

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Desa Alur gadung merupakan salah satu desa yang memiliki wilayah dan potensi daerah usaha bisnis emping melinjo. Menurut data produksi keripik usaha UMKM di Desa Alur Gadung mencapai 1 Ton di tahun 2022 (Yusnita, 2024). Usaha ini banyak dilakukan oleh para ibu rumah tangga sebagai usaha sampingan. Hampir sebagian besar ibu rumah tangga yang ada di Desa Alur Gadung membuat emping melinjo dan tidak sedikit juga anak anak mereka membantu pengerjaan emping melinjo tersebut (Wawancara awal, Desember 2024).

Dalam proses pertumbuhannya buah melinjo ini sekarang tidak kenal musiman bisa kapan saja tumbuh. Dengan harga jual 45 ribu sampai 50 ribu perkilo gram banyak masyarakat yang ada di Desa Alur Gadung ini memanfaatkan tanaman tersebut untuk dijadikan emping melinjo. Dalam pemasaran emping melinjo yang ada di Desa Alur Gadung, para agen tersebut kebanyakan memasarkan emping melinjo ini ke wilayah Tanjung Beringin, Binjai, dan Medan. Selama ini, para pembuat emping hanya memproduksi dan menjual emping melinjo dalam bentuk mentah tanpa adanya inovasi lebih lanjut terhadap produk tersebut. Hanya saja ketika ada bazar di kecamatan atau di kabupaten emping melinjo tersebut hanya diberikan nama “emping melinjo Alur Gadung” (Wawancara awal, Desember 2024).

Usaha pembuatan emping melinjo ini sudah lama dilakukan terhitung sudah puluhan tahun usaha ini berjalan. Dalam sistem pemasaran emping melinjo ini, sebagian ada orang pesan tetapi sebagian besar diambil oleh agen.

Para pembuat emping dan agen yang ada di Desa Alur Gadung ini, sangat menjaga hubungan sosial mereka. Para pembuat emping ini lebih mengutamakan agen yang ada disekitaran rumah mereka atau agen tetangga rumah mereka begitupun dengan agen tersebut lebih mengutamakan mengambil atau membeli emping di tetangga rumah mereka. Walaupun terdapat agen yang menjual dengan harga yang lebih mahal (Wawancara awal, Desember 2024).

Namun terdapat beberapa pembuat emping yang bisa memberikan emping tersebut kepada agen yang lebih mahal, padahal sebelumnya sudah ada agen yang memesan emping tersebut bahkan sudah memberikan uang muka ke pembuat emping tersebut. Tetapi hal tersebut hanya dilakukan oleh beberapa pembuat emping saja, pada sebagian besar pembuat emping lainnya tidak mau melakukan hal tersebut, karena jika sebelumnya sudah ada agen yang membeli emping tersebut maka mereka tidak akan memberikan emping tersebut ke agen yang lain, walaupun terdapat agen yang membeli dengan harga jual yang lebih mahal. Karena memang biasanya para agen yang ada di sekitaran rumah mereka sudah memesan emping tersebut terlebih dahulu. Jadi, meskipun harga di tempat lain lebih mahal tetapi karena ada hubungan ketetanggaan tersebut terdapat ikatan moral yang terjalin (Wawancara awal, Desember 2024).

Pada wawancara yang peneliti lakukan dengan pembuat emping yang ada di Desa Alur Gadung, mengatakan bahwa ada sebagian warga Desa Alur Gadung yang memiliki pohon melinjo namun warga tersebut tidak membuat emping, melainkan warga tersebut menyuruh tetangga sekitar rumah atau menyuruh saudara mereka untuk membuat emping dari pohon yang warga tersebut punya, hal ini dilakukan oleh warga tersebut atas dasar ingin membantu dan bisa sama sama memproduksi emping.

Hakikat modal sosial adalah hubungan sosial yang terjalin dalam kehidupan sehari-hari warga masyarakat. Hubungan sosial mencerminkan hasil interaksi sosial dalam waktu yang relatif lama sehingga menghasilkan jaringan, pola kerjasama, pertukaran sosial, saling percaya, termasuk nilai dan norma yang mendasari hubungan sosial tersebut. Bentuk-bentuk modal sosial pada dasarnya terbentuk dari dua jenis solidaritas sebagai usaha individu-individu untuk berkelompok, yaitu solidaritas mekanik dan solidaritas organik (Dewi et al., 2022).

Modal sosial hanya dapat dibangun ketika tiap individu belajar dan mau mempercayai individu lain sehingga mereka mau membuat komitmen yang dapat di pertanggung jawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan (Susanti et al., 2023). Modal sosial sebagai suatu rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma, dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisien dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan kebajikan bersama (Supono, 2011).

Jaringan sosial itu sendiri adalah suatu jaringan relasi dan hubungan sosial yang terdapat dalam suatu masyarakat. Jaringan ini merupakan keseluruhan relasi dan hubungan sosial yang dapat diamati di suatu masyarakat, misalnya jaringan sosial yang terdapat di masyarakat desa, keseluruhan relasi dan hubungan sosial di kalangan pemimpin desa, antara pemimpin desa dan masyarakat desa, di kalangan warga masyarakat tersebut pada umumnya. Relasi dan hubungan sosial itu terdapat diberbagai bidang kehidupan yang meliputi ekonomi, sosial, kebudayaan dan lain-lain. Jaringan relasi dan hubungan sosial

merupakan pencerminan hubungan antar status-status dan peran-peran dalam masyarakat (Bahrianoor, 2020).

Kepercayaan adalah adanya pernyataan antara kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu hubungan. Salah satu pihak dianggap berperan sebagai *controlling assets* (memiliki sumber-sumber, pengetahuan) sementara pihak lainnya menilai bahwa berbagi penggunaan sumber-sumber tersebut dalam suatu ikatan akan memberikan manfaat. Keyakinan pihak yang satu terhadap pihak yang lain akan menimbulkan perilaku interaktif yang akan memperkuat hubungan dan membantu mempertahankan hubungan tersebut. Perilaku tersebut akan meningkatkan lamanya hubungan dengan memperkuat komitmen dalam hubungan. Pada akhirnya, kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses (Darwin, 2014).

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Modal Sosial Pemasaran Emping Melinjo (Studi Kasus Di Desa Alur Gadung Kecamatan Sawit Seberang Kabupaten Langkat)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pemanfaatan modal sosial dalam pemasaran emping melinjo Di Desa Alur Gadung Kecamatan Sawit Seberang Kabupaten Langkat.
2. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mempertahankan modal sosial pada masyarakat pembuat emping melinjo Di Desa Alur Gadung Kecamatan Sawit Seberang Kabupaten Langkat.

## **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti akan membuat dan membatasi fokus penelitian dimana peneliti akan menggali informasi terkait

bagaimana pemanfaatan modal sosial dalam pemasaran emping melinjo serta bagaimana upaya yang dilakukan untuk mempertahankan modal sosial pada masyarakat pembuat emping melinjo di Desa Alur Gadung Kecamatan Sawit Seberang Kabupaten Langkat.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pemanfaatan modal sosial dalam pemasaran emping melinjo di Desa Alur Gadung Kecamatan Sawit Seberang Kabupaten Langkat.
2. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan untuk mempertahankan modal sosial pada masyarakat pembuat emping melinjo Di Desa Alur Gadung Kecamatan Sawit Seberang Kabupaten Langkat.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat membantu mahasiswa yang sedang menulis skripsi dengan tema yang sama sehingga menjadi referensi pada kajian modal sosial.
  - b. Untuk menjelaskan teori pada penelitian ini yang berguna untuk mengembangkan pemahaman yang lebih holistik tentang suatu fenomena.
2. Manfaat Praktis
  - a. Dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah untuk selalu memperhatikan usaha rakyat terutama usaha rumahan sehingga maju menjadi usaha yang besar.
  - b. Dapat menjadi bahan pustaka untuk Jurusan Sosiologi, khususnya pada kajian modal sosial di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh.