

MANFAAT MODAL SOSIAL DALAM OPERASIONAL UMKM SEKTOR IKAN HIAS

Doni Darmasetiadi^{1*}, Ricko Reynalta²

^{1,2}Universitas Mulawarman

doni.darmasetiadi@fpik.unmul.ac.id*



e-ISSN: 2987-811X

MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.lumbungpare.org/index.php/maras>

Vol. 1 No. 3 Desember 2023

Page: 631-636

Article History:

Received: 28-12-2023

Accepted: 31-12-2023

Abstrak : Artikel ini berisikan peranan modal sosial dalam operasional UMKM sektor ikan hias. Tulisan ini dilakukan dengan studi kepustakaan. Tulisan ini menitikberatkan pentingnya penerapan modal sosial dalam operasional UMKM sektor ikan hias. Pembahasan dilakukan dengan elaborasi antara konsep Modal sosial dalam operasional UMKM. Modal sosial yang berunsur kepercayaan, norma, dan jaringan sosial menjadi kunci dalam operasional UMKM di sektor ikan hias. Penerapan ketiga unsur modal sosial ini tidak dapat terpisah. Masing-masing membentuk keterkaitan yang rumit dan menjadi dasar keberlanjutan usaha di sektor ikan hias. Kesimpulan dalam artikel ini adalah modal sosial dalam operasional UMKM di sektor ikan hias menjadi penting untuk diterapkan karena pengembangan usaha bergantung pada konsistensi dari penerapan semua unsur modal sosial hingga dapat berkelanjutan.

Kata Kunci : Modal Sosial, UMKM Sektor Ikan Hias

PENDAHULUAN

Potensi perikanan Indonesia cukup besar. Jumlah produksi perikanan Indonesia pada tahun 2022 mencapai angka sebesar Rp 1,26 triliun (detik.com, 2023). Salah satu potensi perikanan Indonesia adalah usaha ikan hias.

Sejak tahun 2020, Indonesia berhasil memenuhi kebutuhan pasar tidak hanya domestik namun juga global. Pada tahun 2020, nilai ekspor ikan hias Indonesia mencapai 30,76 juta dolar AS menjadi 34, 55 juta dolar AS pada tahun 2021

(antara.com, 2023). Pada tahun 2022 nilai ekspor ikan hias kembali meningkat menjadi 36,43 juta dolar AS. Kondisi ini pun menjadikan Indonesia menjadi negara eksportir ikan hias global peringkat kedua².

Kemampuan Indonesia menjadi eksportir ikan hias global peringkat kedua ditentukan oleh kemajuan para pebisnis lokal ikan hias. Rata-rata pertumbuhan share ekspor Indonesia rata-rata tumbuh 4,35 persen per tahun³. Hal ini menjadikan adanya peranan kontribusi setiap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor perikanan hias dalam share ekspor Indonesia di pasar global.

Besarnya potensi ekspor sektor perikanan hias perlu ditentukan oleh kualitas dari operasional setiap UMKM ikan hias di Indonesia. Salah satu hal yang menentukan dalam operasional UMKM ikan hias adalah kepemilikan dan penerapan modal sosial.

Modal sosial dipahami sebagai seperangkat nilai atau norma yang dimiliki oleh setiap anggota dalam suatu kelompok yang menjadikan adanya peluang kerjasama diantara mereka, seperti kejujuran, tanggung jawab, kedisiplinan, dan lain sebagainya (Fukuyama dalam Tjahtjono, 2017). Hal ini mengindikasikan pentingnya modal sosial dimiliki dan diterapkan oleh suatu kelompok, organisasi, seperti UMKM di sektor perikanan hias.

Modal sosial juga berperan dalam operasional UMKM dalam aspek ekonomi. Fungsi ekonomi modal sosial akan dirasakan dalam kegiatan ekonomi UMKM dengan terciptanya lingkungan ekonomi yang hidup dengan mengurangi pengawasan dan biaya transaksi, menciptakan kepercayaan dalam pengaturan lembaga publik dan menghubungkan arus informasi (Hall dan Ahmad, 2013). Dalam tulisan ini berlaku adanya peluang bagi pelaku ekonomi di sektor ikan hias untuk menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih hidup dengan menerapkan modal sosial.

Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk menambah referensi dalam penerapan modal sosial dalam pengembangan usaha ikan hias. Tulisan ini mencoba membahas penerapan modal sosial dalam usaha pengembangan ikan hias dengan berbagai sumber rujukan yang relevan dengan topik yang ada. Bahasan kajian literatur menggunakan konsep modal sosial dan konsep UMKM.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kepustakaan. Penelitian kepustakaan mengacu pada beberapa referensi yang tidak terlepas dari penelitian teoritis dan kepustakaan ilmiah (Sagiyono, 2012). Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari literatur yang relevan seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah dengan topik yang dipilih. Prosedur penelitian kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain Zed (2004):

1. Menyiapkan alat dan perlengkapan.
2. Menyiapkan daftar pustaka kerja.
3. Manajemen waktu.
4. Membaca dan menulis catatan kajian sebanyak lembar.

²https://www.rri.go.id/nasional/61051/teten-masduki-minta-umkm-manfaatkan-potensi-ikan-hias?utm_source=tags&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General%20Campaign

³<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5097688/pasar-ikan-hias-diramal-usd-86-miliar-di-2028-umkm-harus-ambil-bagian>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan modal sosial dalam kegiatan UMKM sektor ikan hias menjadi penting. Modal sosial menjadi suatu sumber daya yang dibutuhkan setiap UMKM yang dipahami sebagai suatu usaha yang memproduksi barang dan jasa menggunakan bahan baku berdasarkan pemanfaatan sumber daya alam setempat, sumber daya manusia dan hasil karya tradisional. Sumber daya dalam modal sosial dihasilkan dari interaksi antara individu maupun kelompok dari UMKM sektor ikan hias.

Interaksi yang dihasilkan antarindividu maupun kelompok dalam UMKM sektor ikan hias dimana relasi tersebut akan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, yakni rasa kepercayaan. Rasa kepercayaan ini memberikan hubungan timbal balik dimana kedua belah pihak akan terbuka sehingga besar peluang terjadi kerja sama. Keuntungan yang diraih oleh UMKM sektor ikan hias akan memiliki keberlanjutan di masa yang akan datang.

Rasa kepercayaan yang timbul merupakan bentuk harapan yang ditunjukkan dengan melalui perilaku jujur hingga kerja sama berdasarkan norma-norma yang ada (Fukuyama, 1995; Sebayal, 2017). Kondisi ini dapat berlaku dalam operasional UMKM sektor ikan hias dimana bentuk harapan ditunjukkan dengan perilaku pemilik hingga semua karyawan yang menunjukkan kejujuran hingga kemampuan kerjasama sesuai dengan norma-norma maupun peraturan yang ada di dalam organisasi. Perilaku yang diinginkan ini akan berdasar pada interaksi positif diantara pemilik hingga semua karyawan meliputi semua kegiatan bersama dalam UMKM sektor ikan hias. Perilaku positif ini akan merujuk pada norma-norma yang berlaku di UMKM sektor ikan hias.

Norma sosial dalam UMKM sektor ikan hias dipahami sebagai bagian dari organisasi yang menentukan perilaku yang dianggap pantas dan benar oleh salah satu atau sekelompok orang. Norma-norma yang ada akan menjadi ciri dari UMKM sektor ikan hias dimana proses ini sebagai proses pelembagaan. Dalam Theory of Planned Behaviour, Ajzen menjelaskan bahwa suatu norma merupakan hasil kepercayaan atas perilaku yang dipengaruhi oleh orang lain (Suriyanto, 2020). Penerapan norma dalam UMKM Sektor Ikan Hias dapat berasal dari kebanyakan usaha sejenis di suatu wilayah, seperti Asosiasi Pelaku Ikan Hias Air Tawar Indonesia (APIHATI). Asosiasi dapat menerapkan berbagai peraturan yang harus diterapkan oleh setiap UMKM Sektor Ikan Hias di Indonesia. Walaupun demikian, setiap peraturan ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dengan masing-masing UMKM. Faktor-faktor yang menentukannya adalah (Achadi, Surveyandini, dan Prabawa, 2021): 1.Keluarga; 2.Teman; 3.Media cetak/elektronik.

1. Keluarga

Pengelolaan UMKM Sektor Ikan Hias akan dipengaruhi oleh keluarga pemilik sehingga berbagai peraturan yang ditetapkan pun akan berhubungan dengan kesepakatan keluarga.

2. Teman

Berbagai norma atau aturan yang ditetapkan oleh teman atau kolega dari pemilik maupun karyawan dari UMKM sektor ikan hias. Teman atau kolega dapat berasal dari asosiasi, komunitas penggemar ikan hias maupun *stakeholder-stakeholder* yang lain sehingga operasional UMKM dapat berasal dari kalangan terdekat.

3. Media cetak/elektronik

Media menjadi salah satu sumber informasi yang dapat menentukan bentuk norma atau aturan dalam suatu UMKM sektor ikan hias. Pemanfaatan media yang dirasa massif dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh UMKM Sektor Ikan hias menjadi aturan tertentu.

Interaksi yang terbentuk dalam operasional suatu UMKM sektor ikan hias, akan membentuk suatu jejaring sosial. Jejaring sosial disini dipahami sebagai suatu sistem dengan hubungan relasional yang konkret atau abstrak. Dalam hubungan ini terdapat aktor sosial sebagai simpul yang saling berkomunikasi. UMKM sektor ikan hias dapat saling berhubungan dengan semua *stakeholder*-nya. Setiap stakeholder ini dapat berupa individu, kelompok, maupun organisasi. Beberapa stakeholder yang menjadi aktor tersebut antara lain: distributor, konsumen, pemasok bibit ikan, dan lain sebagainya.

Peran modal sosial menjadi penting bagi UMKM sektor hias karena:

1. Sebagai industri yang bergantung pada ketersediaan bahan baku yang mudah dicari, maka kepercayaan, norma, dan jejaring sosial menjadi penting untuk menjamin keberlanjutannya. Ketiga unsur modal sosial ini dapat membantu keberlangsungan usaha tersebut mendapatkan bahan baku yang mudah dicari, seperti bibit ikan hias, maupun kebutuhan lainnya.
2. Penggunaan teknologi sederhana akan membantu keberlanjutan UMKM Sektor ikan hias dengan peranan modal sosial. Kepercayaan pengelola UMKM sektor ikan hias terhadap teknologi yang sederhana didukung dengan konsistensi menjalankan norma dan merawat jejaring sosial akan memperkuat UMKM sektor ikan hias.
3. Pengetahuan yang didapatkan darimana pun akan memanfaatkan modal sosial. Para pengelola UMKM sektor ikan hias tidak hanya mengandalkan pengetahuan dari generasi-generasi sebelumnya tapi terbuka dengan inovasi-inovasi dari luar yang dapat menjamin keberlanjutan usahanya.
4. Distribusi pekerjaan yang jelas bagi karyawan sebagai wujud padat karya dalam usaha tersebut membutuhkan modal sosial demi menjaga dinamika operasionalnya. Kepercayaan merupakan modal awal dalam usaha dengan padat karya kepercayaan diantara karyawan dengan pemilik usaha menjadi dasar keberlanjutan kerjasama diantara mereka. Selanjutnya, usaha padat usaha perlu memperhatikan penerapan norma sebagai aturan yang perlu ditaati didalam operasional usaha tersebut. Terakhir, jejaring sosial akan memperluas pengembangan usaha juga dengan kepadatan usaha didalamnya.
5. Peluang pasar yang besar juga ditentukan suatu modal sosial diterapkan. Kepercayaan, norma, dan jejaring sosial akan saling berhubungan secara optimal untuk menjangkau suatu pasar sesuai, seperti dalam sektor ikan hias. Suatu segmentasi spesifik menjadi peluang yang besar bila operasional UMKM tersebut memperhatikan penerapan modal sosial yang dimiliki.
6. Partisipasi lingkungan internal UMKM dan keterlibatan semua stakeholder akan menjadi wujud penerapan modal sosial yang dimiliki. Keterlibatan semua pihak akan menjadi dasar pengembangan UMKM, terutama UMKM dengan pasar yang spesifik, seperti sektor ikan hias. Semua unsur modal sosial menjadi berperan secara kompleks untuk mengoptimalkan partisipasi semua pihak.
7. UMKM dengan spesifik seperti sektor ikan hias memiliki karakteristik yang khas dibandingkan dengan sektor lainnya, seperti mereka menjual produk dengan

spesifikasi tertentu yang dapat menjadi keuntungan tersendiri. Sebagai contoh dalam ikan hias menjaul produk ikan-ikan hias yang sehat dan menarik dipandang mata. Setiap pengelola akan melakukan berbagai cara untuk mengoptimalkan ciri khas masing-masing ikan hias agar calon konsumen tertarik membeli. Hal ini memerlukan penerapan modal sosial yang khas dibandingkan karena kepercayaan, norma, dan jejaring sosialnya pun menjadi berbeda dibandingkan sektor lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Modal sosial berperan penting dalam pengembangan UMKM sektor ikan hias. Penerapan modal sosial dalam UMKM hias menjadi sangat spesifik karena pasar yang dimiliki juga menjadi spesifik. Namun, spesifikasi ini menjadi peluang besar bagi pengusaha di bidang ikan hias. Setiap penguasa dalam kategori UMKM perlu memiliki modal sosial yang menyesuaikan kebutuhan pasar dan menjaga keberlanjutan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achadi, A., Surveyardini, M., & Prabawa, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Website E-Commerce, Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Norma Subjektif terhadap Minat Beli Secara Online di bukalapak.com*. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 21(3), 1207.
- [2] Hall, S. G., & Ahmad, M. (2013). Can Trust Explain Social Capital Effect on Property Rights and Growth? *Procedia Economics and Finance*, 7(Icebr), 55–64. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00218-9](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00218-9)
- [3] Ismail, A. 2022. *Modal Sosial sebagai Strategi Kelangsungan Hidup Perempuan Nelayan di Pulau Maitara Tidore Kepulauan*. Jurnal Sains, Sosial dan Humaniora (JSSH), 2(2), 29-38.
- [4] Meilisza dan Subamia. 2011. *Budi Daya Ikan Hias ditinjau dari Tiga Pilar Pokok Konservasi (Perlindungan, Pengawetan, dan Pemanfaatan)*. Balai Penelitian dan Pengembangan Budi daya Ikan Hias.
- [5] Ratnasari, A dan Kirwani. 2013. *Peranan Industri Kecil Menengah (IKM) dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Ponorogo*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 1(3).
- [6] Sawitri, D., & Soepriadi, I. F. (2014). *Modal sosial petani dan perkembangan industri di desa sentra pertanian Kabupaten Subang dan Kabupaten Karawang*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, 25(1), 17-36.
- [7] Soedibya, P. H. T dan Pramono, T. B. 2018. *Budidaya Perairan Tawar*. Universitas Jenderal Soedirman: Purwokerto
- [8] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [9] Sumiarti, E., & Suryani, Y. 2017. *Gambaran Industri Kecil dan Menengah (IKM) kerajinan perak Koto Gadang sebagai salah satu kerajinan unggulan Sumatera Barat*. Jurnal Poli Bisnis, 7(2).
- [10] Suriyanto, R. B. (2020). *Pengaruh Persepsi Atas Pelayanan Pajak Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di KPP Pratama Makassar*. Jurnal Mirai Management, 06(1), 311–329
- [11] Tjahjono, H. 2017. *Modal Sosial Sebagai Properti Individu: Konsep, Dimensi Dan Indikator*. JBTI : Jurnal Bisnis : Teori dan Implementasi, 8(2), 184-189.

- [12] Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- [13] Zed, M. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- [14] Ziemann, D. A. 2001. *The Potential For the Restoration Of Marine Ornamental Fish Populations Through Hatchery Releases*. *Aquarium Sciences and Conservation*, 3:107–117