



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 6843-6852

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Modal Sosial UMKM Abon Ikan di Desa Oluhuta, Kecamatan Kabila Bone, Kab. Bone Bolango

Rijal Zulkarnaen, Funco Tanipu, Dewinta Rizky R Hatu

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu sosial, Universitas Negeri Gorontalo

rijalzulkarnaen37@gmail.com, funco@ung.ac.id, dewinta@ung.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas peran modal sosial dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Abon Ikan di Desa Oluhuta, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya kinerja dan keberlanjutan usaha yang disebabkan oleh lemahnya pengelolaan sosial, kurangnya kerja sama antarpelaku usaha, serta terbatasnya jaringan pemasaran yang dimiliki. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran modal sosial yang meliputi kepercayaan, jaringan sosial, dan norma sosial dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan UMKM Abon Ikan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri atas pelaku UMKM, nelayan sebagai pemasok bahan baku, serta pemerintah desa yang berperan dalam mendukung pengembangan usaha masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan UMKM Abon Ikan. Kepercayaan yang terbangun antara pelaku usaha, nelayan, dan pemerintah desa menciptakan hubungan kerja sama yang harmonis dan saling menguntungkan. Selain itu, nilai solidaritas, gotong royong, dan norma sosial yang berkembang di masyarakat turut mendukung kelancaran proses produksi dan pemasaran. Namun demikian, pengembangan usaha masih menghadapi berbagai kendala, terutama lemahnya jaringan pemasaran, keterbatasan akses informasi, serta kurang optimalnya manajemen usaha. Oleh karena itu, penguatan modal sosial melalui peningkatan kolaborasi, perluasan jaringan sosial, dan dukungan pemerintah desa menjadi strategi yang penting untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat pesisir serta mewujudkan keberlanjutan UMKM Abon Ikan di Desa Oluhuta.

Kata kunci: Modal Sosial, UMKM, Abon Ikan, Masyarakat Pesisir, Desa Oluhuta

1. Latar Belakang

Perekonomian merupakan sektor krusial yang menjadi fokus utama dalam berbagai kebijakan pemerintah, terutama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam kerangka pembangunan nasional, penguatan sektor ekonomi menjadi fondasi penting sebagai upaya membangun kehidupan sosial yang setara dan makmur, sesuai dengan nilai-nilai yang termuat dalam konstitusi dan rencana pembangunan jangka panjang nasional (Bappenas, 2020). Sejarah pembangunan ekonomi Indonesia mengalami akselerasi signifikan pada dekade 1970-an, ketika sektor industri besar menjadi lokomotif utama pertumbuhan ekonomi. Namun, krisis ekonomi yang terjadi beberapa dekade kemudian mengguncang stabilitas sektor industri tersebut. Banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan, disertai dengan pemutusan hubungan kerja secara masif. Kondisi ini turut berkontribusi pada meningkatnya angka pengangguran dan memperburuk tingkat kemiskinan (Tambunan, 2019).

Kotler dan Keller (2018), menyatakan bahwa pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara melakukan pertukaran, baik dalam bentuk barang maupun jasa (Reken et al., 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang memiliki skala usaha terbatas, baik dari sisi jumlah tenaga kerja, omzet, maupun modal awal yang umumnya relatif kecil (Hapsari et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang di miliki oleh perorangan maupun badan usah yang sudah memenuhi syarat dan bergerak di bidang perdagangan maupun aktivitas kewirausahaan lainnya. UMKM telah di atur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat. Dalam

menjalankan UMKM tentunya di perlukan Sumber Daya Manusia yang dapat dikembangkan melalui keterampilan dan keahlian yang mereka miliki. Di Indonesia, UMKM sudah berkembang cukup pesat setiap tahunnya. Walaupun terkesan usaha yang kecil, namun UMKM memiliki dampak yang besar bagi perekonomian suatu negara. Pada tahun 2020, terdapat 64 juta UMKM yang ada di Indonesia. Semakin banyaknya UMKM yang berdiri, maka tantangan yang di hadapi pun akan semakin besar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perlu di perhatikan mengenai inovasi, teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standarisasi dan sertifikasi, pelatihan serta fasilitas yang digunakan (Maharani & Andriansyah, 2024)

Berbeda dengan industri besar, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) justru menunjukkan ketahanan yang relatif tinggi terhadap gejolak ekonomi. UMKM dinilai memiliki fleksibilitas operasional yang tinggi, serta karakteristik kewirausahaan lokal yang kuat. Dalam berbagai studi, UMKM disebut sebagai sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Meskipun bersifat mandiri, UMKM tetap berada dalam ruang lingkup kebijakan publik, terutama di tingkat pemerintah daerah yang memiliki peran strategis dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif. Dukungan kebijakan yang konsisten dan berkelanjutan menjadi kunci bagi penguatan daya saing UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi ekonomi.

Dalam konteks pembangunan ekonomi nasional, UMKM berkontribusi secara signifikan melalui penciptaan peluang kerja dan peningkatan taraf hidup masyarakat pada level lokal. Di wilayah Kumai, Kalimantan Tengah, UMKM yang bergerak di sektor pengolahan ikan menjadi salah satu motor utama ekonomi masyarakat pesisir. Keberadaan UMKM ini memanfaatkan potensi sumber daya perikanan yang melimpah sebagai bahan baku utama untuk berbagai produk olahan. Kegiatan utama meliputi pengasapan ikan, produksi abon ikan, pemindangan, serta pengolahan hasil samping menjadi produk bernilai tambah. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), subsektor ini tidak hanya mendukung ketahanan pangan lokal, tetapi juga berpotensi menjadi komoditas unggulan ekspor. UMKM pengolahan ikan di Kumai juga berperan dalam menjaga kearifan lokal, dengan tetap mempertahankan metode produksi tradisional yang diwariskan secara turun-temurun. Meski demikian, pelaku usaha di sektor ini masih menghadapi keterbatasan dalam hal modal, keterampilan teknis, dan akses terhadap teknologi modern (Setiawan et al., 2025)

Sebagaimana pemacu pembangunan ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor mikro, keberadaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan perekonomian. UMKM selama ini dapat terbukti sebagai kutup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah, keberhasilan dalam meningkatkan UMKM berarti memperkokoh bisnis di masyarakat. Hal ini dapat membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam pelaksanaan otonomi pemerintahan. perkembangan UMKM merupakan proses yang sangat baik untuk membawa suatu bangsa menuju kemakmuran. Perkembangan UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan potensi sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia sehingga meningkatkan perekonomian suatu negara. Pengembangan UMKM ini harus menjadi salah satu prioritas. Hal ini karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan, dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan yang struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Dapat memberikan peran pada lingkungan sekitar yang dapat menciptakan kesejahteraan (Nurul Chaeriah et al., 2024).

Modal sosial (social capital) dapat didefinisikan sebagai kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama, demi mencapai tujuan-tujuan bersama, di dalam berbagai kelompok. Modal Sosial merupakan suatu konsep yang berbicara tentang bermacam definisi yang saling berhubungan yang di dasarkan pada suatu jaringan sosial. Definisi modal sosial yang dikatakan oleh Robert D. Putnam modal sosial yaitu suatu jaringan sosial yang ada di kehidupan dengan mengacu pada norma, jaringan dan kepercayaan sehingga mendesak seseorang untuk berperan lebih terarah untuk mencapai tujuan bersama-sama (Robert D. Putnam dalam John Field 2003). Kemudian Robert D. Putnam menyempurnakan kembali definisi modal sosial menurutnya merupakan sesuatu yang menjadi bagian dari kehidupan sosial yaitu jaringan, kepercayaan dan norma yang mendorong partisipasi bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama. Dari tiga ramuan utama dalam pembahasan itu belum berubah dari tahun ke tahun kemudian pada tahun 1993 memperbaruinya dengan mengubah identifikasi “partisipan” ketimbang “masyarakat” sebagai penerima manfaat modal sosial. Pada sebuah bukunya juga Robert D. Putnam beragumen

bahwasanya gagasan inti dari teori modal sosial adalah bahwa jaringan sosial memiliki nilai, kontak sosial mempengaruhi produktivitas individu dan kelompok (Harold, 2023).

Modal sosial bisa dipahami sebagai asset penting yang timbul dari hubungan sosial yang dimiliki oleh individu atau kelompok, yang mencakup potensi dan dukungan nyata dari jaringan tersebut. Hubungan-hubungan ini tidak hanya bersifat interpersonal, tetapi juga memainkan peran penting dalam mendukung keberlangsungan ekonomi pelaku usaha. Dalam konteks UMKM, modal sosial menjadi elemen penting yang memperkuat daya tahan bisnis melalui jejaring kemitraan yang solid. Modal sosial biasanya terdiri atas tiga dimensi, yaitu relasi interpersonal yang dilandasi kepercayaan, struktur jaringan yang terbentuk dari berbagai interaksi sosial, serta aspek kognitif berupa nilai dan norma bersama. Ketiganya berkontribusi dalam membentuk sinergi yang mendorong kolaborasi, pertukaran informasi, dan penciptaan peluang usaha baru. Karena itu, penguatan modal sosial dapat menjadi strategi untuk mendorong keunggulan kompetitif secara berkelanjutan (Widyawati et al., 2023).

Permasalahan dalam strategi pemasaran ini sejalan dengan temuan (Halim et al., 2022), yang menyatakan bahwa UMKM perlu mengelola elemen pemasaran secara terstruktur untuk meningkatkan nilai dan efektivitas pertukaran dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Temuan serupa diungkapkan oleh (Trulline, 2021) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan e-commerce mampu meningkatkan daya jangkauan pemasaran dan brand awareness produk UMKM. Selanjutnya, (Febriansah, 2024) menyimpulkan bahwa bauran pemasaran 7P memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, terutama dalam konteks pemasaran jasa dan produk lokal.

Wilayah pesisir merupakan kawasan yang memiliki karakter kompleks, tidak hanya karena melimpahnya sumber daya alam, tetapi juga karena pengelolaannya menuntut keterlibatan aktif negara, masyarakat, serta penerapan prinsip keberlanjutan. Melansir dari website resmi Pemerintah Provinsi Gorontalo, di Gorontalo upaya pembangunan pesisir berjalan cukup progresif, namun potensi besar yang dimiliki daerah ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Untuk mencapai pengelolaan yang ideal, diperlukan langkah strategis dalam menjaga kelestarian dan melindungi sumber daya alam yang menjadi pilar utama pembangunan daerah tersebut.

Desa Oluhuta yang terletak di wilayah Teluk Tomini dikenal memiliki kekayaan SDA yang melimpah, terutama di bidang perikanan dengan komoditas unggulan berupa ikan tuna. Menurut catatan Badan Pusat Statistik (BPS), pada periode Januari–Juli 2021 Indonesia mengirimkan sekitar 1,2 juta ton tuna sirip kuning ke pasar internasional, dengan nilai transaksi mencapai sekitar 4,8 juta dolar AS. Mayoritas pengiriman produk ini terfokus pada beberapa negara, terutama Jepang yang menyerap 95,09 persen, disusul Amerika Serikat sebesar 1,85 persen, Vietnam 1,55 persen, Australia 0,47 persen, dan Singapura 0,44 persen. Di skala wilayah, BPS Provinsi Gorontalo melaporkan nilai ekspor tuna sebesar US\$1.377.084 pada Juni 2022, atau naik sekitar 25,08 persen dibandingkan bulan sebelumnya yang mencatat US\$1.100.989.

Pencapaian tersebut memberikan dorongan bagi warga Desa Oluhuta dan kawasan sekitarnya di Teluk Tomini untuk memanfaatkan peluang pengelolaan perikanan laut secara lebih maksimal guna meningkatkan nilai ekonomi produk perikanan serta memperkuat perkembangan ekonomi lokal. Salah satu peluang usaha yang berpotensi menjadi sektor unggulan di Desa Oluhuta ialah produksi abon tuna oleh pelaku UMKM. Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah turut memainkan peranan penting dalam memperkuat perekonomian daerah. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sangat berarti dalam memperkuat aktivitas perekonomian di tingkat daerah. Keberadaan UMKM juga membuka peluang kegiatan usaha bagi masyarakat, yang berdampak pada berkurangnya jumlah warga yang tidak memiliki pekerjaan dan meningkatnya taraf hidup mereka. Pada tingkat nasional, sektor UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap pembentukan PDB dan mampu menampung sebagian besar tenaga kerja, sehingga menjadi salah satu fondasi utama dalam perekonomian negara. Dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0, UMKM memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing serta pertumbuhan ekonomi, terutama dengan memanfaatkan manajemen yang baik dalam pemasaran, produksi, dan sumber daya manusia.

Dari tinjauan awal yang dilakukan di Desa Oluhuta, terlihat bahwa pelaksanaan UMKM di kawasan tersebut menunjukkan ciri khas yang menonjol, khususnya dalam pengembangan olahan Abon Ikan. Proses pengembangan usaha ini dilakukan secara kolektif melalui kerja sama antara beberapa pihak, yakni nelayan, kelompok ibu rumah tangga (IRT), dan pemerintah desa. Dalam teknis pelaksanaannya, nelayan berperan sebagai penyedia bahan baku utama, yaitu ikan segar yang menjadi bahan dasar produk abon. Sementara, pemerintah desa turut andil dengan menyediakan fasilitas pendukung seperti tempat produksi dan alat-alat yang diperlukan, sehingga proses

pengolahan dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Fasilitas ini mencakup ruang produksi, alat pemotong ikan, alat masak, alat pengering, peralatan pengemasan serta peralatan lainnya.

Sedangkan kelompok ibu-ibu rumah tangga bertindak sebagai pengelola utama dalam operasional harian, mulai dari pengolahan ikan menjadi abon, pengemasan produk, hingga distribusi. Proses pendistribusian abon ikan tuna Desa Oluhuta juga mendapat perhatian serius. Melalui jaringan pasar lokal dan digital, produk ini didistribusikan tidak hanya di dalam desa, tetapi juga ke luar daerah. Pemasaran melalui platform online turut membuka peluang baru bagi produk ini agar bisa menjangkau konsumen yang lebih luas, sehingga produk Oluhuta bisa dikenal di berbagai wilayah. Model kerja yang kolaboratif ini tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi desa, tetapi juga memberdayakan berbagai kelompok masyarakat, dari nelayan hingga ibu rumah tangga. Lebih dari sekadar produk ekonomi, abon ikan tuna Oluhuta menjadi simbol gotong royong, yang mampu menciptakan nilai tambah bagi desa serta memperkuat sektor perikanan lokal di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Sayangnya, seiring berjalannya waktu, berbagai kendala mulai muncul di tengah operasional UMKM Abon Ikan Tuna di Desa Oluhuta, yang berdampak besar pada kelangsungan usaha ini. Meskipun awalnya usaha ini berhasil berkembang dan menjadi sumber penghidupan bagi banyak warga desa, lambat laun hambatan teknis dan manajerial menggerogoti kekuatan kolaboratif yang telah dibangun. Pada akhirnya, usaha yang awalnya menjadi motor penggerak ekonomi lokal mulai goyah, dan bahkan tidak lagi beroperasi sebagaimana mestinya. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, diperlukan suatu analisis mendalam mengenai performa usaha serta arah pengembangan produk abon tuna di Desa Oluhuta. Fokus penelitian ini adalah mengkaji faktor-faktor sosial yang berperan dalam pertumbuhan UMKM pengolah abon tuna melalui pendekatan kualitatif berbasis pengamatan lapangan. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memahami secara lebih komprehensif dinamika sosial, hambatan, serta peluang yang dihadapi para pelaku usaha setempat.

Penelitian ini diharapkan mampu mengungkap berbagai kendala yang secara spesifik dialami oleh pelaku UMKM pengolah abon ikan, sekaligus menyusun arah pengembangan yang dapat memperkuat pertumbuhan ekonomi pada sektor perikanan di Desa Oluhuta. Dengan pemahaman yang mendalam tentang kondisi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM abon ikan, diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan rekomendasi konkret yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja dan kesuksesan usaha di Desa Oluhuta. Dengan adanya analisis sosial yang komprehensif terhadap perkembangan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta, diharapkan dapat diambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada. Dengan upaya tersebut, sektor perikanan diharapkan mampu tumbuh secara berkesinambungan dan memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menawarkan perspektif baru bagi pengembangan UMKM berbasis perikanan, yang berpotensi menjadi rujukan bagi komunitas lain yang menghadapi tantangan serupa.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena sosial terkait perkembangan UMKM Abon Ikan di Desa Oluhuta, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. Metode kualitatif dipilih karena mampu menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari informan yang diteliti serta lebih menekankan makna dibandingkan generalisasi (Sugiyono, 2022). Lokasi penelitian dipilih karena desa tersebut merupakan pusat kegiatan produksi abon ikan yang berkembang di wilayah tersebut. Sumber data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM, serta data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dokumen, dan arsip yang relevan. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM Abon Ikan, sedangkan objek penelitian berfokus pada proses dan dinamika perkembangan usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang komprehensif mengenai kondisi lapangan. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan untuk menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Penentuan informan dilakukan dengan teknik snowball sampling, yaitu memilih informan awal yang kemudian merekomendasikan informan lain yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait perkembangan UMKM Abon Ikan di Desa Oluhuta. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi yang dilakukan secara interaktif hingga data mencapai titik jenuh (Miles, Huberman, & Saldaña, 2020).

3. Hasil dan Diskusi

Gambaran UMKM Abon Ikan

UMKM abon ikan di Desa Oluhuta merupakan salah satu bentuk usaha masyarakat pesisir yang memanfaatkan potensi sumber daya perikanan lokal sebagai bahan utama produksi. Keberadaan UMKM ini lahir dari inisiatif masyarakat, khususnya kelompok ibu rumah tangga, dalam mengolah hasil tangkapan ikan menjadi produk bernilai ekonomi. Produk utama yang dihasilkan berupa abon ikan dan acar ikan yang dipasarkan kepada masyarakat sekitar desa maupun beberapa desa lain di Kecamatan Kabila Bone.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Oluhuta, Ronal M. Sahrain, usaha abon ikan sebenarnya telah ada sebelum dirinya menjabat sebagai kepala desa. Pada masa sebelumnya, kegiatan produksi dikelola oleh kelompok UMKM yang dibentuk oleh pemerintahan desa terdahulu. Namun dalam perjalanannya, aktivitas produksi sempat mengalami penurunan dan tidak berjalan secara aktif. Ronal mengatakan:

"Abon ikan itu ada memang ada sebelum saya jadi kades, itu memang sudah diproduksi oleh kelompok umkm sebelumnya, dipimpin oleh mantan bunda (kades) ya, tahun-tahun sebelumnya. Sekarang di tahun 2020 itu sudah mulai lagi kita kembangkan untuk abon sama acar itu kita bentuk ulang kelompoknya, dan kita mulai produksi, awal-awal produksinya itu kecil-kecilan" (Ronal M. Sahrain, 2026)

Kegiatan produksi UMKM abon ikan dilakukan secara kolektif oleh kelompok ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok UMKM desa. Dalam proses produksinya, bahan baku utama berupa ikan diperoleh dari masyarakat nelayan di Desa Oluhuta. Hubungan antara nelayan dan kelompok UMKM terjalin cukup erat karena sebagian anggota kelompok UMKM merupakan keluarga nelayan, terutama istri para nelayan. Kondisi tersebut mempermudah akses kelompok UMKM terhadap bahan baku ikan.

Menurut hasil wawancara, sistem produksi UMKM dilakukan berdasarkan permintaan pasar. Ketika terdapat permintaan dalam jumlah tertentu, kelompok UMKM akan melakukan produksi sesuai kebutuhan. Akan tetapi, pada awal pengembangan usaha, kelompok UMKM juga tetap melakukan produksi untuk menampung hasil tangkapan ikan nelayan yang berlebih agar dapat diolah menjadi produk abon dan acar ikan. Dalam memperoleh bahan baku, kelompok UMKM tidak sepenuhnya bergantung pada pemberian ikan secara gratis dari nelayan. Ikan tetap dibeli dari masyarakat apabila hasil tangkapan nelayan tidak berlebih atau memang diperuntukkan untuk dijual.

Selain itu, modal usaha yang digunakan dalam kegiatan produksi berasal dari modal pribadi atau hasil urunan anggota kelompok UMKM. Pemerintah desa tidak menjadi pemilik usaha, melainkan hanya berperan sebagai pihak yang memfasilitasi kegiatan UMKM melalui dukungan berupa alat produksi, tempat produksi, pelatihan, serta bantuan promosi pemasaran. Seluruh keuntungan hasil penjualan produk menjadi milik kelompok UMKM dan tidak masuk ke pemerintah desa maupun Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

Dalam aspek pemasaran, produk abon ikan dan acar ikan saat ini masih dipasarkan dalam skala terbatas. Distribusi produk dilakukan melalui warung-warung dan toko yang berada di Desa Oluhuta maupun desa sekitar Kecamatan Kabila Bone. Selain itu, produk UMKM juga dipasarkan di kawasan wisata Oluhuta Paradise sebagai salah satu bentuk promosi produk lokal desa. Meskipun demikian, jangkauan pemasaran produk masih belum luas dan produksi usaha juga belum dilakukan secara rutin dalam skala besar.

Secara umum, keberadaan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta menunjukkan adanya upaya masyarakat pesisir dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal berbasis hasil perikanan. Keberlangsungan usaha ini tidak hanya ditunjang oleh aktivitas ekonomi semata, tetapi juga didukung oleh keterlibatan masyarakat, hubungan sosial antaranggota kelompok, serta dukungan pemerintah desa dalam proses pengembangannya.

Modal Sosial dalam Keberlangsungan UMKM Abon Ikan

Keberlangsungan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan sosial yang terbangun di antara masyarakat. Dalam konteks ini, modal sosial menjadi salah satu faktor penting yang mendukung aktivitas produksi dan keberlanjutan usaha UMKM. Menurut

Robert Putnam, modal sosial merupakan seperangkat nilai sosial yang terdiri atas kepercayaan (trust), norma sosial, dan jaringan sosial yang memungkinkan masyarakat bekerja sama secara efektif untuk mencapai tujuan bersama. Konsep tersebut dapat dilihat dalam aktivitas UMKM abon ikan di Desa Oluhuta yang melibatkan hubungan antara nelayan, kelompok ibu rumah tangga, dan pemerintah desa.

Salah satu bentuk modal sosial yang paling terlihat dalam keberlangsungan UMKM abon ikan adalah adanya kepercayaan (trust) antara nelayan dan kelompok UMKM. Hubungan saling percaya tersebut terlihat dari pola distribusi bahan baku ikan yang tidak sepenuhnya didasarkan pada mekanisme ekonomi formal. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nelayan, Roy, mengatakan bahwa sebagian nelayan terkadang memberikan hasil tangkapan ikan secara cuma-cuma kepada kelompok UMKM ketika hasil tangkapan mereka berlebih. Pemberian ikan tersebut dilakukan tanpa adanya kontrak formal maupun aturan tertulis yang mengikat kedua belah pihak. Roy mengungkapkan:

"Ada yang memang kita beli ada juga memang diberikan, oleh nelayan gratis secara cuma-cuma. Karena untuk anggota kelompok UMKM sebagian adalah suaminya itu sebagian nelayan, jadi kalau dapat ikan lebih maka diberikan secara cuma atau gratis. Tapi kalau tidak lebih berarti dibeli, kalau memang Anda hanya untuk dijual berarti kita kita beli. Kalau ada kelebihan, selain dijual mungkin ada yang kelebihan dibagi-bagi, mungkin dikasih langsung dikasih kelompok UMKM," (Roy, 2024).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa hubungan ekonomi dalam UMKM abon ikan tidak semata-mata dibangun atas dasar kepentingan pasar, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan sosial dan rasa saling percaya antaranggota masyarakat. Nelayan percaya bahwa ikan yang diberikan akan dikelola oleh kelompok UMKM untuk kepentingan bersama. Sebaliknya, kelompok UMKM juga menjaga hubungan baik dengan para nelayan melalui hubungan sosial yang telah terbangun sebelumnya dalam kehidupan masyarakat pesisir.

Selain itu, hubungan saling percaya tersebut juga didukung oleh adanya hubungan timbal balik (reciprocity) dalam masyarakat. Kepala desa menjelaskan bahwa nelayan yang memberikan ikan kepada kelompok UMKM tetap dapat merasakan manfaat dari hasil produksi abon ikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya, ketika mereka membutuhkan produk abon ikan untuk konsumsi keluarga atau anak mereka yang sedang bersekolah maupun kuliah di luar daerah, kelompok UMKM akan memberikan produk tersebut dengan mudah, bahkan terkadang secara gratis. Kondisi ini menunjukkan adanya hubungan timbal balik yang menjadi dasar terbentuknya solidaritas sosial dalam masyarakat.

Dalam perspektif modal sosial Putnam, hubungan timbal balik tersebut menjadi salah satu unsur penting dalam menjaga keberlangsungan kerja sama sosial. Adanya rasa saling membantu dan saling membutuhkan membuat masyarakat mampu mempertahankan hubungan kolektif dalam kegiatan ekonomi. Dengan demikian, aktivitas produksi UMKM abon ikan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai bagian dari hubungan sosial masyarakat pesisir yang dibangun melalui rasa kebersamaan dan solidaritas.

Selain kepercayaan, unsur modal sosial lainnya yang terlihat dalam keberlangsungan UMKM abon ikan adalah norma sosial yang berkembang dalam masyarakat. Norma sosial tersebut tercermin dalam budaya gotong royong dan kerja kolektif antaranggota kelompok UMKM maupun masyarakat nelayan. Proses produksi abon ikan dilakukan secara bersama-sama oleh kelompok ibu rumah tangga yang tergabung dalam kelompok UMKM. Mereka bekerja secara kolektif mulai dari pengolahan bahan baku, proses memasak, hingga pengemasan produk.

Budaya gotong royong dalam masyarakat pesisir Desa Oluhuta turut memperkuat keberlangsungan usaha UMKM. Adanya kesadaran bersama untuk saling membantu membuat kelompok UMKM tetap dapat menjalankan produksi meskipun dengan keterbatasan alat dan modal usaha. Norma sosial seperti kebersamaan, saling membantu, dan solidaritas sosial menjadi kekuatan yang menjaga hubungan antaranggota kelompok tetap berjalan dengan baik.

Keberadaan modal sosial juga terlihat melalui jaringan sosial yang terbangun dalam aktivitas UMKM abon ikan. Jaringan sosial tersebut melibatkan hubungan antara kelompok UMKM, nelayan, pemerintah desa, hingga jaringan pemasaran lokal di sekitar Kecamatan Kabila Bone. Hubungan antara kelompok UMKM dan pemerintah desa terlihat melalui dukungan fasilitas berupa tempat produksi, bantuan alat produksi, pelatihan, serta dukungan promosi pemasaran produk UMKM.

Pemerintah desa dalam hal ini tidak bertindak sebagai pemilik usaha, melainkan sebagai pihak yang memfasilitasi pengembangan UMKM masyarakat. Kepala Desa Oluhuta menjelaskan bahwa UMKM abon ikan merupakan usaha mandiri yang dibentuk atas inisiatif kelompok ibu-ibu dengan modal yang berasal dari hasil urunan anggota kelompok. Pemerintah desa hanya memberikan dukungan agar kegiatan UMKM dapat terus berjalan dan berkembang. Kondisi ini menunjukkan adanya hubungan kerja sama antara masyarakat dan pemerintah desa dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis komunitas. Ronal menjelaskan:

"UMKM ini tidak di bawa pemdes atau bumdes karena modalnya itu modal pribadi inisiatif dari ibu-ibu tadi, atau urunan. Naah desa memfasilitasi inisiatif dari ibu-ibu tadi, baik dengan alat produksi, tempat produksi, pelatihan, hingga pemasaran. Termasuk bahan rempah-rempah dan ikan, itu dibeli pakai uang urunan inisiatif dari ibu-ibu kelompok UMKM," (Ronal M. Sahrain, 2026)

Jaringan sosial UMKM juga terlihat dalam proses pemasaran produk. Saat ini pemasaran abon ikan masih dilakukan dalam skala lokal, seperti melalui warung-warung, toko desa, dan kawasan wisata Oluhuta Paradise. Meskipun jangkauan pemasaran masih terbatas, keberadaan jaringan sosial lokal membantu kelompok UMKM dalam mendistribusikan produk mereka kepada masyarakat sekitar. Hubungan sosial yang terbangun dengan pemilik warung dan masyarakat sekitar menjadi salah satu faktor yang membantu keberlangsungan pemasaran produk UMKM.

Namun demikian, modal sosial yang dimiliki UMKM abon ikan di Desa Oluhuta lebih banyak didominasi oleh hubungan internal masyarakat atau bonding social capital. Hubungan sosial antaranggota kelompok, nelayan, dan masyarakat desa tergolong cukup kuat karena didasarkan pada hubungan kekeluargaan dan kedekatan sosial. Sementara itu, jaringan sosial eksternal atau bridging social capital masih tergolong terbatas. Hal ini terlihat dari masih minimnya pelatihan, terbatasnya jaringan pemasaran, serta belum optimalnya kerja sama dengan pihak luar dalam pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa modal sosial memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta. Kepercayaan, norma sosial, dan jaringan sosial menjadi fondasi utama yang memungkinkan kelompok UMKM tetap menjalankan aktivitas produksi di tengah berbagai keterbatasan. Akan tetapi, modal sosial tersebut belum sepenuhnya mampu mendorong pengembangan usaha secara optimal karena masih terbatasnya dukungan struktural seperti teknologi produksi, pelatihan berkelanjutan, dan perluasan jaringan pemasaran.

Relasi Aktor dan Bentuk Kerja Kolektif dalam Pengembangan UMKM

Pengembangan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta berlangsung melalui keterlibatan berbagai aktor sosial yang saling berhubungan satu sama lain. Aktivitas produksi dan pengembangan usaha tidak berjalan secara individual, melainkan melalui kerja kolektif antara kelompok UMKM, nelayan, pemerintah desa, dan pihak eksternal. Dalam perspektif sosiologi, hubungan antaraktor tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha masyarakat tidak hanya ditentukan oleh modal ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh relasi sosial yang terbentuk dalam masyarakat.

Kelompok ibu rumah tangga menjadi aktor utama dalam pengelolaan UMKM abon ikan. Kelompok ini bertanggung jawab dalam proses produksi mulai dari pengolahan bahan baku, pengemasan, hingga pemasaran produk. Aktivitas produksi dilakukan secara bersama-sama sehingga membentuk pola kerja kolektif berbasis komunitas. Selain itu, nelayan juga memiliki peran penting sebagai penyedia bahan baku ikan untuk produksi abon dan acar ikan. Hubungan antara nelayan dan kelompok UMKM tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan kekeluargaan dan solidaritas sosial masyarakat pesisir.

Dalam pengembangan UMKM, pemerintah desa berperan sebagai fasilitator yang memberikan dukungan berupa tempat produksi, alat produksi, pelatihan, dan promosi pemasaran. Namun demikian, pemerintah desa tidak menjadi pemilik usaha maupun pengelola utama UMKM. Kepala Desa Oluhuta menjelaskan bahwa UMKM abon ikan merupakan usaha mandiri yang dibentuk atas inisiatif kelompok ibu rumah tangga dengan modal yang berasal dari hasil urunan anggota kelompok. Pemerintah desa hanya berperan mendukung dan memfasilitasi pengembangan usaha masyarakat.

Selain pemerintah desa, terdapat keterlibatan aktor eksternal dalam pengembangan UMKM abon ikan, meskipun masih terbatas. Salah satu bentuk keterlibatan tersebut terlihat melalui pelatihan digital marketing dan desain grafis yang diberikan oleh Dinas Perekrafpora Provinsi Gorontalo kepada kelompok UMKM masyarakat pesisir, termasuk Desa Oluhuta. Pelatihan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran produk UMKM melalui media digital. Kepala Desa Oluhuta mengatakan:

"... kemarin kan ada pelatihan digital marketing dari di Dinas Perekrafpora Provinsi Gorontalo, itu dibuat dalam rangka pelatihan desain grafis dan juga digital marketing untuk hasil-hasil produksi UMKM martim, UMKM di wilayah pesisir pantai terutama di Desa Oluhuta dan beberapa desa sekitar, pesertanya dari ibu-ibu (Ronald M. Sahrain, 2026)"

Keterlibatan pihak eksternal menunjukkan adanya upaya membangun jaringan kerja sama di luar lingkungan internal masyarakat desa. Akan tetapi, berdasarkan hasil penelitian, hubungan kerja sama eksternal tersebut belum berjalan secara optimal dan masih bersifat terbatas. Pelatihan yang diberikan belum dilakukan secara berkelanjutan, sementara dukungan dalam pengembangan alat produksi, perluasan pasar, dan pendampingan usaha masih minim. Kondisi tersebut menyebabkan pengembangan UMKM abon ikan masih berjalan dalam skala terbatas dan belum mampu berkembang secara maksimal.

Dengan demikian, pengembangan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta berlangsung melalui relasi sosial antaraktor yang saling mendukung, baik aktor internal maupun eksternal. Kelompok UMKM dan nelayan menjadi aktor utama dalam keberlangsungan produksi, sedangkan pemerintah desa dan pihak eksternal berperan sebagai pendukung pengembangan usaha masyarakat. Namun demikian, keterlibatan aktor eksternal dalam pengembangan UMKM masih belum optimal sehingga diperlukan penguatan jaringan kerja sama yang lebih luas untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kendala dan Keterbatasan Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM

Modal sosial memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta. Kepercayaan, solidaritas, dan hubungan kerja sama antaranggota masyarakat menjadi faktor yang membantu kelompok UMKM tetap menjalankan aktivitas produksi di tengah berbagai keterbatasan. Akan tetapi, berdasarkan hasil penelitian, modal sosial yang dimiliki masyarakat belum sepenuhnya mampu mendorong pengembangan usaha secara optimal. Terdapat berbagai kendala dan keterbatasan yang menyebabkan UMKM abon ikan masih mengalami hambatan dalam proses pengembangan usaha, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun penguatan jaringan eksternal. Salah satu kendala utama dalam pengembangan UMKM abon ikan adalah belum stabilnya proses produksi. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang ibu-ibu pelaku UMKM, Leni Sapi mengungkapkan bahwa kegiatan produksi masih dilakukan berdasarkan permintaan pasar.

"Kalau ada permintaan banyak, biasa kita laksanakannya setiap 2 minggu sekali. Tapi kalau permintaan menurun, torang juga produksinya juga ikut berkurang, jadinya jarang-jarang (Leni Sapi, 2024)."

Produksi yang masih bergantung pada permintaan pasar memperlihatkan bahwa keberlangsungan usaha masih berada dalam skala usaha kecil dengan kapasitas produksi yang terbatas. Dalam kondisi seperti ini, modal sosial memang mampu menjaga hubungan kerja sama antaranggota kelompok agar usaha tetap berjalan, tetapi belum cukup kuat untuk menciptakan stabilitas ekonomi usaha secara berkelanjutan. Dengan kata lain, hubungan sosial yang kuat belum sepenuhnya diikuti oleh penguatan kapasitas produksi dan pengembangan usaha secara profesional.

Selain itu, keterbatasan alat produksi juga menjadi kendala penting dalam pengembangan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar proses produksi masih dilakukan secara manual karena belum tersedianya alat produksi yang memadai. Salah satu anggota UMKM, Mimi, menjelaskan bahwa kelompok UMKM masih membutuhkan berbagai peralatan seperti alat penyaringan dan alat pengering agar proses produksi dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

"Saat ini kita masih menggunakan alat manual, masak manual, pengeringan dan pengemasannya juga masih manual, (Mimi, 2024)."

Keterbatasan fasilitas produksi menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada solidaritas sosial masyarakat, tetapi juga membutuhkan dukungan struktural berupa teknologi dan sarana produksi yang memadai. Dalam konteks ini, modal sosial memiliki keterbatasan ketika tidak diimbangi dengan dukungan material dan kelembagaan yang kuat. Meskipun masyarakat memiliki semangat gotong royong dan kerja kolektif yang tinggi, proses produksi tetap mengalami hambatan apabila fasilitas produksi masih terbatas.

Kendala lain yang ditemukan dalam penelitian ini adalah masih minimnya pelatihan dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia bagi kelompok UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Oluhuta, pelatihan yang pernah diberikan kepada kelompok UMKM baru dilakukan satu kali dan didanai oleh pemerintah desa. Sementara itu, pelatihan lanjutan maupun pendampingan dari pihak luar masih sangat terbatas.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa jaringan kerja sama eksternal atau bridging social capital dalam pengembangan UMKM masih belum optimal. Menurut Putnam, bridging social capital merupakan hubungan sosial yang menghubungkan kelompok masyarakat dengan pihak luar untuk memperoleh akses terhadap informasi, sumber daya, dan peluang yang lebih luas. Dalam kasus UMKM abon ikan di Desa Oluhuta, hubungan sosial internal masyarakat memang tergolong cukup kuat, namun hubungan dengan lembaga eksternal seperti dinas terkait, lembaga pelatihan, maupun jaringan pasar yang lebih luas masih terbatas.

Keterbatasan jaringan eksternal tersebut berdampak pada lambatnya pengembangan kapasitas usaha masyarakat. Kelompok UMKM masih mengalami keterbatasan dalam penguasaan teknologi pemasaran, inovasi produk, hingga pengembangan kualitas kemasan produk. Meskipun pernah mengikuti pelatihan digital marketing dari Dinas Perekrafpora Provinsi Gorontalo, pelatihan tersebut belum dilakukan secara berkelanjutan sehingga pengembangan pemasaran digital belum berjalan secara maksimal.

Selain aspek produksi dan pelatihan, kendala lain yang dihadapi UMKM abon ikan adalah terbatasnya jangkauan pemasaran produk. Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran produk masih dilakukan dalam lingkup lokal, seperti melalui warung-warung desa, toko kecil, dan kawasan wisata Oluhuta Paradise. Produk UMKM belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas di luar wilayah Kecamatan Kabila Bone.

Keterbatasan pemasaran menunjukkan bahwa jaringan sosial yang dimiliki kelompok UMKM masih didominasi oleh hubungan internal masyarakat desa. Hubungan sosial tersebut memang membantu keberlangsungan distribusi produk dalam skala lokal, tetapi belum mampu membuka akses pasar yang lebih luas. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kekuatan bonding social capital yang dimiliki masyarakat belum sepenuhnya didukung oleh bridging social capital yang mampu memperluas jaringan usaha ke tingkat yang lebih besar.

Selain itu, keterbatasan modal usaha juga menjadi faktor yang memengaruhi pengembangan UMKM. Berdasarkan hasil wawancara, modal produksi berasal dari hasil urunan anggota kelompok UMKM. Sistem modal berbasis swadaya tersebut memang menunjukkan adanya partisipasi dan solidaritas masyarakat, namun di sisi lain juga menyebabkan kapasitas pengembangan usaha menjadi terbatas. Kelompok UMKM masih kesulitan melakukan pengembangan produksi dalam skala besar karena keterbatasan modal dan fasilitas pendukung.

Dalam perspektif sosiologi, kondisi tersebut menunjukkan bahwa modal sosial memiliki dua sisi dalam pengembangan masyarakat. Di satu sisi, modal sosial mampu memperkuat solidaritas, kerja sama, dan partisipasi masyarakat dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Namun di sisi lain, modal sosial juga memiliki keterbatasan apabila tidak didukung oleh penguatan struktur ekonomi, kelembagaan, teknologi, dan akses pasar yang memadai.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa modal sosial memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan dan pengembangan UMKM abon ikan di Desa Oluhuta. Unsur kepercayaan (trust) terlihat dari hubungan timbal balik antara nelayan dan kelompok UMKM dalam penyediaan bahan baku ikan, yang memungkinkan kegiatan produksi tetap berjalan meskipun tanpa ikatan formal. Norma sosial tercermin melalui budaya gotong royong, solidaritas, dan kerja kolektif yang melibatkan kelompok ibu rumah tangga serta masyarakat nelayan dalam proses produksi dan pengembangan usaha. Sementara itu, jaringan sosial (networking) terbangun melalui kerja sama antara kelompok UMKM dengan nelayan, pemerintah desa, pelaku usaha lokal, kawasan wisata, dan instansi pemerintah yang mendukung penyediaan fasilitas, pelatihan, serta pemasaran produk.

Namun, jaringan yang ada masih didominasi oleh hubungan internal masyarakat (bonding social capital), sehingga perlu diperkuat melalui perluasan jaringan eksternal (bridging social capital) untuk meningkatkan akses pemasaran, pelatihan, dan kemitraan usaha. Secara keseluruhan, kepercayaan, norma sosial, dan jaringan sosial menjadi modal utama dalam mempertahankan keberlangsungan UMKM, tetapi pengembangannya secara optimal tetap memerlukan dukungan kelembagaan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, fasilitas produksi yang memadai, serta akses pasar yang lebih luas agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan. Peneliti menyarankan agar kelompok UMKM abon ikan di Desa Oluhuta terus mempertahankan nilai-nilai kepercayaan, solidaritas, dan kerja sama yang menjadi kekuatan utama dalam keberlangsungan usaha, serta meningkatkan konsistensi produksi, inovasi produk, kualitas kemasan, dan pemanfaatan media sosial untuk memperluas pemasaran. Pemerintah Desa Oluhuta diharapkan dapat terus mendukung pengembangan UMKM melalui penyediaan fasilitas produksi yang lebih memadai, pendampingan usaha, serta pembukaan akses kerja sama dengan berbagai pihak guna mendukung pelatihan dan pemasaran secara berkelanjutan. Selain itu, pemerintah daerah dan dinas terkait perlu meningkatkan program penguatan kapasitas sumber daya manusia, pelatihan berkelanjutan, serta memperluas jaringan pemasaran dan kemitraan dengan sektor pemerintah, swasta, maupun platform digital agar pengembangan usaha tidak hanya bergantung pada jaringan internal masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengembangkan kajian mengenai modal sosial dan pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir dengan pendekatan dan fokus yang lebih beragam sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika sosial dan ekonomi masyarakat dalam mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

Referensi

1. Bappenas. (2020). *Rencana pembangunan jangka menengah nasional 2020–2024*. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas.
2. Febriansah, R. E. (2024). The Analysis Of Services Marketing, Mix On Students' Decisions In Choosing Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 5(1), 46–57.
3. Halim, I. H., Sukmana, A. N. A., Victoria, B., Vinsky, E., Christopher, J., Wijaya, M., Rorong, R. J., & Ginting, M. (2022). Pengembangan Strategi Pemasaran UMKM Dapur Tihwa Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 4(1), 101–112
4. Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermianyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2.
5. Harold, R. (2023). Penguatan Kelompok UMKM Berbasis Modal Sosial di Desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone. *Damhil Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 50–60.
6. Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Data statistik UMKM tahun 2021*. Deputi Bidang UKM
7. Maharani, C. F., & Andriansyah, R. (2024). Peningkatan Daya Minat UMKM Warga Desa Mayangan Melalui Pembuatan Abon Ikan. ... *Uin Sunan Gumung* <http://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/2415>
8. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 4th Edition. California: SAGE Publications.
9. Nurul Chaeriah, Nur Hilal, & Fadila Almahdali. (2024). Peran UMKM Abon Ikan Roa dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa di Desa Limboro. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global*, 1(2), 122–128. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v1i2.438>
10. Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*.
11. Setiawan, E., Khotimah, S., & Pranindyastuti, T. (2025). Pengaruh Modal Sosial Dan Modal Keuangan Terhadap Kinerja Inovatif Perusahaan Pada Industri Pengolahan Berbahan Baku Ikan Di Kecamatan Kumai. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 183–191. <https://doi.org/10.35130/n0t6vm41>
12. Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
13. Tambunan, T. (2019). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu kontemporer*. LP3ES.
14. Trulline, P. (2021). Pemasaran Produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259–279.
15. Widyawati, F., Soemaryani, I., & Muizu, W. O. Z. (2023). *The Effect of Social Capital and Organizational Health on Competitive Advantages of Culinary and Craft SMEs in Samarinda City.Sustainability*, 15(10), 7945. <https://doi.org/10.3390/su15107945>