



Jaringan dan kepercayaan: modal sosial pemasaran industri rumah tangga kerupuk sago di Pamekasan

Zainol Arifin¹, Khoirul Rosyadi¹

¹Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura

Informasi Artikel

Article history:

Dikirimkan 26/03/2024

Direvisi 07/06/2024

Diterima 23/07/2024

Kata kunci:

Modal sosial
Jaringan sosial
Kerupuk sago
Industri rumah tangga
Pamekasan

Keywords:

Social capital
Social network
Sago crackers
Home industry
Pamekasan

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Abstrak

Upaya meningkatkan pendapatan industri skala kecil-menengah tingkat rumah tangga tidak lepas dari keberhasilan membangun dan memelihara modal social terkait. Sebagaimana ditunjukkan dalam industri rumah tangga kerupuk sago, peran jaringan dan kepercayaan pihak-pihak terkait sangat penting. Dengan menggunakan metode kualitatif melibatkan para pelaku usaha kerupuk sago di Bulay, Pamekasan, Madura, penelitian menelaahnya dengan menggunakan teori modal sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial memiliki peranan penting dalam meningkatkan pemasaran industri rumah tangga kerupuk sago dalam segi pendapatan dan perluasan pemasaran kerupuk sago. Jaringan sosial dalam pemasaran melalui jaringan sesama produsen industri rumah tangga kerupuk sago, jaringan pertemanan dan keluarga, jaringan dengan pedagang, jaringan dengan pengelola wisata di sekitar wilayahnya dan jaringan dengan pemasok bahan baku. Kepercayaan dalam pemasaran industri rumah tangga kerupuk sago melalui konsumen, pedagang, dan pengelola wisata di wilayah Pamekasan.

Abstract

The success of small and medium-sized household industries in increasing their income relies heavily on the development and maintenance of social capital. The sago cracker household industry serves as an example where the role of networks and trust among relevant parties is crucial. This study, based on qualitative methods involving sago cracker business actors in Bulay, Pamekasan, Madura, utilized social capital theory to examine the phenomenon. The findings of the study highlight the significant role of social capital in enhancing the marketing and expanding the income of sago cracker household industries. This includes social networks established with fellow sago cracker producers, friends and family, traders, local tourism managers, and raw material suppliers. Trust also plays a critical role in marketing sago cracker household industries, particularly in relationships with consumers, traders, and tourism managers in the Pamekasan area.

Penulis Korespondensi

Zainol Arifin

Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura
Jalan Raya Telang, Kamal, Bangkalan, Jawa Timur 69162

Email: zainolarifin567@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Keberadaan usaha menengah tidak dapat diragukan lagi, saat ini mengingat dunia usaha telah menyerap banyak tenaga kerja yang selamat dari badai krisis ekonomi, hal itu menjadi roda penggerak perekonomian. Salah satu lapangan usaha yang berkembang di Kabupaten Pamekasan yaitu industri pengolahan. Industri pengolahan adalah aktivitas ekonomi yang mengubah produk jadi/setengah jadi menjadi komoditas yang bernilai tinggi. Adanya industri pengolahan ini juga mengakibatkan ekonomi Kabupaten Pamekasan Tahun 2022 dibanding Tahun 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 4,66 persen. Salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi yang ada di Kabupaten Pamekasan ini adalah industri pengolahan sebesar 7,16 persen. Laju pertumbuhan industri pengolahan setiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun 2020 sebesar 3,47 dan di tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 7,53. Industri pengolahan khususnya industri rumah tangga sendiri memiliki dampak terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Pamekasan (BPS, 2023:3-6).

Sebuah industri dapat meningkatkan devisa dan pendapatan negara, berkontribusi pada lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Saat ini, berbagai industri besar, menengah, dan kecil tersebar dari perkotaan hingga pedesaan (Dea Ayu Pusparini, 2020:100). Kabupaten Pamekasan memiliki salah satu industri kecil yang belum banyak dijumpai yaitu industri rumah tangga kerupuk sagu yang berlokasi di Desa Bulay, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan. Industri rumah tangga banyak dijumpai di daerah pedesaan. Industri rumah tangga kerupuk sagu juga masih dianggap sebagai industri tradisional, sehingga masih banyak dijalankan oleh keluarga atau komunitas kecil di pedesaan. Aktivitas industri yang dilakukan oleh perempuan memiliki nilai tambah yang tinggi, tidak hanya dalam meningkatkan pendapatan, tetapi juga sebagai wadah untuk transformasi sosial dan budaya.

Industri rumah tangga kerupuk sagu bisa dikatakan berkembang dengan baik. Industri rumah tangga kerupuk sagu memiliki pemasaran yang luas dari berbagai Desa yang ada di Kabupaten Pamekasan dan juga terkenal di beberapa Desa di Kabupaten Sumenep. Industri rumah tangga kerupuk sagu ini dilakukan secara turun temurun oleh sebagian masyarakat Desa Bulay khususnya perempuan. Produsen industri rumah tangga kerupuk sagu ini dalam pemasaran sangat beragam ada yang berjualan sendiri di rumahnya di sepanjang jalan dan ada yang menjualnya dengan pedagang tetap yang memesannya maupun diperjualkan di wisata pantai Talang Siring dan acara-acara besar seperti karnaval dan pondok pesantren Miftahul Qulub. Pemasaran kerupuk sagu yang luas membuat keberadaan industri rumah tangga kerupuk sagu ini masih dapat bertahan hingga sekarang.

Produk yang dihasilkan oleh industri rumah tangga kerupuk sagu pastinya memiliki kesamaan dengan pelaku usaha lainnya. Menurut Istiharoh (2016:3) menegaskan “Persaingan dan kerjasama dalam hubungan sosial antar manusia dapat membangun modal yang disebut modal sosial”. Modal sosial atau *social capital* berperan dalam kelangsungan suatu industri, terutama industri rumah tangga. Adanya modal sosial akan mempengaruhi peluang keberhasilan ekonomi yang dicapai. Dalam konteks ini, modal sosial mengacu pada aspek hubungan manusia, seperti kepercayaan, nilai, dan jaringan, yang dapat meningkatkan hubungan manusia dengan mendukung perilaku terorganisir. (Field, 2010:49).

Menurut Putnam (1993:36), modal sosial dapat dijelaskan sebagai hasil dari interaksi di antara individu-individu yang membentuk hubungan sosial dan jaringan berdasarkan prinsip kepercayaan, saling memberi balasan, dan norma-norma tindakan yang timbul dari kontrak sosial. Dengan kata lain, modal sosial adalah faktor-faktor yang memengaruhi kerjasama dan kolaborasi dalam sebuah komunitas. Kehadiran industri kecil dalam

masyarakat yang didukung oleh modal sosial yang kuat, memberikan kontribusi positif serta keterlibatan yang berarti bagi kelangsungan hidup usaha kecil (Kimbal, 2015:5). Modal sosial bukan hanya sebagai sumber daya untuk memperoleh manfaat ekonomi, tetapi juga berperan dalam membentuk hubungan sosial dan norma-norma yang kuat dalam masyarakat. Modal sosial dalam pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu adalah terciptanya jaringan hubungan sosial yang kuat di antara produsen, pemasok bahan baku, pedagang, konsumen yang berlangganan tetap dan pengelola wisata pantai Talang Siring. Jaringan sosial, kepercayaan dan norma yang ada dalam industri rumah tangga kerupuk sagu khususnya pihak-pihak yang terlibat dalam industri rumah tangga kerupuk sagu juga mempengaruhi keberlangsungan usahanya sehingga beberapa produsen dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Modal sosial merupakan konsep yang timbul dari interaksi masyarakat dalam jangka panjang. Hal ini karena modal sosial mendorong kolaborasi kerjasama dalam suatu jaringan yang dibangun berdasarkan kepercayaan dan keuntungan bersama. Selain itu, modal sosial juga dapat memperluas jaringan sosial yang ada. Dalam hal pemasaran industri, modal sosial berperan penting dalam menjaga hubungan yang harmonis di antara para produsen industri rumah tangga kerupuk sagu. Dalam hal ini dimanfaatkan pada pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu, sehingga dengan meluasnya jaringan sosial, kepercayaan serta norma maka pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu semakin luas, sehingga tujuan untuk memperoleh keuntungan dari memproduksi kerupuk sagu akan tercapai dari segi finansialnya.

Pentingnya peran modal sosial dalam kegiatan ekonomi dapat dilihat dan dibenarkan melalui beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dea Ayu Pusparini, dkk. (2020) menyatakan bahwa keberadaan modal sosial dapat meningkatkan dan memajukan usaha melalui hubungan baik, saling percaya, membangun jaringan, dan mematuhi norma. Riset dari Khaerul Saleh (2017) juga menyatakan bahwa modal sosial dapat meningkatkan kapasitas perempuan pembuat emping melinjo melalui sumber daya sosial seperti hubungan, pertemanan, tingkat kepercayaan, jaringan sosial, kewajiban, dan proaktif terhadap modal sosial. Terakhir, riset yang dilakukan oleh Dita Iqlima, dkk. (2022) menyatakan bahwa modal sosial berupa solidaritas, norma, kepercayaan, dan penghargaan dibutuhkan untuk mempertahankan komoditas nanas madu Pemalang dalam distribusi baik yang terdapat di Kabupaten Pemalang maupun luar kota.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu memiliki kesamaan yaitu pentingnya peran modal sosial dalam kegiatan ekonomi. Akan tetapi, penelitian ini dengan penelitian terdahulu memiliki perbedaan dimana riset-riset terdahulu seperti yang dilakukan oleh Dita Iqlima, dkk. yang dianalisis dengan menggunakan teori modal sosial Pierre Bourdieu sedangkan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teori modal sosial Robert Putnam. Selain itu, penelitian ini memiliki perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Dea Ayu Pusparini, dkk..penentuan informan menggunakan *snowball sampling* sedangkan peneliti menggunakan *purposive sampling*. Terakhir penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khaerul Saleh memiliki perbedaan dalam pendekatan penelitiannya menggunakan fenomenologi, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan studi kasus.

Peneliti tertarik untuk melengkapi penelitian sebelumnya dan mengeksplorasi sudut pandang baru tentang bagaimana modal sosial dalam pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu dengan menggunakan teori modal sosial Robert Putnam sebagai landasan

teori. Peneliti tertarik untuk memahami bagaimana jaringan sosial, kepercayaan, dan norma memainkan peran dalam meningkatkan pemasaran kerupuk sagu di Desa Bulay, Galis, Kabupaten Pamekasan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui modal sosial dalam rangka meningkatkan pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu. Perbedaan utama dari penelitian ini dengan yang sebelumnya adalah fokus pada fenomena modal sosial dalam konteks pemasaran kerupuk sagu dari industri rumah tangga. Hal ini membuat penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan menggali dan memberikan wawasan mendalam tentang peran modal sosial dalam rangka meningkatkan pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu di Desa Bulay. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan beberapa pihak terkait dalam industri rumah tangga kerupuk sagu seperti produsen industri rumah tangga kerupuk sagu, pedagang, konsumen, pemasok bahan baku, pengelola wisata pantai Talang Siring, dan masyarakat desa yang mengetahui sejarah keberadaan industri rumah tangga kerupuk sagu. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan reduksi data, dimana proses reduksi data dilakukan setelah observasi dan juga wawancara. Proses ini dilakukan untuk mencatat hal-hal penting yang diperlukan dari proses wawancara dengan informan dan dokumentasi dari berbagai bentuk sehingga data yang telah direduksi semakin rapi dan terorganisir. Data penelitian yang telah diperoleh kemudian disajikan secara naratif untuk memberikan gambaran temuan penelitian setelah dilakukan proses reduksi data yang sistematis dan terorganisir. Selanjutnya yang terakhir penarikan kesimpulan terhadap temuan hasil penelitian dilapangan. Dalam memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu data yang diperoleh kemudian di cek kembali dengan sumber data lain yang telah diteliti. Cara ini digunakan dengan menanyakan beberapa pertanyaan yang sama dengan beberapa informan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menjalankan usaha, pemasaran dilakukan dengan maksud untuk mempromosikan suatu produk atau layanan kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan penjualan dan keuntungan. Seperti halnya pemasaran industri rumahan kerupuk sagu memasarkan produknya di berbagai desa ketika ada acara-acara karnaval atau hiburan, pedagang, pondok pesantren Miftahul Qulub, dan wisata pantai Talang Siring. Pemasaran kerupuk sagu yang dilakukan oleh industri rumah tangga kerupuk sagu juga dilakukan melalui pedagang yang melakukan pemesanan kerupuk sagu dalam jumlah besar yang kemudian diperjual belikan kembali di warung yang mereka miliki. Industri rumah tangga kerupuk sagu memanfaatkan pedagang dalam strategi pemasaran yang dilakukan. Mereka berperan dalam memasarkan produk, menyediakan aksesibilitas kepada konsumen, serta memberikan informasi tentang produk kepada calon pembeli.

Pemasaran Kerupuk Sagu yang dilakukan oleh industri rumah tangga kerupuk sagu juga dilakukan melalui penjualan di festival atau hiburan seperti karnaval, pentas budaya, orkes, pengajian dan lain-lain. Dengan strategi pemasaran melalui festival atau acara hiburan, industri rumah tangga kerupuk sagu ini dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial maupun pelanggan baru di masyarakat sekitar daerah lain. Pemasaran kerupuk sagu yang dilakukan oleh industri rumah tangga kerupuk sagu juga memanfaatkan penjualan di sekolah madrasah sebagai salah satu strategi pemasaran. Industri rumah tangga kerupuk sagu melihat potensi melalui penjualan di Pondok Pesantren Miftahul Qulub di Desa Polagan. Dengan menjual kerupuk sagu di Pondok Pesantren ini, dapat menjangkau pelanggan potensial yang merupakan siswa dan orang tua mereka.

3.1. Jaringan sosial dalam pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu

3.1.1. Jaringan dengan sesama produsen kerupuk sagu

Jaringan sosial memungkinkan koordinasi dan komunikasi yang dapat menumbuhkan rasa saling percaya di antara anggota masyarakat lainnya. Jaringan kerjasama antar manusia diwujudkan dari infrastruktur modal sosial yang dinamis yang memfasilitasi komunikasi dan interaksi, membantu menumbuhkan kepercayaan dan memperkuat (Dewi Fatma, 2022: 141). Jaringan sosial antara produsen kerupuk sagu memiliki peran yang penting dalam memberikan informasi penjualan bersama di acara festival atau hiburan. Melalui jaringan sosial ini, produsen kerupuk sagu dapat membentuk komunitas yang memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan penjualan produk mereka di acara festival atau hiburan. Seperti diungkapkan oleh Suhairiyah berikut ini.

Sekarang industri ini juga berkembang karena adanya teman sesama pelaku usaha kerupuk sagu yang kadang memberikan informasi misalnya ada acara hiburan, orkes, festival, karnaval dan lain-lain jadi ya saya juga bisa menjualnya sekarang dan lebih banyak dikenal di masyarakat sekitar.” (Wawancara Suhairiyah, 05 Oktober 2023).

Jaringan yang terjalin sesama produsen industri rumah tangga kerupuk sagu saling memberikan informasi terkait adanya hiburan atau karnaval seperti orkes, karnaval dan lain-lain untuk berjualan bersama. Penyampaian informasi yang dilakukan mulai dari secara kontak langsung maupun mendapatkan informasi dari produsen kerupuk sagu lainnya. Jaringan sosial antara produsen kerupuk sagu juga dapat mencerminkan adanya pola-pola interaksi sosial yang terjadi di antara mereka. Misalnya, ada produsen kerupuk sagu yang lebih aktif dalam berbagi informasi dan berkolaborasi dengan produsen lainnya, sementara ada yang lebih pasif atau hanya mengambil manfaat dari jaringan tersebut. Mereka saling berbagi informasi tentang peluang penjualan, strategi pemasaran, dan perkembangan industri kerupuk sagu secara keseluruhan.

3.1.2. Jaringan pertemanan dan keluarga/kerabat

Jaringan sosial adalah kumpulan individu atau kelompok yang saling terhubung dalam suatu hubungan atau komunitas baik dalam konteks pertemanan, keluarga, suku, ras, atau agama. Menurut Lawang (dalam Damsar, 2009: 157) jaringan adalah penghubung antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan melalui alat komunikasi (hubungan sosial). Peran jaringan memainkan peranan penting yang dilakukan dengan cara memanfaatkan potensi relasi maupun memanfaatkan hubungan yang baik dengan banyak pihak.

Jaringan sosial pertemanan, keluarga, dan kekerabatan memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran kerupuk sagu. Melalui hubungan-hubungan ini, pelaku usaha kerupuk sagu dapat memperluas jaringan mereka, membangun kepercayaan, dan meningkatkan penjualan produk mereka. Jaringan sosial pertemanan dilandasi karena adanya hubungan timbal balik yang sedang berlangsung, dalam hubungan pertemanan ini individu harus tetap menjaga dan memperkuat hubungan yang sudah dibangun sebelumnya agar bisa bertahan lama dan individu juga menjaga hubungan baik agar memperoleh manfaat dari adanya hubungan ini. Industri rumah tangga kerupuk sagu membangun relasi pertemanan dan juga membangun relasi pelanggan baru dengan berjualan di tempat festival atau hiburan, pantai talang siring, maupun di madrasah miftahul qulub.

Jaringan keluarga memiliki peranan penting dalam membantu dalam proses penjualan kerupuk sagu yang dapat dilihat dari mempromosikan produk kerupuk sagu kepada teman-temannya dan masyarakat diluar anggota keluarga untuk membeli kerupuk sagu. Keterikatan emosional dan ikatan keluarga yang kuat dapat memperkuat pesan promosi dan

meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Jaringan keluarga khususnya hubungan dengan kerabat juga memainkan peranan penting dalam meningkatkan pemasaran kerupuk sagu yang ada dalam industri rumah tangga kerupuk sagu. Akses kerabat yang pernah mondok di pondok pesantren memudahkan untuk mendapatkan izin dari pengelola atau pengasuh pondok pesantren untuk melakukan penjualan sehingga pemasaran kerupuk sagu semakin meluas dan lebih dikenal oleh masyarakat secara luas khususnya para santri yang ada di pondok tersebut.

3.1.3. Jaringan dengan pengelola wisata pantai talang siring

Putnam dalam bukunya yang berjudul *Bowling Alone* mengatakan bahwa jaringan sosial menciptakan saluran-saluran yang melaluinya seseorang merekrut orang lain untuk memproduksi barang dan bahwa jaringan sosial membentuk norma-norma timbal balik yang mengatur kebahagiaan yang diterima seseorang. Jaringan sosial bertindak sebagai pelumas tindakan kolektif untuk memenuhi kebutuhan ekonomi (Haryanto, 2011: 175- 176). Sesuai dengan yang dikatakan oleh Putnam jaringan yang terjalin antara industri rumah tangga kerupuk sagu dengan pengelola pantai Talang Siring dilandasi adanya kerja sama dengan dilandasi kesepakatan bersama antara kedua belah pihak untuk memperoleh hubungan timbal balik serta mendapatkan manfaat antara kedua belah pihak.

Menurut saya, dengan adanya kerupuk ini, wisatawan bersantai-santai, rujakan itu justru bisa menambah daya tarik wisatawan yang ada di talang atau bahkan bisa menarik simpati masyarakat-masyarakat sekitar untuk datang dan berkunjung ke Talang Siring menikmati kerupuk sagu ditambah dengan pemandangan alam. saat mendukung karena saya melihat di hari-hari besar pun dengan adanya industri tersebut bisa menarik wisatawan untuk menikmati tempat di Talang Siring, serta menjadi faktor pendukung juga, Karena saya melihat ada keunikan tersendiri kan biasanya kalau rujakan dimakan sini dikasih mangkok, sudah tersedia fasilitas dari penjualnya jadi pelayanannya itu bisa dikatakan bagus sangat mendukung potensi disini.” (Wawancara Kholifatuz Zahroh, 08 Oktober 2023)

Pemasaran kerupuk sagu semakin meningkat, karena memiliki jaringan yang kuat yang didukung oleh pengelola pantai Talang Siring, yang mana terjalin hubungan kerja sama antara industri rumah tangga kerupuk sagu dengan pengelola pantai Talang Siring sehingga dapat meningkatkan pemasaran kerupuk sagu. Keberadaan industri rumah tangga kerupuk sagu menjadi faktor pendukung untuk menarik wisatawan atau masyarakat sekitar untuk datang dan berkunjung ke pantai Talang Siring sambil menikmati kerupuk sagu ditambah dengan pemandangan alam. Hubungan antara para pengelola pantai dan produsen kerupuk sagu dapat dilihat sebagai interaksi sosial yang saling menguntungkan. Para pengelola pantai dapat memanfaatkan popularitas Pantai Talang Siring untuk memperkenalkan produk lokal seperti kerupuk sagu kepada wisatawan. Sementara itu, produsen kerupuk sagu juga dapat memanfaatkan pantai sebagai tempat pemasaran yang strategis.

3.1.4. Jaringan dengan pedagang pasar

Industri rumah tangga kerupuk sagu menjalin hubungan dengan pedagang sebagai perantara dengan konsumen. Menurut Putnam (dalam Kimbal, 2015: 32), jaringan sosial yang erat memperkuat kerjasama dan manfaat partisipasi dari orang-orang yang terlibat di dalamnya. Dalam industri kerupuk sagu, produsen dan pedagang sering bekerja sama dan saling berpartisipasi untuk memperoleh manfaat antara yang satu dengan lainnya.

Jaringan sebagai modal sosial berperan sebagai faktor yang mendorong pemilihan prioritas dalam pemasaran kerupuk sagu dari produsen kerupuk sagu. Hal ini menghasilkan keuntungan ekonomi bagi pedagang. Jaringan sosial juga terbukti bermanfaat ketika pedagang menjaga kualitas produk kerupuk sagu yang dihasilkan oleh produsen industri

rumah tangga kerupuk sagu. Jaringan yang telah mendorong pedagang dalam ikatan jaringan sosial dengan produsen industri rumah tangga kerupuk sagu membawa peningkatan pendapatan bagi pedagang dan juga secara tidak langsung bagi produsen. Hal ini membantu mewujudkan harapan bersama untuk masa depan yang lebih baik melalui kelangsungan usaha keduanya.

3.1.5. Jaringan dengan pemasok bahan baku

Dalam jaringan dengan pemasok bahan baku, produsen kerupuk sagu yang memiliki modal sosial yang kuat akan mampu membangun kerja sama yang erat dengan pemasok bahan baku. Jaringan antara industri rumah tangga kerupuk sagu dengan pemasok bahan baku sudah berlangsung lama dan pemasok bahan baku memiliki hubungan yang baik dengan industri rumah tangga kerupuk sagu ini dengan menawarkan tepung sagu langsung ke rumahnya.

Interaksi sosial yang terjadi berulang kali antara industri rumah tangga kerupuk sagu dengan pemasok bahan baku menciptakan hubungan yang baik antara keduanya yang saling menguntungkan satu sama lain. Jaringan dengan pemasok bahan baku memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan produksi kerupuk sagu. Jaringan dengan pemasok bahan baku juga dapat membantu produsen kerupuk sagu dalam menjaga stabilitas pasokan. Pemasok bahan baku yang dapat memberikan pasokan yang konsisten juga membantu produsen menghindari masalah kekurangan bahan baku yang dapat menghambat proses produksi dan pemasaran.

3.2. Kepercayaan dalam pemasaran industri rumah tangga kerupuk sagu

3.2.1. Kepercayaan dengan konsumen kerupuk sagu

Menurut Lawang (dalam Damsar, 2009: 157) Kepercayaan adalah hubungan yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang memiliki harapan untuk memperoleh keuntungan melalui interaksi sosial. Industri rumah tangga kerupuk sagu ini membangun kepercayaan dalam proses pemasaran dengan konsumen dengan memperhatikan kualitas kerupuk sagu yang dijual mulai dari rasa dan sambal yang enak dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen sehingga mengutamakan kepuasan konsumen.

Industri rumah tangga kerupuk sagu membangun kepercayaan dalam proses pemasaran dengan konsumen dengan memperhatikan kualitas kerupuk sagu yang dijual mulai dari rasa dan sambal yang enak kepada konsumen sehingga mengutamakan kepuasan konsumen. Kepercayaan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan cenderung memilih produk yang mereka percayai kualitasnya dan didukung oleh pelayanan yang baik. Kepercayaan yang sudah terjalin dengan konsumen ini harus dijaga dengan baik agar tidak menimbulkan keraguan kepada konsumen untuk selalu membeli kerupuk sagu. Dengan memberikan kualitas produk yang konsisten, transparansi, pelayanan pelanggan yang baik, dan rekomendasi positif, produsen kerupuk sagu dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan konsumen.

3.2.2. Kepercayaan dengan pedagang kerupuk sagu

Kepercayaan memfasilitasi kerjasama. Semakin kuat rasa percaya terhadap orang lain, maka semakin kuat pula kerjasama yang terjalin di antara mereka (Vipriyanti, 2011: 13). Kepercayaan dalam pemasaran kerupuk sagu dengan pedagang melalui kualitas yang baik, pelayanan ramah, dan pesanan yang tepat waktu memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang kuat antara produsen dan pedagang. Industri rumah tangga

kerupuk sagu juga memiliki kepercayaan terhadap pedagang dengan melakukan kesepakatan antara yang satu dengan lainnya dalam menentukan pesanan yang akan dijemput.

Pedagang juga memiliki kepercayaan kepada produsen industri rumah tangga kerupuk sagu bahwa kualitas kerupuk sagu yang mereka miliki baik dan harga sangat terjangkau sehingga layak untuk dijual dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kepercayaan pedagang ini juga tercipta dari kepastian dalam pemesanan kerupuk sagu yang selalu tersedia di industri rumah tangga kerupuk sagu ini. Kepercayaan produsen industri rumah tangga kerupuk sagu dengan pedagang bermula dari adanya interaksi yang terjadi berulang kali melalui pemesanan kerupuk sagu yang dilakukan oleh pedagang. Interaksi sosial menjadi peranan penting dalam membangun kepercayaan yang tercipta antara produsen industri rumah tangga kerupuk sagu dan pedagang. Kepercayaan ini menimbulkan keuntungan antara keduanya.. Melalui komunikasi yang baik, produsen dapat menanggapi dengan cepat dan memberikan solusi yang memuaskan kepada pedagang.

3.2.3. Kepercayaan dengan pengelola wisata

Menurut Fukuyama (dalam Rapang, 2013: 50) kepercayaan adalah harapan yang ditumbuhkan dalam suatu masyarakat dan dibuktikan dengan perilaku jujur, tertib, dan kooperatif berdasarkan norma-norma yang berlaku secara bersama. Kepercayaan industri rumah tangga kerupuk sagu dengan pengelola pantai Talang Siring dihasilkan dari adanya norma yang sudah dianut bersama khususnya dalam menata penjualan di pantai Talang Siring yang dilakukan oleh pengelola pantai. Kepercayaan itu timbul ketika produsen industri rumah tangga kerupuk sagu patuh terhadap segala aturan yang sudah diberikan oleh pihak pengelola pantai Talang Siring sehingga timbulnya kerjasama antara keduanya dalam waktu yang lama.

Kepercayaan itu timbul ketika produsen industri rumah tangga kerupuk sagu patuh terhadap segala aturan yang sudah diberikan oleh pihak pengelola pantai Talang Siring sehingga timbulnya kerjasama antara keduanya dalam waktu yang lama. Kerjasama ini melibatkan saling memahami dan menghormati norma-norma yang telah ditetapkan oleh pihak pantai Talang Siring. Kepercayaan ini timbul karena produsen kerupuk sagu dan pengelola pantai Talang Siring saling menghormati dan mematuhi norma-norma yang telah ditetapkan, sehingga tercipta kerja sama yang harmonis dan saling mendukung. Dengan memperhatikan norma-norma yang dianut bersama, produsen kerupuk sagu dan pengelola Pantai Talang Siring dapat terus memperkuat hubungan kerja sama mereka dalam pemasaran kerupuk sagu secara berkelanjutan.

3.3. Norma dalam pemasaran kerupuk sagu

3.3.1. Norma pemesanan dalam pemasaran kerupuk sagu

Norma sendiri terdiri dari pemahaman, nilai-nilai, harapan dan tujuan yang diyakini dan dijalankan oleh sekelompok orang. Menurut Damsar dan Indrayani (dalam Nugroho Adi Saputro, 2020: 335), norma adalah aturan lain yang menjadi pedoman berperilaku seseorang. Dalam industri rumah tangga kerupuk sagu norma yang terjadi yaitu norma tidak tertulis yang terbentuk karena adanya kebiasaan dan kesadaran individu dalam mewujudkan ketertiban. Norma tidak tertulis dalam industri rumah tangga kerupuk sagu merupakan aturan atau tata tertib yang tidak secara resmi ditetapkan, namun diikuti oleh pedagang dan konsumen dalam pemesanan kerupuk sagu.

Norma tidak tertulis yang terjadi yaitu produsen industri rumah tangga kerupuk sagu memberikan aturan kepada pedagang dalam pemesanan kerupuk sagu terutama dalam jumlah kerupuk sagu yang dipesan dan waktu penjemputan yang dilakukan oleh pedagang ke rumah industri rumah tangga kerupuk sagu. Sedangkan aturan produsen industri rumah

tangga kerupuk sagu dengan konsumen biasanya ditanyakan terlebih dahulu dalam pembelian kerupuk sagu kemudian produsen langsung menyiapkan kerupuk sagu untuk konsumen tersebut. Apabila salah satu pihak melanggar norma tersebut, maka ada sanksi sosial yang akan didapatkan oleh kedua belah pihak yaitu hilangnya kepercayaan untuk melakukan kerjasama seperti ketika produsen industri rumah tangga kerupuk sagu tidak memberikan kejelasan dan tidak memenuhi perjanjian dalam memberikan waktu dalam pemesanan kerupuk sagu untuk penjemputan kepada konsumen dan pedagang secara jelas akan menimbulkan keraguan kepada konsumen maupun pedagang untuk memesan kerupuk sagu kepada industri rumah tangga kerupuk sagu dan begitu juga sebaliknya ketika konsumen maupun pedagang ingkar janji dalam proses penjemputan pemesanan kerupuk sagu sesuai waktu yang ditentukan oleh kedua belah pihak, maka akan menimbulkan hilangnya kepercayaan dan adanya keraguan yang akan diberikan oleh produsen industri rumah tangga kerupuk sagu tersebut kepada konsumen dan pedagang dalam melakukan pemesanan kerupuk sagu.

3.3.2. norma pembayaran dalam pemasaran kerupuk sagu

Dalam industri rumah tangga kerupuk sagu terdapat norma tidak tertulis dalam memberikan pembayaran dengan sistem mencicil untuk pedagang dan konsumen yang berlangganan tetap yang membeli kerupuk sagu dalam jumlah yang banyak. Industri rumah tangga kerupuk sagu memiliki norma yang berlaku bagi pedagang dan konsumen yaitu mengenai pemberian hutang dan pembayaran cicilan kepada pedagang dan konsumen. Aturan ini dilakukan untuk memberikan kemudahan kepada pedagang dan konsumen khususnya yang berlangganan tetap dalam membeli kerupuk sagu dan berhutang kepada industri ini.

Pembayaran langsung tetapi terkadang ada pedagang maupun konsumen yang membayar dengan mencicil ketika uangnya mereka kurang misalnya pedagang harus membayar 50 ribu dengan pesanan yang sudah disepakati dan konsumen waktu membeli di festival atau wisata pantai Talang Siring ingin membeli 20 ribu tetapi uangnya kurang bisa membayar nanti ketika uangnya udah ada atau dianter lagi uangnya ke saya untuk kekurangan pembayarannya. untuk pembayaran mencicil itu dikhususkan untuk yang menjadi pelanggan tetap disini.” (Wawancara Arya, 06 Oktober 2023).

Industri rumah tangga kerupuk sagu memiliki norma yang berlaku bagi pedagang dan konsumen yaitu mengenai pemberian hutang dan pembayaran cicilan kepada pedagang dan konsumen. Aturan ini dilakukan untuk memberikan kemudahan kepada pedagang dan konsumen khususnya yang berlangganan tetap dalam membeli kerupuk sagu. Norma sosial didefinisikan sebagai perilaku yang diharapkan dalam situasi sosial untuk seterusnya menentukan bentuk perilaku apa yang memiliki nilai atau diharapkan (Rosyadi, 2018: 50). Norma tidak tertulis mengenai hutang dan pembayaran cicilan kepada konsumen dan pedagang menerapkan sistem sanksi sosial bagi yang melanggarnya. Adapun sanksi sosial yang diterima oleh pedagang dan konsumen ketika tidak melakukan pembayaran tepat waktu, maka akan menerima sanksi sosial yang berdampak hilangnya kepercayaan dari produsen industri rumah tangga kerupuk sagu sehingga saat konsumen dan pedagang ingin berhutang dan melakukan pembayaran cicilan sulit untuk mendapatkannya lagi karena sudah melanggar aturan yang sudah disepakati bersama. Oleh karena itu, antara satu pihak dengan pihak lainnya harus menjaga norma yang sudah disepakati bersama.

3.3.3. Norma penentuan harga dalam pemasaran kerupuk sagu

Norma tidak tertulis dalam industri rumah tangga kerupuk sagu juga dilakukan oleh sesama produsen industri rumah tangga kerupuk sagu dalam penentuan harga. Norma tidak

tertulis dapat mempengaruhi produsen untuk mempertimbangkan harga yang wajar dan adil. Norma merupakan aturan yang tidak kasat mata dan bersifat mengikat yang dapat mempengaruhi perilaku seorang produsen industri rumah tangga kerupuk sagu dalam menjalankan usahanya.

Norma tidak tertulis dalam industri rumah tangga kerupuk sagu juga dilakukan oleh produsen industri rumah tangga kerupuk yang satu dengan lainnya dalam hal penentuan harga. Produsen industri rumah tangga kerupuk sagu menyepakati soal penentuan harga yang satu dengan lainnya dengan berdiskusi dan memberikan harga yang sama dalam setiap industri rumah tangga kerupuk sagu kepada para pedagang dan konsumen dalam industri ini. Apabila ada salah satu pihak yang melanggar norma atau aturan yang berlaku dalam pemasaran kerupuk sagu, maka produsen lainnya akan memberikan sanksi sosial kepada produsen kerupuk sagu yang melanggar kesepakatan tersebut untuk tidak percaya lagi dalam bertukar informasi dalam penentuan harga kerupuk sagu.

3.3.4. Norma tata ruang tempat penjualan

Menurut Putnam (dalam Kimbal, 2015: 50) norma terdiri dari pemahaman, nilai, harapan, dan tujuan yang diyakini dan diamalkan secara kolektif oleh sekelompok orang. Berdasarkan sejarah kerjasama masa lalu, norma-norma ditetapkan, dikembangkan lebih lanjut, dan digunakan untuk mendukung kerjasama. Dalam pemasaran kerupuk sagu yang dilakukan di pantai Talang Siring oleh industri rumah tangga kerupuk sagu terdapat norma yang disepakati bersama oleh keduanya yaitu norma tidak tertulis dalam hal menata tata ruang tempat penjualan produsen kerupuk sagu di destinasi wisata ini. Norma sosial yang berlaku dalam pemasaran kerupuk sagu penting dilakukan agar pemasaran kerupuk sagu berjalan dengan lancar dan sistem tata kelola penjualan di pantai Talang Siring menjadi lebih rapi sehingga memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung.

Norma yang dianut bersama oleh industri rumah tangga kerupuk sagu dengan pihak pengelola pantai Talang Siring yaitu norma tidak tertulis dalam hal tempat tata ruang penjualan di destinasi wisata tersebut. Aturan tersebut diberlakukan untuk menata tata ruang tempat penjualan di pantai agar menjadi lebih rapi dan efektif. Jika salah satu pihak melakukan pelanggaran terhadap norma yang berlaku dalam pemasaran kerupuk sagu, maka pihak pengelola pantai Talang Siring akan memberikan sanksi sosial, kepada industri rumah tangga kerupuk sagu yaitu hilangnya kepercayaan yang sudah terjalin dan pihak pengelola pantai Talang Siring tidak memberikan izin kembali kepada industri rumah tangga kerupuk sagu untuk berjualan di wisata pantai Talang Siring. Adanya norma dapat menciptakan kerjasama dan keteraturan antara produsen kerupuk sagu dengan pihak pengelola pantai Talang Siring. Dengan adanya aturan, setiap penjual memiliki tempat yang jelas untuk berjualan sehingga dapat menghindari konflik dan persaingan yang tidak sehat. Manfaat dalam adanya norma sosial ini juga memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung wisata pantai Talang Siring.

4. SIMPULAN

Modal sosial memainkan peranan penting dalam pemasaran kerupuk sagu yang ada di Desa Bulay. Jaringan sosial yang ada sangat membantu industri rumah tangga kerupuk sagu untuk mendapatkan akses yang lebih luas dalam melakukan pemasaran kerupuk sagu kepada masyarakat luas. Jaringan sosial dalam pemasaran kerupuk sagu di industri rumah tangga kerupuk sagu berasal dari jaringan Sesama produsen kerupuk sagu, jaringan pertemanan dan keluarga, jaringan dengan pengelola wisata pantai Talang Siring, jaringan dengan pedagang dan jaringan dengan pemasok bahan baku. Kepercayaan juga memainkan peranan penting dalam meningkatkan pemasaran kerupuk sagu yang dilakukan oleh industri rumah tangga kerupuk sagu. Kepercayaan yang ada dalam pemasaran kerupuk sagu ini meliputi

kepercayaan dengan konsumen, pedagang, dan pengelola wisata pantai Talang Siring. Norma dalam pemasaran industri rumah tangga kerupuk dengan pemasaran melalui festival atau karnaval, pondok pesantren Miftahul Qulub, wisata pantai Talang Siring, dan pedagang meliputi norma pemesanan, norma pembayaran, norma penentuan harga, dan norma tata ruang tempat penjualan sehingga melancarkan proses pemasaran yang dilakukan oleh industri rumah tangga kerupuk sagu. Modal sosial dapat meningkatkan pemasaran kerupuk sagu yang ada dalam industri rumah tangga kerupuk sagu. Sebelum adanya modal sosial pemasaran yang dilakukan oleh industri rumah tangga kerupuk sangat terbatas, Sedangkan dengan adanya modal sosial mengalami peningkatan dalam segi pendapatan dan mendapatkan akses untuk melakukan pemasaran kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan jaringan hubungan sosial dengan beberapa pihak terkait seperti pedagang, konsumen, pemasok bahan baku, dan pengelola wisata pantai Talang Siring.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. P. (2023). *Modal Sosial Dalam Pengembangan Industri Tenun Ikat (Studi Kasus di Desa Parengan Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan)*. Bangkalan: Universitas Trunojoyo Madura.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pamekasan. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Pamekasan Tahun 2022*. Pamekasan: BPS Kabupaten Pamekasan.
- Budiarto, T. (1993). *Dasar Pemasaran*. Jawa Barat: Gunadarma.
- Damsar, I. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Dea Ayu Pusparini, N. S. (2020). Modal Sosial pada Industri Kecil Menengah di Kelurahan Purbalingga Lor. *Jurnal Sosiologi USK*, 14(1), 99-125.
- Dewi Fatma, F. (2022). Jaringan Sosial Perajin Gerabah Dalam Mempertahankan Usaha di Gampong Me Matang Panyang Aceh Utara. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 8(2), 139-150.
- Diana, E. (2016). *Peran Modal Sosial Dalam Pemasaran Makanan Khas Tape (Studi Kasus di Desa Kerang Kecamatan Sukosari Kabupaten Bondowoso)*. Bangkalan: Universitas Trunojoyo Madura.
- Field, J. (2010). *Modal Sosial*. (I. R. Muzir, Ed.) Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Fitriawati, E. (2010). Modal Sosial Dalam Strategi Industri Kecil. *DIMENSIA*, 4(1), 23-40.
- Hamka. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Onny Fitriana Sitorus.
- Haryanto, S. (2011). *Sosiologi Ekonomi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hasbullah, J. (2006). *Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Imam Gunawan, S. M. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Istiharoh, M. (2016). *Peran Modal Sosial Pada Masyarakat Industri Rumahan Kerajinan Bandol di Desa Kabunan, Kecamatan Dukuhwaru, Kabupaten Tegal*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Khair, H. (2019). Modal Sosial Dalam Industri Rumah Tangga Kerupuk Sagu di Desa Pintu Gobang Kari Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. *JOM FISIP*, 6(1), 1-14.
- Kimbal, R. W. (2015). *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil : Sebuah Studi Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mahendra, S. (2015). Keterkaitan Modal Sosial Dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal di Kawasan Waduk Mulur: Studi Kasus Pedagang Sektor Informal di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(2), 10-30.

- Nugroho Adi Saputro, P. S. (2020). Modal Sosial Pada Industri Kreatif Berbasis Potensi Lokal Pada Kerajinan Batik Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 332-336.
- Rangkuty, R. P. (2018). *Modal Sosial dan Pemberdayaan Perempuan (Kajian Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Perempuan melalui Kegiatan PNPM Mandiri Pedesaan)*. Aceh: Unimal Press.
- Rapang, R. (2013). *Modal Sosial Masyarakat Perkotaan*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Rosyadi, K. (2018). New Social Capital dan Revolusi Industri 4.0; Studi Terhadap Pembangunan Masyarakat UMKM Batik Tanjung Bumi Bangkalan Madura. *Jurnal Pamator*, 11(2), 49-53.
- Saleh, K. (2017). Modal Sosial Perempuan Pelaku Industri Rumahan Emping Melinjo (Kasus Perempuan Pedesaan Provinsi Banten). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 10(2), 160-174.
- Solikatun, N. J. (2018). Modal Sosial Sebagai Strategi Bertahan Hidup Masyarakat Desa Maria, Kecamatan Wawo, Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 7(2), 262-273.
- Sudarmono. (2021). *Pembangunan Modal Sosial*. Bandung : Rtujuh Media Printing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vipriyanti, N. U. (2011). *MODAL SOSIAL DAN PEMBANGUNAN WILAYAH : Mengkaji Sukses Story Pembangunan di Bali*. Malang: UB Press.
- Wahyuni, F. T. (2014). *Peran Modal Sosial Dalam Pemasaran UKM Rebana (Studi Kasus di Desa Bungah Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)*. Bangkalan: Universitas Trunojoyo Madura.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Gabungan*. Jakarta: Kencana