

ABSTRAK

Ida Faridatul Jannah, *Analisis Peran Modal Sosial dalam Memasarkan Gula Merah di Desa Aeng Panas Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing Dr.Farid Firmansyah, MM.

Kata kunci: Modal Sosial, Memasarkan, Gula Merah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran modal sosial yang terdiri dari kepercayaan, jaringan, dan norma, dalam memasarkan produk Gula Merah di Desa Aeng Panas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa modal sosial mempunyai peranan penting dalam memasarkan produk Gula Merah baik dari segi kepercayaan, jaringan, dan norma. Dari sisi kepercayaan, kepercayaan masyarakat dalam memproduksi gula merah serta kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kuantitas produk gula merah yang sudah dijual oleh petani/pengelola gula merah. Dari sisi jaringan, penggunaan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram dan tiktok serta penggunaan media cetak seperti Koran, majalah dan brosur dalam mempromosikan atau menawarkan produk gula merah kepada masyarakat. Dari sisi norma, masyarakat mengikuti aturan-aturan yang sudah berlaku di desa Aeng Panas. Norma merupakan nilai yang bersifat konkrit yang diciptakan untuk menjadi panduan bagi setiap individu untuk berperilaku sesuai dengan aturan yang berlaku di masyarakat, jaringan sebagai unsur modal sosial merupakan sekelompok orang yang memiliki norma-norma atau nilai-nilai informal disamping norma-norma atau nilai-nilai yang diperlukan untuk transaksi biasa dipasar, serta jaringan sosial memfasilitasi sekumpulan orang yang diikat oleh norma-norma bersama dan saling berhubungan timbal balik, sedangkan kepercayaan merupakan sesuatu yang dipertukarkan dengan berlandaskan norma-norma bersama demi kepentingan orang banyak. Kepercayaan menyangkut hubungan timbal balik, bila masing-masing pihak memiliki pengharapan yang sama-sama dipenuhi oleh kedua belah pihak, maka tingkat kepercayaan yang tinggi akan terwujud.

Jaringan sosial mempunyai peran membantu proses pemasaran melalui online maupun offline, selain itu pemerintah desa juga ikut berpartisipasi dalam memperluas jaringan penjualan gula merah di desa Aeng Panas. Norma atau aturan dalam pemasaran gula merah adalah aturan yang tidak tertulis, dalam norma sosial masyarakat memiliki sikap toleransi yang tinggi, dan adanya kelompok yang dibentuk dalam usaha gula merah tersebut. Kepercayaan dalam pemasaran gula merah merupakan hal yang sangat penting dalam menjaga hubungan baik dengan pedagang, dan menjaga hubungan baik dengan sesama masyarakat dengan cara saling berpartisipasi dalam pengembangan usaha. Modal sosial dapat digunakan untuk segala kepentingan, namun anpa ada sumber daya fisik dan pengetahuan yang

dimiliki, maka akan sulit bagi individu untuk membangun sebuah hubungan sosial, modal uang dan modal budaya. Didalam dunia bisnis dicermati bahwa pemahaman modal sosial sama halnya dengan modal manusia, sumber daya alam, dan modal uang menjadi bagian dari modal komunitas. Industri rumahan ini merupakan peluang usaha yang dimiliki masyarakat, selain itu industri rumahan ini juga sebagai penggerak perekonomian yang sangat jelas memberikan keuntungan kepada masyarakat. Modal sosial berperan penting dalam pengembangan industri rumahan, dengan cara merekatkan kerjasama antara pengusaha rumahan dengan pengusaha rumahan lainnya dan memperkuat norma agama untuk pengendalian sosial.