

Proses Pergeseran Makna Sentra Bagi UMKM Sentra Ayam Goreng Kalasan: Sebelum dan Sesudah Program CSR TWC

The Process of Meaning Shift of the Center for MSMEs in the Kalasan Fried Chicken Center: Before and After TWC's CSR Program

Aryan Torrido^{*)}

Program Kesejahteraan Sosial, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Jl. Laksda Adisucipto, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia

^{*)E-mail correspondence: aryan.torrido@uin-suka.ac.id}

Diterima: 27 Agustus 2025 | Direvisi: 11 November 2025 | Disetujui: 04 Desember 2025 | Publikasi Online: 09 Maret 2026

ABSTRAK

Banyak sentra industri di Indonesia yang belum bisa dapat dikategorikan sebagai kluster, dikarenakan konsentrasi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bukan penumbuhkembangan pola kerjasama horizontal dan vertikal berbasis kelompok sentra. Sehingga Akibatnya pemaknaan sentra oleh para pelaku UMKM bukan media kerjasama usaha. Maka Dengan demikian tujuan penelitian ini untuk menggambarkan proses pergeseran makna sentra bagi pelaku UMKM sentra Ayam Goreng Kalasan di Provinsi DIY sebelum dan sesudah program CSR TWC. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan prespektif penafsiran deskriptif. Hasil kajian menunjukkan situasi sebelum program CSR TWC dijalankan, pemaknaan sosial mengenai sentra hanya sebagai media berkumpul sehingga memengaruhi terhadap perilaku pengembangan UMKM yang relatif individu (*play stage*). Pemaknaan sosial sentra sebagai media kerjasama usaha dimulai tahun 2024 seiring berjalannya program CSR TWC, dan adanya aksi kerjasama antar pelaku UMKM dan kerjasama bisnis antara kelompok sentra dengan TWC (*gama stage*). Terdapat upaya penguatan perilaku kerjasama melalui surat pernyataan komitmen dan aturan kerjasama yang disepakati oleh semua UMKM (*generalized other*). Kesimpulan mengenai proses pergeseran makna sentra sebagai media kerjasama masih dalam taraf transisi, dan aksi kerjasama horizontal maupun vertikal yang ada merupakan embrio kluster.

Kata kunci: kluster, makna sosial, pengembangan, sentra, UMKM

ABSTRACT

Many industrial centers in Indonesia are not yet true clusters, as their development primarily supports Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) rather than fostering horizontal and vertical cooperation typical of clusters. As a result, MSME actors often perceive these centers mainly as social gathering spaces rather than functional hubs for business collaboration. This study examines the shift in how MSME actors perceive the Kalasan Fried Chicken center in Yogyakarta Province before and after the TWC CSR program. Using a qualitative, descriptive-interpretive approach, the study found that prior to the CSR program, centers were mainly seen as venues for interaction, promoting relatively individualistic behaviors among MSMEs (*play stage*). Starting in 2024, with the CSR program, the centers began to be perceived as platforms for business cooperation. This shift was shown through collaborative actions among MSME actors and vertical cooperation between center groups and TWC (*gamma stage*). To reinforce cooperation, MSMEs drafted letters of commitment and established mutually agreed rules (*generalized other*). While cooperative behavior is still developing, the emergence of horizontal and vertical collaboration marks the initial stages of cluster formation, signaling potential for more structured, mutually beneficial interactions in the future.

Keywords: center, cluster, development, MSMEs, social meaning

PENDAHULUAN

Merujuk Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM Nomor 23/PER/M.MUKM/XI/2005 mengenai tujuan pengembangan pelaku usaha di sentra industri adalah terbentuknya klaster (baca jaringan kerjasama), terminologi klaster diartikan; (1) sebagai sistem kerjasama antar pelaku usaha dalam sentra (kerjasama horizontal), dan antar pelaku usaha atau sentra dengan *stakeholder* eksternal (kerjasama vertikal). Kemudian, yang ke (2) sebagai identitas wilayah geografis dimana mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai pelaku usaha dengan produk sama (Torrido, 2022). Dengan demikian sentra industri merupakan embrio klaster, maka penyebutan dan pemaknaan istilah sentra dan klaster semestinya berbeda, dimana klaster merupakan identitas wilayah dengan mayoritas profesi masyarakat adalah pelaku usaha sama dan sudah terbentuk jaringan kerjasama horizontal dan vertikal, sedangkan sentra adalah sebutan wilayah yang mayoritas masyarakatnya adalah pelaku usaha sama saja. Adapun level usaha-usaha di sentra industri, beberapa penelitian (Yulianti, 2015; Muchson, 2016; Syamsuadi et al., 2020; Torrido, 2022), menyebutkan Usaha Mikro, Kecil, Menengah atau disingkat UMKM.

Fenomena keserupaan pemaknaan istilah sentra dengan klaster masih banyak dilakukan orang dari berbagai kalangan terutama pemberdaya baik pemerintah ataupun swasta dan pelaku UMKM di sentra industri (Wardani & Dewi, 2025). Didukung data penelitian mengenai hasil pengembangan sentra di Indonesia kebanyakan relatif belum bisa membentuk sistem kerjasama klaster pada para pelaku UMKM di sentra industri (Muchson, 2016; Torrido, 2022), dimana faktor penyebabnya adalah pengembangan sentra industri lebih tertuju pada pembangunan kapasitas usaha bukan penumbuhkembangan klaster. Maka perlu upaya sistematis kegiatan penyadaran pada para pelaku UMKM di sentra sebagai agen replikasi dalam pengkondisian kehidupan komunitasnya yang lebih sejahtera, mengenai inti pengembangan komunitas sentra industri terletak pada penumbuhkembangan sistem kerjasama klaster, yang mana dimulai dari penumbuhkembangan kerjasama horizontal yang nantinya menjadi faktor penarik dan pendorong adanya kerjasama vertikal. Penumbuhkembangan sistem kerjasama klaster merupakan strategi untuk menutupi keterbatasan aset dan akses yang menjadi penciri UMKM dengan memanfaatkan keunggulan jumlah pelaku usaha yang ada di sentra industri, dimana kerjasama ini diarahkan untuk mendorong peningkatan kapasitas UMKM sentra agar memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen dan keuntungan (Musabila & David, 2021). Dalam hal ini, hadirnya *stakeholder* eksternal sangat membantu, terutama jika membawa komitmen penyediaan pasar seperti program CSR perseroan dengan pendekatan *Creating Share Value* (CSV), pendekatan pemberdayaan yang berujung pada kerjasama bisnis perseroan dengan komunitas sasaran.

Pendekatan klaster merupakan bentuk sistem kerjasama aglomerasi ekonomi yang memicu efisien kolektif dampak adanya berbagai aksi bersama antar pelaku UMKM dan *stakeholder* eksternal, sehingga berakibat meningkatkan kapasitas UMKM; (1) peningkatan produktivitas, (2) peningkatan penggunaan media pemasaran dan jangkauan pasar, (3) peningkatan inovasi pada berbagai lingkup fungsi-fungsi manajemen (Torrido, 2022). Maka penanganan masalah UMKM akan lebih efisien dan efektif dengan mengoptimalkan aspek keunggulan jumlah, apalagi dalam suatu daerah yang sama, tinggal penciptaan sinergitas antar pelaku usaha (Widjanarko et al., 2021; Torrido, 2024; Alamanda et al., 2023). Sebagaimana diketahui terdapat 99 persen UMKM di Negara Indonesia, dimana menurut Peraturan Menteri Perindustrian No. 78 tahun 2007 menyebutkan suatu daerah dapat disebut sentra jika terdapat minimal 20 pelaku usaha sejenis.

Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan penggunaan berbagai referensi ilmiah tentang kajian upaya sentra industri terhadap penumbuhkembangan kesadaran sistem kerjasama para pelaku UMKM dalam kegiatan pengembangan kapasitas usahanya, sangat dibutuhkan untuk bahan pengetahuan dan atau rumusan model pengembangan bagi penyuluh (*source*), akademisi, pengamat UMKM maupun pengelola sentra industri. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah menggambarkan proses pergeseran makna sentra bagi pelaku UMKM Ayam Goreng Kalasan di Yogyakarta, sebelum dan sesudah Program CSR BUMN Taman Wisata Candi (TWC), serta efek terhadap pengembangan kapasitas UMKM. Agar bisa menjadi referensi teoritis dan praktek pengembangan sistem kerjasama klaster di sentra industri. Terdapat dua kebaruan (*novelty*) penelitian sekarang, yaitu; (1) obyek kajian belum pernah dilakukan penelitian-penelitian sebelumnya, kebanyakan lebih pada kajian tingkat keberhasilan dan atau model pengembangan sentra industri, (2) subyek penelitian, belum ada tema kajian pergeseran makna pengembangan sentra terhadap para pelaku UMKM Ayam Goreng Kalasan dalam penelitian-penelitian terdahulu.

Alasan yang melatarbelakangi pemilihan lokasi penelitian di Sentra Ayam Goreng Kalasan, yakni: *Pertama*, merupakan sentra yang terbentuk secara alamiah, berawal dari satu pelaku usaha yang kemudian berkembang menjadi dua, dan selanjutnya tumbuh secara berkelanjutan sampai diakui pemerintah sebagai sentra. Secara ringkas dapat dijelaskan bahwa terbentuknya sentra dimulai dari kebangkrutan usaha Ayam Goreng Mbok Berek pada tahun 1960-an, yang mengakibatkan mayoritas karyawan membuka usaha sejenis sendiri di rumah masing-masing, Atas dasar pertimbangan tersebut, lokasi dipilih karena hasil penelitian Birgi mengarah pada kemudahan pembentukan jaringan kerjasama di sentra alamiah (Birgi, 2024), karenanya penelitian ini berupaya membuktikannya. *Kedua*, berdasarkan hasil wawancara dan penelusuran tinjauan pustaka tentang aktivitas pengembangan Sentra Ayam Goreng Kalasan, diperoleh data tentang kegiatan penumbuhkembangan klaster baru dilakukan di tahun 2024 oleh perseroan TWC melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan tema pendampingan penumbuhkembangan motivasi kerjasama para pelaku UMKM sentra yang dirumuskan dari hasil assesmen berupa tidak ditemukannya pola kerjasama berkelanjutan. Kegiatan ini dimulai tahun 2024, pendekatan pelaksanaan kegiatannya adalah berkelanjutan artinya akan dilakukan dalam beberapa tahun menyesuaikan hasil pengawasan dan evaluasi tahunan.

Agar tujuan penelitian ini tercapai, maka deskripsi proses pergeseran makna pengembangan sentra menggunakan prespektif pemikiran teori interaksionalisme simbolik oleh George Herbert Mead menurut Wahyuni (2017), yang menjelaskan kedalam tiga tahapan, yaitu *play stage*; merupakan tahapan awal dimana masyarakat baru mengenal satu makna pada suatu istilah, sehingga tindakan sosial menyesuaikan makna yang ada. Setelah itu, *game stage*; merupakan tahapan yang kemunculannya disebabkan adanya interaksi dengan lingkungan luar, mengakibatkan suatu masyarakat mengenal pemaknaan baru beserta kebermanfaatannya. Terakhir, *generalized other*; merupakan tahapan lanjutan *game stage*, yang menjelaskan adanya upaya masyarakat mengimplementasikan pelaksanaan makna baru kedalam norma agar dapat dilaksanakan oleh semua anggota masyarakat. Hal ini terjadi, karena keuntungan penggunaan makna baru dirasa lebih mendatangkan keuntungan daripada makna lama. Sedangkan untuk mengabstraksikan pola kegiatan pemberdayaan dalam penumbuhkembangan klaster-nya, peneliti menggunakan pendekatan *logic model* yang menggambarkan *input, activity, output, dan outcomes* (Greenfield et al, 2015.) yang direncanakan dalam kegiatan pemberdayaan tersebut.

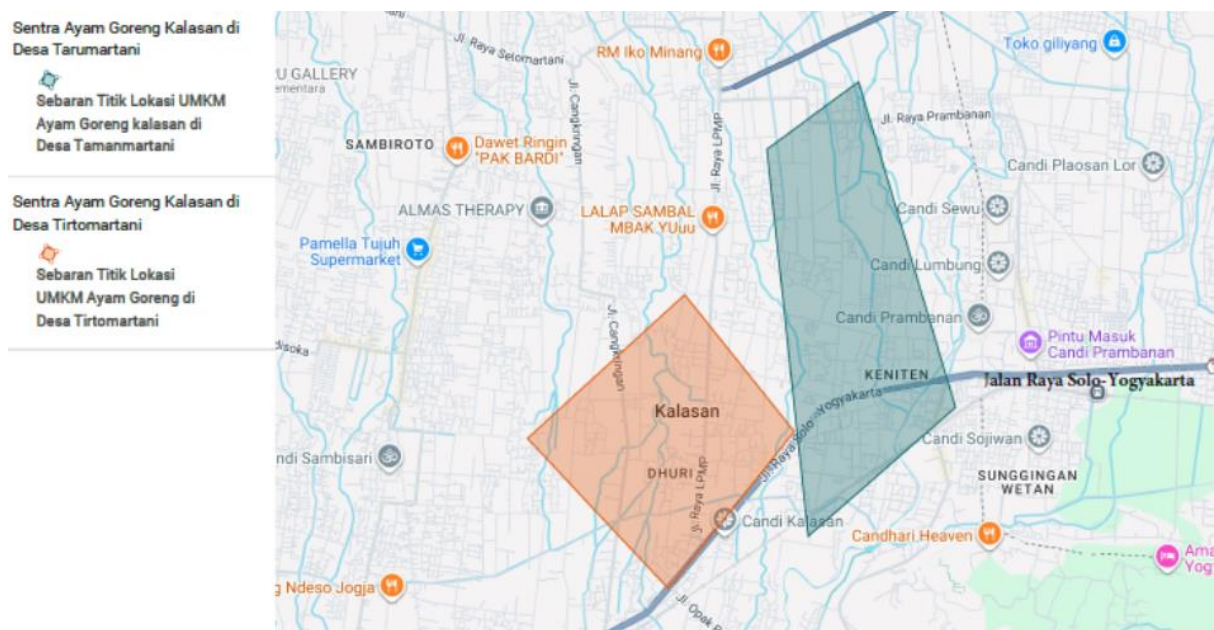
METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan prespektif analisis deskriptif, lebih tepat dalam menggambarkan obyek penelitian mengenai proses pergeseran makna sentra pada pelaku UMKM Sentra Ayam Goreng Kalasan, sebelum dan sesudah program CSR TWC (Imran & Almusharraf, 2023). Dengan metode ini, memungkinkan peneliti lebih bisa memahami fenomena sosial dan budaya yang mewarnai kehidupan pelaku UMKM. Sedangkan subyek penelitian utamanya adalah para pelaku UMKM Sentra Ayam Goreng Kalasan yang merupakan anggota Kelompok Maju Makmur di Desa Tirtomartani dan Kelompok Sido Mulyo di Desa Tarumartani, keduanya berada di Kecamatan Kalasan Provinsi Yogyakarta. Penentuan informan utama menggunakan pendekatan *snowball sampling*, sebuah strategi penyesuaian informan sebagai sumber data tujuan penelitian sekaligus sumber referensi informan (Hennink et al., 2020). Sedangkan subyek penelitian pendukung adalah koordinator tim pemberdayaan Divisi CSR TWC, dalam hal ini yang menjadi informan adalah Ismi (manajer CSR).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini, yang pertama adalah wawancara dengan tehnik semi struktur untuk memperoleh deskripsi mendalam mengenai proses *play stage, game stage* dan *generalized other* pergeran makna pengembangan sentra yang dialami oleh pelaku UMKM sentra ayam goreng sekaligus gambaran mengenai kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh Divisi CSR TWC. Kedua, observasi dengan tehnik non partisipan untuk memperoleh data tentang dinamika pertemuan regular kelompok sentra baik di Desa Tirtomartani maupun Tarumartani. Sementara itu, dalam menyajikan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber yaitu melakukan uji kebenaran dengan mencocokkan data yang diperoleh antar informan (Bazen et al., 2021). Kemudian dalam analisis data menggunakan metode interaktif, dengan melakukan reduksi data lapangan disesuaikan dengan relevansi proses pergeseran makna pengembangan sentra, sama dengan tujuan perolehan data dari aktivitas wawancara di atas. Data yang sudah dikategorikan tersebut, lalu disajikan dalam bentuk narasi. Sementara itu, untuk data yang rumit divisualisasikan kedalam bentuk tabel dan atau gambar, seperti pola abstraksi kegiatan pemberdayaan berorientasi penumbuhkembangan kerjasama oleh perseroan TWC dengan menggunakan *log frame*. Setelah penyajian data dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan, apabila dalam penarikan kesimpulan terdapat kekurangan dan atau ketidakpahaman data,

maka peneliti akan kembali ke lokasi penelitian untuk memperoleh kelengkapan data (Sugiyono, 2020; Williams, 2021). Pelaksanaan pengumpulan data lapangan, analisis dan penulisan artikel dilakukan dari bulan Januari sampai Agustus tahun 2025 oleh peneliti sendiri.

Penelitian ini menggunakan desa sebagai unit analisis, dua desa yang akan dianalisis memiliki kesamaan karakter geografis dan masyarakat yang relatif sama, sebagai daerah pinggiran kota (*peripheral*) yang sama-sama berada di wilayah Kecamatan Kalasan. Dipertegas kedalam penamaan para pelaku UMKM pada dua desa tersebut dengan Sentra Ayam Goreng Kalasan. Kesamaan lainnya ada di karakter produk para pelaku UMKM untuk olahan bumbu dan bentuk menu ayam goreng sama, hal-hal tersebut yang membuat peneliti melakukan analisis kasus tunggal bukan jamak dalam penelitian ini. Untuk membantu pemahaman letak unit analisis bisa lihat Gambar 1 di bawah ini. Pada gambar tersebut lokasi tempat produksi dan penjualan pelaku UMKM Sentra Ayam Goreng pada dua desa, terletak di dalam lingkaran merah termasuk posisi kantor Perseroan TWC yang berada di kawasan Pariwisata Candi Prambanan, namun pelaku usaha yang terlihat di gambar hanya yang sudah mencantumkan lokasi usaha di *google map*, sekitar 34 persen dari 68 UMKM ayam goreng.



Gambar 1. Area Sebaran Lokasi Para UMKM Sentra Ayam Goreng Kalasan (Google map, modifikasi)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal penetapan Sentra Ayam Goreng Kalasan oleh Dinas Perindustrian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dimulai dari wilayah Kelurahan Tirtomartani pada tahun 2011 dengan 43 pelaku UMKM yang tergabung dalam kelompok Sentra Maju Makmur, kemudian tahun 2014 disusul Kelurahan Tarumartani dengan 25 pelaku UMKM ayam goreng yang kesemuanya tergabung dalam Kelompok Sentra SidoMulyo. Dengan demikian, hingga memasuki tahun 2025 Sentra Ayam Goreng Kalasan meliputi dua desa di Kecamatan Kalasan. Ciri produk sentra ini, pada penggunaan nilai tampilan dan olahan tradisional menu ayam goreng pedesaan khas Jawa (*ingkung*) yang sarat kandungan rempah, Masyarakat Provinsi Yogyakarta menganggapnya sebagai salah satu kuliner legendaris yang masih ada, bahkan ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda nasional. Sebagian besar proses produksinya dilakukan oleh anggota keluarga pelaku UMKM, berdasarkan observasi peneliti terdapat 6 % (4 pelaku usaha) di Desa Tarumartani yang memiliki pekerja 2-4 yang berasal dari luar desa. Terdapat keterlibatan anak pelaku usaha dalam proses produksi sudah dilakukan setiap UMKM, bahkan terdapat beberapa yang sudah memiliki usaha sendiri. Seperti yang terjadi pada UMKM Ayam Goreng Bu Ishartono di Desa tarumartani, yang usaha sudah diteruskan anak ke 2 sedangkan anak ke 1 membuka usaha yang sama di luar sentra.

“Keinginan anak-anak berkecimpung di usaha keluarga ini adalah inisiatif mereka sendiri, kami sebagai orangtua tidak pernah mewajibkan kepada mereka untuk meneruskan usaha keluarga...murni dari keinginan anak sendiri. Kalau ditanya ada tidaknya upaya, ya...ada, semenjak kecil kami secara tidak langsung melibatkan mereka ketika memasak atau membumbui ayam, bahkan mereka sering mendengarkan pembicaraan kami dengan pembeli, karena kamar TV dengan ruang tamu berdekatan” (Ishartono, pemilik usaha Bu Ishartono, 10/05/25).

Data di atas menunjukkan regenerasi pelaku usaha relatif berjalan di tengah banyaknya sentra yang belum berhasil, seperti sentra kerajinan batik kayu di Desa Bobung Kabupaten Gunung Kidul yang belum bisa melibatkan anak pemilik sanggar dalam proses produksi, terutama regenerasi pengrajin membatik (Torrado, 2022). Hal ini dikarenakan para generasi mudanya lebih memilih menjadi buruh pabrik atau lainnya. Faktor utama penyebab adanya keterlibatan generasi muda sentra ayam Goreng Kalasan adalah pendekatan pendidikan tidak langsung usaha dalam keluarga, dan ini disadari oleh para pelaku UMKM.

Keberadaan persamaan karakter masyarakat menjadi faktor penguat ketersesuaian dinamika proses pergeseran makna pengembangan sentra para pelaku UMKM ayam goreng di Desa Tarumartani dan Tirtomartani. Penjelasan lebih rinci tentang prosesnya dijabarkan kedalam *play stage*, *game stage* dan *generalized other* yang merupakan variabel-variabel yang digunakan Teori interaksionalisme simbolik dalam menjelaskan perubahan makna sosial. Lebih terperinci disampaikan sebagaimana berikut:

Play Stage

Sebagai tahap awal proses perubahan makna sosial dimana masyarakat baru memahami satu pemaknaan pada suatu istilah, *play stage* dalam penelitian ini adalah fase sebelum berjalannya Program CSR TWC (< tahun 2024) dimana para pelaku UMKM Sentra Ayam Goreng Kalasan masih memahami sekaligus memercayai makna sentra (kelompok) sebagai media berkumpul belum menjadi saluran kerjasama, implementasi makna sosial tersebut terlihat pada aktivitas pertemuan rutin kelompok sentra. Kelompok sentra Maju Makmur di Desa Tirtomartani berkumpul satu bulan sekali untuk membicarakan permasalahan-permasalahan usaha ayam goreng belum berbagi informasi pengembangan usaha apalagi terkait pasar/pembeli, arisan, dan pelatihan. Sedikit berbeda dengan kelompok Sentra SidoMulyo di Desa Tarumartani, pada intensitas pertemuan berkumpul lebih jarang karena diadakan 1 tahun sekali kemudian aktivitasnya hanya membicarakan masalah usaha dan pelatihan. Walaupun memiliki kesamaan makna sosial, namun penerapan tindakan sosial para pelaku UMKM di dua kelompok sentra sedikit berbeda. Seringkali pembicaraan masalah usaha sebatas mengutarakan tidak sampai perumusan solusi atau jikalau ada maka penerapannya tidak berkelanjutan. Terkait media berkumpul untuk pelatihan merupakan perihal umum yang selalu terjadi di setiap sentra atau masyarakat, terutama kegiatan pemberdayaan yang selalu menggunakan kelompok sebagai komunitas sasaran agar keberlangsungannya lebih efisien dan efektif, begitu juga dengan kelompok SidoMulyo di Desa Tarumartani dan kelompok Maju Makmur di Desa Tirtomartani yang sering ketempatan aktivitas pelatihan terutama dari dinas perindustrian dan UMKM. Waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan lebih banyak diluar jadwal pertemuan regular masing-masing kelompok sentra, lebih menyesuaikan permintaan institusi pemberdaya.

Oleh karena itu, aktivitas pengembangan usaha berbasis kelompok sentra masih sebatas upaya peningkatan pengetahuan kapasitas usaha para pelaku UMKM yang belum berkelanjutan artinya non kurikulum masih bersifat insidental tergantung ada tidaknya permintaan dari *stakeholder* eksternal. Dampak pengkapasitasan sendiri masih lingkup individu belum terealisasi kedalam aksi bersama, Terdapat satu aksi kerjasama usaha yang terkadang masih terjadi, yaitu peminjaman alat produksi yang sporadis itupun dilakukan antar pelaku yang masih memiliki kekerabatan sehingga tidak memunculkan dampak efisiensi kolektif. Prakteknya lebih banyak aksi bersama pada kegiatan kemasyarakatan yang dilakukan secara periodik, yakni gotong royong. Dengan ketiadaan aksi bersama antar pelaku UMKM di Sentra Ayam Goreng Kalasan bisa dikatakan kegiatan pengembangan sentranya belum optimal, disebabkan belum mengarah pada terbentuknya klaster bahkan sekedar rintisan atau embrio sistem kerjasama belum pernah terealisasi juga. Maka belum bisa dikatakan kelompok Ayam Goreng Kalasan sebagai klaster, masih level sentra karena ketiadaan aksi kerjasama dalam usaha antar pelaku UMKM atau *stakeholder* eksternal di bidang peningkatan kapasitas usaha (Pujani et al., 2016; Chen et al., 2020; Putri & Nugroho, 2020).

Aksi kerjasama usaha dapat menciptakan efisiensi kolektif yang berdampak langsung pada penutupan kekurangan asset dan akses UMKM c. Hal ini belum terlihat di sentra Ayam Goreng Kalasan, bahkan ketiadaan aksi kerjasama usaha mengakibatkan iklim kompetisi yang tidak sehat antar pelaku UMKM. Terdapat dua bukti pendukung perihal tersebut, (1) ketidaksetaraan harga jual yang semakin diperparah dengan adanya (2) tindakan yang dilakukan oleh banyak pelaku UMKM di sentra sebagai “begal pelanggan”. Tindakan begal pelanggan merupakan perilaku mencela pelaku usaha lainnya yang dilakukan ketika ketemu konsumen, seperti yang disampaikan Ibnu (43 thn) ketua kelompok Maju Makmur di Desa Tirtomartani Kalasan;

“Yang sering terjadi itu, ketika ada calon konsumen yang tanyak alamat salah satu usaha ayam goreng ke pelaku lainnya. Nah, saat itu lah tersampaikan bahwa produk si anu tidak enak, bahkan pernah ada kejadian sakit perut setelah makan ayam gorengnya. Ketahuannya setelah sekian lama atau kalau ada calon konsumen yang tetap nekat cari alamat awal, baru disitulah mereka cerita bahwa tadi di ceritain hal yang negatif tersebut. Kita cumin bisa menasehati tapi tidak enak kalau memberikan sanksi karena sudah lama bertetangga”. (Ibnu, Ketua Kelompok Maju Makmur).

Sebenarnya kedua bukti sudah berulang dibicarakan ketika pertemuan rutin kelompok SidoMulyo maupun Maju Makmur, dan selalu berujung pada himbauan oleh ketua agar tidak melakukan lagi belum diformulasikan ke dalam aturan kelompok, sehingga berdampak di keberlanjutannya. Fakta lapangan menunjukkan bahwa kelembagaan dua kelompok di sentra Ayam Goreng Kalasan belum ada yang menuju pada keterbentukan sinergitas, seperangkat aturan yang ada lebih diperuntukkan pada pengaturan pergantian pengurus sedangkan di Kelompok Maju Makmur ditambah aturan mengenai ritual arisan. Sedangkan pola kepemimpinan sama, lebih mengedepankan rasa tidak enak dalam memutuskan segala sesuatu terutama pada ketidakberanian dalam memberikan sanksi bagi pelaku UMKM yang tidak memenuhi putusan pertemuan. Hal ini, merupakan pilarisasi terbentuknya institusi paguyuban (Barlan & Kolopaking, 2015), sehingga bisa dikatakan bentuk Kelompok Maju Makmur dan SidoMulyo lebih menyerupai organisasi paguyuban sebagai wadah berbagi masalah, sejalan dengan makna sentra pada para pelaku UMKM adalah sebagai media berkumpul antar pelaku usaha ayam goreng Sentra Kalasan.

Tabel 1. Makna Sosial Pengembangan Sentra, Kelembagaan Kelompok Sentra Ayam Goreng Kalasan dan Iklim Kompetisi

Nama Kelompok Sentra Ayam Goreng Kalasan	Makna Awal Kelompok Sentra Bagi Para Pelaku UMKM	Aktivitas Pengembangan Berbasis Sentra (kelompok)	Kelembagaan Kelompok		Dampak Iklim Usaha di Kelompok Sentra
			Aturan Kerjasama	Kepemimpinan	
Kelompok Maju Makmur di Desa Tirtomartani	Media berkumpul	Pengembangan pengetahuan usaha	Tidak ada	Kekeluargaan	1. Tidak ada kesetaraan harga 2. Terdapat tindakan begal pelanggan
Kelompok SidoMulyo di Desa Tarumartani	Media berkumpul	Pengembangan pengetahuan usaha	Tidak ada	Kekeluargaan	1. Tidak ada kesetaraan harga 2. Terdapat tindakan begal pelanggan

Sumber: Olahan Data Penelitian

Game Stage

Merupakan tahap para UMKM di sentra Ayam Goreng Kalasan mengenal makna sentra bukan sekedar wadah berkumpul semata, tapi sekaligus bisa menjadi ‘wadah kerjasama’ sesama pelaku usaha dan antara kelompok sentra dengan *stakeholder* eksternal. Proses pengenalan makna baru bagi para UMKM sentra beriringan dengan dimulainya tahapan pemberdayaan, sekitar bulan Februari tahun 2024 yang dikelola oleh tim pemberdaya dari divisi CSR perseroan TWC dengan tujuan menumbuhkembangkan pemikiran sistem kerjasama klaster dalam pengembangan para UMKM di sentra. Sebetulnya terdapat peran pemerintahan Desa Tirtomartani maupun Tarumartani, Dinas Perindustrian maupun Koperasi dan UMKM Kabupaten Sleman akan tetapi sebatas pengakuan berikut pemberian dukungan moral terhadap keberlangsungan program CSR ini. Terkait kebutuhan sumber daya keuangan dan manusia sebagai pemberdaya difasilitasi oleh Perseroan TWC sehingga perencanaan sampai pelaksanaan kegiatan ditata oleh tim pemberdaya. Untuk komunitas sasarannya adalah 43 pelaku UMKM dari kelompok Sentra

Maju Makmur serta 25 anggota kelompok Sentra SidoMulyo, kesemuanya bukan hanya sebagai peserta namun ikut berpartisipasi dalam perencanaan waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan merangkap informan dalam *needs assesment*. Perencanaan berikut penetapan semua materi kegiatan-kegiatan pemberdayaan dilakukan oleh tim pemberdayaan tanpa melibatkan komunitas sasaran atau *stakeholder* eksternal yang terlibat (*top down*), merujuk hasil assesmen mengenai ketidaktahuan serta ketiadaan pengalaman para pelaku UMKM sentra terhadap pola kerjasama inilah yang dijadikan pegangan tim pemberdaya untuk tidak melibatkan mereka dalam perencanaan materi kegiatan. Pada sisi lain, walaupun berbeda cakupan peran antar *stakeholder* namun adanya pendekatan *multi stakeholder* dalam program ini dapat menjadi modal untuk keberlanjutan program CSR.

Penumbuhkembangan sistem kerjasama klaster, dimulai dari kegiatan pembinaan kemauan yang dipusatkan untuk menumbuhkan motivasi kerjasama sesama pelaku UMKM dalam pengembangan kapasitas usaha yang nantinya bisa menjadi faktor pendorong (*motivating factor*) terbentuknya pola kerjasama. Bentuk kegiatannya berupa *coaching*, dimana pemberdaya melakukan pendekatan individu dengan mengunjungi pelaku usaha di ruang produksinya. Kegiatan ini merupakan aktivitas konseling, sehingga dalam tekhnis pelaksanaan oleh satu pemberdaya yang berperan sebagai konselor (*man to man marking*) untuk; (1) mengetahui hambatan usaha beserta kemampuan dan kemauan setiap pelaku usaha dalam berkerjasama, hasilnya berupa mayoritas prespektif pelaku usaha (83 persen) dalam melihat sesama UMKM Ayam Goreng Kalasan lainnya sebagai pesaing. Hal ini, merupakan kendala psikologis yang bisa menjadi hambatan utama terbentuknya sistem kerjasama klaster, sisanya (17 persen) memiliki prespektif melihat pelaku UMKM lainnya adalah mitra terdiri dari pengelola kelompok sentra dan pelaku UMKM yang memiliki tugas tambahan sebagai pamong masyarakat. Peran sosial sebagai pamong masyarakat maupun pengelola yang diemban beberapa pelaku UMKM sentra inilah yang mendorong untuk berpikir lebih terbuka terhadap perubahan, sebagai upaya memenuhi harapan sosial untuk bisa membawa kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera.

Hambatan utama kerjasama tersebut oleh pemberdaya dikelola melalui langkah lanjutan konseling yang berupa (2) penerapan pemberian satu atau beberapa strategi implementasi nilai, meliputi penyampaian konstruksi nilai kesuksesan bekerjasama dibalik cerita pengusaha berhasil atau nilai agama maupun budaya yang berhubungan dengan kerjasama beserta kebermanfaatannya. Penerapan konstruksi nilai merujuk karakter pelaku usaha merujuk hasil assesmen, sebagai contoh ahmad seorang pelaku usaha yang religious maka lebih efektif menggunakan konstruksi nilai agama, ditujukan untuk memberi wawasan mengenai pentingnya nilai kerjasama bagi pengembangan usaha. Baru kemudian dilanjutkan dengan (3) dialog interaktif mengenai pemecahan hambatan usaha yang dihadapi dengan kerjasama, tujuannya menyamakan persepsi sebagai upaya menumbuhkan kesadaran kritis terhadap pentingnya kerjasama usaha. Oleh sebab itu, alokasi waktu konseling antar pelaku UMKM berbeda, tergantung dinamika konseling namun rata-rata dilakukan dalam 2-3 sesi pertemuan. Dari hasil wawancara penelitian, diketahui dampak aktivitas konseling bagi para pelaku UMKM adalah perolehan pengetahuan baru para pelaku UMKM tentang potensi kerjasama yang bisa menjadi alternatif keuntungan dan modal pengembangan kapasitas usaha.

Dalam rangka agar dapat lebih mengembangkan pengetahuan pada potensi kerjasama melalui pemberian pelatihan klasikal atau kolektif, mempertemukan para anggota kelompok Sentra Maju Makmur dan SidoMulyo yang dilaksanakan selama dua hari di Balai Desa Tirtomartani. Selain penguatan motivasi kerjasama usaha dengan memberikan strategi cara penumbuhkembangan prespektif inovatif dengan kerjasama usaha kelompok sentra. Maka dikondisikan juga ruang dan waktu bagi setiap kelompok sentra untuk melangsungkan diskusi internal terkait perumusan produk kelompok sentra yang nantinya pengerjaannya secara kolektif dengan tetap bisa mendatangkan manfaat atau keuntungan bagi masing-masing UMKM. Kategori produk masing-masing kelompok sentra relatif sama, menyesuaikan tipe umum produk yang selama ini diproduksi seperti paket ingkung besar, sedang, dan kecil. Sedikit perbedaan di paket kerjasamanya, untuk Kelompok Maju Makmur setiap pesanan produk sentra dikerjakan oleh 7 atau 8 UMKM sementara Kelompok SidoMulyo dikerjakan oleh 5 UMKM, hal ini terjadi karena jumlah anggota Kelompok Maju Makmur lebih banyak (43 UMKM) dibandingkan SidoMulyo (25 UMKM). Penentuan pengerjaannya bersumber dari urutan presensi data kelompok yang sudah tersusun menurut waktu gabung pelaku UMKM oleh pengelola kelompok sentra.

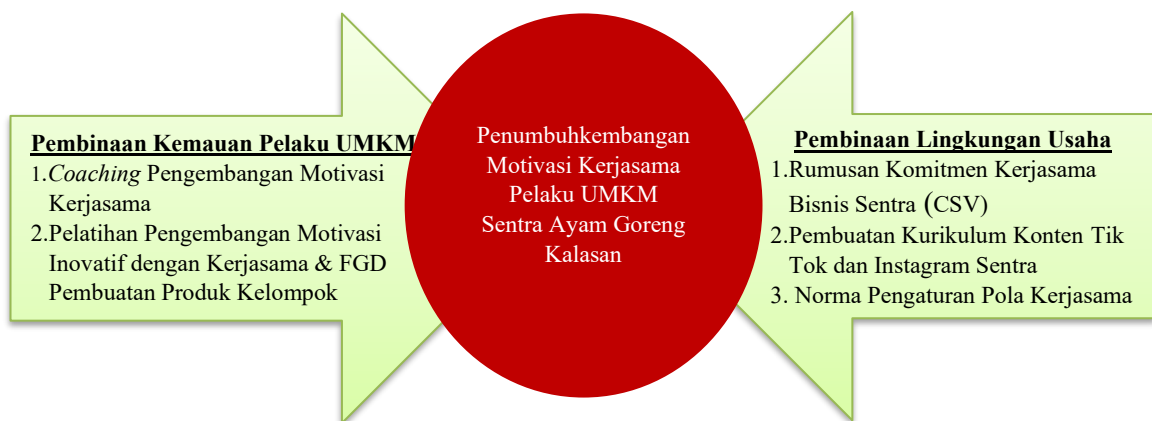
Selanjutnya dalam upaya memperkuat pembinaan kemauan para pelaku UMKM sentra, diterapkan strategi pembinaan lingkungan usaha sebagai faktor penarik atau *pull factors* dalam menciptakan daya tarik lingkungan luar para pelaku UMKM sentra agar lebih termotivasi untuk saling kerjasama. Dengan cara memanfaatkan keberadaan Perseroan TWC, berupa upaya mendorong pengelola perseroan

membuat rumusan komitmen kerjasama bisnis dengan menjadikan kelompok Sentra Ayam Goreng Kalasan sebagai mitra penyuplai menu makan siang dan atau malam setiap acara yang diselenggarakan oleh perseroan di Kawasan Candi Prambanan dan Boko. Polanya bergiliran, dimulai dari kelompok Sentra Maju Makmur duluan dapat pesanan maka setelahnya giliran Kelompok SidoMulyo begitu seterusnya. Terjalannya kerjasama bisnis ini termasuk manifestasi CSV yang memiliki dampak dua sisi yang berkelindan. Sisi pertama; adanya dampak pada peningkatan pola hubungan pihak TWC dengan sentra Ayam Goreng Kalasan, awalnya pola hubungan pemberdayaan menjadi bisnis. Tujuannya untuk menciptakan pola interaksi berkelanjutan karena dengan adanya hubungan bisnis mendorong terciptanya jalinan komunikasi berkepanjangan selama ikatan bisnis masih ada. Sisi kedua; dampak pada terciptanya pasar bagi komunitas sasaran. Kedua sisi tersebut merupakan solusi terhadap banyaknya masalah ketidakberlanjutan kegiatan pemberdayaan, penyebabnya adalah ketiadaan keberlanjutan kegiatan pemberdayaan dan pasar.

Banyak sekali kegiatan pemberdayaan yang dilakukan dalam waktu singkat (≤ 6 bulan) atau tidak berkelanjutan sekecil ada, padahal banyak pernyataan hasil penelitian yang mengemukakan tujuan kegiatan pemberdayaan adalah perubahan perilaku yang membutuhkan waktu panjang atau berkelanjutan kalau dalam dimensi waktu lebih satu semester tergantung dinamika (Torrido, 2024; Wali et al., 2017). Dalam prakteknya, sampai dengan bulan Juni tahun 2025 paket kerjasama bisnis perseroan TWC dengan sentra Ayam Goreng Kalasan sudah dilaksanakan beberapa kali namun bersifat non formal sebagai konsekuensi belum ditandatanganinya nota kerjasamanya diakibatkan masih berprosesnya penyamaan persepsi antara divisi CSR dengan bagian pengadaan. Hal ini seharusnya segera diselesaikan agar dalam kerjasama terdapat *legal standing* sehingga dapat memperkuat citra positif bagi perseroan TWC, karena upaya merealisasikan semua rencana yang sudah disusun dan tersampaikan yang didalamnya terkandung harapan komunitas sasaran merupakan bagian dari manajemen *legitimasi gap*, seandainya perencanaan tidak sepenuhnya terpenuhi dapat menjadi preseden buruk yang menaikkan *legitimasi gap* perseroan Taman Wisata Candi (TWC) dengan para pelaku UMKM sentra apabila dibiarkan berlarut-larut ada kemungkinan menjadikan komunitas sasaran sebagai kelompok 'penggerutu' rantai nilai produksi perseroan.

Disamping hal di atas, terdapat aktivitas pendampingan yang bersinggungan dengan pembinaan lingkungan usaha yang mengoptimalkan peran kelompok Sentra Maju Makmur dan SidoMulyo untuk menumbuhkembangkan motivasi kerjasama melalui pembuatan *platform digital* Tik Tok dan Instagram masing-masing kelompok sentra, apalagi kedua kelompok sebelum program CSR ini belum memiliki *platform digital* sentra sama sekali namun rata-rata setiap UMKM sudah mempunyai. Aktivitas pendampingannya bukan hanya sebatas pembuatan akun beserta tampilannya saja namun sampai dengan perumusan kurikulum konten yang didalamnya terdapat jadwal pembuatan konten. Sasaran pendampingan adalah satu pelaku UMKM yang dianggap piawai oleh pengelola kelompok dan kesemuanya adalah pelaku UMKM paling muda dari anggota lainnya, bentuk pendampingannya privat. Penjadwalan konten yang dilakukan bergiliran antar anggota kelompok sentra berfungsi sebagai faktor penarik juga dalam menumbuhkan perilaku kerjasama antar pelaku UMKM, kondisi ini dapat terpenuhi sebab dalam pembuatan konten video produk maupun aktivitas kelompok bersifat kolektif. Pengerjaan konten yang diwarnai musik dan gerakan lucu mengakibatkan para pelaku UMKM merasa terhibur, secara langsung mempermudah terciptanya suasana cair sebagai modal terciptanya jalinan hubungan antar sesama pelaku usaha sentra semakin erat selain komitmen kerjasama bisnis dari pemberdaya, seperti yang disampaikan Marwoto (51 Tahun) salah satu anggota kelompok Sentra SidoMulyo di Desa Tarumartani;

"Seru kalau pas kita membuat konten, pasti ada ketawanya... gimana tidak kalau selalu ada saja yang bertingkah lucu. Setelah ketawa-ketawa dan selesai bikin kontennya, perasaan kita semakin menyatu antar satu dengan lainnya, mungkin karena suasananya lepas kali ya... Sebagai contoh ada beberapa yang dulu tidak pernah bicara bahkan kalau bertemu saling menghindari, akibat kena kasus begal pelanggan, namun setelah beberapa kali bikin konten jadi mencair. Kalau menurut saya, adanya kegiatan-kegiatan seperti ini membuat kita semakin tidak sungkan ketika mau meminjam alat ke pelaku usaha yang terdekat". (Marwoto, Anggota Kelompok Sentra SidoMulyo)



Gambar 2. Skema Kegiatan Penumbuhkembangan Makna Sosial Sistem Kerjasama Klaster.
 Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Generalized other

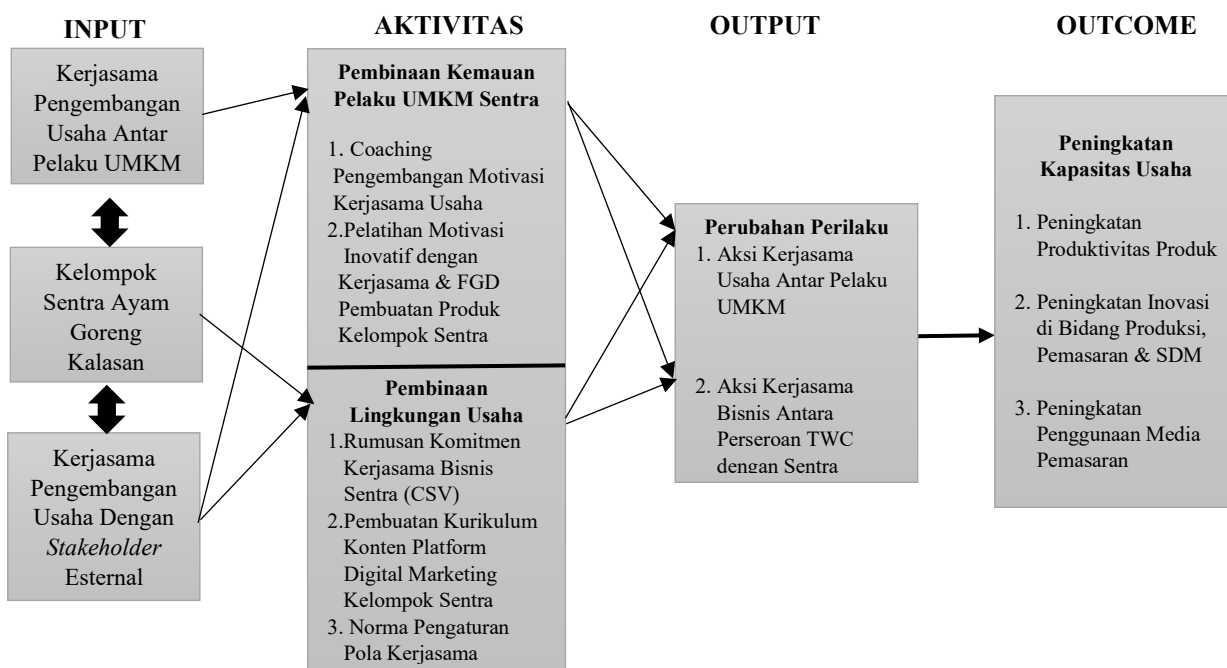
Generalized other adalah fase terakhir dalam proses perubahan ditandai dengan adanya pengakuan sosial terhadap kebermanfaatan makna sosial baru, terdapat pengakuan para pelaku UMKM sentra Ayam Goreng Kalasan terhadap kebermanfaatan pemaknaan sentra sebagai “media kerjasama” dirasa lebih menguntungkan daripada hanya sekedar “media berkumpul” untuk prespektif tindakan-tindakan pengembangan usaha. Bentuk pengakuan sosial diimplementasikan kedalam dua bentuk, yaitu: adanya komitmen kolektif tertulis tentang tekad bekerjasama antar pelaku UMKM di sentra untuk pengembangan masing-masing usaha maupun produk sentra. Surat pernyataan komitmen kolektif dibuat oleh masing-masing kelompok sentra atas keputusan bersama, sehingga semua anggota termasuk pengelola ikut membubuhkan tanda tangan pada surat tersebut. Surat pernyataan ini kemudian dibacakan oleh masing-masing ketua kelompok saat evaluasi kegiatan di pertengahan bulan Desember tahun 2024, dihadiri oleh semua *stakeholder* terkait seperti tim pemberdaya, Manajer CSR TWC beserta staff, Lurah Tarumartani dan Tirtomartani, serta semua anggota dua kelompok sentra. Adanya surat pernyataan dan dibacakan merupakan simbol keseriusan dan transparansi, disamping memberikan penekanan emosional kepada semua *stakeholder* terutama para UMKM sentra mengenai pentingnya jalinan kerjasama usaha yang diupayakan menjadi *generalized belief* para anggota di kelompok sentra.

Lebih lanjut untuk bentuk kedua bersinggungan langsung dengan kelembagaan masing-masing kelompok sentra, berkenaan dengan pembuatan norma pengaturan kerja pesanan produk sentra dan jadwal piket pengerjaan konten Tik Tok dan atau Instagram. Keberadaan norma tersebut adalah faktor penarik timbulnya jalinan kerjasama usaha sehingga termasuk dalam upaya pembinaan lingkungan usaha, dimana rumusan norma (baca: aturan) dikerjakan bersama saat pertemuan rutin kelompok di bulan Desember tahun 2024 bersamaan dengan pembahasan penyamaan harga jual. Masa mulai berlakunya aturan ditetapkan pada saat pertemuan tersebut, dan agar dapat mengikat maka dua norma tersebut didokumentasikan tertulis. Deskripsi aturannya belum menyinggung *reward* dan *punishment* pelaksanaan hanya pengaturan kerja saja. Merujuk pembahasan kasus begal pelanggan yang tidak efektif karena faktor penerapan gaya kepemimpinan paguyuban oleh ketua kelompok sentra, dan faktor lemahnya sanksi sosial. Demi menutupi kelemahan dari dua faktor tersebut, maka perlu ada pengelolaan hukuman dalam pelaksanaan kerjasama usaha. Meskipun penerapan aturan kerjasama usaha masih terbatas belum menyentuh kesemua aspek fungsi manajemen usaha antar sesama anggota maupun *stakeholder* eksternal, namun adanya aturan pendorong kerjasama merupakan bentuk adanya embrio perubahan sosial yang bisa menjadi pemantik kemunculan aturan kerjasama usaha dalam lingkup yang lebih luas. Mengingat waktu pelaksanaan penelitian dengan penerimaan makna sosial baru berkisar ± 1,5 tahun, jadi perubahan sosialnya belum matang.

Ketika proses pengambilan data penelitian, diketahui para pelaku UMKM sentra sudah menggunakan harga jual produk yang sama namun demikian kasus begal pelanggan masih terjadi walaupun intensitasnya rendah, rata-rata sebelum tahun 2024 terdapat 3-7 laporan kasus begal pelanggan yang masuk ke ketua kelompok setiap bulannya akan tetapi setelah program CSR berlangsung (tahun 2025) tingkat pelaporannya menurun signifikan menjadi 1-2 laporan kasus per dua bulan. Dengan demikian

perubahan perilaku kerjasama para pelaku UMKM yang terjadi masih berada dalam tahap peralihan, artinya di tahun 2025 para pelaku UMKM sentra masih melakukan tindakan pengembangan yang mengacu pemaknaan sentra lama walaupun relatif sedikit jika dilihat dari masih adanya aktivitas begal pelanggan sebagai dampak penerapan makna sosial lama, dan di tahun 2025 juga para pelaku UMKM sentra sudah mencoba melakukan tindakan-tindakan kerjasama usaha sebagai dampak adanya pemaknaan pemaknaan sosial baru untuk istilah sentra sebagai “media kerjasama” bukan hanya sekedar “media berkumpul”.

Adanya pergeseran pemaknaan sosial terhadap kelompok sentra berdampak positif pada kemunculan perilaku kerjasama usaha pelaku UMKM sentra Ayam Goreng Kalasan. Hal ini, tidak bisa dilepaskan dari keberadaan usaha pencapaian tujuan Program CSR TWC tahun 2025 yang berupa penumbuhkembangkan pemikiran sistem kerjasama klaster dalam pengembangan para UMKM di sentra Ayam Goreng Kalasan. Pola usaha yang dilakukan lekat dengan aktivitas pemberdayaan, terdapat dua faktor penentu yang menjadi target kegiatan dan keberhasilan perubahan; Faktor pertama; pembinaan kemauan pelaku UMKM sentra yang merupakan implementasi strategi penumbuhkembangan motivasi kerjasama, melalui upaya merubah konstruksi makna pemanfaatan kelompok sentra sebagai media kerjasama usaha dalam pikiran yang akhirnya dapat mendorong terciptanya tindakan jalinan kerjasama dalam pengembangan kapasitas usaha UMKM sentra. Faktor kedua; pembinaan lingkungan usaha adalah program pengoptimalan peran kelompok sentra dan *stakeholder* eksternal untuk memfasilitasi kemampuan kerjasama pelaku UMKM sentra. secara langsung menjadi faktor penarik kemauan pelaku UMKM dalam bekerjasama. Hasil penggunaan dua faktor penentu relatif efektif, disebabkan usaha pemberdayaannya mengarah pada penciptaan perubahan aspek psikologis dan struktur kelompok sentra yang terjadi seiring, dalam prakteknya proses dan dampak kedua faktor berkelindan sehingga berdaya guna bagi kemunculan perilaku kerjasama antar UMKM (kerjasama horizontal) dan antara kelompok sentra dengan *stakeholder* eksternal (kerjasama vertikal), kondisi ini adalah pemantik klaster. Hal ini, selaras dengan hasil kajian (Kadiyono & Cahyono 2023; Wibowo et al., 2025) bahwa prespektif komunitas bisa dirubah melalui kegiatan pemberdayaan psikologis.



Gambar 3. Model *Existing* Pembinaan Pengembangan Sistem Kerjasama Klaster di Sentra Ayam Goreng Kalasan. Sumber: Olahan Data Penelitian, 2025

Terdapat aktivitas pendampingan yang belum dilakukan oleh tim pemberdaya, terkait pelatihan pola kepemimpinan adaptif kepada pengelola kelompok sentra. Hal ini, merupakan faktor penentu keberhasilan pengembangan UMKM di sentra karena kebanyakan pengelola menerapkan gaya kepemimpinan kekeluargaan dalam pengelolaan kelompok sentra, sehingga mengakibatkan kapasitas kelompok tidak berkembang karena penerapan regulasi tidak sesuai seharusnya (Torrido, 2022).

Kebanyakan lokasi sentra industri berada di pedesaan yang masyarakatnya masih terdapat hubungan kekerabatan, sehingga pendekatan kekeluargaan masih banyak mewarnai di setiap aspek kehidupan masyarakat. Sekalipun demikian, adanya komitmen perseroan TWC untuk melangsungkan program CSR di Sentra Ayam Goreng Kalasan secara berkelanjutan maka tidak menutup kemungkinan terdapat kegiatan pendampingan kepemimpinan untuk pengelola sentra, sehingga memungkinkan terdapat pengembangan pola kerjasama horizontal dan vertikal menjadi lebih meningkat. Terlepas semuanya, model pembinaan pengembangan sistem kerjasama klaster yang dirumuskan dalam studi ini, bisa menjadi rumusan awal kegiatan pemberdayaan UMKM di sentra industri.

KESIMPULAN

Sentra Ayam Goreng Kalasan memiliki dua kelompok, yakni kelompok Sentra Maju Makmur di Desa Tirtomartani dan Kelompok Sentra di Desa Tarumartani. Proses pergeseran makna sosial sentra pada kedua kelompok relatif sama dan dalam tahapan transisi, namun demikian relatif dapat memicu tindakan aksi kerjasama usaha sesama UMKM (kerjasama horizontal) dan antara kelompok sentra dengan perseroan TWC (kerjasama vertikal) dalam lingkup pengembangan kapasitas usaha. Kalau dikaitkan dengan pengembangan sistem kerjasama klaster sebagai tujuan utama pengembangan UMKM di sentra industri, maka adanya pergeseran makna sosial sentra dari sebagai media berkumpul berkembang kearah media kerjasama pengembangan kapasitas UMKM sentra bisa dikategorikan sebagai embrio klaster. Adapun pergeseran makna sosial sentra dipengaruhi oleh kegiatan pemberdayaan penumbuhkembangan klaster sebagai program CSR yang diadakan perseroan TWC. Oleh sebab itu, pemaknaan sentra hanya sebagai media berkumpul oleh para pelaku UMKM terjadi sebelum tahun 2024 atau sebelum program CSR berjalan. Akibat pemaknaan sosial tersebut berdampak pada perilaku pengembangan pelaku UMKM sentra, seperti: (1) minimnya aktivitas pengembangan kapasitas usaha yang menggunakan pendekatan kerjasama kolektif, yang sudah berjalan hanya pelatihan insidental. (2) Mayoritas pelaku UMKM sentra berpikir untuk kepentingan usaha masing-masing, terlihat dari adanya ketidaksamaan harga jual produk dan maraknya aktivitas begal pelanggan, situasi ini dalam prespektif perubahan sosial dari Teori Interaksionalisme Simbolik termasuk tahapan *play stage*.

Pergeseran makna sentra mulai timbul di tahun 2024, ketika tim pemberdayaan dari Program CSR TWC mulai melakukan kegiatan pembinaan kemauan pelaku UMKM sentra serta pembinaan lingkungan usaha untuk menumbuhkan kepercayaan bersama mengenai penggunaan kelompok sentra sebagai media kerjasama untuk meningkatkan kapasitas usaha. Pemaknaan sosial (baca; para pelaku UMKM sentra) baru ini memicu aksi kerjasama kolektif yang mengakibatkan adanya peningkatan produktivitas produk, penggunaan media pemasaran modern dan terciptanya inovasi produk sentra. Deskripsi ini menggambarkan tahapan perubahan makna sosial *game stage*, kemudian tahapan terakhirnya adalah *generalized other* ditandai dengan adanya; (1) Surat pernyataan komitmen sentra mengenai pentingnya Kerjasama usaha yang dirumuskan dan ditandatangani oleh semua pelaku UMKM kelompok sentra SidoMulyo dan Maju Makmur. (2) Regulasi yang mengatur aksi kerjasama kolektif dalam pengerjaan produk dan konten *platform digital* sentra.

Kebaruan hasil penelitian ini, memiliki dampak pada pengembangan teoritis yang dihasilkan dari telaah tentang pergeseran makna sosial sentra bagi pelaku UMKM di Sentra Ayam Goreng Kalasan semakin menambah serta memperkuat aspek pembinaan aspek kemauan kerjasama usaha pelaku UMKM sebagai penentu keberhasilan pengembangan kapasitas UMKM sentra, dimana hal ini tidak menjadi perhatian utama di teori pengembangan sentra. Bentuk kebaruan hasil studi selanjutnya berupa model *existing* pembinaan pengembangan sistem kerjasama klaster di Sentra Ayam Goreng Kalasan, dapat menjadi rumusan awal pengembangan UMKM di sentra industri, merupakan pola abstraksi kegiatan pemberdayaan pelaku UMKM di sentra industri yang dapat dipakai sebagai kerangka konseptual yang sistimatis bagi praktisi pemberdayaan, penyuluh dan atau pengelola sentra sendiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pengelola Jurnal Penyuluhan Institut Pertanian Bogor, yang telah memberikan kesempatan penulis atas kesempatan publikasi hasil penelitian yang diberikan pada penulis. Ucapan terima kasih disampaikan juga kepada para pelaku UMKM Sentra Ayam Goreng Kalasan, dan pengelola CSR perseroan TWC untuk partisipasinya dalam pemberian data penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, D. T., Shiddieq, D. F., Kusmiati, E., Roji, F. F., Nurhayati, D., & Al-Fityan, H. Q. (2023). *Penerapan Agent Based Modeling pada Klaster UMKM di Indonesia*. CV Mega Press Nusantara.
- Barlan, Z. A., & Kolopaking, L. M. (2015). Peran paguyuban dalam pembangunan kawasan desa. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(2), 115–23. <https://doi.org/10.22500/sodality.v2i2.9419>
- Bazen, A., Frances K. B., & Junko, T. (2021). Research techniques made simple: An introduction to qualitative research. *Journal of Investigative Dermatology*, 141(2), 241-247. <https://doi.org/10.1016/j.jid.2020.11.029>
- Birgi, J. (2024). *The role of spatial structures and social values in shaping local productive systems- new lessons from the wood-furniture cluster of Jepara, Indonesia* [Preprint]. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2411.08081>
- Chen, L. K., An, C. H., Wei, J. L., Li, N. P., Ming, H. L., David, L. N., Shu, F. S., Ching, H. L., & Shu, T. C. (2020). Efficacy of multidomain interventions to improve physical frailty, depression and cognition: Data from cluster-randomized controlled trials. *Journal of Cachexia, Sarcopenia and Muscle*, 11(3), 650–62. <https://doi.org/10.1002/jcsm.12534>
- Greenfield, V. A., & Shoshana, R. S., & Edward, B. (2015). *The role of logic modeling in a collaborative and iterative research process assistance program*. RAND Cooperation.
- Hennink, M., Bailey, A., & Hutter, I. (2020). *Qualitative research methods*. Sage Publications.
- Imran, M., & Almusharraf, N. (2023). *Qualitative research methods*. Sage Publications.
- Kadiyono, A. L., & Cahyono, A. B. F. (2023). How does psychological empowerment affect entrepreneurial orientation at women-owned SMEs in Indonesia? *GATR Global Journal of Business Social Sciences Review*, 11(4), 93–106. [https://doi.org/10.35609/gjbsr.2023.11.4\(3\)](https://doi.org/10.35609/gjbsr.2023.11.4(3))
- Muchson, M. (2016). Pemberdayaan UMKM Dengan Pendekatan Klaster Di Sentra Industri Tenun Ikat Kota Kediri. In *Prosiding National Conference on Economic Education* (pp. 838–860). Program Studi Pendidikan Ekonomi, Graduate School, Universitas Negeri Malang.
- Musabila, A. K., & David, M. (2021). Determinants of performance among small and medium tourism. *Journal of Co-Operative and Business Studies (JCBS)*, 6(2), 25-53.
- Pujani, V., Meuthia, M., & Iboo, A. V. (2016). Adopsi e-tourism pada industri perhotelan di Kota Padang: Identifikasi klaster berdasarkan karakteristik fitur website. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(3), 47–56. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v2i3.2016.47-56>
- Putri, Y. R. A. M., & Nugroho, P. (2020). Karakteristik modal sosial pada kelompok pengrajin batik Kota Semarang. *TATALOKA*, 22(3), 321–330. <https://doi.org/10.14710/tataloka.22.3.321-330>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Syamsuadi, A., Hartati, S., Trisnawati, L., & Arisandi, D. (2020). Strategi kebijakan pengembangan sagu berbasis sentra industri kecil menengah (IKM). *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik (JISoP)*, 2(2), 114–128. <https://doi.org/10.33474/jisop.v2i2.6666>
- Torrado, A. (2022). *Model pengembangan batik kayu studi kasus di Desa Putat dan Sendangsari Provinsi DIY*. [Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Surakarta, Indonesia]. Universitas Negeri Surakarta Digilib. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/92363/>
- Torrado, A. (2024). Keberlanjutan pengembangan di Dusun Sabrangrowo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(3), 575–600. <https://doi.org/10.20961/jas.v13i3.93402>
- Wahyuni. (2017). *Teori Sosiologi Klasik*. PKBM Rumah Buku Cara Baca.
- Wali, A., Diana, A., Paula, S., Tallman, A. R., & Miguel, O. M. (2017). A new approach to conservation: Using community empowerment for sustainable well-being. *Ecology and Society*, 22(4), 23-51. <https://doi.org/10.5751/ES-09598-220406>
- Wardani, I., & Dewi, T. R. (2025). Formulasi strategi pada agroindustri UMKM klaster unggulan guna pengembangan ekonomi lokal di Kabupaten Wonogiri. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 1334-1347.

<https://doi.org/10.25157/ma.v1i1.16999>

- Wibowo, A., Winarno, J., Suwanto, & Permatasari, P. (2025). Pemberdayaan nelayan tradisional dalam menghadapi perubahan sosial di Kabupaten Pacitan. *Jurnal Penyuluhan*, 21(01), 102–116. <https://doi.org/10.25015/21202557462>
- Widjanarko, H., Suratna, S., Humam, S. U., & Tri, W. (2021). How to implement SME empowerment during the Covid-19 pandemic? *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, 1(3), 428–433. <https://doi.org/10.31098/bmss.v1i3.372>
- Williams, H. (2021). The meaning of ‘Phenomenology’: Qualitative and philosophical phenomenological research methods. *Qualitative Report*, 26(2), 366–385. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.4587>
- Yulianti, N. V. (2015). *Identifikasi karakteristik kluster pada sentra industri batik Wijirejo dan Wukirsari Kabupaten Bantul* [Thesis, Universitas Gajah Mada Yogyakarta Indonesia]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/145368>