

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia memiliki potensi besar untuk diperkuat melalui sektor pertanian, termasuk industri makanan tradisional seperti kerupuk kulit (kerupuk jangek). pengusaha kerupuk kulit menghadapi tantangan dalam konteks jaringan sosial. Pembentukan asosiasi atau kelompok usaha bersama dapat membantu meningkatkan kapasitas produksi dan distribusi, serta memperluas jangkauan pasar dalam jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit. Berdasarkan skala usahanya, industri kerupuk kulit di Tanah Datar masuk dalam kategori UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Kebanyakan termasuk Usaha Mikro untuk pengrajin rumahan dengan omzet per tahun maksimal 300 juta rupiah, dan Usaha Kecil untuk produsen yang jangkauan distribusinya lebih luas dengan omzet 300 juta sampai 2,5 miliar rupiah per tahun. Klasifikasi ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, karena skala produksinya masih berbasis rumah tangga dan komunitas lokal. (UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM).

Usaha kerupuk kulit di Kabupaten Tanah Datar tidak hanya berperan penting dalam ekonomi lokal, tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Sebagai bagian dari tradisi kuliner Minangkabau, kerupuk kulit berfungsi sebagai makanan sehari-hari dan oleh-oleh yang melambangkan kekayaan budaya daerah. Usaha ini juga menciptakan lapangan pekerjaan dan mendukung perekonomian rumah tangga, melibatkan berbagai pelaku usaha lokal dari pengolah hingga

penjual. Di Tanah Datar, terdapat beberapa produk kerupuk kulit yang dipasarkan, termasuk Latua Padang, Latua Kumango, dan Latua Padang Panjang, serta produk sampingan berupa daging kering. Kerupuk kulit setengah matang juga populer di kalangan pedagang makanan seperti tukang sate dan nasi goreng. Keberagaman produk dan fleksibilitas dalam penjualan menunjukkan adaptabilitas usaha dalam memenuhi berbagai kebutuhan pasar, dari konsumen langsung hingga pebisnis kuliner kecil di sekitar Tanah Datar.

Nagari Kumango menjadi fokus penelitian karena memiliki keunggulan kompetitif dalam industri kerupuk kulit dibandingkan dengan daerah lain seperti Kecamatan Lima Kaum, Saruaso, Sijangek, dan Koto Baranjak. Nagari Kumango memiliki ciri khas terutama dalam pengembangan kerupuk kulit, seperti pemasaran yang lebih luas tidak hanya di lingkup kecamatan melainkan sampai ke lingkup provinsi. Oleh karena itu, Nagari Kumango lebih dikenal dengan pengusaha kerupuk kulit karena memiliki jaringan pemasaran yang luas dan tidak memiliki pesaing langsung yang signifikan di wilayah tersebut.

Jaringan sosial memainkan peran penting dalam pembentukan identitas dan kultur lokal. Usaha kerupuk kulit yang berbasis di Tanah Datar tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai bagian integral dari budaya dan tradisi masyarakat Minangkabau. Melalui produksi dan konsumsi kerupuk kulit, masyarakat dapat mempertahankan dan mempromosikan warisan kuliner mereka, yang pada gilirannya memperkuat rasa komunitas dan identitas lokal. Pengusaha kerupuk kulit dapat memfasilitasi interaksi sosial dan memperkuat ikatan antaranggota masyarakat, yang penting untuk kohesi sosial

dan keberlanjutan budaya.

Jaringan sosial juga memainkan peran penting dalam pembentukan identitas dan kultur lokal. Usaha kerupuk kulit yang berbasis di Tanah Datar tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai bagian integral dari budaya dan tradisi masyarakat Minangkabau. Produksi dan konsumsi kerupuk kulit, masyarakat dapat mempertahankan dan mempromosikan warisan kuliner mereka, yang pada gilirannya memperkuat rasa komunitas dan identitas lokal. Pengusaha kerupuk kulit dapat memfasilitasi interaksi sosial dan memperkuat ikatan antaranggota masyarakat, yang penting untuk kohesi sosial dan keberlanjutan budaya (Wahyono & Marzuki, 2019).

Terdapat isu penting yang perlu diatasi terkait dengan keberlanjutan usaha kerupuk kulit, yaitu permasalahan pemasaran dan distribusi. Meskipun kerupuk kulit memiliki potensi besar sebagai produk unggulan, tantangan dalam distribusi dan pemasaran dapat menghambat pertumbuhan usaha. Pemasaran yang efektif memerlukan strategi yang melibatkan pemahaman mendalam tentang pasar lokal dan preferensi konsumen. Penting untuk mengembangkan jaringan distribusi yang efisien dan memanfaatkan teknologi informasi untuk menjangkau konsumen lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional (Sutanto & Sulistyowati, 2020).

Urgensi pengembangan jaringan sosial ini terletak pada kemampuannya untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal dan memperkuat ketahanan pangan. Memperkuat jaringan sosial dan mengoptimalkan kolaborasi antara pengusaha, pemerintah, dan masyarakat, usaha kerupuk kulit dapat tumbuh secara berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang luas. Hal ini juga

berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan pelestarian budaya kuliner lokal, menjadikannya sebagai contoh sukses pengembangan ekonomi berbasis komunitas di wilayah tersebut (Hardiyanti, 2015; Prasetyo & Widodo, 2021). Berikut gambar yang menunjukkan foto kerupuk kulit:

**Gambar 1.1 Mengoreng Kerupuk Kulit**



*Sumber: penulis*

Konteks pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, jaringan sosial memiliki fungsi strategis yang sangat penting untuk keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Jaringan sosial berfungsi sebagai media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan berbagai pihak yang berkepentingan, termasuk konsumen, penyalur, pembeli, dan lembaga pendukung usaha. Jaringan yang kuat pengusaha kerupuk kulit dapat memperoleh informasi pasar yang akurat, mengakses sumber daya produksi dengan harga yang kompetitif, membangun kepercayaan dengan konsumen, serta mengembangkan inovasi produk melalui pertukaran pengetahuan dengan sesama pelaku usaha. Rantai pasok industri kerupuk kulit di Nagari Kumango dimulai dari pengadaan

bahan mentah berupa kulit sapi yang diperoleh dari rumah potong hewan di Padang Panjang, yang kemudian diolah oleh pemilik usaha bersama karyawannya melalui proses pembersihan, perebusan, pengeringan, dan penggorengan hingga menjadi produk siap konsumsi.

Distribusi dan pemasaran produk kerupuk kulit dilakukan melalui jaringan sosial yang telah terbangun, meliputi warung-warung di sekitar Kumango, pasar mingguan atau balai di berbagai wilayah Tanah Datar, rumah makan tradisional, serta toko oleh-oleh baik dalam kota maupun luar kota. Jaringan pemasaran ini tidak hanya terbatas pada wilayah lokal, tetapi juga menjangkau daerah-daerah di luar Kabupaten Tanah Datar melalui hubungan personal dan rekomendasi dari mulut ke mulut yang telah terjalin selama bertahun-tahun. Kekuatan jaringan sosial ini memungkinkan pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango untuk mempertahankan pangsa pasar yang stabil dan mengembangkan usaha tanpa bergantung pada teknologi digital atau platform online yang semakin populer di era modern ini.

Saat ini, jaringan sosial untuk usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango belum sepenuhnya berkembang secara optimal. Meskipun ada upaya untuk membangun kolaborasi di antara para pengusaha, sering kali masih terdapat kendala dalam hal komunikasi, koordinasi, dan akses ke informasi pasar yang relevan. Para pengusaha kerupuk kulit cenderung bekerja secara terpisah tanpa dukungan jaringan sosial yang kuat, sehingga menghambat pertumbuhan dan distribusi produk secara lebih luas. Hal ini mengakibatkan kurangnya efisiensi dalam produksi dan pemasaran kerupuk kulit, serta terbatasnya akses ke pasar

yang lebih besar.

Kesenjangan yang signifikan terletak pada kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam memperkuat jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango. Di era digital saat ini, platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook telah terbukti menjadi alat yang efektif untuk memperkuat jaringan sosial, memperluas jangkauan pasar, dan membangun brand awareness bagi UMKM. Platform-platform ini memungkinkan pengusaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memamerkan produk melalui konten visual yang menarik, dan membangun komunitas online yang solid.

Pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango masih mengandalkan jaringan sosial tradisional berbasis hubungan personal, seperti kenalan, kekerabatan, dan sistem pemasaran dari mulut ke mulut untuk menjalankan bisnis mereka. Meskipun metode ini telah terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan di tingkat lokal, penggunaannya terbatas pada lingkup geografis dan sosial yang sempit, sehingga tidak dapat dioptimalkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas atau membangun strategi pemasaran yang terstruktur. Keterbatasan ini menjadi lebih mencolok mengingat bahwa di Nagari Kumango tidak terdapat pesaing langsung yang signifikan dalam industri kerupuk kulit, sehingga sebenarnya terdapat peluang besar untuk memanfaatkan keunggulan first-mover dalam adopsi teknologi digital melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk memperkuat dan memperluas jaringan sosial yang sudah ada, sekaligus memperkuat posisi dominan mereka di pasar regional maupun nasional.

## 1.2 Rumusan Masalah

Kenagarian Kumango, Kabupaten Tanah Datar, pertumbuhan dan keberlanjutan industri kerupuk kulit sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pengusaha di wilayah ini membangun dan memelihara koneksi sosial, serta memanfaatkan modal sosial dalam mendukung usaha mereka. Fokus utama adalah pada dampak jaringan sosial terhadap inovasi produk dan strategi pemasaran kerupuk kulit. Studi ini juga akan mengeksplorasi peran kekerabatan, kepercayaan, dan norma sosial lokal dalam membentuk dinamika jaringan di Kenagarian Kumango. Selain itu, analisis akan mencakup bagaimana jaringan sosial berkontribusi pada promosi kerupuk kulit sebagai ikon kuliner lokal serta potensinya dalam mendorong perkembangan ekonomi dan pariwisata di daerah tersebut. Demikian penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana jaringan sosial dapat dioptimalkan untuk memperkuat posisi kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas yang mencerminkan identitas budaya dan menjadi penggerak ekonomi di Kenagarian Kumango. Berdasarkan konteks ini, rumusan masalah penelitian adalah **Bagaimana proses jaringan sosial yang terbentuk dalam pengusaha kerupuk kulit di Kenagarian Kumango, Kabupaten Tanah Datar?**

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan peneliti di atas, maka terdapat dua tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut.

- a. Tujuan Umum

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit di Kenagarian Kumango, Kabupaten Tanah Datar.

b. Tujuan Khusus

- 1) Mendeskripsikan bentuk hubungan sosial yang terjalin diantara pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango dengan Pembeli.
- 2) Mendeskripsikan bentuk keterlekatan di antara pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango dengan Pembeli.
- 3) Mendeskripsikan bentuk Kepercayaan Pengusaha Kerupuk Kulit di Nagari Kumango dengan Pembeli.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perkembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosiologi, terutama dalam studi sosiologi ekonomi.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan panduan bagi pengusaha kerupuk kulit dalam membangun dan memelihara jaringan sosial yang efektif, serta memanfaatkan modal sosial untuk mendukung pengusaha mereka.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Jaringan Sosial

Menurut Lawang (dalam Damsar, 2009), istilah jaringan merupakan terjemahan dari kata “network”, yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “net” dan “work”. “Net” dapat diartikan sebagai jaring, yaitu suatu tenunan yang terdiri dari banyak simpul yang saling terhubung satu sama lain. Sementara itu, “work” berarti kerja. Gabungan dari kedua kata ini, “network”, lebih menekankan pada aspek kerja atau interaksi antar simpul, seperti halnya cara kerja sebuah jaring.

Jaringan sosial, sebagai konsep kunci dalam sosiologi, telah mengalami perkembangan signifikan dalam dekade terakhir dan dapat diamati dengan jelas dalam pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango. Menurut Small (2017), pemahaman kontemporer tentang jaringan sosial telah bergeser dari fokus pada struktur formal ke arah analisis yang lebih dinamis dan kontekstual. Small menekankan pentingnya "jaringan personal" dalam kehidupan sehari-hari, di mana individu secara aktif membangun dan memanipulasi jaringan mereka untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Konteks usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, para pengusaha secara strategis memanfaatkan jaringan sosial mereka melalui sistem "rujukan bergilir", pembelian bahan baku bersama, dan pembagian wilayah pemasaran. Penelitian Small menunjukkan bahwa jaringan sosial bukan hanya struktur statis, tetapi merupakan sumber daya yang secara strategis dimanfaatkan oleh aktor sosial dalam berbagai situasi, seperti yang terlihat dari bagaimana pengusaha kerupuk kulit Kumango menggunakan pertemuan rutin bulanan dan

komunikasi grup WhatsApp untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka.

Konteks era digital dan pengusaha tradisional seperti kerupuk kulit di Nagari Kumango, Boyd dan Ellison (2013) mengeksplorasi bagaimana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah sifat dan dinamika jaringan sosial. Platform media sosial dan grup pesan instan yang digunakan oleh pengusaha kerupuk kulit Kumango menciptakan bentuk baru "jaringan publik terhubung" yang memiliki karakteristik persistensi, visibilitas, dan kemampuan penyebaran informasi yang cepat tentang ketersediaan bahan baku dan bantuan teknis produksi. Penelitian terbaru oleh Boase dan Wellman (2018) menyelidiki bagaimana "masyarakat jaringan" kontemporer telah mengubah pola interaksi sosial, menciptakan "individualisme jaringan" yang terlihat dalam cara pengusaha kerupuk kulit beroperasi dalam jaringan yang luas namun tetap fleksibel, menggabungkan nilai-nilai tradisional Minangkabau dengan teknologi modern. Pendekatan ini memungkinkan para pengusaha kerupuk kulit Kumango untuk memetakan dan menganalisis jaringan sosial mereka yang kompleks, membuka jalan bagi pemahaman yang lebih mendalam tentang difusi informasi pasar, pembentukan kesepakatan harga, dan dinamika kerjasama dalam industri makanan tradisional (González-Bailón & Wang, 2016, p. 62).

Pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango telah berhasil membangun jaringan sosial yang meluas tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga menjangkau berbagai wilayah di Sumatera Barat maupun di luar provinsi. Jaringan ini terbentuk melalui hubungan kekerabatan, persahabatan, dan jejak sejarah budaya

Minangkabau yang tersebar luas akibat tradisi merantau. Para pengusaha memanfaatkan koneksi dengan saudara, teman, dan kenalan yang berada di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Medan, dan Pekanbaru untuk membuka jalur distribusi produk kerupuk kulit mereka.

### **1.5.2 Hubungan Sosial**

Hubungan sosial atau relasi sosial adalah hasil dari interaksi sistematis antara dua orang atau lebih. Interaksi sosial merupakan bentuk dasar dari hubungan sosial tersebut. Hubungan ini merupakan ikatan yang dibangun atas dasar kepercayaan, yang bukan merupakan sesuatu yang sudah ada sebelumnya, melainkan harus dibangun melalui proses timbal balik yang melibatkan keterbukaan diri (Giddens 2005, sebagaimana dikutip dalam Desy, 2022)..

Hubungan sosial atau yang disebut relasi sosial adalah hubungan timbal balik antara orang dengan orang, atau antara orang dengan kelompok yang saling mempengaruhi satu sama lain. Ada tiga bentuk hubungan sosial: hubungan antar individu (orang per orang), hubungan antar kelompok, dan hubungan antara individu dengan kelompok. Hubungan sosial ini sangat penting untuk menjaga keseimbangan dalam masyarakat karena lewat hubungan ini orang-orang saling mempengaruhi dalam hal norma, nilai, dan aturan yang berlaku, sekaligus berfungsi sebagai cara untuk menyelesaikan masalah, membangun kebersamaan, dan meningkatkan rasa solidaritas. Pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, hubungan sosial berperan sangat penting karena para pengusaha saling terhubung dan berbagi sumber daya, pengetahuan, serta akses ke pasar yang lebih luas. Hubungan sosial ini tidak hanya terjadi antar pengusaha di komunitas lokal, tetapi

juga dengan pihak luar seperti pembeli bahan baku, konsumen, dan pemerintah daerah yang membantu kelancaran distribusi, meningkatkan daya saing produk, dan memperluas jangkauan pemasaran, sehingga solidaritas antar pelaku usaha yang terbentuk dapat meningkatkan kekuatan ekonomi bersama dan membantu menjaga keberlangsungan usaha kerupuk kulit di tengah berbagai tantangan produksi dan distribusi.

Hubungan sosial yang baik antara pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango dengan warga sekitar dan pelanggan menjadi kunci keberhasilan usaha mereka. Para pengusaha selalu menjaga hubungan harmonis dengan tetangga dan masyarakat sekitar dengan cara melibatkan mereka sebagai karyawan, terutama ibu-ibu rumah tangga yang membutuhkan penghasilan tambahan.

### **1.5.3 Keterlekatan**

Menurut Granovetter (dalam Damsar, 2009:139), keterlekatan sosial merupakan tindakan ekonomi yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan berakar dalam jaringan sosial yang berlangsung di antara para pelaku ekonomi. Ini tidak hanya mencakup tindakan individu, tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas seperti penentuan harga dan peran institusi ekonomi, yang semuanya terikat dalam jaringan hubungan sosial.

Menurut Ardiansyah (2005), terdapat dua bentuk keterlekatan, yang pertama adalah keterlekatan relasional. Keterlekatan relasional didasarkan pada konsep "disituasikan secara sosial" yang artinya tindakan ekonomi selalu berhubungan dengan pihak lain, di mana orang-orang yang terlibat berusaha

memberikan kesan yang baik di hadapan pihak lainnya. Hal ini hubungan personal antara pelaku ekonomi seperti penjual dan pembeli meliputi berbagai aspek sosial, budaya, agama, dan dimensi kehidupan lainnya yang membentuk cara mereka berinteraksi. Semua hubungan bisnis dan transaksi melibatkan proses interaksi dan hubungan sosial yang menghasilkan kepercayaan dan saling percaya meskipun sifatnya lemah, di mana kepercayaan yang timbul antara dua pihak atau lebih mengandung harapan yang menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial (Granovetter dalam Ardiyansyah, 2025).

Bentuk kedua adalah keterlekatan struktural yang merujuk pada suatu struktur sosial di mana terdapat pola interaksi antara pengusaha, karyawan, pembeli, dan pembeli yang terjalin karena hubungan kepercayaan, dengan asumsi bahwa terdapat kepercayaan sebagai modal sosial dalam tindakan ekonomi sehingga aktivitas ekonomi dapat terjalin dan berjalan dengan baik. Keterlekatan ini melibatkan tradisi saling membantu sebagai bentuk keterlekatan struktural dari suatu aktivitas ekonomi, yang mencakup jaringan yang lebih luas seperti institusi sosial atau struktur sosial dalam konteks yang lebih besar seperti pasar swalayan (Ardiyansyah, 2025). Dimensi struktural keterlekatan menekankan pada bagaimana posisi seseorang dalam jaringan sosial yang lebih besar mempengaruhi perilaku ekonomi mereka, di mana orang tidak bertindak sendiri di luar konteks sosial, tetapi juga tidak sepenuhnya mengikuti aturan yang ditetapkan oleh kelompok sosial tertentu, melainkan tindakan mereka melekat dalam sistem hubungan sosial yang nyata dan sedang berlangsung. Keterlekatan struktural menunjukkan bahwa meskipun dalam masyarakat pasar, aktivitas ekonomi tidak sepenuhnya terlepas

dari masyarakat seperti yang disarankan oleh model ekonomi, tetapi tetap dipengaruhi oleh hubungan sosial, jaringan kepercayaan, dan struktur institusional yang ada (Granovetter, 1985).

Hubungan sosial yang kuat dalam usaha kerupuk kulit ini juga menunjukkan adanya rasa saling percaya yang terbangun antara para pengusaha, penjual bahan baku, dan pembeli. Kepercayaan ini menjadi dasar utama untuk menjaga kelancaran usaha, terutama dalam hal mendapatkan bahan baku dan menjual produk. Contohnya, para penjual kulit sapi memberikan harga yang murah karena sudah menjalin hubungan baik dengan pengusaha kerupuk kulit, sementara pembeli tetap terus membeli kerupuk kulit karena sudah percaya dengan kualitasnya. Selain itu, hubungan yang baik antar pengusaha juga memungkinkan mereka untuk bekerja sama menciptakan hal-hal baru, seperti membuat variasi rasa kerupuk kulit atau memperbaiki cara pembuatannya agar lebih enak. Hubungan sosial ini menjadi kekuatan yang sangat penting untuk membantu usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango tetap berjalan dan sukses. Berikut yang terdapat dalam keterlaksanaan:

1. Konteks dalam usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango tercermin dari bagaimana aktivitas ekonomi pengusaha tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sosial, budaya, dan geografis di mana mereka beroperasi. Konteks budaya Minangkabau dengan sistem kekerabatan matrilineal dan nilai-nilai gotong royong menjadi landasan yang mempengaruhi cara pengusaha menjalankan bisnis mereka, mulai dari pemilihan tenaga kerja yang mengutamakan

anggota keluarga dan tetangga, hingga sistem pembayaran yang fleksibel berdasarkan kepercayaan. Konteks geografis Nagari Kumango yang terletak di jalur perdagangan tradisional dan memiliki sejarah sebagai pusat "dagang Kumango" juga memberikan pengaruh kuat terhadap jiwa entrepreneurship masyarakat setempat dan kemudahan akses ke pasar regional. Selain itu, konteks religius yang kuat dalam masyarakat Islam di nagari ini mempengaruhi etika bisnis yang diterapkan pengusaha, seperti kejujuran dalam transaksi, kehalalan produk, dan tanggung jawab sosial terhadap komunitas, sehingga menciptakan lingkungan usaha yang kondusif dan berkelanjutan.

2. *Network* dalam industri kerupuk kulit Nagari Kumango terwujud melalui jaringan sosial yang kompleks dan saling terkait antara pengusaha, pemasok, distributor, dan konsumen yang dibangun berdasarkan hubungan personal dan kepercayaan jangka panjang. Jaringan ini mencakup hubungan dengan peternak dan rumah potong hewan di Padang Panjang sebagai pemasok bahan baku, jaringan keluarga dan tetangga yang terlibat dalam proses produksi, serta jaringan distribusi yang meluas hingga ke luar daerah melalui hubungan persahabatan dan kekerabatan. Kekuatan jaringan ini terlihat dari sistem rujukan antar pengusaha ketika tidak dapat memenuhi pesanan, kolaborasi dalam berbagi informasi pasar, dan dukungan mutual dalam menghadapi tantangan bisnis. Jaringan

sosial yang terbangun juga memfasilitasi transfer pengetahuan dan inovasi dalam teknik pengolahan kerupuk kulit, serta memungkinkan ekspansi pasar melalui rekomendasi dan word-of-mouth marketing yang efektif, menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung dan memperkuat daya saing kolektif industri kerupuk kulit di nagari tersebut.

3. Norma dalam usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango tercermin dari penerapan nilai-nilai dan aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku bisnis berdasarkan norma sosial dan budaya setempat. Norma kejujuran dan amanah yang berakar dari ajaran Islam menjadi pedoman utama dalam setiap transaksi, di mana pengusaha selalu berusaha memberikan produk berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan dan transparan dalam penetapan harga. Norma saling membantu dan gotong royong dalam budaya Minangkabau mempengaruhi pola kerjasama antar pengusaha, seperti sistem rujukan pelanggan ketika kapasitas produksi tidak mencukupi dan sharing informasi pasar secara terbuka. Norma menghormati pelanggan sebagai "raja" tercermin dari pelayanan yang ramah, responsif terhadap keluhan, dan pemberian bonus atau diskon untuk pelanggan setia. Selain itu, norma tanggung jawab sosial terhadap komunitas lokal mendorong pengusaha untuk memprioritaskan tenaga kerja dari lingkungan sekitar dan berkontribusi dalam

kegiatan sosial kemasyarakatan, sehingga menciptakan iklim bisnis yang harmonis dan berkelanjutan.

4. Sosial dalam industri kerupuk kulit Nagari Kumango termanifestasi melalui integrasi yang mendalam antara aktivitas ekonomi dengan struktur sosial masyarakat, di mana hubungan bisnis tidak hanya bersifat transaksional tetapi juga melibatkan dimensi emosional dan sosial yang kuat. Hubungan antara pengusaha dan pelanggan seringkali berkembang menjadi persahabatan atau bahkan seperti keluarga, di mana mereka saling berbagi cerita pribadi, memberikan dukungan moral, dan terlibat dalam kehidupan sosial masing-masing seperti menghadiri acara pernikahan atau takziah. Keterlekatan sosial ini juga terlihat dari sistem kredit informal yang didasarkan pada kepercayaan personal dan pengenalan karakter, bukan pada agunan material, yang memungkinkan fleksibilitas dalam pembayaran sesuai dengan kondisi ekonomi pelanggan. Partisipasi pengusaha dalam kegiatan sosial kemasyarakatan seperti arisan, pengajian, dan gotong royong memperkuat ikatan sosial dan sekaligus menjadi media promosi tidak langsung yang efektif. Keterlekatan sosial ini menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi dan stabilitas usaha, karena hubungan yang terbangun tidak mudah digantikan oleh pesaing dan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Hubungan sosial yang kuat dalam usaha kerupuk kulit ini juga menunjukkan adanya rasa saling percaya yang terbangun antara para pengusaha, penjual bahan baku, dan pembeli. Kepercayaan ini menjadi dasar utama untuk menjaga kelancaran usaha, terutama dalam hal mendapatkan bahan baku dan menjual produk. Contohnya, para penjual kulit sapi memberikan harga yang murah karena sudah menjalin hubungan baik dengan pengusaha kerupuk kulit, sementara pembeli tetap terus membeli kerupuk kulit karena sudah percaya dengan kualitasnya. Selain itu, hubungan yang baik antar pengusaha juga memungkinkan mereka untuk bekerja sama menciptakan hal-hal baru, seperti membuat variasi rasa kerupuk kulit atau memperbaiki cara pembuatannya agar lebih enak. Begitu hubungan sosial ini menjadi kekuatan yang sangat penting untuk membantu usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango tetap berjalan dan sukses.

#### **1.5.4 Kepercayaan**

Kepercayaan atau *trust* mengacu pada keyakinan yang muncul di awal interaksi dalam sebuah hubungan. Zucker (1986) mengartikan kepercayaan sebagai “sekumpulan harapan yang dimiliki secara bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam pertukaran.” Pendapat ini sejalan dengan pandangan Lawang, yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan “hubungan antara dua pihak atau lebih yang mengandung harapan menguntungkan salah satu atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial” (Damsar dan Indrayani, 2016). Lawang (2004) juga merumuskan inti konsep kepercayaan sebagai berikut: (i) Hubungan sosial antara dua orang atau lebih, termasuk institusi yang diwakili oleh individu dalam konteks ini. (ii) Harapan yang ada dalam hubungan tersebut, yang jika terwujud, tidak akan

merugikan salah satu pihak. (iii) Interaksi yang memungkinkan hubungan dan harapan tersebut menjadi nyata.

Kepercayaan dapat terbentuk melalui dua bentuk, yakni kepercayaan askriptif dan kepercayaan prososial. Kepercayaan askriptif muncul dari hubungan yang didasarkan pada ciri-ciri yang melekat pada individu, seperti latar belakang kekerabatan, etnis, dan keturunan. Sedangkan, kepercayaan prososial terbentuk melalui proses interaksi sosial yang dibangun oleh para pelaku yang terlibat (Damsar, 2009: 203).

Kepercayaan menjadi fondasi utama dalam hubungan antara pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango dengan pelanggan-pelanggan tetap mereka. Para pengusaha membangun kepercayaan ini melalui konsistensi dalam menjaga kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan kejujuran dalam penetapan harga yang wajar. Pelanggan tetap seperti pemilik warung, rumah makan, dan toko oleh-oleh mempercayai para pengusaha kerupuk kulit karena mereka selalu dapat diandalkan dalam memenuhi pesanan, bahkan ketika menghadapi keterbatasan stok atau lonjakan permintaan. Sebaliknya, para pengusaha juga mempercayai pelanggan tetap mereka dengan memberikan sistem pembayaran yang fleksibel, seperti pembayaran tempo atau konsinyasi, tanpa khawatir akan penipuan atau keterlambatan pembayaran.

### 1.5.5 Tinjauan Sosiologis

Konsep keterlekatan (*embeddedness*) dalam teori jaringan Granovetter menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dipahami secara terpisah dari struktur sosial yang melingkupinya. Keterlekatan merujuk pada cara tindakan

ekonomi tertanam dalam jaringan hubungan sosial yang berkelanjutan, di mana norma-norma sosial, nilai-nilai bersama, dan pola interaksi mempengaruhi keputusan ekonomi individu. Granovetter (1985) membedakan keterlekatan menjadi dua dimensi utama: keterlekatan relasional yang fokus pada hubungan personal langsung antara aktor ekonomi, dan keterlekatan struktural yang menekankan pada posisi aktor dalam jaringan sosial yang lebih luas. Konteks usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, keterlekatan ini termanifestasi melalui hubungan yang telah terjalin bertahun-tahun antara pemilik usaha dengan pemasok bahan baku, distributor, dan konsumen, di mana kepercayaan dan reputasi menjadi modal sosial yang menentukan keberlanjutan bisnis. Keterlekatan ini menciptakan sistem ekonomi lokal yang *resilient*, karena transaksi ekonomi tidak hanya didasarkan pada mekanisme pasar murni, tetapi juga pada obligation sosial, *reciprocity*, dan solidaritas komunal yang telah mengakar dalam budaya masyarakat Minangkabau.

Jaringan sosial pemilik usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango menunjukkan struktur yang kompleks dan multidimensional yang memungkinkan mereka bertahan di era *platform digital*. Jaringan ini terdiri dari tiga lapisan utama: jaringan primer yang meliputi keluarga besar, tetangga dekat, dan sesama pengrajin kerupuk kulit dalam satu nagari yang berfungsi sebagai sumber dukungan emosional, berbagi pengetahuan teknis produksi, dan bantuan modal darurat; jaringan sekunder yang mencakup hubungan dengan pedagang besar di pasar tradisional, supplier bahan baku dari daerah lain, dan pelanggan tetap dari berbagai daerah di Sumatera Barat yang berperan dalam stabilisasi distribusi dan pemasaran; serta jaringan tersier yang terdiri dari koneksi dengan pemerintah daerah, lembaga

keuangan, dan komunitas digital yang memfasilitasi akses ke program pemberdayaan, pembiayaan, dan adaptasi teknologi. Kekuatan jaringan ini terletak pada kemampuan pemilik usaha untuk memanfaatkan ikatan kuat (*strong ties*) dalam jaringan primer untuk memperoleh dukungan dan legitimasi sosial, sekaligus mengaktifkan ikatan lemah (*weak ties*) dalam jaringan sekunder dan tersier untuk mengakses informasi pasar, inovasi, dan peluang ekspansi bisnis. Adaptasi terhadap *platform digital* tidak menggantikan jaringan tradisional ini, melainkan memperluas jangkauannya, di mana media sosial dan marketplace online berfungsi sebagai *extension* dari jaringan fisik yang sudah ada, memungkinkan pemilik usaha untuk mempertahankan *personal touch* dalam pelayanan sambil menjangkau segmen pasar baru yang lebih luas.

Penelitian ini memanfaatkan Teori Jaringan dari Mark Granovetter untuk menganalisis masalah yang diangkat. Granovetter menjelaskan teori jaringan melalui konsep keterlekatan (*embeddedness*). Menurut Granovetter (1985) (dalam Damsar, 2009: 139), keterlekatan mengacu pada tindakan ekonomi yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan berada dalam jaringan sosial personal yang terbentuk di antara aktor-aktor. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan tindakan individu, tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi yang berhubungan erat dengan interaksi sosial.

Teori Granovetter tentang "*kekuatan ikatan lemah*" (*strength of weak ties*) tetap menjadi salah satu kontribusi paling berpengaruh dalam sosiologi jaringan. Perkembangan terkini, Granovetter (2017) memperluas teorinya dengan menekankan pentingnya konteks sosial dalam memahami kekuatan ikatan sosial. Ia

berpendapat bahwa efektivitas ikatan lemah dalam menyebarkan informasi dan membuka peluang tidak hanya bergantung pada struktur jaringan, tetapi juga pada norma-norma sosial dan institusional yang berlaku dalam masyarakat tertentu. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam beberapa konteks, ikatan kuat mungkin lebih efektif daripada ikatan lemah, terutama dalam situasi yang membutuhkan kepercayaan tinggi atau transfer pengetahuan kompleks (Granovetter, 2017, p. 1360).

Burt (2019) mengembangkan ide Granovetter dengan konsep "lubang struktural" (*structural holes*), yang menekankan pentingnya posisi strategis dalam jaringan. Burt berpendapat bahwa individu yang menjembatani lubang struktural yaitu, yang menghubungkan kelompok-kelompok yang sebelumnya tidak terhubung memiliki keunggulan kompetitif dalam hal akses informasi dan kontrol atas aliran sumber daya. Penelitian terbaru ini menunjukkan bahwa dalam konteks bisnis modern, kemampuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan lubang struktural dapat menjadi kunci keberhasilan wirausaha dan inovasi organisasi (Burt, 2019, p. 221).

Konteks era digital, Small dan Adler (2019) menyelidiki bagaimana teori Granovetter berlaku dalam lingkungan online. Mereka menemukan bahwa platform media sosial telah mengubah dinamika ikatan lemah dan kuat, menciptakan apa yang mereka sebut sebagai "ikatan laten" koneksi potensial yang dapat diaktifkan dengan mudah ketika diperlukan. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam jaringan digital, batas antara ikatan lemah dan kuat menjadi lebih cair, dan individu

memiliki akses ke pool yang lebih besar dari kontak potensial yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan (Small & Adler, 2019, p. 456).

Rainie dan Wellman (2020) mengintegrasikan teori Granovetter ke dalam konsep mereka tentang "*individualisme jaringan*" dalam masyarakat kontemporer. Mereka berpendapat bahwa kemampuan individu untuk memanfaatkan ikatan lemah dan kuat secara fleksibel telah menjadi keterampilan sosial kritis di era digital. Perspektif ini kesuksesan sosial dan profesional semakin bergantung pada kemampuan seseorang untuk membangun, memelihara, dan memanfaatkan jaringan yang beragam, yang mencakup baik ikatan kuat untuk dukungan emosional maupun ikatan lemah untuk akses ke informasi dan peluang baru (Rainie & Wellman, 2020, p. 134).

Teori Jaringan dari Mark Granovetter terhadap usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, Kecamatan Sungai Tarab, teori keterlekatan (*embeddedness*) membantu kita memahami bagaimana aktivitas ekonomi usaha ini tidak terlepas dari hubungan sosial yang ada. Konteks ini pengusaha kerupuk kulit membangun jaringan sosial yang kuat dengan pembeli bahan baku, sesama produsen, dan pelanggan setia. Keterlekatan tersebut memastikan kelancaran distribusi bahan baku dan stabilitas harga, di mana kepercayaan dan hubungan personal antara para aktor memainkan peran penting dalam menjaga kelangsungan bisnis.

Keterlekatan juga terlihat dalam bagaimana para pengusaha kerupuk kulit saling berbagi pengetahuan dan informasi pasar. Jaringan sosial yang terjalin memungkinkan adanya kolaborasi dalam peningkatan kualitas produk, inovasi baru, dan perluasan jangkauan pemasaran. Keberadaan asosiasi atau kelompok

usaha bersama di Nagari Kumango dapat mengoptimalkan potensi jaringan ini, memfasilitasi pertukaran informasi serta sumber daya untuk meningkatkan daya saing produk kerupuk kulit di tingkat regional maupun nasional.

Teori jaringan sosial Granovetter menekankan bahwa hubungan-hubungan sosial yang terjalin dalam masyarakat memiliki keterlekatan (*embeddedness*) yang diperkuat oleh kepercayaan. Granovetter berpendapat bahwa tindakan ekonomi individu tertanam dalam jaringan hubungan sosial yang berkelanjutan. Konsep ini menjelaskan bagaimana interaksi sosial dan ikatan antar individu atau kelompok mempengaruhi perilaku ekonomi dan hasil-hasilnya. Granovetter membedakan antara ikatan kuat (*strong ties*) yang biasanya terjadi dalam kelompok-kelompok kecil seperti keluarga atau teman dekat, dan ikatan lemah (*weak ties*) yang menghubungkan individu dengan jaringan yang lebih luas. Kepercayaan menjadi elemen kunci dalam memperkuat keterlekatan ini, memfasilitasi pertukaran informasi, sumber daya, dan dukungan dalam jaringan sosial. Teori ini menyoroti pentingnya memahami konteks sosial dalam menganalisis fenomena ekonomi, menunjukkan bahwa keputusan dan tindakan ekonomi tidak semata-mata didasarkan pada rasionalitas individu, tetapi juga dipengaruhi oleh norma-norma sosial, nilai-nilai bersama, dan pola interaksi dalam jaringan sosial yang lebih luas.

Keterlekatan sosial di dalam usaha kerupuk kulit membantu mengatasi tantangan yang muncul dalam distribusi dan pemasaran. Memanfaatkan hubungan sosial yang sudah terbangun, pengusaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produknya. Keterlekatan tidak hanya penting dalam hubungan antara produsen dan konsumen, tetapi juga dengan pemerintah daerah,

yang dapat memberikan dukungan dalam bentuk regulasi dan akses ke pasar yang lebih besar.



## 1.5.6 Penelitian Relevan

**Tabel 1.1 Penelitian Relevan**

No	Nama Penelitian	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Jaringan Sosial dan Pengusaha Kerupuk Kulit di Kabupaten Boyolali (Susilowati et al., 2018)	Kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap 30 pengusaha kerupuk kulit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengkaji peran jaringan sosial dalam industri kerupuk kulit</li> <li>- Fokus pada pengusaha kerupuk kulit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi penelitian di Kabupaten Boyolali</li> <li>• Fokus umum pada pertumbuhan industri kerupuk kulit</li> <li>• Tidak spesifik membahas kerupuk kulit sebagai produk oleh-oleh khas daerah.</li> </ul>
2	Analisis Jejaring Sosial Industri Makanan Skala Kecil: Studi Kasus Produsen Kerupuk Kulit di Surabaya & Suzuki, 2020)	Analisis jejaring sosial menggunakan perangkat lunak UCINET terhadap 50 produsen kerupuk kulit	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menganalisis jaringan sosial dalam industri kerupuk kulit</li> <li>- Fokus pada produsen kerupuk kulit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi penelitian di Surabaya</li> <li>- Menggunakan analisis struktural jaringan dengan software UCINET</li> <li>- Fokus pada struktur jaringan yang tersentralisasi</li> <li>- Tidak membahas aspek branding daerah dan identitas produk</li> </ul>
3	Peran Modal Sosial dalam Pengusaha Kerupuk Kulit sebagai Produk Unggulan Daerah: Studi Kasus di Kabupaten Magetan (Rahman et al.,	Mixed-method: survei kuantitatif terhadap 100 pengusaha kerupuk kulit dan wawancara mendalam terhadap 15	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengkaji pengusaha kerupuk kulit</li> <li>- Fokus pada peran jaringan/modal sosial</li> <li>- Membahas kerupuk kulit sebagai produk unggulan daerah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi penelitian di Kabupaten Magetan</li> <li>- Fokus pada modal sosial (kepercayaan dan norma timbal balik</li> <li>- Menggunakan pendekatan</li> </ul>

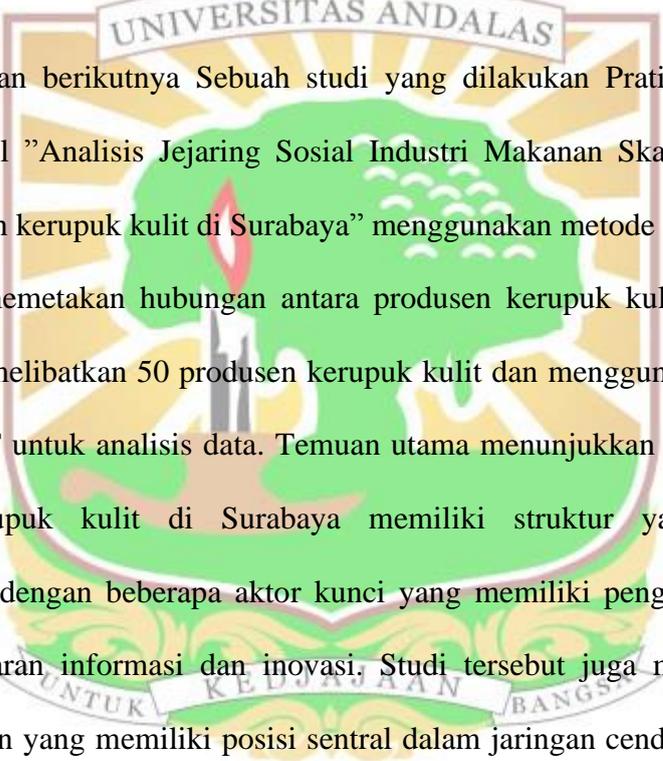
	2021)	informan kunci		<p>mixed-method</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak menggunakan teori Jaringan Aktor (Actor-Network Theory)</li> </ul>
4	Penelitian yang akan dilakukan di Nagari Kumango, Kecamatan Kumango, Kabupaten Tanah Datar	Menggunakan teori <i>Embeddedness</i> dan Jaringan Aktor (Actor-Network Theory) dari Bruno Latour	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengkaji jaringan sosial dalam industri kerupuk kulit</li> <li>- Fokus pada pengembangan kerupuk kulit sebagai produk khas daerah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi penelitian di Nagari Kumango, Kabupaten Tanah Datar</li> <li>- Menggunakan teori <i>Embeddedness</i> dan Actor-Network Theory</li> <li>- Fokus spesifik pada kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas daerah</li> <li>- Mempertimbangkan branding daerah, strategi pemasaran digital, dan integrasi dengan sektor pariwisata</li> <li>- Menganalisis interaksi antara aktor manusia dan non-manusia</li> <li>- Memberikan perhatian khusus pada inovasi produk dan pengemasan</li> </ul>

5	Handoko Putro, G. M., Nuruddin, M. N., Dwi Anggini, E. J., & Mariska, R. D. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Kerupuk Kulit Ikan Kerapu di Era Digital: Peluang dan Tantangan	Mixed Methods: 1. Survey 2. Wawancara mendalam 3. Observasi lapangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokus pada pengusaha kerupuk kulit</li> <li>- Menganalisis strategi pengembangan UMKM</li> <li>- Objek penelitian sama yaitu pelaku UMKM kerupuk kulit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian terdahulu fokus pada era digital dan digitalisasi</li> <li>- Penelitian yang direncanakan fokus pada aspek jaringan sosial secara mendalam.</li> <li>- Belum menganalisis pola jaringan sosial dan hubungan antar pelaku usaha secara spesifik.</li> </ul>
---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*Sumber:* Data diolah peneliti

Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati et al. (2018) mengenai "Jaringan Sosial dan Pengusaha Kerupuk Kulit di Kabupaten Boyolali" mengungkapkan peran penting jaringan sosial dalam mendukung pertumbuhan industri kerupuk kulit. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap 30 pengusaha kerupuk kulit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan sosial, terutama yang berbasis kekerabatan dan pertemanan, memainkan peran krusial dalam berbagi informasi tentang teknik produksi, akses ke bahan baku, dan strategi pemasaran. Para pengusaha yang memiliki jaringan sosial yang lebih luas dan beragam cenderung lebih inovatif dalam pengembangan produk dan lebih sukses dalam memperluas pasar mereka. Penelitian ini juga mengidentifikasi pentingnya peran pemerintah lokal dalam memfasilitasi pembentukan dan penguatan jaringan antar pengusaha kerupuk kulit.

Perbedaan Penelitian ini fokus geografis di Nagari Kumango Kecamatan Kumango Kabupaten Tanah Datar, yang memiliki konteks sosial-ekonomi dan budaya yang berbeda dari Kabupaten Boyolali. Kedua, penelitian ini tidak hanya mengkaji peran jaringan sosial dalam pertumbuhan industri kerupuk kulit secara umum, tetapi juga secara spesifik meneliti bagaimana jaringan sosial berkontribusi pada pengembangan kerupuk kulit sebagai produk oleh-oleh khas daerah. Teori pada penelitian ini menggunakan teori *Embeddedness*.

The logo of Universitas Andalas is a circular emblem. At the top, a banner reads "UNIVERSITAS ANDALAS". The center features a green tree with a red flame-like shape at its base. Below the tree, a banner reads "UNTUK KEDUAJAJARAN BANGSA".

Penelitian berikutnya Sebuah studi yang dilakukan Pratiwi dan Suzuki (2020) berjudul "Analisis Jejaring Sosial Industri Makanan Skala Kecil: Studi Kasus Produsen kerupuk kulit di Surabaya" menggunakan metode analisis jejaring sosial untuk memetakan hubungan antara produsen kerupuk kulit di Surabaya. Penelitian ini melibatkan 50 produsen kerupuk kulit dan menggunakan perangkat lunak UCINET untuk analisis data. Temuan utama menunjukkan bahwa jaringan produsen kerupuk kulit di Surabaya memiliki struktur yang cenderung tersentralisasi, dengan beberapa aktor kunci yang memiliki pengaruh signifikan dalam penyebaran informasi dan inovasi. Studi tersebut juga mengungkapkan bahwa produsen yang memiliki posisi sentral dalam jaringan cenderung memiliki akses yang lebih baik ke sumber daya dan pasar. Studi ini menyimpulkan bahwa penguatan jejaring sosial, terutama melalui asosiasi pengusaha dan program pemerintah, dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing industri kerupuk kulit (Pratiwi & Suzuki, 2020, *Journal of Small Business Management*, 58(3), 456-475).

Penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dalam pendekatan teoretis dan metodologis. Sementara Pratiwi dan Suzuki fokus pada analisis struktural jaringan menggunakan software UCINET, penelitian ini mengadopsi pendekatan yang lebih holistik dengan menggabungkan analisis jaringan sosial dengan teori Modal Sosial dari Putnam. Hal ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tidak hanya tentang struktur jaringan, tetapi juga tentang kualitas hubungan dan norma-norma yang berkembang di dalamnya. Penelitian ini juga mempertimbangkan konteks pengembangan produk oleh-oleh khas daerah, yang tidak menjadi fokus dalam studi Pratiwi dan Suzuki. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana jaringan sosial berperan dalam membangun identitas produk dan branding daerah, aspek yang tidak dibahas dalam penelitian sebelumnya..

Penelitian oleh Rahman et al. (2021) yang berjudul "Peran Modal Sosial dalam Pengusaha Kerupuk Kulit sebagai Produk Unggulan Daerah: Studi Kasus di Kabupaten Magetan" mengadopsi pendekatan mixed-method, menggabungkan survei kuantitatif terhadap 100 pengusaha kerupuk kulit dengan wawancara mendalam terhadap 15 informan kunci. Studi ini menemukan bahwa modal sosial, terutama dalam bentuk kepercayaan dan norma timbal balik, berperan signifikan dalam memfasilitasi transfer pengetahuan dan keterampilan antar generasi pengusaha. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa jaringan sosial yang kuat membantu pengusaha dalam menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku dan persaingan pasar. Lebih lanjut, studi ini menyoroti pentingnya kolaborasi antara pengusaha, pemerintah daerah, dan lembaga pendidikan dalam

mengembangkan inovasi produk dan memperluas pasar kerupuk kulit sebagai produk unggulan daerah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti, penelitian ini mengadopsi teori Jaringan Aktor (*Actor-Network Theory*) dari Bruno Latour, yang memungkinkan analisis yang lebih kompleks tentang interaksi antara aktor manusia dan non-manusia dalam jaringan sosial. Ini berbeda dari fokus Rahman et al. Pada modal sosial. Penelitian ini secara khusus mengeksplorasi bagaimana jaringan sosial berkontribusi pada pengembangan kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas, dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti branding daerah, strategi pemasaran digital, dan integrasi dengan sektor pariwisata. Penelitian ini juga memberikan perhatian khusus pada peran inovasi dalam pengembangan produk oleh-oleh, termasuk diversifikasi produk dan pengemasan yang menarik, aspek yang tidak terlalu ditekankan dalam penelitian.

Penelitian ini memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Handoko Putro dkk. (2024) dalam hal fokus kajian, lokasi, dan pendekatan analisis. Penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek digitalisasi dan strategi pengembangan UMKM kerupuk kulit ikan kerapu di era digital yang dilakukan di Desa Sungegeneng, penelitian ini secara spesifik mengkaji jaringan sosial sebagai fokus utama dalam pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar. Perbedaan lokasi penelitian juga memberikan konteks sosial-budaya yang berbeda, dimana Nagari Kumango berada di Sumatera Barat dengan sistem pemerintahan nagari yang memiliki karakteristik komunitas dan pola jaringan sosial yang khas.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada data deskriptif melalui observasi mendalam terhadap pelaku usaha. Menurut Afrizal (2020), pendekatan ini mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata dan perbuatan manusia tanpa kuantifikasi angka. Metode kualitatif dipilih karena mampu mengeksplorasi dan memahami makna dari individu atau kelompok terkait masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2017). Pendekatan ini bersifat postpositivistik, artistik, dan interpretatif sesuai dengan karakteristik penelitian yang lebih fokus pada interpretasi data lapangan (Sugiyono, 2013).

Penelitian menggunakan tipe deskriptif yang bertujuan menjelaskan secara rinci dan menginterpretasikan data dari informan dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan. Fokus penelitian adalah menggambarkan kondisi sebenarnya mengenai jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas di Kabupaten Tanah Datar. Pendekatan ini tidak hanya mengumpulkan informasi deskriptif, tetapi juga memahami makna di balik interaksi sosial, dinamika kelompok, dan keyakinan yang mempengaruhi perkembangan usaha kerupuk kulit.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku usaha serta individu terkait untuk menggambarkan kondisi aktual di lapangan. Interpretasi data bertujuan menjelaskan bagaimana interaksi sosial dan jaringan kerja antara pelaku usaha, pembeli, dan konsumen membentuk ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha. Peneliti akan menggali peran dan kontribusi setiap aktor yang terlibat, menganalisis pola kerja sama yang saling

menguntungkan, dan mengeksplorasi bagaimana jaringan sosial memfasilitasi akses ke sumber daya, teknologi, dan pasar.

Penelitian mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan dan kolaborasi di antara aktor dalam jaringan sosial, karena kepercayaan menjadi elemen penting dalam interaksi ekonomi dan sosial. Analisis meliputi bagaimana kepercayaan terbangun, dipertahankan, dan berperan mendukung pertumbuhan usaha kerupuk kulit. Penelitian juga akan melihat dampak jaringan sosial terhadap inovasi produksi dan pemasaran kerupuk kulit, serta kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Kabupaten Tanah Datar untuk memberikan wawasan mendalam tentang dinamika sosial dan ekonomi yang mendasari pengusaha tersebut.

### **1.6.2 Informan Penelitian**

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan subjek penelitian untuk mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian disebut dengan informan. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Penelitian ini ada dua kategori informan yaitu informan pengamat dan informan pelaku (Afrizal, 2020, p. 139).

- a. Informan Pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang yang diteliti atau suatu hal kepada peneliti. Informan ini dapat disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Penelitian ini yang dapat dikategorikan sebagai informan pengamat yaitu :

- 1) Anggota masyarakat lokal, tetangga, atau tokoh masyarakat yang dapat memberikan informasi mengenai interaksi sosial dan dampak usaha kerupuk kulit terhadap komunitas
- b. Informan Pelaku adalah informan yang memberikan informasi mengenai dirinya, pandangannya, perbuatannya dan pengetahuannya yang berkaitan dengan masalah penelitian. Informan ini dapat disebut sebagai sumber data dan informasi utama dalam penelitian. Teknik *purposive sampling* adalah teknik yang digunakan dalam menentukan informan pada penelitian ini. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu (Sutikno & Hadisaputra, 2020, p. 106). Teknik ini menggambarkan bahwa informan yang dijadikan sebagai subjek penelitian sudah didasarkan pada tujuan dan maksud (*purpose*) dari peneliti. Sebelum penelitian dilakukan, kriteria tertentu sudah ditetapkan oleh peneliti sebagai informan dari penelitian yang dilakukan sehingga mampu menghasilkan data yang valid.

Dalam penelitian ini, yang dapat dikategorikan sebagai informan pelaku terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Individu yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pengusaha kerupuk kulit.
- b. Pengusaha kerupuk kulit, pekerja, pembeli bahan baku, serta pihak yang terlibat dalam distribusi dan pemasaran produk

Subjek penelitian adalah para pelaku usaha kerupuk kulit di Kabupaten Tanah Datar, khususnya di Nagari Kumango, Kecamatan Sungai Tarab. Subjek penelitian mencakup berbagai aktor yang terlibat dalam jaringan sosial pengusaha,

seperti para produsen kerupuk kulit, pembeli bahan baku, konsumen, serta pihak-pihak lain yang berperan dalam mendukung operasional dan distribusi produk. Penelitian ini juga melibatkan tokoh-tokoh lokal, pemimpin komunitas, dan pihak pemerintah setempat yang berperan dalam pengembangan industri kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas daerah.

Subjek juga mencakup individu atau kelompok yang memiliki peran penting dalam menjaga kepercayaan dan kolaborasi dalam jaringan sosial tersebut. Misalnya, pengumpul kerupuk yang menjembatani produsen dengan konsumen, serta pihak yang berperan dalam proses pemasaran. Berfokus pada subjek-subjek ini, penelitian akan berusaha memahami bagaimana interaksi dan hubungan sosial yang terjalin di antara mereka berkontribusi pada keberlanjutan dan pengusaha kerupuk kulit di wilayah tersebut.



**Tabel 1.2 Profil Informan Penelitian**

No	Nama	Usia (Tahun)	Kriteria informan	Status
1	Edi Warman	58	Pelaku	Pengusaha Kerupuk Kulit
2	Boy Ardile	51	Pelaku	Pengusaha Kerupuk Kulit
3	Dona Febrina	44	Pelaku	Pengusaha Kerupuk Kulit
4	Yeni Nurita	43	Pelaku	Pengusaha Kerupuk Kulit
5	Carles	54	Pelaku	Pengusaha Kerupuk Kulit
6	Junaida	65	Pembeli	Pedagang
7	Atrianis	49	Pembeli	Pengusaha kue kering
8	Asril	65	Pembeli	Pedagang
9	Lis Zamora	45	Pengamat	Staf Wali Nagari
10	Aniwarni	64	Pengamat	Ibu Rumah Tangga
11	Sulaiman	42	Pengamat	Pedagang

*Sumber: Data Primer, 2025*

### **1.6.3 Data yang Diambil**

Penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan dan dijadikan sumber penelitian berasal dari kata-kata atau perbuatan manusia yang dianalisis yang dikenal dengan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata (tertulis maupun lisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, tanpa ada upaya mengangakan data yang didapatkan (Afrizal, 2020, p. 17). Dilihat dari jenisnya, data penelitian kualitatif dapat dibedakan menjadi dua jenis :

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli melalui teknik observasi dan wawancara mendalam dengan para informan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, data primer berupa

informasi tekstual hasil wawancara yang dikumpulkan langsung dari lapangan sebagai sumber pertama, yang kemudian direkam dan dicatat secara sistematis oleh peneliti (Siyoto & Sodik, 2015, p. 58). Pengumpulan data primer ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang autentik dan komprehensif mengenai fenomena yang sedang diteliti tanpa melalui perantara atau sumber sekunder.

Penelitian pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, Tanah Datar, data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnis kerupuk kulit, termasuk pengusaha kerupuk kulit, pekerja, pembeli bahan baku, serta pihak-pihak yang berperan dalam distribusi dan pemasaran produk. Data primer ini secara khusus dikumpulkan untuk mencapai ketiga tujuan penelitian, yaitu mendeskripsikan bentuk hubungan sosial, keterlekatan antar aktor, dan kepercayaan di antara para aktor dalam pengusaha kerupuk kulit di wilayah tersebut, melalui pendekatan ini peneliti dapat mengungkap dinamika sosial ekonomi yang kompleks dan memahami jaringan relasi yang terbangun dalam industri kerupuk kulit lokal secara mendalam dan kontekstual..

- b. Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang yang ada diluar peneliti sendiri atau dari sumber yang telah ada (Siyoto & Sodik, 2015, p. 58). Data dapat diperoleh oleh peneliti melalui membaca, mendengar, melihat sesuatu yang sudah ada berupa data-data. Data

sekunder biasanya diperoleh peneliti melalui pengembangan dari data primer yang didapatkan.

Data sekunder merupakan data yang telah tersedia dan dapat dimanfaatkan oleh peneliti tanpa harus mengumpulkannya secara langsung dari sumber asli. Menurut Kusumastuti & Khoiron (2019, p. 34), data sekunder dapat berbentuk beragam, mulai dari data dalam bentuk teks seperti dokumentasi resmi dan file data jumlah penduduk yang biasanya tersedia di instansi pemerintahan atau lembaga statistik, data dalam bentuk gambar seperti foto-foto yang relevan dengan topik penelitian, data dalam bentuk suara seperti hasil rekaman yang telah ada sebelumnya, hingga kombinasi antara teks dan gambar yang memberikan informasi lebih komprehensif. Keberagaman bentuk data sekunder ini memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk memanfaatkan berbagai sumber informasi yang sudah tersedia guna mendukung dan memperkaya analisis penelitian, sekaligus menghemat waktu dan biaya dalam proses pengumpulan data. Penelitian ini data sekunder diperoleh melalui data dalam bentuk teks seperti jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas di Kabupaten Tanah Datar seperti jurnal, artikel, buku dan website terkait dengan penelitian dengan tujuan menambah referensi.

#### 1.6.4 Proses Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan, dimulai dari akhir bulan November 2024 hingga akhir Maret 2025. Proses pengumpulan data dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan mendalam tentang jaringan sosial usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar. Pada tahap awal di akhir November 2024, peneliti melakukan persiapan lapangan dengan melakukan observasi awal untuk mengenal kondisi lokasi penelitian dan mengidentifikasi para pelaku usaha kerupuk kulit yang akan dijadikan informan. Selama bulan Desember 2024 hingga Januari 2025, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan para pengusaha kerupuk kulit untuk memahami pola jaringan sosial yang mereka miliki, cara berkomunikasi dengan pelanggan, pembeli, dan sesama pengusaha. Memasuki bulan Februari hingga Maret 2025, peneliti melanjutkan pengumpulan data dengan melakukan observasi partisipan untuk melihat langsung bagaimana interaksi sosial terjadi dalam aktivitas usaha sehari-hari. Peneliti juga melakukan dokumentasi terhadap berbagai kegiatan yang menunjukkan adanya jaringan sosial, seperti pertemuan informal antar pengusaha, proses jual beli, dan kegiatan pemasaran.

Semua data terkumpul, pada awal April 2025 peneliti mulai membuat transkrip dari hasil wawancara yang telah direkam. Proses transkripsi ini memakan waktu sekitar satu minggu karena harus menuliskan dengan teliti semua percakapan yang terjadi selama wawancara untuk memastikan tidak ada informasi penting yang terlewat. Dari minggu kedua hingga pertengahan April 2025, peneliti melakukan analisis data dengan cara mengorganisir dan mengkategorikan semua informasi

yang telah dikumpulkan. Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan pola jaringan sosial yang ada, serta mencari hubungan antara jaringan sosial dengan perkembangan usaha kerupuk kulit. Peneliti juga membandingkan temuan di lapangan dengan teori-teori yang relevan untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti.

### **1.6.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh peneliti dalam upaya memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian dan mampu mencapai tujuan dari penelitian. Penelitian ini untuk mendapatkan data yang valid teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menggunakan teknik observasi (pengamatan) dan wawancara mendalam (*indepth interview*) yang dalam hal ini didukung dengan dokumentasi yang dijadikan sebagai data pendukung.

#### **1. Observasi**

Menurut Usman dan Purnomo dalam (Hardani et al., 2020, p. 138) observasi adalah pengamatan yang dilakukan dengan pencatatan yang sistematis terhadap apa yang diteliti. Melihat sesuatu yang terjadi, maka peneliti harus melihat, mendengarkan, dan merasakan sendiri (Afrizal, 2020, p. 21). Penggunaan teknik observasi peneliti harus menggunakan pancaindra dan mengharuskan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan sehingga dapat memahami apa yang dilakukan oleh informan. Pada penelitian ini observasi yang dilakukan dengan mengamati aktivitas jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas di Kabupaten Tanah Datar.

## 1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada informan dan informasi yang diperoleh dicatat atau di rekam (Siregar, 2004, p. 6). Pada penelitian ini wawancara yang dilakukan kepada informan merupakan wawancara mendalam. Menurut (Afrizal, 2020, p. 136), wawancara mendalam adalah interaksi sosial informan antara peneliti dan informan tentang suatu hal atau berbagai hal dengan cara yang terkontrol, terarah dan sistematis sehingga kualitas hasil wawancara menjadi baik. Hal ini pertanyaan yang diajukan kepada informan tidak direncanakan sebelumnya secara mendetail, namun pertanyaan-pertanyaan umum yang pada akhirnya dikembangkan sehingga menjadi detail dalam wawancara.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan menemui informan penelitian satu persatu dengan tujuan menggali informasi dari informan yang termasuk pada kriteria informan penelitian. Wawancara mendalam ini juga dilakukan secara berulang kali, karena tidak memiliki alternatif jawaban sehingga dapat mengklarifikasi informasi yang sudah diperoleh. Teknik wawancara mendalam ini dilakukan agar peneliti mendapatkan informasi mengenai jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas di Kabupaten Tanah Datar.

Langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum melakukan wawancara yaitu dengan membuat pedoman wawancara terlebih dahulu agar mengetahui garis besar dari permasalahan yang akan ditanyakan. Membuat janji dengan

informan terkait dengan jadwal wawancara yang akan dilakukan seta membuat daftar pertanyaan yang akan ditanyakan. Wawancara pertama yang dilakukan belum mencukupi informasi yang diinginkan oleh peneliti, maka peneliti mengatur jadwal wawancara kembali dengan informan untuk menyelesaikan wawancara. Mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti harus memiliki instrument penelitian yang mampu menunjang wawancara seperti, handphone atau perekam, buku catatan, alat tulis. Peneliti harus memiliki pedoman wawancara yang dibutuhkan berupa garis besar permasalahan yang ingin ditanyakan.

#### **1.6.6 Unit Analisis Data**

Unit analisis data merupakan salah satu bagian terpenting dalam sebuah penelitian, karena unit ini berfungsi sebagai satuan yang digunakan untuk menganalisis data yang relevan dengan fokus penelitian. Penelitian mengenai Jaringan Sosial Pengusaha Kerupuk Kulit di Nagari Kumango, Kecamatan Sungai Tarab, Kabupaten Tanah Datar, unit analisis diartikan sebagai elemen-elemen yang memiliki keterkaitan langsung dengan pengusaha kerupuk kulit sebagai oleh-oleh khas daerah tersebut. Elemen-elemen ini meliputi pengusaha kerupuk kulit itu sendiri, bentuk-bentuk kerjasama yang mereka bangun, serta jaringan sosial yang memungkinkan terjadinya aliran pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya antara generasi maupun antar pelaku usaha.

Penelitian ini juga akan mengamati interaksi dan hubungan yang terbentuk di antara para pelaku usaha, pembeli, konsumen, dan pihak terkait lainnya dalam jaringan sosial tersebut. Secara spesifik, unit analisis dalam penelitian ini adalah

individu-individu yang terlibat dalam ekosistem usaha kerupuk kulit, baik sebagai pengusaha utama, pekerja, pembeli bahan baku, distributor, maupun konsumen, di mana setiap individu dipandang sebagai aktor yang memiliki peran, posisi, dan pengaruh tertentu dalam membentuk dinamika jaringan sosial yang mendukung pengusaha kerupuk kulit di wilayah tersebut. Berfokus pada unit analisis individu ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana setiap aktor berkontribusi dan berinteraksi dalam jaringan sosial yang memainkan peran sentral dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango.

#### **1.6.7 Analisis Data**

Analisis data penelitian kualitatif merupakan suatu proses yang sudah diatur untuk menetapkan bagian-bagian yang saling berkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan kesimpulan (Afrizal, 2020, p. 175). Data yang telah dikumpulkan didapatkan melalui wawancara dengan informan penelitian dan observasi yang dilakukan di lapangan, sehingga mampu memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan. Analisis data terus menerus dilakukan selama penelitian dilaksanakan terhitung sejak awal mula terjun ke lapangan sampai membuat hasil penelitian menjadi sebuah laporan. Hal ini yang dianalisis adalah data mentah yang diperoleh di lapangan berupa catatan, penuturan, perbuatan, dan lain sebagainya yang sekiranya sesuai dengan pokok permasalahan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mengacu pada konsep Miles dan Huberman dalam (Saleh, 2017, p. 80), meliputi 3 rangkaian kegiatan yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya karena data yang didapatkan di lapangan jumlahnya cukup banyak sehingga perlu untuk dicatat secara rinci. Hal ini tentu saja membutuhkan reduksi data untuk menganalisis data yang diperoleh, dengan demikian data yang telah direduksi akan lebih jelas memberikan gambaran serta mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan sebelumnya. Proses berpikir dalam reduksi data membutuhkan kecerdasan, keuletakan, dan kedalaman wawasan yang tinggi.

b. Penyajian Data (*Display Data*)

Tahapan lanjutan dalam analisis data yaitu penyajian data, dapat berupa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, dan table. Tujuannya adalah untuk menyatukan informasi yang diperoleh agar memberikan gambaran mengenai keadaan yang sedang diteliti. Hal ini peneliti harus membuat dalam bentuk matriks, naratif, atau grafik dengan tujuan agar mempermudah peneliti dalam menguasai informasi yang didapatkan.

c. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Sejak awal penelitian tujuan dari peneliti melakukan analisis data adalah untuk mendapatkan kesimpulan agar mengetahui makna dari

informasi yang di dapatkan. Selama proses penelitian sedang berlangsung, peneliti sudah bisa melakukan penarikan kesimpulan sementara dan setelah data yang terkumpul sudah benar-benar lengkap maka dapat ditarik kesimpulan akhir. Ditarik kesimpulan, maka peneliti memastikan keabsahannya dengan cara melihat ulang kodifikasi dan penyajian data yang dilakukan pada tahap sebelumnya sehingga kekeliruan dalam analisis data tidak terjadi.

#### **1.6.8 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dapat dipahami sebagai setting atau konteks di mana penelitian berlangsung, yang tidak selalu terbatas pada batasan wilayah geografis tetapi juga dapat mencakup organisasi atau entitas lain yang relevan (Afrizal, 2020, p. 128). Hal ini, penelitian difokuskan pada Nagari Kumango di Kabupaten Tanah Datar, di mana jaringan sosial yang terbentuk di antara pengusaha kerupuk kulit menjadi subjek utama. Nagari Kumango dipilih karena merupakan pusat pengusaha kerupuk kulit, Dimana pemasaran usaha Kerupuk Kulit tersebut untuk lingkupnya yaitu Nagari Kumango itu sendiri, dan juga ada lingkup kecamatan Sungai tarab, dan Kabupaten Tanah Datar Adapun diluar Kabupaten Tanah Datar seperti toko oleh-oleh di Bukit Tinggi, dan ada juga di lingkup Sumatera Barat, yang memiliki jaringan sosial luas, yang melibatkan berbagai aktor seperti produsen, pembeli, dan konsumen. Lokasi ini memberikan konteks ideal untuk memahami bagaimana interaksi sosial dan jaringan kerja berperan dalam mendukung keberlanjutan dan perkembangan usaha kerupuk kulit sebagai produk khas daerah.

### 1.6.9 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan kerangka konsep yang dijelaskan dan memiliki makna agar terjawabnya tujuan penelitian sehingga memunculkan instrumen penelitian Adapun definisi operasional dari penelitian ini adalah :

1. Jaringan Sosial: Jaringan sosial dalam penelitian ini mengacu pada hubungan dan interaksi yang terjalin di antara pengusaha kerupuk kulit di Kenagarian Kumango, Kabupaten Tanah Datar. Jaringan ini mencakup kerjasama, dukungan, dan aliansi yang terbentuk di antara pengusaha, pembeli, serta pihak-pihak lain yang terlibat dalam pengusaha kerupuk kulit.
2. Hubungan Sosial: Hubungan sosial dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pola interaksi dan kerjasama yang terjalin antara pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango, yang dapat diamati melalui beberapa indikator konkret seperti frekuensi pertemuan formal dan informal, intensitas komunikasi melalui grup WhatsApp, praktik sistem "rujukan bergilir" ketika tidak dapat memenuhi pesanan besar, pembelian bahan baku secara bersama-sama, kesepakatan pembagian wilayah pemasaran, dan kegiatan sosial seperti arisan kelompok atau makan bersama. Hubungan sosial ini juga terlihat dari penerapan nilai-nilai budaya Minangkabau seperti "tungku tigo sajarangan" dalam berbagi pengetahuan teknis, saling meminjamkan peralatan produksi, dan penyelesaian konflik melalui musyawarah, serta keterlibatan anggota keluarga dalam berbagai aspek usaha dari produksi hingga pemasaran.

3. Keterlaksanaan: Keterlaksanaan dalam penelitian ini merujuk pada tingkat keterkaitan sosial-ekonomi antara para aktor dalam usaha kerupuk kulit yang dapat diukur melalui dua dimensi utama. Keterlaksanaan relasional diamati dari kualitas hubungan interpersonal yang didasarkan pada kepercayaan, komitmen jangka panjang, dan resiprositas dalam transaksi bisnis, seperti sistem pembayaran fleksibel tanpa kontrak tertulis, berbagi informasi pasar secara terbuka, dan saling membantu dalam situasi sulit. Keterlaksanaan struktural terlihat dari posisi dan peran strategis masing-masing aktor dalam jaringan, pembagian spesialisasi berdasarkan keahlian, hubungan vertikal dengan pembeli dan distributor yang berkelanjutan, serta penerapan norma-norma kolektif dalam praktik bisnis seperti standar harga minimum dan etika persaingan yang sehat, di mana semua aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial dan budaya masyarakat setempat
4. Kepercayaan (*Trust*): Kepercayaan dalam penelitian ini merujuk pada keyakinan yang dimiliki antar pelaku usaha kerupuk kulit di Kenagarian Kumango, yang didasarkan pada hubungan sosial yang terbentuk melalui interaksi dan kerja sama jangka panjang. Kepercayaan ini berperan penting dalam memperkuat jaringan sosial, meminimalisir risiko konflik, serta memastikan keterlibatan berkelanjutan dalam kolaborasi usaha, seperti kesepakatan harga, pembagian keuntungan, dan akses terhadap sumber daya.

### 1.6.10 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama 4 bulan, yang akan dimulai dari bulan September 2024 hingga Desember 2024. Lebih jelasnya berikut jadwal penelitian pada tabel berikut:

**Tabel 1.3 Jadwal Penelitian**

No	Nama Kegiatan	2024			2025						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Seminar Proposal	■									
1	Penelitian Lapangan		■	■	■	■	■				
2	Analisis Data		■	■	■	■	■	■	■		
3	Bimbingan Skripsi		■	■	■	■	■	■	■	■	
4	Ujian Skripsi			■							■

