

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Bentuk Hubungan Sosial pada Pengusaha Kerupuk Kulit di Nagari Kumango

Hubungan sosial yang terjalin antara pengusaha kerupuk kulit di Nagari Kumango dengan pembeli sangat erat dan bersifat personal, melampaui sekadar transaksi jual beli biasa. Para pengusaha membangun hubungan melalui tiga bentuk utama: hubungan kekerabatan (sesuku, sekaum, dan keluarga), hubungan pertemanan (teman sekolah, arisan, dan satu kampung), serta hubungan bisnis profesional dengan berbagai mitra usaha.

2. Bentuk Keterlekatan Yang Terjalin Antara Pengusaha Kerupuk Kulit dan Pembeli

Keterlekatan (*embeddedness*) dalam usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango terwujud dalam dua dimensi utama yang saling melengkapi. Keterlekatan relasional terlihat dari kualitas hubungan interpersonal yang didasarkan pada kepercayaan, komitmen jangka panjang, dan timbal balik dalam transaksi bisnis, seperti sistem pembayaran fleksibel tanpa kontrak tertulis dan saling berbagi informasi pasar secara terbuka. Keterlekatan struktural tampak pada posisi dan peran strategis masing-masing aktor dalam jaringan, pembagian spesialisasi berdasarkan keahlian, serta penerapan norma-norma kolektif dalam praktik bisnis seperti standar harga minimum dan etika persaingan yang sehat.

3. Bentuk Kepercayaan (*Trust*) Yang Terjalin Antara Pengusaha Kerupuk Kulit dan Pembeli

Kepercayaan dalam usaha kerupuk kulit di Nagari Kumango terlihat dalam dua cara yang saling mendukung. Pertama, ada kepercayaan yang muncul begitu saja karena mereka punya kesamaan identitas, hubungan keluarga, atau budaya yang sama. Ini membuat mereka bisa bekerja sama, seperti saling merekomendasikan pesanan atau berbagi ilmu, tanpa takut dicurangi. Kedua, ada kepercayaan yang terbentuk dari seringnya berinteraksi dan pengalaman jual beli yang baik, misalnya pembayaran yang selalu tepat waktu atau kualitas produk yang konsisten. Kedua jenis kepercayaan ini membuat usaha kerupuk kulit mereka kuat dan bisa bertahan lama, bahkan di tengah persaingan, karena produk mereka dianggap asli dan berkualitas oleh pelanggan.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil peneliti yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran dan rekomendasi yang berguna kepada berbagai pihak terkait. Berikut saran dan rekomendasi yang peneliti memberikan:

1. Bagi Pemilik Kerupuk Kulit

Pemilik usaha harus mulai memanfaatkan platform digital seperti media sosial, *marketplace* online, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Tik Tok*, *Shope*, *Lazada* dan aplikasi pesan lainnya untuk memasarkan produknya. Strategi pemasaran digital ini, usaha kerupuk kulit dapat menjangkau lebih banyak pembeli, memperluas

jaringan penjualan, dan tetap bertahan serta berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

2. Diharapkan mampu menjaga hubungan yang sudah terjalin dengan para pengusaha kerupuk kulit guna membantu pengusaha dalam memperluas jaringan sosial untuk para pengusaha kerupuk kulit tersebut.

3. Saran bagi Peneliti Selanjutnya dengan penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan fokus pada dampak teknologi digital terhadap jaringan sosial pengusaha kerupuk kulit. Peneliti juga bisa membandingkan pola jaringan sosial di Nagari Kumango dengan sentra produksi makanan tradisional lainnya di Indonesia untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

