

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pulau Madura merupakan salah satu pulau di Jawa Timur yang berada di sebelah utara Pulau Jawa. Antara Pulau Madura dan Pulau Jawa terdapat Selat Madura. Secara keseluruhan Pulau Madura terdiri dari 50 pulau, baik yang berpenghuni maupun tidak berpenghuni. Penduduk yang berdomisili di Pulau Madura Sebagian besar adalah dari Suku Madura dengan mayoritas beragama Islam. Bahasa pengantar sehari-hari yang digunakan adalah bahasa Madura. Masyarakat Madura dikenal sebagai pedagang yang ulet dan pekerja keras (Lestari Handayani, 2003).

Suku bangsa Madura dikenal memiliki tradisi merantau, ke berbagai pulau di Indonesia maupun mancanegara. Salah satu faktor yang sering menjadi alasan utama adalah kondisi geografis dan lingkungan alam Pulau Madura yang tidak mendukung untuk kegiatan agraris secara optimal. Dengan keterbatasan ini, orang Madura terdorong untuk mencari peluang di daerah lain, baik di dalam maupun di luar pulau, guna meningkatkan taraf hidup mereka. Inilah yang menjadikan tradisi merantau sebagai salah satu ciri khas utama dari suku Madura.

Sejarah panjang migrasi orang Madura di berbagai wilayah Indonesia juga tidak terlepas dari faktor politik, ekonomi, dan sosial yang ada pada masanya. Pada masa penjajahan Belanda, kebijakan kolonial yang membagi wilayah kekuasaan berdasarkan sistem ekonomi dan pengelolaan sumber daya turut mendorong terjadinya migrasi orang Madura ke pulau-pulau besar lain, seperti Jawa, Kalimantan, dan Sumatera. Peran perantau Madura dalam sektor perdagangan, jasa, dan industri informal telah diakui luas di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu bidang yang sangat identik dengan perantau Madura adalah usaha kuliner, terutama sate Madura

Tidak hanya terbatas pada faktor ekonomi, tradisi merantau juga telah menjadi bagian integral dari identitas budaya suku Madura. Mereka dikenal sebagai perantau yang gigih, ulet, dan memiliki semangat yang tinggi dalam mengatasi berbagai kesulitan. Meskipun hidup di tanah yang jauh dari kampung halaman, mereka tetap menjaga nilai-nilai kekeluargaan dan solidaritas yang kuat. Jaringan sosial menjadi salah satu modal utama dalam menghadapi tantangan di perantauan, termasuk dalam hal mendirikan usaha dan mendapatkan tenaga kerja.

Salah satu usaha yang paling menonjol di kalangan perantau Madura adalah berjualan sate Madura. Sate Madura telah dikenal secara luas di seluruh Indonesia, dan menjadi ikon dari kebudayaan kuliner Madura. Kelezatan sate Madura yang berbumbu kacang kental dan disajikan dengan lontong atau nasi telah memikat hati masyarakat dari berbagai kalangan. Keberhasilan sate Madura di pasar kuliner Indonesia bukanlah sesuatu yang terjadi secara kebetulan. Hal ini didukung oleh keuletan orang Madura dalam merintis dan mengembangkan usaha mereka, meskipun dihadapkan pada persaingan dengan makanan lokal seperti sate Padang di Kota Padang.

Usaha sate ini tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjadi simbol identitas budaya bagi orang Madura. Proses merantau dan mendirikan usaha kuliner seperti sate Madura menunjukkan kemampuan orang Madura dalam beradaptasi dengan lingkungan sosial dan ekonomi yang baru. Di berbagai kota, termasuk Kota Padang, sate Madura tidak hanya menjadi produk kuliner, tetapi juga bagian dari hubungan sosial antara perantau Madura dengan masyarakat lokal. Dalam konteks ini, jaringan sosial yang dibangun oleh pedagang sate Madura menjadi elemen penting dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka.

Di Kota Padang, para pedagang sate Madura mengalami berbagai tantangan, terutama pada masa-masa awal mereka berjualan. Berbeda dengan di daerah asal mereka, di mana sate Madura

sudah dikenal luas, di Kota Padang para perantau Madura harus bersaing dengan sate Padang yang telah memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat setempat. Dalam kondisi ini, solidaritas dan jaringan sosial di antara sesama pedagang Madura menjadi faktor penting yang membantu mereka bertahan dan akhirnya berkembang.

Pada awal kedatangan mereka di Kota Padang, para pedagang sate Madura harus berjuang keras untuk mendapatkan tempat di pasar kuliner lokal. Tantangan terbesar mereka pada awal merintis usaha adalah perbedaan selera masyarakat dan belum mengenal makanan ini, serta menghadapi persaingan dengan jenis makanan yang sama di Kota Padang yakni sate Padang yang sudah memiliki basis pelanggan yang kuat. Namun, dengan modal kerja keras, keuletan, dan jaringan sosial yang solid, para pedagang sate Madura berhasil menembus pasar lokal dan bahkan memperluas jangkauan usaha mereka. Dari awalnya hanya beberapa gerobak keliling, kini usaha sate Madura telah berkembang menjadi bisnis yang lebih mapan dengan puluhan outlet di berbagai kawasan di Kota Padang.

Orang Madura di perantauan, termasuk di Kota Padang, membentuk paguyuban atau kelompok sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk menjalin hubungan kekeluargaan, tetapi juga sebagai tempat untuk saling berbagi informasi dan pengalaman dalam mengembangkan usaha. Paguyuban ini tidak hanya terbatas pada hubungan antar pedagang, tetapi juga melibatkan keluarga besar, sehingga terbangun jejaring yang solid dan saling menguntungkan. Jaringan sosial ini memainkan peran penting dalam membantu para pedagang sate Madura dalam mengembangkan bisnis sate Maduranya.

Paguyuban pedagang sate Madura aktif mengadakan pertemuan dari tahun ke tahun tetapi untuk tahun ini sedikit mengalami stagnansi karena kepengurusan yang bermasalah. Dalam pertemuan paguyuban tersebut biasanya membahas kendala dalam berjualan sate Madura dan

peluang untuk membuka usaha baru, terutama lokasi berjualan sate Madura. Penempatan lokasi berjualan ini memiliki aturannya tersendiri yakni harus berjarak dan tidak boleh berdekatan. Hal tersebut bertujuan untuk menghindari kompetisi internal dan menjaga nilai dari sate Madura.

Namun, dalam konteks Kota Padang, ada dinamika menarik yang terjadi. Tidak seperti di daerah asal mereka, di mana tenaga kerja dalam usaha sate Madura biasanya melibatkan anggota keluarga atau kerabat dekat, di Kota Padang tenaga kerja yang digunakan sering kali bukan orang Madura asli. Sebaliknya, mereka mempekerjakan tenaga kerja lokal dari Sumatera, yang menunjukkan fleksibilitas dan kemampuan adaptasi pedagang Madura dalam memanfaatkan jaringan sosial yang lebih luas.

Jaringan sosial yang terbentuk di antara pedagang sate Madura tidak hanya terbatas pada hubungan kekerabatan, tetapi juga melibatkan hubungan bisnis yang didasarkan pada kepercayaan dan kerjasama. Mereka saling berbagi informasi tentang lokasi strategis untuk berjualan, cara mendapatkan bahan baku dengan harga yang kompetitif, serta tips untuk mempertahankan kualitas produk. Salah satu aturan tidak tertulis yang dipegang teguh oleh pedagang sate Madura adalah menjaga jarak antar lapak sate agar tidak terjadi persaingan yang merugikan sesama pedagang. Hal ini menunjukkan adanya kesepakatan bersama yang bertujuan untuk menjaga harmoni dan kelangsungan usaha di antara mereka.

Salah satu usaha Sate Madura yang terkenal dan mempunyai banyak cabang di Kota Padang adalah Sate Madura Cak Kodin. Usaha sate Madura di Kota Padang ada yang memiliki nama tambahan, seperti Sate Madura Setiakawan dan ada juga yang hanya sebatas memberi nama sate Madura ayam dan kambing. Pada awal merintis, semua pedagang tidak memberi nama tambahan pada usahanya tetapi karena ada permintaan dari masyarakat dengan tujuan agar bisa membedakan pedagang sate Madura berdasarkan kepemilikan, barulah para pedagang ini

menambahkan nama lain pada usahanya. Ada yang menggunakan nama anak, ada juga yang memilih slogan sederhana, dan sebagainya.

Dari awalnya hanya beberapa pedagang yang berjualan dengan menggunakan gerobak keliling, kini terdapat puluhan outlet sate Madura yang tersebar di berbagai kawasan di Kota Padang. Bahkan, banyak di antara mereka yang telah membuka beberapa cabang di lokasi-lokasi strategis.

Fenomena ini menunjukkan bagaimana pemanfaatan jaringan sosial yang kuat telah membantu pedagang sate Madura untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah persaingan yang ketat. Selain dari aspek bisnis, peran jaringan sosial juga penting dalam hal perekrutan tenaga kerja. Cara mendapatkan tenaga kerja di dalam jaringan sosial yang dipunyai. Jaringan sosial ini memungkinkan pemilik untuk mendapatkan tenaga kerja yang loyal dan dapat diandalkan.

Dalam penelitian ini, akan dikaji secara lebih mendalam bagaimana jaringan sosial pedagang sate Madura di Kota Padang dengan studi kasus pada Sate Madura Cak Kodin ini digunakan untuk merekrut tenaga kerja. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami pola jaringan sosial yang terbentuk, tetapi juga untuk melihat bagaimana jaringan tersebut berperan dalam mendukung keberhasilan usaha pedagang sate Madura di perantauan. Dengan memahami pola interaksi sosial yang terjadi di antara pedagang dan tenaga kerja, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu sosiologi, khususnya dalam bidang kajian jaringan sosial dan migrasi tenaga kerja. Oleh karena itu, terdapat beberapa hal menarik untuk diteliti terkait dengan pedagang sate Madura ini. Pertama mengetahui cara pedagang sate Madura dalam mendapatkan tenaga kerja. Kedua, mengetahui pola jaringan sosial tenaga kerja orang

madura. Ketiga, mengetahui pola pengembangan usaha sate Madura sehingga bisa *role model* bagi pelaku bisnis kuliner lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Sate Madura di Kota Padang merupakan fenomena kuliner yang menarik untuk diteliti karena keberadaannya yang mampu bersaing dan berkembang di tengah dominasi masakan lokal seperti sate Padang. Sate Madura, yang terkenal dengan bumbu kacang manisnya, dihadirkan oleh perantau Madura yang mencari peluang ekonomi di luar pulau mereka. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan adaptasi kuliner lintas daerah, tetapi juga mencerminkan kuatnya budaya perantauan masyarakat Madura. Mereka memanfaatkan jaringan sosial untuk mendukung keberlangsungan usaha, seperti melalui bantuan sesama perantau dalam hal modal, informasi lokasi strategis, hingga perekrutan tenaga kerja.

Pedagang sate Madura berperan penting dalam meningkatkan perekonomian lokal terlihat dari peningkatan jumlah gerai dan pedagang yang tersebar di berbagai titik strategis di kota, serta terbukanya lapangan pekerjaan. Dahulu, setiap pekerja pada sate Madura adalah orang Madura asli yang merupakan sanak saudara di kampung halaman. Tetapi, sekarang pekerja yang ada pada sate Madura belum tentu orang Madura yang biasanya pulang satu tahun sekali tiap hari raya Idul Adha. Hal ini bisa dikatakan bahwa terjadinya perubahan pola jaringan sosial yang digunakan oleh pedagang sate Madura dalam mendapatkan pekerja.

Salah satunya adalah usaha Sate Madura Cak Kodin, yang merupakan salah satu sate Madura yang sudah ada sejak tahun 1995 di Kota Padang. Selama 30 tahun mengembangkan usaha sate Maduranya di Kota Padang sehingga dapat terlihat bagaimana perkembangannya dari awal hingga sekarang. Fokus penelitian ini adalah pada perubahan pola jaringan sosial pada pedagang sate Madura dalam mendapatkan pekerja. Oleh karena itu, rumusan masalah yang

diangkat dalam penelitian ini berikut: **“Bagaimana perubahan pola jaringan sosial pedagang sate Madura Cak Kodin dalam mendapatkan pekerja?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perubahan pola jaringan sosial yang digunakan dalam mendapatkan pekerja pada pedagang sate Madura Cak Kodin di Kota Padang.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan profil usaha sate Madura Cak Kodin di Kota Padang.
2. Mendeskripsikan perubahan pola jaringan sosial dalam mendapatkan pekerja pada pedagang sate madura Cak Kodin di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademik maupun praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademik

Manfaat akademik dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada kajian-kajian jaringan sosial dan sosiologi ekonomi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi pedagang sate madura lainnya dalam mendapatkan pekerja dengan memanfaatkan jaringan sosial.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Trademark Sate Madura

Sate atau satai adalah makanan tradisional yang terdiri dari potongan-potongan daging yang ditusuk dan dipanggang di atas bara api. Sate dapat ditemukan di seluruh penjuru Indonesia, mulai dari pedagang keliling hingga restoran kelas atas. Sate juga kerap disajikan dalam acara-acara formal maupun non-formal, menjadikannya salah satu ikon kuliner nasional dengan banyak variasi. Salah satu jenis sate yang terkenal adalah Sate Madura. Menurut buku Makanan Tradisional Indonesia Seri 1 (Eni Harmayani & Umar Santoso, 2019), istilah Sate Madura merujuk pada identitas penjualnya, yakni orang Madura. Secara historis, Sate Madura dikaitkan dengan Arya Panoleh, penguasa Sumenep, yang memperkenalkan hidangan ini.

Sate Madura biasanya menggunakan daging ayam dan berbeda dengan sate lainnya dalam hal proses pengolahan serta bumbu kacangnya yang khas. Sate Madura disajikan dengan saus kacang yang disiram di atas sate yang telah matang. Penjual sate Madura dulunya menggunakan gerobak khas berbentuk perahu yang melambangkan keterkaitan budaya Madura dengan kehidupan bahari. Meskipun saat ini gerobak tersebut jarang digunakan, sate Madura tetap mempertahankan identitas bumbu yang khas, terutama pada penggunaan daging ayam dan kambing.

1.5.2 Konsep Pedagang

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 23/MPP/Kep/1/1998, perdagangan adalah kegiatan jual-beli barang atau jasa yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut dengan imbalan tertentu. Pedagang merupakan pelaku utama dalam proses distribusi ini. Dalam konteks ini, pedagang dapat berupa individu atau badan usaha yang menghubungkan produsen dengan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Eko Sujatmiko (2014), pedagang adalah individu yang melakukan aktivitas perdagangan, memperjualbelikan produk atau barang yang umumnya tidak diproduksi sendiri, untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang merupakan bagian dari aktivitas ekonomi sehari-hari yang menjadi penghubung antara produsen dan konsumen dalam siklus distribusi barang atau jasa. Damsar (2005) membagi pedagang ke dalam beberapa kategori berdasarkan skala dan profesionalitasnya, yaitu pedagang retail besar, menengah, dan kecil.

Pedagang retail besar mencakup jaringan toko swalayan nasional maupun internasional, seperti Matahari atau Seibu. Pedagang retail menengah umumnya adalah pelaku usaha yang memiliki toko swalayan kuat di satu lokasi, misalnya di ibu kota provinsi. Sementara itu, pedagang retail kecil meliputi pedagang di pasar tradisional, toko-toko kecil, dan pedagang kaki lima. Terdapat pula subkategori pedagang profesional, semi-profesional, dan subsistensi, yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda dalam hal penggunaan pendapatan dan kontribusinya terhadap ekonomi keluarga.

1.5.3 Konsep Pekerja

Pekerja adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima upah dan imbalan dalam bentuk lain. Dalam definisi tersebut terdapat dua unsur yaitu orang yang bekerja dan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain. Hal tersebut berbeda dengan definisi dari tenaga kerja, dalam ketentuan Pasal 1 UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan disebutkan bahwa, "Tenaga Kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat".

Pekerja atau buruh merupakan bagian dari tenaga kerja yaitu tenaga kerja yang bekerja di dalam hubungan kerja, dibawah perintah pemberi kerja. Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 Pasal 1 angka (3) menyebutkan bahwa, "Pekerja/buruh adalah setiap orang yang bekerja menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain ". Jadi pekerja/buruh adalah tenaga kerja yang bekerja di dalam hubungan kerja dibawah perintah pengusaha/pemberi kerja dengan mendapatkan upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pekerja adalah orang yang bekerja kepada seseorang dengan perjanjian tertentu untuk mendapatkan upah dari orang yang mempekerjakan.

1.5.4 Konsep Jaringan Sosial

Jejaring sosial atau jaringan sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan sebagainya.

Analisis jaringan sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan. Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor

tersebut. Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seorang individu dalam mencapai tujuannya.

Dalam bentuk yang paling sederhana, suatu jaringan sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan sebagai garis penghubungnya.

1.5.5 Konsep Perubahan

Kata “perubahan” dalam bahasa Inggris disebut dengan *change* atau *tagyir* dalam bahasa Arab. Perubahan dapat dimaknai sebagai beralihnya keadaan sebelumnya (*the before condition*) menjadi keadaan setelahnya (*The After condition*). Dalam literatur lain, perubahan diterangkan dengan kata *Transition*, walaupun menurut William mengandung arti berbeda. Perbedaannya adalah transisi lebih mengarah pada perubahan secara fundamental dan mendasar, sedangkan perubahan atau *change* lebih mengarah pada perubahan secara umum.² walaupun menurut peneliti kedua kata tersebut bisa mempunyai konteks yang sama Dalam penelitian ini.

Pengertian lain tentang perubahan adalah *making think different* yakni membuat sesuatu menjadi berbeda atau beralih baik dari sisi tempat, ukuran, sifat dan sebagainya. Perubahan pasti menghasilkan perbedaan, namun perbedaan itu sesungguhnya bukan tujuan karena terdapat dua jenis perubahan yakni perubahan yang diinginkan dan perubahan yang tidak diinginkan.

1.5.5 Etnis Madura Tinjauan Sosiologis

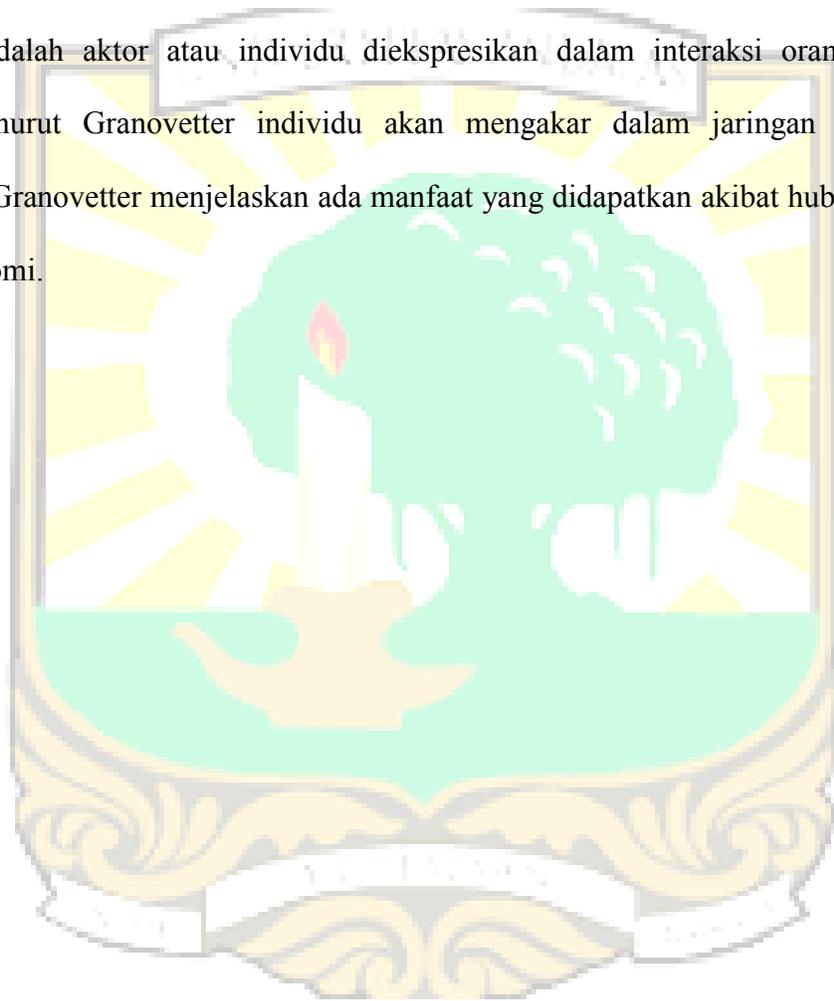
Secara sosiologis, masyarakat Madura dikenal dengan jaringan sosial yang sangat kuat, terutama di antara sesama perantau. Ikatan solidaritas dalam masyarakat Madura dibangun di atas nilai-nilai kekerabatan (*family ties*) dan kesukuan yang sangat menonjol. Kepercayaan dan loyalitas dalam jaringan ini memegang peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk dalam bidang ekonomi, seperti perekrutan tenaga kerja. Hal ini terlihat dalam pola rekrutmen tenaga kerja Sate Madura umumnya, di mana awalnya rekrutmen dilakukan dengan melibatkan anggota keluarga dan kenalan dari Madura.

Dalam konteks teori sosiologi, jaringan sosial Madura dapat dilihat sebagai *gemeinschaft* (komunitas) menurut Ferdinand Tönnies (1887) hubungan sosial bersifat intim, eksklusif, dan didasarkan pada keterikatan emosional. Contoh klasik dari *gemeinschaft* adalah keluarga atau kelompok etnis, seperti etnis Madura, di mana hubungan sosial sangat kuat karena berbagi kesamaan identitas budaya dan asal-usul. Hubungan-hubungan ini mendasarkan diri pada solidaritas dan rasa memiliki yang mendalam, sehingga mendukung terbentuknya jaringan sosial yang kohesif.

Dalam konteks masyarakat Madura di perantauan, pola hubungan sosial yang mereka bangun dengan sesama perantau atau tenaga kerja dalam usaha Sate Madura Cak Kodin merupakan contoh dari *gemeinschaft*. Kepercayaan dan loyalitas menjadi kunci dalam jaringan sosial ini. Mereka berbagi identitas budaya yang sama, saling menjaga dan mendukung satu sama lain, serta memelihara hubungan yang sangat erat, terutama dalam menjaga kelangsungan usaha sate Madura di perantauan. Pola hubungan seperti ini lebih cenderung bersifat personal dan emosional dibandingkan hubungan transaksional yang lazim ditemui dalam *gesellschaft*.

1.5.6 Tinjauan Sosiologis

Granovetter (Damsar 2009:146) mengungkapkan suatu teori tentang keterlekatan (embededness) yang merupakan suatu tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan bersifat melekat pada jaringan yang sedang berlangsung diantara para aktor. Jaringan hubungan sosial merupakan suatu rangkaian hubungan teratur diantara individu atau kelompok. Inti dari keterlekatan adalah aktor atau individu diekspresikan dalam interaksi orang lain (Damsar 2002:27). Menurut Granovetter individu akan mengakar dalam jaringan kerja hubungan interpersonal. Granovetter menjelaskan ada manfaat yang didapatkan akibat hubungan sosial dan tindakan ekonomi.



Terdapat 4 prinsip utama keterhubungan jaringan sosial dengan manfaat ekonomi yaitu:

1. Norma dan kepadatan jaringan. Kepadatan jaringan dapat dilihat dari jumlah aktor (individu) yang terlibat didalamnya. Semakin padat jaringan sosial (jumlah anggota dan jumlah relasi dengan pihak lain) maka banyak interaksi yang dilakukan anggota sehingga mempengaruhi kegiatan yang mereka lakukan.

2. Lemah kuatnya ikatan jaringan sosial. Jaringan sosial yang terbentuk memiliki ikatan yang kuat atau lemah. Ikatan yang lemah memiliki keuntungan yaitu dapat membuka cakrawala baru (pengetahuan) dan informasi. Ikatan sosial dapat menentukan perilaku ekonomi seperti penetapan harga, dan alur produksi distribusi konsumsi. Misalnya perbandingan seseorang membeli minuman menggunakan mesin minuman otomatis dengan datang langsung ke toko. Dari cerita diatas pada dasarnya orang tersebut mencerminkan tindakan ekonomi karena berkaitan langsung dengan pola produksi, distribusi, dan konsumsi. Potensi membeli minuman di toko mempunyai keterlekatan yang lebih kuat dibandingkan dengan membeli minuman dengan mesin otomatis karena ada interaksi langsung antara pedagang dan pembeli misalnya saling menyapa, mempersilakan masuk, dan bertanya kabar. Berbeda dengan orang yang membeli minuman dengan mesin otomatis yang tidak mempunyai keterlekatan karena tidak melakukan interaksi dengan pihak lain.

3. Peran lubang struktur. Aktor yang berada pada tatanan ikatan kuat ataupun ikatan lemah yang ternyata berkontribusi sebagai jembatan hubungan dengan pihak lain atau luar baik individu, kelompok bahkan suatu instansi, atau organisasi.

4. Interpretasi tindakan non ekonomi dan ekonomi. Jaringan yang terbentuk mempunyai motif yang berbeda pada aktornya. Misalnya motif sosial, budaya, politik, dsb. Namun dari motif tindakan tersebut akan menghasilkan keuntungan ekonomi yang ia dapat dikemudian hari. Kegiatan non ekonomis yang dilakukan pada kehidupan sosial individu (aktor) yang ternyata mempengaruhi kehidupan ekonominya. Pendekatan pada jaringan sosial mempunyai asumsi dasar yaitu jaringan sosial terjadi di satu sisi menciptakan struktur sosial, sementara di sisi lain struktur sosial yang diciptakan membatasi atau memberikan keluasaan terhadap tindakan, baik tindakan kolektif atau individu yang keduanya saling ketergantungan. Selain itu sikap dan perilaku individu ditentukan oleh situasi sosial dimana tindakan itu diwujudkan.

1.5.7 Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan diperlukan sebagai referensi dan acuan bagi penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai pembanding dan memperkaya perspektif dalam pelaksanaan penelitian ini. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Asteria Primananda. 2007. Skripsi Universitas Andalas	Perkembangan Ekonomi Komunitas Etnis Madura di Kota Padang (Studi Terhadap Modal Sosial Pedagang Sate Ayam Madura)	Modal sosial memiliki peran penting dalam perkembangan etnis madura di Kota Padang.	Meneliti mengenai usaha sate madura dan Lokasi penelitian di Kota Padang	Lebih fokus pada usaha sate madura. Fokus kepada jaringan sosial
2.	M. Husni Mubarak. 2017. Skripsi UIN Raden Intan	Manajemen Operasional Sate Cak Nasir Dalam Perspektif Syariah	Manajemen operasional yang dilakukan mulai dari tahap pengolahan bahan mentah sampai bahan jadi siap dipasarkan.	Topik penelitian mengenai sate madura	Lokasi penelitian yang berbeda Fokus penelitian yang berbeda

3.	Noor Endah Mufallikhah . 2015. Skripsi UIN Sunan Kalijaga	Pemberdayaan Ekonomi Pedagang Sate Madura Melalui Paguyuban Pedagang Sate Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga (Studi Kasus Paguyuban Al-Hikmah di Yogyakarta)	Pedagang sate Madura yang tergabung ke dalam paguyuban Al-hikmah mengalami peningkatan kesejahteraan keluarga.	Topik penelitian yakni sate Madura	Perbedaan lokasi penelitian Perbedaan penggunaan teori/pendekatan.
4.	Fadilah, R. 2017. Skripsi Universitas Airlangga	Peran Jaringan Sosial Dalam Pembangunan Ekonomi Komunitas Perantau Madura di Surabaya	Jaringan sosial, terutama yang berbasis kekerabatan dan paguyuban, memainkan peran yang signifikan dalam	Fokus penelitian pada usaha-usaha untuk mendukung keberlangsungan ekonomi perantau	Perbedaan pada topik penelitian yakni peran kekerabatan dan komunitas dalam

			mendukung Pembangunan ekonomi komunitas perantau Madura di Surabaya		mendukung usaha kuliner
5.	Supriyadi, H. 2016. Tesis Universitas Indonesia	Modal Sosial Dalam Usaha Kuliner Pedagang Sate Madura Di Jakarta	Modal sosial, terutama kepercayaan dan jaringan kekerabatan, merupakan elemen penting dalam keberhasilan usaha pedagang sate Madura di Jakarta	Fokus penelitian pada kesuksesan pedagang sate madura di perantauan	Perbedaan pada topik penelitian yang menggunakan modal sosial yang mempengaruh uhi kesuksesan pedagang sate madura di Jakarta

Penelitian ini fokus pada pemanfaatan jaringan sosial oleh pedagang sate Madura dalam mendapatkan tenaga kerja untuk mengembangkan usahanya. Penelitian dilakukan pada pedagang sate Madura Cak Kodin di Pasar Baru, Kota Padang.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Metode kualitatif digunakan karena penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana pedagang sate Madura Cak Kodin memanfaatkan jaringan sosial untuk mendapatkan tenaga kerja. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi realitas sosial dari perspektif informan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Menurut Afrizal (2014), pendekatan kualitatif mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk kata-kata, bukan angka, untuk memahami makna dari tindakan sosial. Data diperoleh dari interaksi langsung dengan informan, sehingga memberikan gambaran yang mendalam tentang fenomena yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yang menurut Creswell (dalam Sugiyono, 2014), merupakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah melalui pengumpulan berbagai informasi yang kemudian diolah untuk menemukan solusi atas masalah tersebut. Studi kasus memberikan pemahaman yang mendalam dan integratif tentang individu atau kelompok dalam konteks spesifik, dan sangat tepat digunakan dalam penelitian ini. Keunggulan metode studi kasus adalah kemampuannya untuk menyajikan uraian menyeluruh yang mencerminkan pengalaman nyata subjek penelitian, serta memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam terkait fenomena yang diteliti (Lincoln & Guba dalam Mulyana, 2013).

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif dimana peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa tindakan rasional yang dilakukan pedagang sate Madura di Kota Padang. Jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data tersebut dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif. Proses analisa data dimulai dengan menelaah seluruh data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Kemudian, dilakukan reduksi data dengan jalan membuat abstraksi. Langkah selanjutnya adalah menyusun data dalam satuan-satuan. Satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya.

Tahap terakhir adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data. Setelah tahap ini selesai, maka baru dilakukan penafsiran data (Moleong, 1990). Sehingga tahap-tahap dalam analisa data kualitatif meliputi: pemrosesan satuan data, reduksi data, pengkategorisasian data termasuk pemeriksaan keabsahan data, dan penafsiran data. Terakhir, peneliti menggunakan teknik triangulasi yaitu melalui tiga tahapan pengecekan: Pertama, triangulasi sumber data, yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui teknik wawancara dengan data hasil observasi dan survei. Kedua, melakukan peer review untuk mengetahui pendapat para peneliti dan pakar lain yang melakukan penelitian serupa. Ketiga, peneliti akan melakukan triangulasi teori, yaitu membandingkan data empiris dengan kajian teoritis yang telah berkembang dan diakui kebenarannya.

1.6.2 Informan Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka diperlukan informan. Informan berguna untuk mendapatkan informasi yang lengkap berdasarkan kebutuhan peneliti. Informan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian.

Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Informan dapat memberikan pandangan dari segi orang dalam tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut. Afrizal (2014: 139) menambahkan pengertian informan penelitian yaitu orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Kata informan harus dibedakan dari kata responden. Informan adalah orang-orang yang akan memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian, sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan yang diberikan pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang, pembeli dan petugas dinas pasar. Ada dua kategori informan menurut Afrizal (2014: 139), diantaranya:

1. Informan Pelaku, yaitu informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, Informan Pelaku, yaitu pemilik usaha dan tenaga kerja Sate Madura Cak Kodin. Mereka adalah subjek utama yang memberikan informasi tentang pengalaman dan strategi mereka dalam usaha tersebut.
2. Informan Pengamat, yaitu konsumen atau masyarakat di sekitar lokasi usaha. Mereka memberikan informasi terkait interaksi dan persepsi mereka terhadap usaha Sate Madura Cak Kodin.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria informan meliputi:

1. Pemilik usaha Sate Madura Cak Kodin.
2. Pekerja yang bekerja di usaha tersebut.

Tabel 1.2**Informan**

No.	Nama	Umur	Pendidikan Terakhir	Daerah Asal	Pekerjaan	Kategori Informan
1.	Kodin	55	SMP	Madura	Pemilik	Pelaku
2.	Sumiyati	50	SD	Madura	Ibu Rumah Tangga	Pelaku
3.	Rini	33	SD	Bandung	Tenaga Kerja	Pelaku
4.	Riska	41	TK	Padang	Tenaga Kerja	Pelaku
5.	Bayu	25	SMK	Lampung	Tenaga Kerja	Pelaku
6.	Randi	27	SD	Palembang	Tenaga Kerja	Pelaku
7.	Novri	21	SMP	Palembang	Tenaga Kerja	Pelaku
8.	Aldi	18	SMP	Palembang	Tenaga Kerja	Pelaku
9.	Ari	15	SMP	Palembang	Tenaga Kerja	Pelaku
10.	Safni	20	SD	Palembang	Tenaga Kerja	Pelaku
11.	Tono	25	SMA	Padang	Mahasiswa	Pengamat
12.	Indah	21	SMA	Solok	Mahasiswa	Pengamat

Sumber: Data Primer, 2024

1.6.3 Data yang Diambil

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian. Definisi data sebenarnya punya kemiripan dengan definisi informasi, hanya informasi lebih ditonjolkan dalam segi servis, sedangkan data lebih menonjolkan aspek materi. Selain data, ada juga pengertian lain yang

punya kemiripan dengannya adalah fakta. Biasanya orang sering menggunakan dua istilah ini dalam satu pengertian yang sama, padahal masing-masing mempunyai konsep tersendiri. Fakta sesungguhnya adalah milik objek penelitian yang relatif tidak dapat dipisahkan dari objek penelitian itu sendiri. Hal yang dapat dibawa pulang oleh peneliti hanyalah data. Data diartikan sebagai segala sesuatu yang hanya berhubungan dengan keterangan tentang suatu fakta, fakta tersebut ditemui oleh peneliti di daerah penelitian. Oleh karena itu, seorang peneliti adalah orang yang betul-betul mampu membaca fakta serta bisa membawa pulang fakta berupa data- data hasil penelitian. Berikut data-data penelitian

1. Data primer

Data Primer merupakan sebuah data penelitian yang dalam mengumpulkan suatu informasi dilakukan dengan cara langsung pada sumber aslinya, bisa dilakukan dengan cara wawancara, pendapat dari perorangan atau kelompok, atau bisa juga melalui hasil observasi, peristiwa dan hasil uji suatu benda. Dengan menggunakan teknik tersebut, peneliti mendapatkan data dan informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh berupa informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sumber data primer dari penelitian ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan pelaku dan pengamat dalam hal ini yaitu pemilik dan tenaga kerja usaha sate Madura Cak Kodin. Terdapat 12 informan, yang terdiri dari 10 informan pelaku dan 2 informan pengamat.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang didapatkan melalui orang ketiga atau dengan cara tidak langsung bisa melalui informasi yang sudah ada, melalui catatan, buku maupun arsip lainnya yang sudah ada dan bisa dilihat khalayak umum. Data sekunder diperoleh melalui

studi kepustakaan, yakni dengan cara mempelajari bahan-bahan tertulis, literatur-literatur yang berkaitan, dan hasil penelitian. Selain itu penelitian ini juga dilengkapi oleh data yang diperoleh dari artikel maupun hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang tentu saja mempunyai kaitan dengan permasalahan penelitian yang sedang diteliti.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dimulai pada 20 juli 2023 dengan observasi dan wawancara awal terhadap beberapa pedagang sate madura yang telah lama berjualan di kota padang. Tujuan dari observasi ini adalah untuk memahami pola usaha sate madura di kota padang secara umum, serta untuk menentukan subjek penelitian yang paling relevan. Tahap pertama melakukan observasi dan wawancara awal dengan beberapa pedagang sate madura yang telah lama berjualan di kota padang. Pedagang yang berjualan di beberapa lokasi strategis di kota padang, seperti di jalan khatib sulaiman, di jati yang banyak terdapat kuliner makanan, di pasar baru, pauh yang ramai sekali pembeli dari mahasiswa dan lokasi lainnya di kota padang. Berdasarkan observasi dan wawancara awal dengan para pedagang sate madura tersebut, mereka menyarankan untuk meneliti usaha sate madura cak kodin yang berjualan di pasar baru, pauh, padang. Sate madura cak kodin dipilih karena perkembangannya yang pesat, omzet yang tinggi, dan keberhasilannya membuka beberapa cabang di berbagai lokasi. Salah satu cabang utamanya berada di pasar baru, pauh, yang dikenal memiliki banyak pelanggan setia. Tahap selanjutnya fokus melakukan observasi dan wawancara mendalam dengan pedagang sate madura cak kodin. Peneliti pertama kali melakukan wawancara di cabang sate madura cak kodin pasar baru. Pemilik usaha, cak kodin, menyarankan untuk melanjutkan wawancara di rumahnya yang juga merupakan pusat produksi utama sekaligus lokasi cabang di indarung. Peneliti berkali-kali melakukan observasi

dan wawancara mendalam dengan cak kodin di rumahnya. Di lokasi ini, peneliti juga mengamati langsung proses produksi sate dan interaksi sosial dalam usaha. Peneliti juga melakukan wawancara dengan istri cak kodin yang bertugas sebagai pembuat bumbu sate, anak cak kodin yang bertugas membuat lontong, karyawan yang bertugas menusukkan daging ayam ke lidi dan menjual sate di cabang yang telah ditentukan. Secara lengkap informan penelitian tersebut adalah pemilik usaha: Cak kodin, yang memberikan gambaran menyeluruh tentang sejarah, strategi, dan tantangan usaha. Istri cak kodin, anak cak kodin, karyawan sate madura cak kodin sebanyak 10 orang termasuk tetangga dan pembeli setia sate madura cak kodin. Peneliti juga melakukan observasi dan wawancara di cabang lain, seperti simpang alai dan cabang indarung untuk memperkaya data terkait variasi strategi operasional usaha di berbagai lokasi. Jawaban dari wawancara divalidasi melalui triangulasi data dengan mewawancarai tetangga sekitar dan pelanggan sate madura. Hal ini dilakukan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi informasi yang diperoleh. Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam yaitu wawancara dilakukan dengan cak kodin, anggota keluarga, karyawan, tetangga, dan pelanggan. Observasi langsung peneliti mengamati aktivitas produksi, distribusi, dan interaksi sosial di tempat usaha dan cabang-cabang sate madura cak kodin. Triangulasi data: Validasi data dilakukan melalui wawancara tambahan dengan berbagai informan untuk memastikan data yang terkumpul akurat dan representatif. Penelitian ini mengungkapkan bahwa usaha sate madura cak kodin memiliki: Strategi pengembangan usaha yang berhasil, termasuk pembukaan cabang di lokasi strategis. Keunikan produk yang menjadi daya tarik pelanggan, seperti cita rasa khas, konsistensi kualitas, dan pelayanan ramah. Pemanfaatan jaringan sosial dalam perekrutan tenaga kerja, distribusi produk, dan pemeliharaan loyalitas pelanggan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan studi dokumen:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Dari pemahaman tersebut yang dimaksud dengan metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi di usaha sate Madura Cak Kodin. Penelitian ditujukan kepada tenaga kerja yang ada di usaha sate Madura Cak Kodin . Observasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana pola jaringan sosial yang terbentuk dalam mendapatkan tenaga kerja. Peneliti melakukan observasi dari pagi hingga siang di rumah pemilik usaha, kemudian dilanjutkan dari sore hingga malam di cabang-cabang usaha sate Madura Cak Kodin. Peneliti juga melakukan observasi terhadap pembeli dan Masyarakat sekitar. Sehingga peneliti dapat melakukan perbandingan serta melakukan triangulasi terhadap data yang diberikan oleh informan penelitian.

2. Wawancara Mendalam

Metode wawancara juga biasa disebut dengan metode interview. Metode wawancara adalah proses mendapatkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai. Inti dari metode wawancara ini bahwa setiap penggunaan metode ini selalu muncul beberapa hal, yaitu pewawancara, responden, materi wawancara dan pedoman wawancara (Bungin, 2001:

134). Peneliti mewawancarai pemilik, tenaga kerja dan pembeli usaha sate Madura Cak Kodin. Wawancara dilakukan karena peneliti ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk dapat bercerita atau memberikan informasi mengenai sejarah sate Madura di Kota Padang, bagaimana tantangan dalam mengembangkan usaha, dan yang terutama adalah bagaimana jaringan sosial yang dibentuk untuk mendapatkan tenaga kerja. Dalam pengumpulan data saat wawancara peneliti perlu menyiapkan pedoman wawancara, alat tulis, dan juga alat perekam.

3. Studi Dokumen

Data sekunder penulis dapatkan diarsip dan dokumen pada dinas dan instansi terkait penelitian ini. Untuk mencapai keabsahan data maka peneliti di sini akan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memfokuskan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan sebagai pembandingan terhadap data itu, teknik triangulasi paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Artinya data yang telah penulis dapat dilapangkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi setelah itu penulis analisa menggunakan teori yang ada (Moleong, 1990).

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yakni pedagang Sate Madura Cak Kodin di Kota Padang. Fokus utama adalah bagaimana pemilik usaha memanfaatkan jaringan sosial untuk mendapatkan tenaga kerja. Dalam riset ilmu sosial, hal yang paling penting adalah menentukan suatu yang berkaitan dengan apa atau siapa yang dipelajari. Persoalan tersebut bukan menyangkut topik riset, tetapi apa yang disebut unit analisis. Dari unit analisis itulah data diperoleh, dalam arti kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan.

Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang

dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis juga juga berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau menentukan kriteria dari objek yang diteliti dari permasalahan dan tujuan penelitian. unit analisis dapat berupa individu, masyarakat, lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara, dan komunitas). Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yaitu pemilik usaha sate madura cak kodin.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data penelitian kualitatif merupakan suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi aktivitas peneliti dalam menganalisis yaitu menentukan data penting, menginterpretasikan, mengelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu dan mencari hubungan antara kelompok-kelompok (Afrizal, 2014). Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis data Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman secara garis besar membagi analisis data dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap, yaitu kodifikasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Afrizal, 2014). Ketiga tahap tersebut dilakukan terus setiap setelah melakukan pengumpulan data. Oleh karena itu, analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan (Afrizal, 2014). Berikut tahap analisis data dalam penelitian ini diantaranya:

1. Reduksi data

Pada tahap ini dilakukan perkodingan terhadap data. Perkodingan data adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil dari kegiatan tahap ini

adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi data hasil penelitian. Cara melakukannya adalah peneliti menulis ulang catatan-catatan lapangan yang telah dibuat, selanjutnya peneliti memilih informasi yang penting dan tidak penting dengan cara memberikan tanda-tanda.

2. Penyajian data

Pada tahap ini peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokkan. Menurut pandangan Miles dan Huberman, untuk menyajikan hasil penelitian yang lebih efektif dianjurkan untuk menggunakan matrik dan diagram.

3. Verifikasi data atau kesimpulan

Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini merupakan interpretasi atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek kembali kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan.

1.6.7 Definisi Operasional Konsep

Ada beberapa definisi konsep yang dipakai dalam penelitian ini, karena itu perlu diberikan batasan untuk mempermudah peneliti memahaminya. Definisi konsep ini merupakan informasi ilmiah yang membantu peneliti dalam mengukur variabel yang digunakan. Untuk menghindari kerancuan dalam pemakaian konsep, maka perlu didefinisikan konsep-konsep yang dimaksudkan adalah:

1. Orang Madura adalah masyarakat yang berasal dari Pulau Madura, dikenal dengan budaya migrasi yang kuat.
2. Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan barang atau jasa kepada konsumen.

3. Perubahan adalah gagasan bahwa segala aspek kehidupan senantiasa bergerak dan berubah, sehingga menimbulkan perbedaan dengan keadaan sebelumnya
4. Sate Madura adalah jenis sate yang terbuat dari daging ayam dan kambing dengan bumbu khas Madura.
5. Jaringan Sosial adalah pola hubungan sosial yang terjalin di antara individu atau kelompok yang bersifat kolektif.
6. Pekerja adalah setiap individu yang bekerja untuk menghasilkan barang atau jasa.

1.6.8 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bisa diartikan sebagai setting atau konteks sebuah penelitian. Tempat tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014). Penelitian ini dilakukan di empat lokasi cabang Sate Madura Cak Kodin di Kecamatan Pauh, Kota Padang: Pasar Baru, Alai, Gadut, dan Indarung. Lokasi ini dipilih karena strategis dan ramai oleh pembeli, terutama mahasiswa dari Universitas Andalas.

1.6.9 Jadwal Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama 23 bulan, mulai dari bulan Januari 2023 hingga bulan November 2024. Berikut adalah jadwal tahapan penelitian yang dilaksanakan.

Tabel 1.3

Jadwal Pelaksanaan Penelitian

NO	Nama Kegiatan	2023			2024	
		Feb- Mei	Jun- Des	Jan- Apr	Mei- Okt	Des
1	Menyusun Intsrumen Penelitian					
2	Turun Lapangan					
3	Analisis Data dan Bimbingan					
	Ujian Skripsi					