247). Data ini dapat berupa data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya. Sumber data sekunder dapat berasal dari penelitian sebelumnya, lembaga pemerintah, swasta, dan lain sebagainya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang di dapatkan dari instansi terkait, dokumen, buku-buku/studi kepustakaan dan internet.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berwujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep. Dari segi teknik pengumpulan data penelitian kualitatif mengutamakan penggunaan wawancara dan observasi (Siyoto dan Sodik, 2015: 67).

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan

tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. Adapun instrumen dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara terstruktur, kemudian dalam penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan kepada informan tentang penerapan *sociopreneurship* pada UKM.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode ini lebih mudah dibandingkan dengan metode pengumpulan data yang lain. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Hardani dkk, 2020: 149).

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari dan memahami data atau bahan yang diperoleh dari berbagai literatur, serta mencatat teori-teori yang di dapat dari buku-buku, jurnal, artikel, majalah yang berkaitan dengan

pembahasan penelitian ini serta mengumpulkan data dari pemerintahan atau lembaga yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan dalam (Hardani dkk, 2020: 160) menyatakan bahwa *data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulateo increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others*. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis menurut Miles dan Huberman dalam (Hardani dkk, 2020: 163) dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Ketiga alur tersebut adalah:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data dalam penelitian kualitatif umumnya berupa narasi deskriptif kualitatif. Tidak ada analisis data secara statistik dalam penelitian kualitatif. Analisisnya bersifat naratif kualitatif, mencari kesamaan-kesamaan dan perbedaan-perbedaan informasi. Reduksi

data berlangsung secara terus menerus sepanjang penelitian belum diakhiri. Produk dari reduksi data adalah berupa ringkasan dari catatan lapangan, baik dari catatan awal, perluasan, maupun penambahan.

Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga simpulan-simpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data, data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara melalui seleksi ketat. Melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

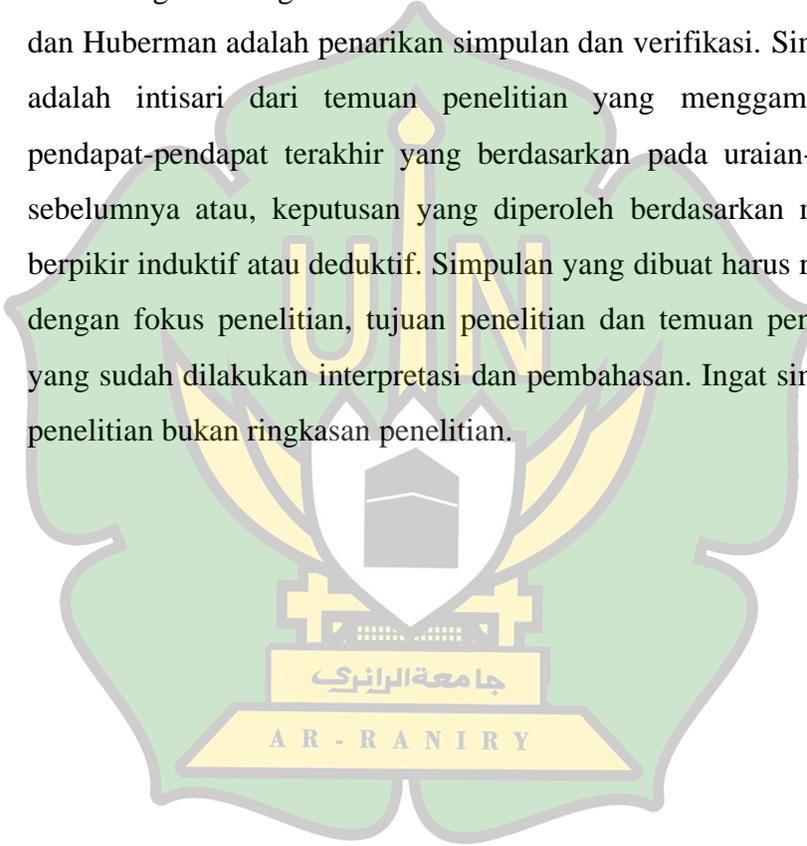
Penyajian yang dimaksud Miles dan Huberman, sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowcard* dan sejenisnya.

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya Dalam melakukan penyajian data tepat dan terukur ini memerlukan data-data yang akurat. Data sendiri merupakan sesuatu yang belum

mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Agar bisa mendapatkan data yang akurat dan terpercaya maka perlu memaksimalkan adanya pengumpulan data.

3. Penarikan kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dari analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Simpulan adalah intisari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat-pendapat terakhir yang berdasarkan pada uraian-uraian sebelumnya atau, keputusan yang diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif. Simpulan yang dibuat harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan penelitian dan temuan penelitian yang sudah dilakukan interpretasi dan pembahasan. Ingat simpulan penelitian bukan ringkasan penelitian.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL

4.1 Gambaran Umum Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya

Usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Jaya yang menjadi lokasi dan obyek penelitian ini adalah Portugis Kopi dan Guritno. Berikut adalah gambaran umum dari obyek penelitian tersebut:

4.1.1 Gambaran Umum UKM Portugis Kopi

1. Sejarah Singkat UKM Portugis Kopi

UKM Portugis Kopi didirikan untuk mengangkat kembali semangat para petani kopi Lamno dalam menghasilkan kopi robusta terbaik dunia setelah sejarah kelam Aceh yang panjang sehingga masyhurnya kopi robusta lamno tidak terdengar lagi. Kopi yang diolah berasal dari biji kopi terbaik yang langsung diambil dari petani kopi di Lamno. Nama UKM Portugis Kopi ini bisa memperkuat *brand* bahwasanya kopi ini dulu yang diminati oleh orang-orang Portugis, sehingga menjadi daya tarik para penikmat kopi.

Muhammad Haris selaku *owner* telah merintis usaha Portugis kopi sejak tahun 2019. Saat itu, belum ada usaha kopi kemasan, baik bubuk maupun siap minum yang diproduksi di Kabupaten Aceh Jaya. Di tahun pertamanya, kopi bubuk kemasan UKM Portugis Kopi dipasarkan di seputaran Kabupaten Aceh Jaya.

Perlahan, UKM Portugis Kopi mampu menembus pasar ke luar kabupaten pemekaran Aceh Barat tersebut.

2. Visi dan Misi UKM Portugis Kopi

a. Visi UKM Portugis Kopi

Visi dari UKM Portugis Kopi adalah menjadikan Portugis Kopi sebagai perusahaan kopi robusta pertama di Aceh Jaya dengan mengusung konsep *sociopreneurship* yang memberikan dampak langsung kepada para petani dan masyarakat setempat serta menjadi produsen terbesar kopi botol dan bubuk robusta di Provinsi Aceh

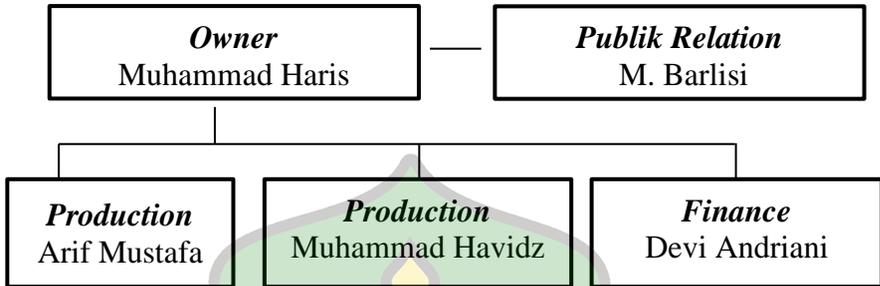
b. Misi UKM Portugis Kopi

Misi dari UKM Portugis Kopi adalah sebagai berikut:

- 1) Membuka lapangan pekerjaan untuk pemuda dan pemudi di Lamno Kabupaten Aceh Jaya
 - 2) Mensejahterakan petani kopi di Lamno
 - 3) Memperkenalkan kembali kopi robusta pada kalangan penikmat dan pencinta kopi
 - 4) Meningkatkan produktivitas kopi botol dan kopi bubuk robusta Lamno
 - 5) Membantu para petani untuk terus berinovasi dan melakukan terobosan jumlah produksi biji kopi
 - 6) Membuka *coffee shop* pertama di Lamno
- ### 3. Struktur Organisasi UKM Portugis Kopi

Struktur organisasi UKM Portugis Kopi adalah berdasarkan gambar di bawah ini:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Portugis Kopi



4.1.2 Gambaran Umum UKM Guritno

1. Sejarah Singkat UKM Guritno

Mengingat hasil laut Aceh, khususnya di Aceh Jaya sangat melimpah, khususnya gurita yang belum dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat sekitar, menyebabkan munculnya keinginan dari *owner* untuk dapat mengolah hasil laut ini menjadi makanan olahan yang beragam rasa. Selama ini gurita hanya diolah dengan cara diawetkan (dijemur) tetapi UKM Guritno ingin mengolah gurita menjadi makanan yang beragam, contohnya sate guritno, guritno rendang, bakso guritno, kerupuk guritno, guritno rendang jengkol dan yang lainnya sehingga bisa di jadikan kuliner khas Aceh. Karena itulah UKM Guritno yang didirikan pada tahun 2020 ini ingin mengembangkan usaha olahan gurita menjadi penggerak perekonomian masyarakat di Aceh, khususnya Aceh Jaya.

2. Visi dan Misi UKM Guritno

a. Visi UKM Guritno

Visi dari UKM Guritno adalah menjadikan Guritno sebagai makanan andalan kuliner di Provinsi Aceh bahkan hingga ditingkat Nasional maupun internasional.

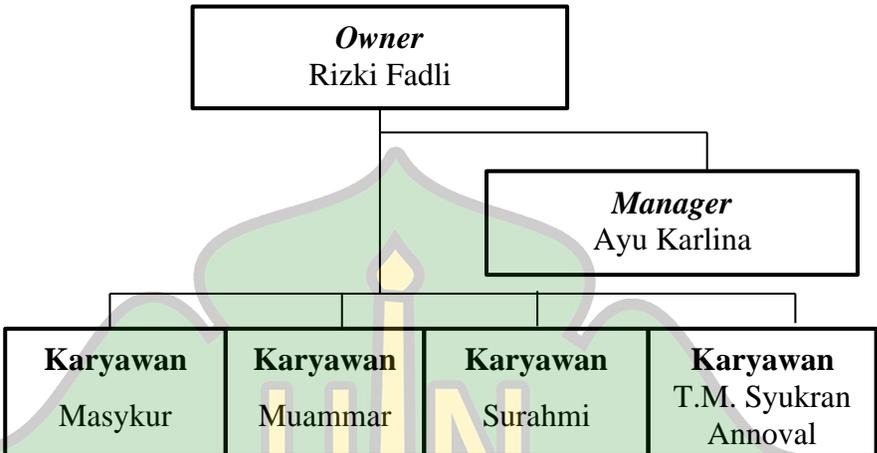
b. Misi UKM Guritno

Adapun yang menjadi misi dari UKM Guritno adalah:

- 1) Menciptakan lapangan kerja kepada pemuda kreatif dan inovatif
 - 2) Memproduksi Gurita menjadi makanan siap saji
 - 3) Melakukan inovasi pada produk gurita sehingga banyak produk yang dihasilkan
 - 4) Mengutamakan menjaga kualitas produk
 - 5) Bekerjasama dengan pemerintah dan pihak lainnya
 - 6) Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen
 - 7) Mempromosikan produk secara aktif di berbagai media sosial
- ### 3. Struktur Organisasi UKM Guritno

Struktur organisasi dari UKM Guritno dapat dilihat dalam daftar gambar sebagai berikut:

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Guritno



4.2 Penerapan *Sociopreneurship* pada Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya

Penerapan *sociopreneurship* dalam pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan sebuah strategi baru guna membantu masyarakat untuk dapat membuka dan meningkatkan suatu usaha. *Sociopreneurship* inilah yang akan membuka peluang dan kesempatan untuk masyarakat bekerjasama dalam memproduksi hasil dari usaha yang diperolehnya, yang dikarenakan oleh keterbatasan kemampuan dari pelaku usaha dalam memproduksi produk yang dihasilkan. hal inilah yang dilakukan oleh usaha kecil dan menengah (UKM) Portugis Kopi dan UKM Guritno yang terdapat di Kabupaten Aceh Jaya.

4.2.1 Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah oleh Portugis Kopi

Portugis Kopi merupakan usaha kecil dan menengah (UKM) yang di dalamnya terdapat *sociopreneurship* yang membantu masyarakat dalam memproduksi kopi robusta dari Lamno Kabupaten Aceh Jaya. *Sociopreneurship* di UKM ini bekerjasama dengan Petani di Lamno untuk meningkatkan kualitas dari kopi yang ditanam olehnya dengan mengedukasi langsung para Petani supaya kopi yang dihasilkan lebih bagus sehingga hasil produksi menjadi lebih maksimal dan memuaskan bagi banyak pihak.

UKM Portugis Kopi ini didirikan dengan modal awal sejumlah Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah). Modal awal ini memang relatif kecil dibandingkan dengan UKM lainnya, namun dengan modal tersebut dapat diperoleh keuntungan pertahun sejumlah Rp. 60.000.000,- (enam puluh juta rupiah). Dengan jumlah keuntungan yang didapatkan itu, masyarakat menilai *Sociopreneurship* dari Portugis Kopi telah membangkitkan semangat baru kepada masyarakat lainnya untuk membuka usahanya di Aceh Jaya terutama kepada pemula UKM.

Muhammad Haris selaku *sociopreneurship* di UKM Portugis Kopi menyatakan bahwa usaha yang dijalankan olehnya bukan hanya untuk pribadi tetapi juga untuk sosial dengan tujuan agar kopi robusta Lamno dapat menjadi lebih berkembang dan dikenal oleh kalangan luas sehingga dapat menyebabkan nilai jual kopi robusta Lamno menjadi lebih tinggi, dengan demikian

perekonomian petani dan masyarakat menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Arif Mustafa selaku Karyawan Produksi dari UKM Portugis Kopi menyatakan bahwa tingkat efisiensi pekerjaan yang dijalankan oleh *sociopreneurship* dalam menjalankan misi mengembangkan kopi robusta Lamno sejauh ini sudah sangat efektif, terutama menyangkut pengedukasian oleh *sociopreneurship* terhadap karyawan, petani kopi, dan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan sistem kerja yang dijalankan dengan melakukan *breefing* 1 (satu) hari sekali, evaluasi 1 (satu) minggu sekali, dan *upgrading* 1 (satu) bulan sekali terhadap seluruh karyawan serta lebih menjaga hubungan kekeluargaan dengan petani kopi dan masyarakat disekitarnya.

Muhammad Barlisi selaku *publik relation* sekaligus karyawan juga menyatakan bahwa sistem kerja di UKM Portugis kopi dilakukan setiap hari (*full day*) dengan jangka waktu kerja 6-8 jam perhari, namun setiap 2 (dua) minggu sekali setiap karyawan diberikan waktu untuk *refreshing*, hal ini dilakukan untuk mengatasi kelelahan fisik dan mental dari pekerja sehingga stamina dari pekerja dapat selalu terjaga dan sistem kerja juga menjadi lebih baik.

Ibrahim selaku petani kopi menyatakan bahwa sebelum adanya *sociopreneurship* dari UKM Portugis Kopi, petani kopi yang ada di daerah Kecamatan Aceh Jaya sulit mendistribusikan dan memproduksi kopi. Selain itu, dengan adanya bimbingan

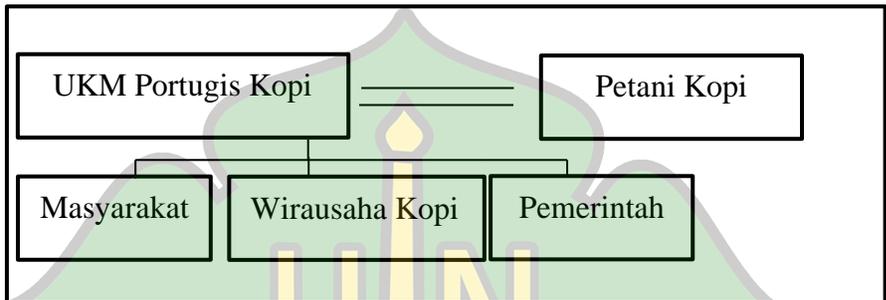
dari *sociopreneurship* juga membuat kualitas kopi mengalami peningkatan. Rasa dan ciri khas dari kopi robusta menjadi lebih dikenal oleh masyarakat umum. Sehingga hal ini menyebabkan petani kopi mengalami keuntungan yang signifikan daripada biasanya.

Sejauh ini, Safril selaku Petani kopi juga menyebutkan bahwa dengan adanya kerjasama untuk mengembangkan kopi robusta asli Lamno antara *sociopreneurship* (UKM Portugis Kopi) dengan petani, telah menyebabkan perkembangan yang cukup signifikan bagi bisnis pertanian kopi. Hal ini tentu saja disebabkan oleh peranan *sociopreneurship* yang telah memberikan berbagai pengetahuan secara langsung tentang penanaman biji kopi bagi petani serta memberikan ide-ide baru yang relevan dan membangun relasi atau kepercayaan dengan pemerintah, masyarakat, dan *investor* untuk membangkitkan bisnis dan perekonomian petani kopi maupun masyarakat disekitarnya.

Bukan hanya itu saja, *sociopreneurship* dari portugis kopi juga dalam mengembangkan usahanya dengan berbagi ilmu/pengetahuan dengan memberikan seminar-seminar kepada pelaku usaha yang pemula dan masyarakat umumnya yang tertarik untuk memulai usaha sehingga usaha yang dijalankannya juga dapat menjadi contoh dan membangkitkan semangat pelaku usaha lainnya untuk dapat bekerjasama dengan portugis kopi atau membuka usahanya tersendiri.

Berikut ini adalah alur pengembangan kopi robusta Lamno oleh *sociopreneurship* dari portugis kopi:

Gambar 4.3
Alur Pengembangan Kopi Robusta Lamno Kecamatan Aceh Jaya



Alur pengembangan kopi robusta di atas dilakukan oleh Portugis Kopi selaku UKM yang bertindak sebagai *sociopreneurship* dengan melakukan kunjungan terhadap petani kopi yang terdapat di Lamno Kecamatan Aceh Jaya dan melakukan kerjasama untuk memproduksi kopi robusta yang telah dihasilkan dengan terlebih dahulu memberikan pengetahuan kepada petani kopi mengenai cara efektif penanaman kopi sehingga menghasilkan kopi yang berkualitas tinggi. Kemudian, biji tersebut disangrai atau istilah asingnya *roasting* secara mandiri. Dari hasil sangrai tersebut, diproduksilah berbagai model produk kopi olahan seperti kopi botol dan kopi bubuk robusta.

Setelah kopi tersebut diolah maka pemasarannya dilakukan dengan melibatkan masyarakat umum secara langsung khususnya penikmat kopi robusta dan wirausaha atau *partner* yang mau

bekerjasama dalam memproduksi kopi serta Pemerintah daerah yang mau mempromosikan kopi robusta asli Lamno sehingga kopi tersebut menjadi lebih terkenal dan diketahui masyarakat umum hingga keluar daerah.

Berdasarkan ide-ide pengembangan tersebut dapat dinyatakan bahwa *sociopreneurship* dari Portugis kopi telah bertindak sebagai agen perubahan bagi masyarakat terutama petani kopi. Mulai dari memiliki pandangan baru yang modern, inovatif dan kreatif, hingga perbaikan sistem penanaman kopi, serta menemukan pendekatan baru dalam pengolahan kopi, sehingga dapat menemukan solusi untuk mengubah kehidupan masyarakat menjadi lebih baik, terutama untuk masyarakat menengah ke bawah di Lamno Kecamatan Aceh Jaya.

4.2.2 Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah oleh Guritno

Guritno (Gurita Lamno) selaku UKM yang dijalankan oleh *sociopreneurship* merupakan salah satu usaha yang menciptakan perubahan struktural yang besar bagi masyarakat dengan memengaruhi banyak orang untuk mengubah cara hidup dan cara pikir mereka. *Sociopreneurship* dari Guritno dalam menjalankan usahanya di UKM ini memberdayakan Nelayan gurita yang ada di Lamno Kecamatan Aceh Jaya. Nelayan yang ada di daerah tersebut di berikan sosialisasi dan evaluasi mengenai cara penangkapan gurita sehingga gurita yang didapatkan juga berkualitas tinggi.

Rizki Fadli selaku *sociopreneurship* (*owner*) dari UKM Guritno (gurita Lamno) menyatakan bahwa awalnya mendirikan

Guritno hanya untuk mengatasi masalah sosial di daerah Lamno sebagai peluang untuk perubahan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya Nelayan yang tidak mengetahui cara memproduksi gurita di daerah tersebut. Kemudian dengan modal awal sebesar Rp. 2000.000,- (dua juta rupiah) *sociopreneurship* melakukan kerjasama dengan Nelayan untuk dapat mengolah gurita mentah gurita empuk yang kemudian dijual dalam bentuk kemasan. Gurita empuk tersebut dapat disajikan menjadi berbagai macam makanan seperti mie guritno, sate guritno, dan guritno tumis yang dapat dijadikan makanan khas dari Lamno Kecamatan Aceh Jaya. Saat ini, keuntungan yang didapati oleh Guritno mencapai Rp. 120.000.000 (seratus dua puluh juta rupiah) pertahun.

Lebih lanjut, Rizki Fadli juga menyebutkan bahwa prinsip yang dimiliki oleh seorang *sociopreneurship* adalah banyak memberi daripada menerima. Sehingga dirinya akan selalu mengembangkan usahanya (UKM Guritno) agar dapat semakin banyak menopang orang - orang yang kesusahan, terutama Nelayan gurita yang tidak mengetahui cara meningkatkan taraf hidupnya dan masyarakat disekitarnya yang tidak mempunyai pekerjaan yang tetap.

Muammar dan T.M Annoval selaku karyawan dari UKM Guritno menyatakan bahwa dalam mengembangkan UKM Guritno, *sociopreneurship* akan bertindak sesuai tugas pokok dan fungsi pekerjaannya yaitu dengan memberikan arahan dan bimbingan kepada karyawan dan menerapkan sistem kekeluargaan dalam

bekerja sehingga mengutamakan prinsip kebersamaan, hal ini dilakukan agar sistem kerja menjadi lebih efisien. Selain itu Bahtiar selaku Nelayan mengemukakan bahwa bekerjasama dengan *sociopreneurship* memberikan kesempatan baginya untuk dapat lebih berkembang dan dapat meningkatkan taraf hidup lebih baik dibandingkan sebelumnya.

Saat ini, dengan sistem kerja dari *sociopreneurship* yang menjalin kerjasama dengan Nelayan dan menerapkan sistem kekeluargaan dengan karyawannya telah mengakibatkan perubahan yang cukup signifikan bagi Guritno yaitu berupa perkembangan usaha yang semakin pesat dan hubungan dengan *partner* dan investor juga terjalin dengan baik. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Dayat selaku Nelayan yang bekerjasama dengan UKM Guritno yang menyatakan bahwa selama ini *sociopreneurship* dari UKM Guritno sudah banyak membantu nelayan dalam memproduksi hasil tangkapan gurita mereka dan banyak memberikan edukasi atau pembelajaran bagi nelayan sehingga perekonomian mereka juga mengalami peningkatan dibandingkan sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *sociopreneurship* dari UKM Guritno dalam mengembangkan usahanya menerapkan prinsip kekeluargaan yaitu dengan melakukan kerjasama secara berkualitas dengan Nelayan dan berlaku profesional dengan investor (*partner*) agar segala sesuatu yang mencakup usaha dapat berjalan dengan baik serta

membantu masyarakat disekitarnya untuk mendapatkan atau memperoleh pekerjaan yang layak.

4.3 Hambatan yang Dihadapi *Sociopreneurship* dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah Di Kabupaten Aceh Jaya

Setiap menjalankan usaha tentu saja seorang *sociopreneurship* akan mengalami hambatan baik yang berasal dari dalam maupun dari luar. Hambatan adalah sesuatu hal yang menghalangi secara tidak konsepsional atau yang dapat menghalangi tercapainya sebuah tujuan. Adapun hambatan yang dihadapi oleh *sociopreneurship* dari UKM Portugis Kopi dan UKM Guritno terdiri atas hambatan internal dan eksternal. Berikut ini adalah penjelasan dari hambatan tersebut:

1. Hambatan Internal

Adapun yang menjadi hambatan internal yang dihadapi oleh *sociopreneurship* dalam mengembangkan UKM Portugis Kopi dan Guritno adalah sebagai berikut:

a. Kurang Kepercayaan

Muhammad Haris selaku *owner (sociopreneurship)* pada UKM Portugis Kopi mengungkapkan bahwa dalam membangun atau mengembangkan usaha dengan sistem sosial yang menjadi hambatan utama adalah kurangnya kepercayaan terhadap kemampuan dirinya dalam mengemban tugas mengembangkan UKM. Misalnya ada saja pihak-pihak tertentu yang merendahkan akan pengetahuan yang dimilikinya. Namun, saat ini UKM

Portugis Kopi dapat membuktikan diri bahwa mampu melangkah maju dan dapat membantu petani dengan pengetahuan yang dipunyai serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat disekitarnya dan pada akhirnya dapat menarik minat investor ataupun *partner* untuk dapat bekerja sama.

Rizki Fadli *owner* UKM Guritno juga menyatakan bahwa masalah ketidakpercayaan menjadi problematika tersendiri dalam memulai bisnis dengan sistem *sociopreneurship* ini. Oleh karena itu, selaku *sociopreneurship* dirinya harus peka dan inovatif dalam menciptakan cara terbaik untuk mendapatkan kepercayaan dari nelayan, masyarakat, maupun *partner* kerja. Sehingga tujuan pengembangan usaha dan visi misi sosial dapat terwujud dengan baik.

b. Kurang Memahami Konsep

Sociopreneurship memiliki konsep berusaha menggunakan berbagai cara bisnis untuk mengatasi masalah bersama. *Sociopreneur* harus berani mengambil risiko dan berusaha keras untuk memberikan dampak positif melalui berbagai inisiatif yang dilakukannya. seorang *Sociopreneurship* lebih menekankan pada unsur isu sosial daripada keuntungan semata. Namun, meski demikian *sociopreneurship* tetap menghasilkan profit. Namun, profit tersebut lebih banyak dimanfaatkan untuk membuat sebuah aksi positif daripada keuntungan pribadi.

Konsep *sociopreneurship* di atas secara tegas menyatakan mengenai tugas dan wewenang *sociopreneurship* adalah berfokus

pada misi sosial. namun konsep yang seperti itu masih tidak dimengerti oleh sebagian masyarakat baik itu nelayan, petani maupun investor sehingga masih ada yang menganggap *sociopreneurship* hanya mencari keuntungan semata tanpa memberikan manfaat bagi lingkungan sekitarnya.

Akibat kurang dari pemahaman konsep tersebut membuat *sociopreneurship* harus menekankan pemahaman kepada masyarakat mengenai tujuan dan fungsi dari *sociopreneurship* itu sendiri sehingga pemahaman yang kurang dari masyarakat maupun investor tidak mempengaruhi mentalitas dan ritme kerja dari *sociopreneurship* itu sendiri.

2. Hambatan Eksternal

Adapun yang menjadi hambatan eksternal yang dihadapi oleh *sociopreneurship* dalam mengembangkan UKM Portugis Kopi dan Guritno adalah sebagai berikut:

a. Kurangnya Keterbukaan atau Komunikasi dengan sesama *Partner*

Komunikasi yang baik dapat terjalin jika mengutamakan prinsip keterbukaan tanpa adanya hal yang ditutup-tutupi. Namun M. Barlisi selaku *Publik relation* sekaligus Karyawan di Portugis Kopi menyatakan bahwa adakalanya terdapat *partner* yang bertindak tidak jujur dalam bekerjasama mengembangkan bisnis UKM, hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi UKM.

Rizki Fadli juga menyatakan ada *partner* yang bekerja sama dengan Guritno yang melakukan pelanggaran kontrak yang dibuat

olehnya sehingga hal tersebut berdampak buruk bagi perkembangan usaha. Dampak itu bisa menimbulkan kerugian seperti hasil produksi menjadi sedikit berkurang dari biasanya. Akibat perbuatan itu, dapat dinyatakan bahwa *partner* tersebut telah melakukan perbuatan wanprestasi.

b. Cuaca Buruk yang Mempengaruhi Hasil Produksi

Bahtiar selaku Nelayan di Lamno Kecamatan Aceh Jaya yang bekerjasama dengan Guritno menyatakan bahwa cuaca buruk sangat mempengaruhi hasil penangkapan gurita. Jika kondisi alam mengalami badai maka hasil tangkap gurita juga minim sehingga pasokan atau persediaan gurita menjadi lebih sedikit daripada biasanya, padahal jumlah permintaan gurita cenderung meningkat pada kondisi tersebut.

Ibrahim selaku Petani kopi robusta yang bekerjasama dengan Portugis Kopi juga menyatakan bahwa jika terjadi cuaca buruk disertai hujan yang cukup intensif menyebabkan persediaan kopi menjadi lebih sedikit. Hal ini dikarenakan tanaman kopi sulit berbunga dan secara otomatis akan mengurangi produktivitas buah kopi. Berdasarkan penjelasan tersebut, cuaca buruk menjadi faktor hambatan yang tidak dapat dihindarkan yang dapat menimbulkan kerugian yang cukup signifikan bagi perkembangan usaha.

c. Kekurangan Bahan Baku

Bahan baku merupakan suatu bahan yang dapat dipakai ke dalam pembuatan suatu produk. Persediaan bahan baku adalah suatu faktor penting dalam memproduksi suatu produk, jika bahan

baku kurang maka hasil produksipun menjadi lebih sedikit bahkan tidak mampu menampung jumlah permintaan. Oleh karena itu kekurangan bahan baku merupakan sebuah hambatan yang harus dihindari dalam mengembangkan suatu usaha.

Muhammad Haris menyatakan jika jumlah pasokan kopi kurang maka tidak akan mampu mengakomodir kebutuhan pelanggan sehingga menimbulkan dampak bagi perkembangan usaha itu sendiri. Sementara itu Rizki Fadli juga menyatakan jika pasokan gurita yang dihasilkan oleh Petani kurang memadai maka menyebabkan hasil produksi juga terbatas.

4.4 Strategi yang Dilakukan *Sociopreneurship* dalam Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Aceh Jaya

Strategi merupakan sebuah pola yang mendasar dari sasaran untuk mencapai suatu rencana. Seorang *sociopreneurship* dalam mengembangkan usahanya harus mempunyai strategi tertentu. Strategi pengembangan UKM sendiri merupakan suatu usaha atau cara yang digunakan dalam berbisnis untuk menarik minat pelanggan. Bisa dikatakan pula strategi pengembangan dalam hal pemasaran adalah sebuah strategi mengajak orang lain untuk membeli atau menggunakan produk dari si penjual dengan cara yang sangat menarik sampai konsumen tersebut tertarik

untuk membelinya. Dengan adanya strategi ini maka penjualan anda akan semakin meningkat.

Adapun strategi yang akan dilakukan untuk pengembangan UKM di Kabupaten Aceh Jaya yaitu:

1. Strategi Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan bentuk promosi dengan menggunakan pesan ataupun *mouth of mouth* dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan. Pemasaran langsung memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi yang dapat berhubungan langsung dengan calon pembeli.

Sociopreneurship dari UKM Portugis Kopi menyatakan bahwa strategi pengembangan UKM dengan pemasaran langsung dilakukan dengan menciptakan kontak langsung dengan masyarakat (pelanggan dan calon pelanggan potensial) untuk mempromosikan atau memasarkan *product* dan *service* kopi robusta secara langsung kepada masyarakat yaitu dengan menjual kopi robusta asli lamno dalam bentuk kopi botol maupun bubuk di hampir seluruh area Aceh serta membuka Kafe Portugis Kopi di Lamno sehingga setiap masyarakat yang ingin merasakan cita rasa kopi robusta dapat dengan langsung membeli atau mendatangi tempat tersebut.

Guritno selaku UKM yang memproduksi gurita dalam berbagai bentuk seperti sate gurita, gurita tumis dan lainnya juga

mengembangkan usahanya secara langsung kepada masyarakat dengan melakukan berbagai promosi dan membuka berbagai gerai atau warung makan Guritno di Lamno Kecamatan Aceh Jaya dan menjual produk-produk tersebut di berbagai daerah lainnya di seluruh Aceh sehingga saat ini produk tersebut menjadi lebih dikenal masyarakat secara luas. Hal ini tentu saja dampak dari cita rasa yang khas dan nikmat yang membuat pelanggan akan memberikan *review* yang baik.

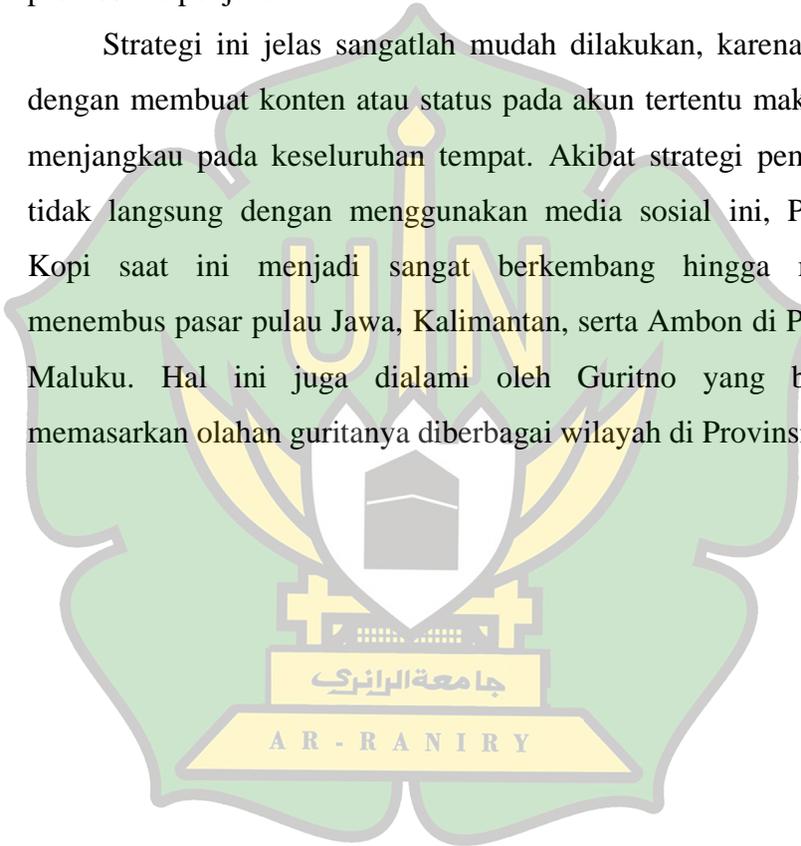
2. Strategi Pemasaran Tidak Langsung (*Indirect Marketing*)

Strategi pengembangan UKM lainnya yang dilakukan oleh UKM Portugis Kopi dan UKM Guritno di Kabupaten Aceh Jaya adalah dengan melakukan pemasaran tidak langsung yaitu suatu konsep atau cara menjual produk barang/ jasa melalui pendekatan persuasif dari konten seperti media sosial, *video*, *merchandise*, *event*, atau program lainnya. Media sosial yang sering digunakan untuk promosi di antaranya *facebook*, *instagram*, dan *twitter*. Melalui media ini UKM bisa melakukan promosi yang terstruktur dan tepat sasaran. Dalam pemasaran dengan sistem ini, *sociopreneurship* akan memasarkan konten dalam bentuk postingan di web, gambar atau video. Konten yang dipasarkan melalui media sosial ini berhubungan dengan produk yang akan dijual.

Selain memasarkan konten, teknik pemasaran modern ini juga digunakan untuk memasarkan merek. Maksud memasarkan merek di sini adalah mengenalkan merek secara umum ke masyarakat secara menyeluruh atau yang sering disebut dengan

brand *awareness*, hal inilah yang diterapkan oleh *sociopreneurship* dari Portugis Kopi dan Guritno dengan mengenalkan kedua merek tersebut maka akan memberi impresi yang baik, maka rasa percaya masyarakat akan meningkat dan bisa meningkatkan konversi promosi ke penjualan.

Strategi ini jelas sangatlah mudah dilakukan, karena hanya dengan membuat konten atau status pada akun tertentu maka akan menjangkau pada keseluruhan tempat. Akibat strategi pemasaran tidak langsung dengan menggunakan media sosial ini, Portugis Kopi saat ini menjadi sangat berkembang hingga mampu menembus pasar pulau Jawa, Kalimantan, serta Ambon di Provinsi Maluku. Hal ini juga dialami oleh Guritno yang berhasil memasarkan olahan guritanya diberbagai wilayah di Provinsi Aceh.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Penerapan *sociopreneurship* dalam mengembangkan UKM Portugis Kopi dan UKM Guritno (Gurita Lamno) dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan petani kopi/nelayan. *Sociopreneurship* dari UKM portugis kopi dan UKM Guritno akan membantu pemecahan masalah perekonomian sosial yang dihadapi oleh petani kopi/nelayan dengan memproduksi hasil kopi dan gurita yang didapatkan oleh mereka. Kerjasama antara *sociopreneurship* dengan petani kopi dan nelayan menjadi solusi untuk menghasilkan kopi dan gurita yang berkualitas tinggi, hal ini dikarenakan sebelumnya *sociopreneurship* akan memberikan pengetahuan maupun bimbingan mengenai cara efektif menghasilkan produk berkualitas tinggi. Pengembangan usaha dilakukan oleh *sociopreneurship* dengan melibatkan masyarakat umum atau *partner* yang mau bekerjasama serta Pemerintah daerah yang mau mempromosikan kopi robusta asli Lamno dan produk olahan gurita sehingga produk tersebut menjadi lebih terkenal. Oleh karena itu, dengan adanya *sociopreneurship* dari UKM Portugis Kopi dan UKM Guritno telah menyebabkan perkembangan yang cukup signifikan bagi bisnis pertanian kopi dan gurita di Kabupaten Aceh Jaya.

2. Hambatan yang dihadapi *sociopreneurship* dalam mengembangkan UKM di Kabupaten Aceh Jaya yaitu kurangnya rasa kepercayaan dan pemahaman konsep bisnis dengan penggunaan *sociopreneurship* oleh *partner* dan *investor*, kurangnya keterbukaan atau komunikasi dengan sesama *partner*, dan cuaca buruk yang mempengaruhi hasil produksi serta kekurangan bahan baku untuk produksi.
3. Strategi yang dilakukan *sociopreneurship* dalam mengembangkan UKM di Kabupaten Aceh Jaya yaitu pertama dengan melakukan strategi pemasaran langsung (*direct marketing*), yaitu dilakukan dengan menciptakan kontak langsung dengan masyarakat (pelanggan dan calon pelanggan potensial) dengan membuka Kafe Portugis Kopi dan Gerai atau warung makan Guritno. Kedua strategi pemasaran tidak langsung (*indirect marketing*) yaitu suatu konsep atau cara menjual produk barang/ jasa melalui pendekatan persuasif dari konten seperti media sosial yaitu *instagram*, *facebook*, dan *twitter*.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan pada tulisan karya ilmiah ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada peneliti selanjutnya disarankan agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan UKM oleh

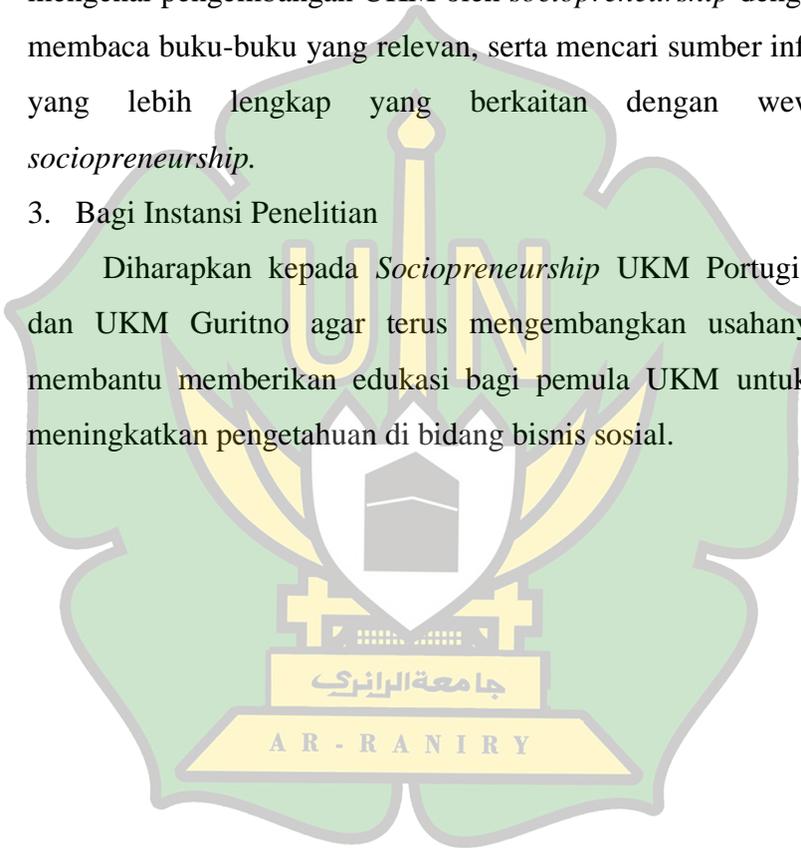
sociopreneurship pada daerah-daerah lain yang dianggap dapat memotivasi orang lain untuk dapat memulai usahanya sendiri.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan agar dapat menambah wawasan mengenai pengembangan UKM oleh *sociopreneurship* dengan cara membaca buku-buku yang relevan, serta mencari sumber informasi yang lebih lengkap yang berkaitan dengan wewenang *sociopreneurship*.

3. Bagi Instansi Penelitian

Diharapkan kepada *Sociopreneurship* UKM Portugis Kopi dan UKM Guritno agar terus mengembangkan usahanya dan membantu memberikan edukasi bagi pemula UKM untuk dapat meningkatkan pengetahuan di bidang bisnis sosial.



DAFTAR PUSTAKA

- Anas, MY A., (2019). *Mengapa Sociopreneurship Bukan Social Entrepreneur*. Vol. 4, No. 2. Malang: Universitas Islam Raden Rahmat.
- Ariwibowo, P., (2019), *Penerapan Sociopreneurship dalam Pengembangan Kualitas Potensi Hidup Pada Anak Jalanan di Jakarta Timur*. Vol. 5, No. 1. Jakarta Selatan: Universitas Indraprasta PGRI Jakarta.
- Hardani dkk, (2020), *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hartono, D., M. dan Komarsyah D., (2018). *Penerapan Sociopreneurship Dalam Menghadapi Persaingan Pasar yang Ramah Lingkungan (Studi Pada Industri Tahu)*. Laporan Penelitian. Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Hasanah, L. L. N. E., (2018). *Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition*. Vol. 7 No. 2. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Jauhari, J., (2010). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce*. Vol. 2 No. 1., Palembang: Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
- Kurniawan, F dan Parela, K. A., (2018). *Sociopreneurship Masyarakat Gusuran dalam Membangun Konsep Kampung Wisata Tematik Topeng Malang*. Vol. 2, No. 2. Malang: IKIP Budi Utomo.
- Maryanti, S. (2017). *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mustikasari, W. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Sociopreneurship Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Waroeng Seni Banguntapan Bantul Yogyakarta Tahun 2018*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

- Nuari, A. R., (t.th) *Pentingnya Usaha Kecil Menengah (UKM) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. Medan: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
- Nurfaqih, M. I. dan Fahmi, R. A., (2018). *Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Rabbani, A. dkk, (2014). *Young Social Entrepreneur Indonesia: Kami Berani Beda*. Jakarta: Dompot Dhuafa.
- Senja, W., dan Sihombing, J., (2016). https://usahasosial.com/wp-content/uploads/2016/09/apa_karakteristik_seorang_wirausahawan_sosial_2016SepTue05111218393.pdf
- Siyoto., S. dan Sodik, M. A., (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*, Karanganyar: Literasi Media Publishing.
- Sofia, I. P., (2015). *Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian*. Vol. 2 No. 2. Tangerang Selatan: Universitas Pembangunan Jaya.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastrri, L. (2016). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Bandung: Creative Team LaGood's Publishing.
- Sumantri, B. A. dan Permana, E. P., (2017). *Manajemen Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perkembangan Teori, Praktik, dan Strategi*. Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI.
- Tim DBS, (2015). <https://www.dbs.com/indonesia-bh/blog/live-kind/kenali-dulu-ragam-wirausaha-sosial-di-bawah-ini-sebelum-anda-memulainya.page>.
- UPJ. (2017).<http://www.ocw.upj.ac.id/files/Slide-CPS107-CPS107-Slide-2.pdf>.
- Urwatul Wusqa. (2019). <https://identitasunhas.com/sociopreneur-solusi-perubahan-sosial-dengan-pendekatan-wirausaha/>.
- Wibowo., H. dan Nulhaqim S. A, (2015). *Kewirausahaan Sosial Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer*. Bandung: Unpad Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

A. Daftar Pertanyaan untuk *Sociopreneurship* di Aceh Jaya

1. Apa yang membuat anda tertarik untuk menjadi seorang *sociopreneurship*?
2. Apa peranan yang telah dilakukan dalam mengembangkan UKM?
3. Berapa perkiraan modal awal dalam membangun usaha yang telah dijalankan
4. Apa hambatan yang dihadapi dalam mengembangkan UKM?
5. Upaya apa yang telah *sociopreneurship* lakukan guna mengembangkan UKM?
6. Bagaimana perkembangan usaha yang telah dijalankan saat ini?
7. Apakah pernah memberikan seminar atau pelatihan bagi pelaku usaha (masyarakat)/pekerja di UKM ?
8. Apa kelebihan yang mereka miliki sebagai *sociopreneurship* dalam pengembangan usahanya?
9. Berapa perkiraan jumlah pemasukan yang mereka peroleh pertahun ?
10. Bagaimana sistem kerjasama yang dilakukan oleh *sociopreneurship* dengan pekerja dan nelayan serta petani ?

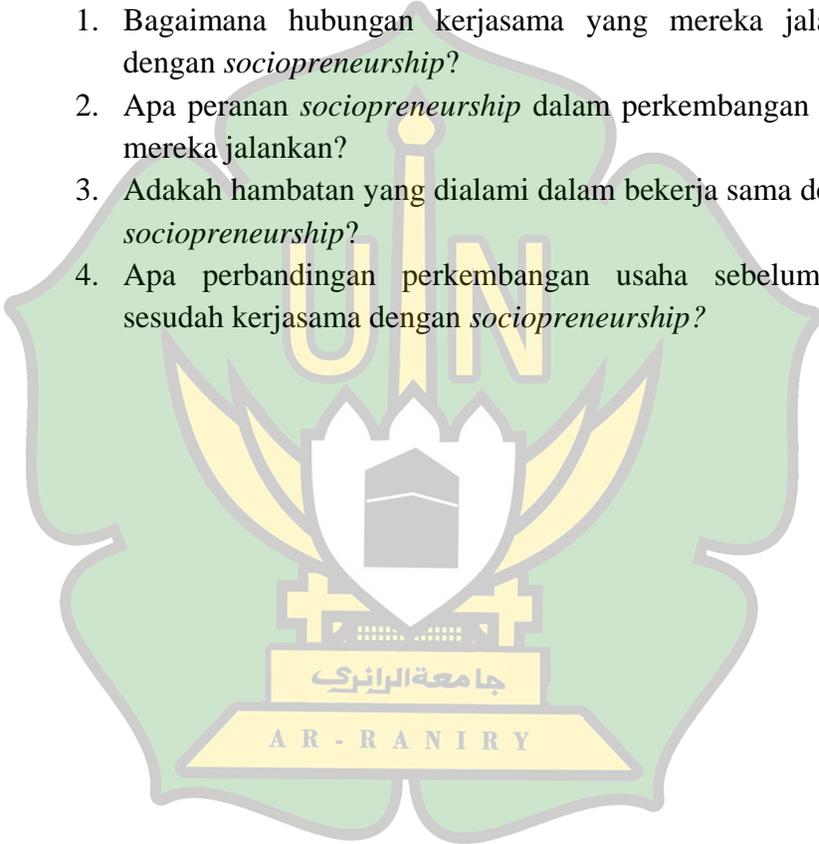
B. Daftar Pertanyaan untuk Pekerja di Aceh jaya

1. Apa peranan mereka dalam pengembangan UKM?
2. Apa hambatan yang dihadapi dalam pengembangan UKM?
3. Jelaskan Upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan dalam mengembangkan UKM?

4. Bagaimana sistem jangka waktu bekerja per minggu yang diterapkan oleh *sociopreneurship*?
5. Bagaimana tingkat efisiensi pekerjaan yang dijalankan oleh *sociopreneurship*?

C. Daftar Pertanyaan untuk Nelayan/Petani di Aceh Jaya

1. Bagaimana hubungan kerjasama yang mereka jalankan dengan *sociopreneurship*?
2. Apa peranan *sociopreneurship* dalam perkembangan usaha mereka jalankan?
3. Adakah hambatan yang dialami dalam bekerja sama dengan *sociopreneurship*?
4. Apa perbandingan perkembangan usaha sebelum dan sesudah kerjasama dengan *sociopreneurship*?



Lampiran 2 Dokumentasi Dengan *Owner* Portugis Kopi, Karyawan Dan Petani

1. Muhammad Haris (*Sociopreneurship/Owner*) Portugis Kopi)



2. Muhammad Barlisi (Karyawan Portugis Kopi)



3. Arif Mustafa (Karyawan Portugis Kopi)



4. Safril (Petani Kopi)



5. Ibrahim (Petani Kopi)



Lampiran 3 Dokumentasi Dengan *Owner* Guritno, Karyawan Dan Nelayan

1. Rizki Fadli (*Sociopreneurship/Owner*) Guritno)



2. Muammar (Karyawan Guritno)



3. T.M. Annoval (Karyawan Guritno)



4. Nelayan yang Bekerjasama dengan Guritno

