

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Struktur masyarakat negara Indonesia diwarnai oleh masyarakat pedesaan yang bercorak agraris yang ditunjukkan dengan mayoritas pendapatan masyarakatnya berasal dari produk-produk hasil pertanian seperti tanaman pangan, peternakan, perkebunan, kehutanan dan perikanan. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi ruang untuk rakyat kecil, terutama mereka yang tinggal di daerah pedesaan. Ketika terjadi krisis ekonomi, sektor pertanian menjadi penyelamat perekonomian nasional sebab memiliki daya saing tinggi dan tetap bertahan di saat sektor-sektor lainnya ambruk. Dari tahun ke tahun sektor pertanian harus mengalami kemajuan agar bisa tetap *survive* dan mempertahankan kehidupan manusia. Selain memiliki hasil pertanian tanaman bahan pangan seperti padi, jagung, kedelai, ubi, ketela pohon dan kacang tanah, sektor pertanian Indonesia juga memiliki hasil pertanian tanaman perdagangan yaitu teh, kopi, kunyit, jahe, kelapa, cengkeh, dan yang lainnya.

Salah satu hasil tanaman perdagangan di bidang pertanian yang memiliki nilai kompetitif di kancah internasional adalah Empon-empon. Tanaman empon-empon merupakan salah satu tanaman hortikultura berjenis biofarmaka yang berbentuk rimpang atau umbinya bercabang-cabang. Istilah kata empon-empon berasal dari bahasa Jawa yaitu “empu” yang memiliki arti rimpang induk atau akar tinggal. Acapkali beberapa masyarakat kurang mengerti sepenuhnya mengenai tanaman empon-empon ini. bahkan tidak sedikit yang menganggap empon-empon sama dengan tanaman rempah-rempah. Padahal kedua jenis tanaman tersebut dari jenisnya pun sudah sangat berbeda (Muhlisah, 1999).

Indonesia merupakan salah satu Negara penghasil dan pengeksport empon-empon terbaik di dunia. Dalam data *Comtrade* pada tahun 2013 rata-rata empon-empon dari Indonesia menyumbang 21,06 persen dari total pasar perdagangan empon-empon di dunia pada tahun 2013. Pada tingkat ASEAN total nilai ekspor

empon-empon Indonesia ke pasar dunia sebesar 31,43 persen. Oleh sebab itu, pasar ekspor ASEAN mayoritas cenderung didominasi oleh Indonesia (Hermawan, 2015).

Gambar 1.1

Periode	Singapura	Malaysia	Thailand	Filipina
HS 904 (Lada, cabai, dan <i>capsicum</i>)				
2005-2007	18.479	34.720	6.161	0.148
2008-2010	10.653	23.790	3.326	1.011
2011-2013	12.007	23.084	1.825	1.605
905 (Vanili)				
2005-2007	9.083	0.466	0.020	1.305
2008-2010	4.123	0.184	0.020	4.558
2011-2013	2.527	0.171	0.650	2.926
HS 906 (Kayu manis)				
2005-2007	6.980	0.818	0.477	0.012
2008-2010	3.877	1.673	0.321	0.100
2011-2013	1.037	1.015	0.151	0.064
HS 907 (Cengkeh)				
2005-2007	57.415	1.373	0.003	0.000
2008-2010	53.385	4.368	0.121	0.000
2011-2013	22.349	5.979	0.043	0.000
HS 908 (Pala, lawang, dan kapulaga)				
2005-2007	10.362	1.635	0.071	0.000
2008-2010	13.676	1.948	0.128	0.000
2011-2013	6.715	1.245	0.062	0.000
HS 910 (Jahe, kunyit, safron, timi, daun salam, dan daun kari)				
2005-2007	39.487	74.214	67.918	22.465
2008-2010	47.122	82.414	55.743	1.575
2011-2013	27.012	67.847	58.833	3.546

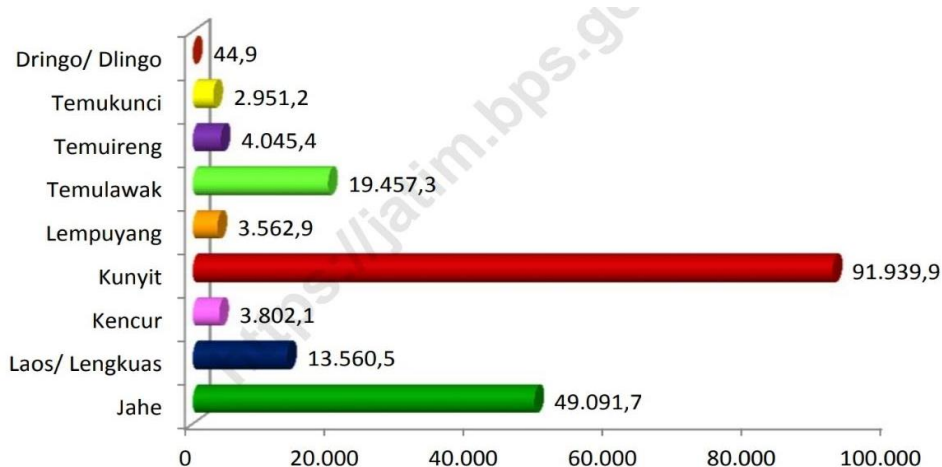
Sumber: Comtrade, (2015), diolah

Komoditas empon-empon Indonesia memiliki daya saing tinggi dalam pasar Internasional sebab sebagian negara lain juga memproduksi jenis empon-empon yang serupa. Negara Malaysia memiliki kemiripan komposisi ekspor komoditas empon-empon untuk komoditas HS 0904 dan 0910. Kemiripan komposisi ekspor tanaman empon-empon tersebut menunjukkan semakin tingginya potensi persaingan tanaman empon-empon yang terjadi di pasar Indonesia sendiri (Iwan, 2015).

Berdasarkan pada data *Statistics of Medical Plants* Indonesia dalam Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018, empon-empon merupakan tanaman biofarmaka yang bermanfaat sebagai obat-obatan yang dikonsumsi dari bagian tanaman berupa daun, buah, umbi (rimpang) atau akar. Data tanaman biofarmaka (obat-obatan) yang dikumpulkan dalam data BPS mencakup lima belas jenis tanaman yaitu jahe, laos/lengkuas, kencur, kunyit, lempuyang, temulawak, temuireng, temukunci, dringo, kapulaga, mengkudu/pace, mahkota dewa, kejibeling, sambiloto dan lidah

buaya. Menurut data BPS tahun 2018, jenis empon-empon yang paling banyak diekspor pada tahun 2018 adalah jahe, kunyit dan kapulaga. Sementara itu, berdasarkan data dan BPS Jawa Timur tahun 2019, tanaman empon-empon di Jawa Timur didominasi oleh kelompok rimpang. Ada lima komoditas yang memiliki produksi tertinggi di Jawa Timur pada tahun 2019 yaitu kunyit (91,94 ribu ton), jahe (49,09 ribu ton), temulawak (19,46 ribu ton), laos/lengkuas (13,56 ribu ton), dan temuireng (4,05 ribu ton) (BPS Jawa Timur, 2019).

Gambar 1.2



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur 2019

Dalam data BPS Jatim tahun 2019, ada tiga jenis tanaman empon-empon yang mengalami penurunan produksi di Jawa Timur, yaitu pada produksi jahe, kunyit, dan laos/lengkuas. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, produksi jahe mengalami peningkatan dari tahun 2015 hingga 2016 yaitu dengan produksi masing-masing sebesar 77,54 ribu ton dan 100,99 ribu ton. Namun kemudian produksi jahe turun di tahun 2017 menjadi 65,08 ribu ton dan pada tahun 2018 naik kembali menjadi 77,24 ribu ton. Sementara itu tahun 2019 produksi jahe turun drastis menjadi 49,09 ribu ton. Sejak tahun 2015 hingga 2017 produksi jahe merupakan produksi tertinggi diantara tanaman rimpang lainnya di Jawa Timur, namun pada tahun 2018 dan 2019 produksi kunyit mampu mengungguli produksi jahe sehingga posisi komoditas jahe menjadi urutan tertinggi kedua (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2019).

Berdasarkan pada kajian historisnya, tanaman empon-empon sudah digunakan nenek moyang Indonesia sebagai keperluan bumbu memasak sehari-hari, untuk pengobatan herbal dan untuk menjaga kesehatan tubuh secara alami. Pada zaman dahulu, ketika dunia belum mengenal sistem kedokteran yang cenderung modern, peran dari tanaman empon-empon sudah sangat besar. Bahkan seiring pesatnya teknologi dan perkembangan zaman, pemanfaatan tanaman empon-empon semakin meluas di masyarakat. Di era modern, tanaman empon-empon dimanfaatkan dan dikelola menjadi industri makanan, minuman, kosmetik, penambah cita rasa kuliner, obat-obatan, jamu dan antimikroba.

Kabupaten Ponorogo merupakan kabupaten yang menjadi produsen atau penghasil tanaman empon-empon terbesar kedua di Jawa Timur setelah kota Pacitan. Pada data BPS Kabupaten Ponorogo dalam buku *Ponorogo Regency in Figures 2020*, produksi tanaman empon-empon terbanyak menurut kecamatan di kabupaten Ponorogo tahun 2020 yaitu Kecamatan Ngrayun. Komoditas tanaman empon-empon yang paling banyak diproduksi di Kecamatan Ngrayun yaitu jahe, kunyit, lengkuas/laos dan temulawak. Salah satu desa yang mayoritas penduduknya bertani di lahan kering di Kecamatan Ngrayun adalah Desa Ngrayun. Sebagai wilayah pedesaan dan berada di pegunungan, desa Ngrayun bisa dikatakan sebagai daerah yang mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani ladang kering. Hasil panen ladang kering dari petani ini meliputi empon-empon seperti jahe, kunyit, temulawak, lengkuas/laos yang masih dalam kondisi rimpang basah yang kemudian dijual kepada pedagang empon-empon lokal kecil atau pedagang empon-empon tangan pertama (tengkulak/pengepul) di pasar.

Sebagai wilayah pedesaan yang berada di pegunungan, aktivitas perekonomian desa Ngrayun dapat dikatakan tidak kalah dengan daerah lain. Hal tersebut sebab terdapat pasar yang masih aktif dan ramai. Pasar Desa Ngrayun adalah *icon* Ngrayun karena di pasar tersebut selain digunakan sebagai tempat mencari bahan kebutuhan pokok sehari-hari juga digunakan sebagai tempat pemasaran atau jual beli tanaman empon-empon oleh masyarakat sekitar. Pasar desa Ngrayun berada tepat di pusat pemerintahan daerah Ngrayun, sehingga pasar ini cukup strategis letaknya. Dengan demikian, pasar desa Ngrayun digunakan untuk aktivitas sosial ekonomi masyarakat sekitar. Pasar desa Ngrayun tersebut

tidak setiap hari aktif melakukan aktivitasnya, namun biasanya hanya lima hari sekali dan bergantian antara satu pasar dengan pasar yang lain yang berada di Kecamatan Ngrayun. Misalnya hari *pon* dan *kliwon* (nama hari kalender Jawa) pasar yang buka adalah pasar Ngrayun. Kemudian hari *legi* bergantian pasar lain yang aktif. Sementara itu, pada proses pemasaran tanaman empon-empon, para pedagang empon-empon akan melakukan mobilisasi dari pasar satu ke pasar lain dengan menyesuaikan hari aktif pasar-pasar tersebut untuk mencari pelanggan atau petani yang menjual hasil produksi panen empon-emponnya. Namun ada juga pedagang empon-empon yang menetap pada satu pasar untuk mempertahankan pelanggan serta karena lokasi pasar desa Ngrayun yang tidak jauh dari tempat tinggal pedagang empon-empon.

Dalam usaha pemasaran tanaman empon-empon terbentuk suatu hubungan sosial di dalamnya. Hubungan sosial ini terjadi antara petani empon-empon dengan pedagang empon-empon kecil dan antar pedagang empon-empon baik sesama pedagang empon-empon kecil serta pedagang rempah kecil dengan pedagang empon-empon besar. Petani empon-empon menjual hasil panen kepada pedagang kecil. Kemudian pedagang kecil akan mengelola dan mendistribusikan kembali empon-empon kepada pedagang besar. Selanjutnya pedagang besar akan menjual empon-empon ke pabrik. Sementara itu, dalam realitasnya para pedagang empon-empon bukan hanya melakukan persaingan untuk mendapatkan hasil panen empon-empon mentah (basah) dari petani saja, akan tetapi mereka juga melakukan akomodasi dalam beberapa hal, misalnya dalam penetapan harga empon-empon. Hal tersebut bisa terjadi sebab para pedagang empon-empon memiliki jaringan sosial.

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak lepas dari individu lain. Begitu pula, dengan pedagang empon-empon yang tidak lepas dari ikatan jaringan yang dibangunnya. Sejalan dengan itu, hubungan-hubungan sosial atau pola objektif ikatan-ikatan yang menghubungkan para anggota baik individu maupun kelompok di masyarakat merupakan suatu bentuk jaringan (Burt, 1992). Melalui jaringan para pedagang empon-empon tersebut bisa melakukan interaksi dan komunikasi antara satu pedagang empon-empon dengan pedagang rempah lainnya dalam proses penetapan harga pada tanaman empon-empon. Dengan demikian,

adanya harga empon-empon yang relatif sama antara satu pedagang dengan pedagang empon-empon yang lain di pasar desa Ngrayun bukan merupakan suatu kebetulan. Hal tersebut dapat terjadi karena para pedagang empon-empon memiliki interaksi dan komunikasi melalui jaringan yang mereka miliki. Jaringan sosial antar pedagang empon-empon tidak hanya terbentuk vertikal, yaitu antara pedagang kecil (lokal) dengan pedagang empon-empon (pedagang distributor) dan pedagang empon-empon kecil dengan petani empon-empon. Akan tetapi, ikatan jaringan sosial juga terjadi secara horizontal, yaitu antara pedagang kecil sejenis. Misalnya antar sesama pedagang empon-empon kecil.

Modal sosial yang ada di dalam masyarakat seperti *trust*, jaringan, gotong royong dan sikap memiliki pengaruh yang besar dalam proses pemasaran empon-empon di pasar desa Ngrayun. Pada modal sosial kepercayaan seperti meningkatkan sebuah kepercayaan yang dimanifestasikan dalam sebuah bentuk kejujuran, teratur, dan akomodasi yang didasarkan pada norma-norma yang berlaku di dalam hidup masyarakat. Dalam kegiatan proses pemasaran empon-empon di pasar desa Ngrayun, modal sosial juga berfungsi untuk pengungkit keberhasilan usaha empon-empon sebab di dalam modal sosial terdapat sebuah nilai-nilai kerjasama.

Tanaman empon-empon merupakan tanaman biofarmaka yang termasuk dalam salah satu jenis tanaman hortikultura. Adanya payung hukum yang melindungi tanaman hortikultura yaitu UU No.12 tahun 1992 tentang Budidaya Pertanian dan UU No. 13 tahun 2010 tentang Hortikultura (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2019). Akan tetapi, dalam peraturan perundang-undangan tidak mengatur perihal pengembangan usaha khususnya dalam perdagangan tanaman empon-empon. Selain itu, pemerintah di tingkat daerah maupun nasional belum memiliki alat untuk mengawasi dan merekam jejak produk tanaman empon-empon Indonesia. Bahkan hingga saat ini, produk empon-empon Indonesia pada tingkat kualitasnya ditentukan oleh eksportir untuk memenuhi syarat pembeli dari pembeli di negara tujuan. Eksportir menjadi penentu nasib petani empon-empon dan pedagang empon-empon kecil. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya (individu dan kelompok) memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2007). Selaras dengan itu,

pemasaran empon-empon juga merupakan proses sosial ekonomi masyarakat desa Ngrayun yang bertujuan untuk menjual, menawarkan dan mempertukaran empon-empon antara pihak satu dengan pihak lain untuk mencapai tujuan kepentingan masing-masing.

Pada realita proses pemasaran empon-empon di pasar desa Ngrayun, baik dari petani empon-empon maupun pedagang empon-empon, mereka hanya memanfaatkan jaringan sebagai rantai manajemen pemasaran tanaman empon-empon. Bahkan petani tanaman empon-empon di desa Ngrayun tidak memiliki suatu wadah atau kelompok tani yang menaungi mereka dalam pengembangan produk pertanian (empon-empon) mereka. Sementara itu, para pedagang empon-empon juga tidak memiliki perlindungan maupun pengembangan usaha secara hukum baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Sehingga, jaringan sosial ekonomi memegang peran yang sangat fungsional pada pemasaran tanaman empon-empon di desa Ngrayun.

Terdapat studi yang membahas pentingnya jaringan sosial ekonomi dalam proses pemasaran suatu produk. Salah satu studi tersebut yaitu “Peran Positif Tengkulak dalam Pemasaran Buah Manggis Petani: Studi Jaringan Sosial Tengkulak di Desa Kracak, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor” (Azizah, 2016). Pada penelitian ini tujuan penulis adalah melihat peran positif dari adanya keberadaan tengkulak manggis dalam pemasaran pertanian buah manggis melalui sudut pandang jaringan sosial. berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, jaringan sosial yang luas yang dimiliki oleh tangkulak buah manggis di desa Kracak, tengkulak buah manggis dapat dengan mudah memasarkan buah manggis kepada pembeli. Selain itu, tengkulak buah manggis mempunyai hubungan kelekatan rasional dengan para pembeli buah manggis. Kemudian, tengkulak juga memiliki posisi yang strategis karena menghubungkan antara petani buah manggis dan pembeli buah manggis. Tengkulak buah manggis juga berperan positif sebagai pengumpul, pembeli, dan pemasar.

Studi yang mempunyai keterkaitan dengan jaringan sosial pada pemasaran suatu barang tersebut, tidak sedikit dilakukan oleh banyak pihak. Beberapa yang membahas mengenai jaringan sosial dan modal sosial. Studi-studi tersebut

diantaranya yaitu penelitian yang berjudul “*The Patron-Client Relations in The Distribution Chain of Coffee Products in Jambon Hamlet, Medono Village, Boja Sub-District of Kendal Regency*” (Damayanti, et al., 2019). Pada penelitian ini membahas tentang hubungan patron klien dalam rantai pemasaran kopi di dusun Jambon, desa Medono. Kopi adalah komoditas utama dusun Jambon. Terdapat adanya perantara internal yang masih memiliki hubungan kekerabatan di antara aktor-aktor pemasaran kopi dan juga terdapat perantara eksternal yang terdapat di pasar Boja. Penelitian ini memfokuskan diri pada masalah hubungan patron klien, dimana tengkulak kopi sebagai patron dan petani kopi sebagai klien. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan patron klien tumbuh dan berkembang selaras dengan pemasaran produk dari petani kopi kecil yang membutuhkan tengkulak kopi untuk menghubungkan mereka dalam memenuhi kebutuhan mereka dan jaminan sosial mereka. Hubungan patron klien digunakan sebagai jaringan pemasaran hasil panen kopi dari petani ke pedagang kopi.

Argumen-argumen tersebut berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang berpendapat bahwa dalam jaringan pemasaran hasil pertanian membuat petani ketergantungan kepada pembeli pihak pertama (pedagang) dan adanya eksploitasi petani oleh pedagang tangan pertama. Pada beberapa studi, misalnya di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat yang menerima pendapat itu. Pada penelitian yang berjudul “*Behavioral Dynamics of Farmers and First Buyer in Marketing Mangoes in Sedong District, Cirebon Regency, West Java*” (Sari, Elly Rasmikayati, & Bobby Rachmat Saefudin, 2019). Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variasi *first buyer* bagi petani mangga di Kecamatan Sedong yaitu pedagang pengumpul, pedagang tengkulak, pedagang besar dan eksportir. Ada beberapa petani mangga yang pernah menjual ke ritel modern tapi tidak berlangsung lama karena tidak mampu memenuhi persyaratan dari ritel modern. Akhirnya petani mangga memilih menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul, pedagang tengkulak dan pedagang besar. Oleh karena itu, petani mangga Kecamatan Sedong memiliki ketergantungan yang tinggi untuk menjual hasil panen mangga kepada pedagang tengkulak.

Hal ini juga tidak jauh berbeda dengan kasus yang berada di Jambi. Pada penelitian yang berjudul “*Relasi Kuasa Dalam Tataniaga Pertanian Komoditas*

Cabai di Desa Giri Mulyo, Kabupaten Kerinci, Jambi" (Wijaya, 2020) menghasilkan kesimpulan bahwa petani cabai di Desa Giri Mulyo memiliki ketergantungan yang cukup besar kepada saudagar meskipun petani cabai mengalami kerugian. Sebab hubungan diantara petani cabai Desa Giri Mulyo dan saudagar sudah memiliki hubungan dan berlangganan sejak lama serta adanya relasi kuasa berdasarkan faktor ketidakberdayaan, budaya dan faktor dari situasi pasar. Seperti halnya penelitian yang berjudul "*Community Empowerment and Farmer Poverty Reduction in Developing Countries*" (Permadi, 2019) yang merangkum penyebab dan cara mengentaskan kemiskinan yang terjadi pada petani Indonesia dan Ghana. Hasil pada studi ini menunjukkan bahwa penyebab kemiskinan petani di Indonesia dan Ghana seperti rendahnya kemampuan investasi petani, ketergantungan petani atas pedagang tangan pertama, ketergantungan dana, tidak terpenuhinya kebutuhan dasar rumah tangga petani, akses pembiayaan dan penyuluhan yang tidak memadai, dan sebagainya.

Hal yang berkaitan dengan jaringan pemasaran tersebut menjadi suatu kajian yang sangat menarik. Adanya kasus-kasus terkait ketergantungan petani terhadap pedagang tangan pertama dan kasus eksploitasi petani oleh pedagang tangan pertama dapat dibantah dengan kenyataan di Indonesia bahwa jaringan pemasaran dibutuhkan oleh petani dan pedagang terutama di daerah pasar pedesaan. Jaringan pemasaran memiliki peran yang sangat fungsional. Tidak sedikit petani yang lebih memilih menjual hasil panen kepada pedagang tangan pertama dibandingkan dengan menjual hasil panen ke badan usaha yang berstatus formal atau badan usaha ritel modern yang dianggap lebih banyak persyaratan dalam pemasaran. Hal tersebut menyebabkan jaringan pemasaran sangat dibutuhkan dalam proses pemasaran hasil panen terutama di wilayah pasar pedesaan. Sebab pasar pedesaan merupakan tempat pedagang tangan pertama berkumpul sehingga petani dengan mudah menjual hasil panen di pasar tersebut.

Perbedaan sudut pandang dari berbagai kalangan terkait jaringan pemasaran di pedesaan akan menjadikan penelitian ini sangat menarik. Selain itu, dari pemaparan tersebut dapat diketahui hal yang lebih menarik yang terjadi di pasar misalnya hubungan yang dibangun antara petani empon-empon, petani dan pedagang empon-empon, pedagang dan pengepul empon-empon, dll. Dengan

demikian, peneliti tertarik pada jaringan yang terjalin kuat hingga meluas ke jaringan yang dilakukan di luar desa Ngrayun karena Pasar Desa Ngrayun merupakan salah satu sentra penghasil tanaman empon-empon di Kabupaten Ponorogo. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang Jaringan Pemasaran Empon-Empon di Pasar Tradisional Pedesaan dalam Analisis Modal Sosial: Studi di Pasar Desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo.

1.2.Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini bermaksud untuk memahami dan menginterpretasikan bagaimana jaringan pemasaran empon-empon di pasar pedesaan. Dengan kata lain, penelitian ini mengkaji mengenai realitas rantai jaringan sosial ekonomi pada pemasaran empon-empon di pasar pedesaan dalam kajian modal sosial. Dengan demikian, penulis melakukan penelitian yang berjudul Jaringan Pemasaran Empon-Empon di Pasar Tradisional Pedesaan dalam Analisis Modal Sosial: Studi di Pasar Desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini memfokuskan diri pada “Bagaimana jaringan pemasaran empon-empon di Pasar Desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo dalam analisis modal sosial?”

1.3.Tujuan Penelitian

Penulisan skripsi ini memiliki tujuan untuk mengkaji realitas jaringan pemasaran empon-empon di pasar pedesaan. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul Jaringan Pemasaran Empon-Empon di Pasar Tradisional Pedesaan dalam Analisis Modal Sosial: Studi di Pasar Desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan yaitu “Untuk memahami dan menginterpretasikan jaringan pemasaran empon-empon di pasar Desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo dalam analisis modal sosial”.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam dunia akademis khususnya dalam studi Sosiologi Pedesaan, terutama dalam memperkaya ilmu dan pemahaman secara teoritik tentang jaringan pemasaran empon-empon di pasar pedesaan. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperkaya variasi teoritik mengenai teori Modal Sosial yang sudah dikembangkan oleh Robert D. Putnam dan Ronald S. Burt. Selain itu, studi ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan dengan analisis modal sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian tentang jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan diharapkan mampu memberikan suatu kontribusi untuk berbagai pihak terkait, yaitu:

a. Bagi Mahasiswa

Pada hasil studi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menambah ilmu dan memperkaya wawasan kepada mahasiswa mengenai jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan dalam studi modal sosial.

b. Bagi Masyarakat

Secara sederhana hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau referensi dalam acuan dasar tentang jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan khususnya di pasar desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo serta untuk memahami jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan dalam analisis modal sosial.

1.5.Kajian Pustaka

1.5.1.Studi Terdahulu

a. Analysis of risk attitudes and social capital in pineapple marketing: The case of small-scale farmers in Luwero district, Uganda.

Penelitian ini membahas mengenai sikap risiko produsen yang dilakukan oleh petani buah nanas di kabupaten Luwero, Uganda dengan dimensi modal sosial yang dapat menjelaskan perbedaan dalam pemilihan gerai di pasar (Arinaitwe, P.M. Mshenga, & O.I. Ayuya, 2017). Pada studi ini penelitian dilakukan pada bulan Maret-Mei 2016. Data dikumpulkan dari 272 rumah tangga di empat kecamatan di kabupaten Luwero di Uganda. Kemudian, analisis empiris dalam penelitian ini didasarkan pada data primer yang dikumpulkan dalam wawancara tatap muka menggunakan kuesioner semi terstruktur. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif dan model regresi Multinomial Logit.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan prosedur *multi-stage sampling* digunakan dalam pemilihan sampel yang representatif. Populasi sasaran penelitian adalah petani nanas skala kecil di kabupaten Luwero. Ukuran sampel yang dibutuhkan ditentukan dengan menggunakan metode proporsional terhadap ukuran sampling oleh Anderson et al. (2007). Dimensi modal sosial kepadatan keanggotaan, frekuensi menghadiri pertemuan kelompok dan kepercayaan seperti yang dijelaskan oleh Wambugu et al. (2009) digunakan untuk mengukur modal sosial sedangkan sikap risiko petani ditentukan dengan menggunakan pertanyaan lotere.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis kelamin, pemasaran berdasarkan kontrak, sikap berisiko dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi pilihan pasar ekspor pada tingkat satu persen sementara tingkat pendidikan, ukuran pertanian, jarak pasar dan kepadatan keanggotaan mempengaruhinya pada tingkat lima persen. Kepercayaan, frekuensi menghadiri pertemuan kelompok dan kepadatan keanggotaan

mempengaruhi keputusan pasar, pilihan outlet dan aliran informasi produksi dalam asosiasi transaksi pasar yang memastikan bahwa manfaat modal sosial diperoleh oleh petani.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah tidak menampilkan secara mendalam teori yang digunakan sebagai pisau analisis. Studi ini akan membantu peneliti dalam menganalisis proses jaringan pemasaran di pasar tradisional dengan mengaitkan apakah latar belakang petani tersebut dapat memengaruhi proses jaringan pemasaran di pasar tradisional. Studi ini berfokus pada sikap risiko petani nanas dalam pemilihan gerai pasar, sedangkan peneliti berfokus pada jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan.

b. Social Network Typology of Doing Transactions in Minangkabau Traditional Market.

Selanjutnya, studi yang dilakukan oleh Marleni Marleni dan Rinel Fitlayeni pada tahun 2019 di Pasar Tradisional Minangkabau, Sumatera Barat yang membahas tentang tipologi jaringan sosial bertransaksi di pasar Minangkabau (Marleni, Rinel Fitlayeni, & Ikhsan Muharma Putra, 2019) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tipologi jejaring sosial dalam melakukan transaksi di pasar tradisional Minangkabau. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Agam dan Tanah Datar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan FGD.

Observasi sebagai teknik pengumpulan data memiliki ciri khusus jika dibandingkan dengan teknik lain yaitu wawancara dan angket. Dua yang paling penting adalah proses observasi dan memori. Untuk observasi yang dilakukan mengamati kegiatan pedagang yang berburu sayur mayur dari petani, baik pedagang pengirim adalah pedagang mulai dari kedatangan petani yang membawa sayuran dari ladang hingga proses tawar menawar antara petani dengan pedagang, baik dari pengecer hingga pedagang pengirim. Sedangkan analisis dilakukan dengan model Miles dan

Huberman, analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan antara lain: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan studi ini adalah teori tindakan rasional dari Max Weber. Dalam teori Max Weber tentang tindakan sosial terdapat empat jenis rasionalitas yang menjadi ciri perkembangan manusia, yaitu tindakan rasional tradisional, tindakan rasional afektif, tindakan rasionalitas yang berorientasi pada nilai dan rasionalitas intelektual.

Jejaring sosial yang terbentuk diwujudkan melalui kepercayaan dan dipelihara oleh norma-norma yang ada di masyarakat. Tipologi jejaring sosial yang ditemui antara lain: 1) jejaring sosial mikro antara pedagang dan petani, ikatan yang terbentuk karena kepercayaan, 2) jejaring sosial meso, yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengirim, dimana tindakan ekonomi secara sosial tersinkronisasi dan 3) jejaring sosial makro yang dibangun oleh lebih dari dua kelompok yaitu pedagang dan agen atau tempat tujuan.

Kelemahan dari studi ini adalah studi ini kurang menyeluruh dalam melihat bagaimana latar belakang terciptanya jaringan sosial. Sehingga peneliti hanya memperoleh cerita atau gambaran yang dirasakan oleh informan tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga memengaruhi. Pada penelitian yang akan diambil oleh peneliti, studi ini memiliki persamaan yaitu studi ini memiliki konsep yang sama yaitu jaringan di pasar tradisional. Perbedaannya terletak pada fokus studi. Studi ini berfokus pada tipologi jejaring sosial dalam transaksi di pasar tradisional. Sedangkan peneliti berfokus pada jaringan pemasaran di pasar tradisional pedesaan dalam analisis modal sosial.

c. Social Capital in Moneylenders Phenomenon in Blimbing Traditional Market Malang Indonesia.

Selanjutnya, penelitian dengan fokus studi mengenai peran modal sosial terhadap fenomena rentenir di pasar tradisional Blimbing, Malang

(Hidayati, Naoyuki Yamamoto, Hideyuki Kano, Agus Suman, & Asfi Manzilati, 2017). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan secara gamblang realitas empiris fenomena rentenir. Selain itu, pendekatan fenomenologi untuk menjelaskan pengalaman hidup seseorang termasuk interaksi dengan orang lain. Informan utama adalah pedagang yang memiliki kontrak kredit dengan rentenir dan pelaku rentenir. Objek penelitian dilakukan di pasar tradisional Blimbing, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, Indonesia karena beroperasi penuh waktu (24 jam). Jenis pengumpulan data adalah wawancara eksploratif mendalam tanpa kendala. Kemudian, hasil pengumpulan data diolah dengan proses pengkodean. Data tersebut berupa transkrip wawancara, catatan lapangan dan sebagainya. selanjutnya, validitas data menggunakan kredibilitas, transferabilitas, dan ketergantungan.

Hasil dari penelitian ini adalah peran modal sosial membuat pedagang memilih rentenir daripada lembaga formal: Pertama, jaringan pribadi membuat pedagang merasa nyaman meminjam di lintah darat. Selain itu, inovasi seperti “Bank Perkakas” dimaksudkan untuk menjaga jaringan. Kedua, kepercayaan terbentuk atas dasar saling percaya daripada default yang ada, masih bisa dinegosiasikan. Ketiga, nilai-nilai positif dan norma-norma yang disepakati menjadi pendukung agar akad pinjaman dapat berlanjut. Nilai menjadi sesuatu yang unik dan berbeda karena bertentangan dengan persepsi masyarakat tentang rentenir yang didominasi oleh persepsi negatif. Rentenir yang ditemui tidak melakukan penyitaan jika pedagang menunda pembayaran. Implikasi kontrak pinjaman terhadap keberlangsungan usaha pedagang dapat mengakibatkan surplus dan defisit. Itu tergantung pada faktor internal dan eksternal.

Kelemahan dari studi ini adalah penulis kurang detail dalam memberikan hasil yang didapat pada penelitiannya, padahal studi ini menggunakan pendekatan fenomenologi sehingga diperlukan penjelasan pengalaman hidup yang detail. Studi ini memiliki persamaan pada kasus yang diteliti sebab berkaitan dengan modal sosial yang dibangun di pasar tradisional. Perbedaan studi ini berfokus pada pertimbangan pedagang pasar

tradisional dalam memilih rentenir, sedangkan peneliti memfokuskan diri pada jaringan pemasaran pada pedagang pasar tradisional.

d. Smallholder Vegetable Farmers and Marketing Choices: Implications for Inclusiveness of Farmers to Markets.

Kemudian, studi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi petani kecil dalam pemilihan saluran pemasaran untuk menjual sayuran (Rajanna, Wolfgang Bakelmann, & Eric Obedy Gido, 2017). Saluran pemasaran meliputi pasar kooperatif, teregulasi dan konvensional. Data primer dikumpulkan dari pengambilan sampel acak dari 100 petani kecil yang menanam sayuran dari Karnataka, India. Wawancara pribadi dilakukan dengan bantuan wawancara semi terstruktur dalam survei lapangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sepuluh variabel yang menggambarkan faktor sosial ekonomi, produk dan pasar dipertimbangkan untuk analisis.

Data mengungkapkan bahwa petani menjual hasil panen mereka di satu atau lebih dari satu saluran pemasaran. Probit multivariat digunakan untuk menganalisis korelasi dalam pemilihan atau pemilihan saluran pemasaran. Temuan empiris mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti kegiatan penyuluhan, pekerjaan anak perusahaan, area sayuran yang lebih rendah, pemeriksaan kualitas yang lebih tinggi, dan jarak terdekat mempengaruhi pemilihan pasar koperasi oleh petani, sedangkan jarak mempengaruhi pemilihan pasar yang diatur dan pemeriksaan kualitas yang lebih rendah mempengaruhi pemilihan pasar koperasi. pemilihan pasar konvensional.

Keterbatasan pada studi ini adalah studi ini cenderung kental dengan pengukuran-pengukuran sehingga studi ini hanya memaparkan data=data tanpa memperdalam dan menggali informasi secara lebih mendalam. Perbedaan dengan studi yang dilakukan pada penelitian ini adalah studi ini memiliki perbedaan pada karakteristik pemasaran hasil panen dari petani. Dalam penelitian ini petani cenderung menjual hasil panen sayuran di pasar

koperasi sedangkan pada studi yang akan dikaji oleh peneliti, pemasaran hasil panen petani melalui pedagang di pasar tradisional. Kemudian, studi ini menjadi referensi peneliti dalam menganalisis alasan-alasan bagi petani yang menjual hasil panen di pasar.

e. The Social Capital Transformation Women Trader in Lok Baintan Floating Market, Banjar Municipality, South Kalimantan Province.

Selanjutnya, studi tentang transformasi modal sosial pada pedagang perempuan di pasar terapung Banjar, Kalimantan Selatan (Apriati, Lumban Arofah, & Alfisyah, 2017). Tujuan dari penelitian ini adalah mendokumentasikan relasi sosial yang unik di Pasar Terapung dan berkembang sebagai simbiosis mutualisme antara pedagang dan pedagang serta konsumen. Keberadaan pasar terapung berkembang sebagai mekanisme adaptasi masyarakat Banjar dengan wilayah geografis yang mengelilingi wilayah ini. Pasar Terapung Lok Baintan memiliki pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan pasar terapung lainnya. Pengunjung Lok Baintan terus bertambah dari waktu ke waktu dan mereka merasakan kebaruan pasar terapung. Pemerintah daerah mendukung keberadaannya dengan mengapresiasi budaya lokal sebagai “Destinasi Wisata Lokal”. Pertanyaan penelitiannya adalah; Bagaimana mekanisme kelangsungan hidup Pedagang Wanita di Pasar Terapung Lok Baintan dan bagaimana mekanisme tersebut mengembangkan relasi sosial antar perempuan menjadi modal sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan lebih menekankan pada studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipan dan wawancara. Peneliti melakukan kerja lapangan dengan berbaur dengan Trader di pasar terapung. Informan dipilih dengan teknik purposive dan snowball.

Hasil dari studi ini adalah kepemilikan modal sosial merupakan strategi yang sangat penting dalam melakukan kegiatan perdagangan adalah kepemilikan modal sosial. Kejujuran, kebaikan, kepedulian terhadap sesama dan selalu tepat waktu saat membuat janji adalah modal sosial utama

yang dimiliki pedagang di pasar tersebut. Kejujuran menjaga kepuasan konsumen terkait kualitas dan kuantitas barang dagangan yang dijual. Selalu ramah dalam melayani keinginan dan pertanyaan para pelanggan dan wisatawan yang datang. Merawat sesama masih menerapkan sistem barter dengan sesama pedagang. Konsisten dan selalu tepat waktu dalam berjualan di pasar terapung Lok Baintan terutama saat membuat janji temu dengan pelanggan. Semua modal sosial ini digunakan untuk meningkatkan pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan dan wisatawan.

Kelemahan studi ini adalah pada bagian metode penelitian tidak dijelaskan tahap-tahap penentuan informan. Perbedaan studi ini dengan studi yang dilakukan oleh peneliti adalah studi ini menekankan pada modal sosial sebagai *survival* pedagang pasar di tengah perkembangan teknologi yang pesat. Sedangkan, peneliti lebih memfokuskan diri pada modal sosial sebagai analisis jaringan pemasaran di pasar tradisional.

f. Pemberdayaan Ekonomi Petani Empon-empon di Desa Baosan Kidul Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo.

Kemudian, penelitian tentang pemberdayaan ekonomi petani empon-empon di desa Baosan Kidul, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo (Anshori, 2015). Studi ini bertujuan untuk mengetahui penyebab dari rendahnya perekonomian petani rempah-rempah di Desa Baosan Kidul, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo dan juga untuk mengetahui bagaimana upaya dalam memberdayakan ekonomi petani rempah-rempah di Desa Baosan Kidul, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo. Pada studi ini peneliti menggunakan konsep PAR (*Participatory Action Research*) dan analisis stakeholder. Hasil studi memberikan kesimpulan bahwa masalah sosial yang dihadapi oleh petani di Desa Baosan Lor adalah rendahnya harga rempah-rempah sehingga hal ini menyebabkan rendahnya penghasilan petani rempah. Hal tersebut terjadi karena dua faktor, yaitu: pertama, faktor manusia. Tidak ada pengelolaan rempah pasca panen sehingga mengakibatkan rendahnya harga rempah. Hal itu disebabkan kurangnya

keterampilan dalam pengelolaan rempah-rempah pasca panen. Kedua, faktor kelembagaan yaitu sebuah lembaga yang mewadahi para petani rempah dalam mengayomi petani ketika panen maupun menyediakan jasa layanan modal. Akan tetapi, lembaga seperti itu belum ada. Upaya yang dilakukan untuk memberdayakan ekonomi petani rempah adalah pengelolaan rempah pasca panen. Yaitu dengan cara pengeringan rempah agar mendapatkan nilai jual yang lebih tinggi daripada rempah-rempah yang masih dalam bentuk rimpang basah. Akan tetapi, alternatif ini masih jarang digunakan sebab petani rempah cenderung memilih menyegerakan menjual hasil panen rempah ke pedagang rempah-rempah dalam bentuk rimpang basah agar cepat mendapatkan uang dari hasil panennya. Hal tersebut terjadi karena desakan ekonomi petani rempah desa Baosan Kidul, Kabupaten Ponorogo.

Studi ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi sebab penelitian yang dilakukan di setting sosial yang sama, akan tetapi memiliki topik yang berbeda. Pada studi ini memiliki fokus penelitian pada pemberdayaan ekonomi rempah-rempah di Desa Baosan Kidul, Kecamatan Ngrayun. Sedangkan peneliti memfokuskan diri pada jaringan pemasaran empon-empon di Pasar Desa Ngrayun.

g. Small businesses, potentially large impacts: The role of fertilizer traders as agricultural extension agents in Bangladesh.

Studi ini bertujuan untuk melihat kasus petani di Bangladesh dan peran pedagang pupuk dalam mengambil keputusan petani tentang pupuk mana yang akan dipakai dan berapa harga pupuk. Asumsi dari studi ini adalah adanya penyuluhan petani oleh pedagang pupuk mengartikan adanya ketergantungan petani terhadap pedagang pupuk. Pada kasus lainnya masalah yang sering ditemui adalah agen seperti pedagang pupuk ini membuat keuntungan komersial dan menyarakan dengan tarif pupuk yang tinggi (Monttaleb & Olaf Erenstein, 2019).

Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan memakai data primer yang memperkirakan model probit yang di ipesan dan fungsi

produksi secara terpisah berdasarkan apakah petani mengandalkan informasi dari pedagang pupuk atau pengalamannya sendiri dan penyuluh pemerintah dan memeriksa skor efisiensi dari setiap petani. Hasil studi menunjukkan bahwa petani mengandalkan saran pedagang pupuk daripada menggunakan penyuluhan publik. Penelitian ini tidak menemukan eksploitatif petani. Pedagang Bangladesh bekerja sebagai penyuluh pertanian dan memberikan informasi pupuk kepada petani.

Studi berikut dapat menjadi rujukan sebagai masukan bahwa pedagang memiliki peran penting bagi petani dalam mengembangkan usaha yang dilakoninya dan juga pedagang tidak selalu melakukan eksploitasi petani.

h. Jaringan Sosial Pedagang Barang Antik di Kota Surabaya: Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pedagang Klithikan Barang Antik di Jalan Bodri Kota Surabaya.

Studi ini menyimpulkan bahwa adanya jaringan sosial yang terjadi di antara pedagang barang antik di Kota Surabaya. Tindakan yang dilakukan oleh makelar, pengepul, dan tengkulak untuk mendapatkan barang antik adalah bentuk dari pola jaringan sosial yang terjadi secara alamiah karena adanya rasa saling memiliki kebutuhan masing-masing. Adanya jaringan sosial yang terbangun di antara pedagang telah mempermudah masing-masing aktor untuk mencapai tujuannya, khususnya bagi tengkulak yang dapat mendistribusikan barang antik kepada para pedagang. Sementara itu, para pedagang di Jalan Bodri Kota Surabaya menggunakan jaringan sosial untuk keberlangsungan usahanya sekaligus memenuhi hasrat dalam koleksi barang antik. Aspek modal sosial dalam jaringan sosial yang berperan penting yaitu dengan adanya *trust* dan resiprositas yang terjadi antara tengkulak, pengepul dan pedagang. Pada proses pencarian dan penjualan barang antik didasarkan atas kepercayaan yang berasaskan aspek kekerabatan dan pencapaian kepentingan tujuan bersama (Parasmo & Diyah Utami, 2017).

Studi ini memiliki konsep yang relevan dengan studi yang dikaji peneliti yaitu tentang jaringan pemasaran. Namun studi ini memiliki perbedaan yaitu pada teori yang digunakan.

i. The Role of Social Networks in Utilizing Plastic Waste into Paving Blocks at "UD. Wong Cilik" Jetis Village, Kemangkon, Purbalingga.

Studi ini membahas tentang jaringan sosial antara masyarakat dan pemerintah dalam meningkatkan dan membangun jejaring sosial dan komunikasi pribadi agar dapat berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran jejaring sosial dalam pemanfaatan *paving block* sampah plastik di UD. Wong Cilik Desa Jetis, Kecamatan Kemangkon, Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian menggunakan wawancara mendalam, observasi non partisipatif, dan dokumentasi. Setting penelitian dilakukan di Desa Jetis, Kecamatan Kemangkon, Kabupaten Purbalingga. Teknik pengambilan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini adalah relasi dan manfaat yang dibangun dari jejaring sosial antara pemasok dengan pemerintah mendapatkan banyak manfaat seperti menambah relasi, menambah wawasan dan ilmu baru dari pemerintah dan pendampingan, dan meningkatkan jaringan pemasaran sampai di luar kota. Pemasaran pada usaha ini telah mencapai Lampung, Palembang, Makassar dan di kota yaitu di Kecamatan Kembaran di Purbalingga (Dieningrum, Muslihudin, & Edy Suyanto, 2020).

Pada kasus yang akan diambil sebagai penelitian peneliti, studi ini mempunyai persamaan yaitu pada jaringan pemasaran. Pada dasarnya, sebuah usaha menggunakan jejaring sosial untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha yang dilakoninya. Kemudian, perbedaan studi ini adalah pada fokus studi. Studi ini berfokus pada peran jejaring sosial antara pemerintah dengan pemasok usaha desa. Sedangkan peneliti berfokus pada jaringan pemasaran di pasar tradisional pedesaan.

j. Determinants of Smallholders Market Preferences: The Case of Sustainable Certified Coffee Farmer in Vietnam.

Penelitian ini menganalisis mengenai preferensi pasar petani kopi di Vietnam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan biaya transaksi model regresi yang tidak terkait berdasarkan pada volume penjualan di pasar yang berbeda, biaya transaksi, faktor sosial ekonomi dan perilaku petani kopi. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang secara signifikan memengaruhi petani kopi dalam menentukan preferensi pasar mencakup beberapa atribut biaya transaksi (ketidakpastian harga, persaingan pasar, biaya transportasi, kecepatan pembayaran dan kesepakatan penjualan) dan karakteristik kopi petani (usia, etnis, pengalaman bertani, lokasi, dan kepemilikan sertifikasi). Hubungan menunjukkan volume penjualan terbesar petani kopi ke pasar agen pembelian atau ke pedagang lokal. Hal tersebut karena adanya kepercayaan bahwa lembaga formal membawa akses pasar yang lebih baik bagi petani kopi. Akan tetapi, masalah utama yang dihadapi adalah perilaku oportunistik, pengetahuan pasar yang tidak sempurna, ketidakpatuhan kontrak (Anh & Wolfgang Bokelmann, 2019).

Studi ini akan membantu peneliti dalam menganalisis pemasaran yang dilakukan oleh petani ke pedagang lokal dengan mengaitkan latar belakang adanya jaringan pemasaran yang dilakukan oleh petani ke pedagang dan seterusnya yang dilakukan di pasar pedesaan.

Tabel 1.1

Matriks Studi Terdahulu

No.	Judul	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1	<i>Analysis of risk attitudes and social capital in pineapple marketing: The case of small-scale farmers in Luwero district, Uganda.</i> 2017	P. M. Arinaitwe dan O. I. Ayuya	Jenis kelamin, pemasaran berdasarkan kontrak, sikap berisiko dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi pilihan pasar ekspor pada tingkat satu persen sementara tingkat pendidikan, ukuran pertanian, jarak pasar dan kepadatan keanggotaan mempengaruhinya pada tingkat lima persen. Kepercayaan, frekuensi menghadiri pertemuan kelompok dan kepadatan keanggotaan mempengaruhi keputusan pasar, pilihan outlet dan aliran informasi produksi dalam asosiasi transaksi pasar yang memastikan bahwa manfaat modal sosial diperoleh oleh petani.
2	<i>Social Network Typology of Doing Transactions in Minangkabau Traditional Market.</i> 2019	Marleni, Rinel Fitlayeni, & Ikhsan Muharma Putra	Jejaring sosial yang terbentuk diwujudkan melalui kepercayaan dan dipelihara oleh norma-norma yang ada di masyarakat. Tipologi jejaring sosial yang ditemui antara lain: 1) jejaring sosial mikro antara pedagang dan petani, ikatan yang terbentuk karena kepercayaan, 2) jejaring sosial meso, yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengirim, dimana tindakan ekonomi secara sosial tersinkronisasi dan 3) jejaring sosial makro yang dibangun oleh

			lebih dari dua kelompok yaitu pedagang dan agen atau tempat tujuan.
3	<i>Social Capital in Moneylenders Phenomenon in Blimbing Traditional Market Malang Indonesia.</i> 2017	B. Hidayati, Naoyuki Yamamoto, Hideyuki Kano, Agus Suman, & Asfi Manzilati	peran modal sosial membuat pedagang memilih rentenir daripada lembaga formal: Pertama, jaringan pribadi membuat pedagang merasa nyaman meminjam di lintah darat. Selain itu, inovasi seperti “Bank Perkakas” dimaksudkan untuk menjaga jaringan. Kedua, kepercayaan terbentuk atas dasar saling percaya daripada default yang ada, masih bisa dinegosiasikan. Ketiga, nilai-nilai positif dan norma-norma yang disepakati menjadi pendukung agar akad pinjaman dapat berlanjut.
4	<i>Smallholder Vegetable Farmers and Marketing Choices: Implications for Inclusiveness of Farmers to Markets.</i> 2017	Rajanna, Wolfgang Bakelmann & Eric Obedy Gido	Petani menjual hasil panen mereka di satu atau lebih dari satu saluran pemasaran. Probit multivariat digunakan untuk menganalisis korelasi dalam pemilihan atau pemilihan saluran pemasaran. Temuan empiris mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti kegiatan penyuluhan, pekerjaan anak perusahaan, area sayuran yang lebih rendah, pemeriksaan kualitas yang lebih tinggi, dan jarak terdekat mempengaruhi pemilihan pasar koperasi oleh petani, sedangkan jarak mempengaruhi pemilihan pasar yang diatur dan pemeriksaan kualitas yang lebih rendah mempengaruhi pemilihan pasar

			koperasi. pemilihan pasar konvensional.
5	<i>The Social Capital Transformation Women Trader in Lok Baintan Floating Market, Banjar Municipality, South Kalimantan Province. 2017</i>	Apriati, Lumban Arofah dan Alfisyah	kepemilikan modal sosial merupakan strategi yang sangat penting dalam melakukan kegiatan perdagangan adalah kepemilikan modal sosial. Kejujuran, kebaikan, kepedulian terhadap sesama dan selalu tepat waktu saat membuat janji adalah modal sosial utama yang dimiliki pedagang di pasar tersebut. Kejujuran menjaga kepuasan konsumen terkait kualitas dan kuantitas barang dagangan yang dijual. Selalu ramah dalam melayani keinginan dan pertanyaan para pelanggan dan wisatawan yang datang. Merawat sesama masih menerapkan sistem barter dengan sesama pedagang. Konsisten dan selalu tepat waktu dalam berjualan di pasar terapung Lok Baintan terutama saat membuat janji temu dengan pelanggan. Semua modal sosial ini digunakan untuk meningkatkan pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan dan wisatawan.
6	Pemberdayaan Ekonomi Petani Empon-empon di Desa Baosan Kidul Kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo. 2015	Anshori	masalah sosial yang dihadapi oleh petani di Desa Baosan Lor adalah rendahnya harga rempahrempah sehingga hal ini menyebabkan rendahnya penghasilan petani rempah. Hal tersebut terjadi karena dua faktor, yaitu: pertama, faktor manusia. Tidak ada pengelolaan rempah pasca panen sehingga mengakibatkan rendahnya harga rempah. Hal itu disebabkan kurangnya

			keterampilan dalam pengelolaan rempahrempah pasca panen. Kedua, faktor kelembagaan yaitu sebuah lembaga yang mewadahi para petani rempah dalam mengayomi petani ketika panen maupun menyediakan jasa layanan modal. Akan tetapi, lembaga seperti itu belum ada. Upaya yang dilakukan untuk memberdayakan ekonomi petani rempah adalah pengelolaan rempah pasca panen. Yaitu dengan cara pengeringan rempah agar mendapatkan nilai jual yang lebih tinggi daripada rempah-rempah yang masih dalam bentuk rimpang basah. Akan tetapi, alternatif ini masih jarang digunakan sebab petani rempah cenderung memilih menyegerakan menjual hasil panen rempah ke pedagang rempah-rempah dalam bentuk rimpang basah agar cepat mendapatkan uang dari hasil panennya.
7	<i>Small businesses, potentially large impacts: The role of fertilizer traders as agricultural extension agents in Bangladesh. 2019</i>	Montaleb & Olaf Erenstein	Hasil studi menunjukkan bahwa petani mengandalkan saran pedagang pupuk daripada menggunakan penyuluhan publik. Penelitian ini tidak menemukan eksploitatif petani. Pedagang Bangladesh bekerja sebagai penyuluh pertanian dan memberikan informasi pupuk kepada petani.
8	Jaringan Sosial Pedagang Barang Antik di Kota Surabaya: Studi	Parasmo & Diyah Utami	jaringan sosial yang terjadi di antara pedagang barang antik di Kota Surabaya. Tindakan yang dilakukan oleh makelar, pengepul, dan tengkulak untuk

	Deskriptif Kualitatif Tentang Pedagang Klithikan Barang Antik di Jalan Bodri Kota Surabaya. 2017		mendapatkan barang antik adalah bentuk dari pola jaringan sosial yang terjadi secara alamiah karena adanya rasa saling memiliki kebutuhan masing-masing. Adanya jaringan sosial yang terbangun di antara pedang telah mempermudah masing-masing aktor untuk mencapai tujuannya, khususnya bagi tengkulak yang dapat mendistribusikan barang antik kepada para pedagang. Sementara itu, para pedagang di Jalan Bodri Kota Surabaya menggunakan jaringan sosial untuk keberlangsungan usahanya sekaligus memenuhi hasrat dalam koleksi barang antik. Aspek modal sosial dalam jaringan sosial yang berperan penting yaitu dengan adanya <i>trust</i> dan resiprositas yang terjadi antara tengkulak, pengepul dan pedagang. Pada proses pencarian dan penjualan barang antik didasarkan atas kepercayaan yang berasaskan aspek kekerabatan dan pencapaian kepentingan tujuan bersama
9	<i>The Role of Social Networks in Utilizing Plastic Waste into Pavings Blocks at "UD. Wong Cilik" Jetis Village, Kemangkon, Purbalingga. 2020</i>	Dieningrum, Muslihudin dan Edy Suyanto	Relasi dan manfaat yang dibangun dari jejaring sosial antara pemasok dengan pemerintah mendapatkan banyak manfaat seperti menambah relasi, menambah wawasan dan ilmu baru dari pemerintah dan pendampingan, dan meningkatkan jaringan pemasaran sampai di luar kota. Pemasaran pada usaha ini telah mencapai Lampung, Palembang,

			Makassar dan di kota yaitu di Kecamatan Kembaran di Purbalingga
10	<i>Determinants of Smallholders Market Preferences: The Case of Sustainable Certified Coffee Farmer in Vietnam. 2019</i>	Anh dan Wolfgang Bokelmann	Faktor yang secara signifikan memengaruhi petani kopi dalam menentukan preferensi pasar mencakup beberapa atribut biaya transaksi (ketidakpastian harga, persaingan pasar, biaya transportasi, kecepatan pembayaran dan kesepakatan penjualan) dan karakteristik kopi petani (usia, etnis, pengalaman bertani, lokasi, dan kepemilikan sertifikasi). Hubungan menunjukkan volume penjualan terbesar petani kopi ke pasar agen pembelian atau ke pedagang lokal.

1.5.2.Kerangka Teori

1.5.2.1.Teori Modal Sosial

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori Modal Sosial dari Robert D. Putnam yang berasal dari Bahasa Inggris “*Social Capital*” yang berarti modal sosial. Lahirnya teori Putnam ini berasal dari konsep modal sosial dari Coleman. Gagasan utama dari teori modal sosial adalah bahwa jaringan sosial mengandung unsur nilai bagi individu. Menurut Putnam, modal fisik tetap ada dalam objek fisik sebab modal manusia merupakan property individu dan modal sosial melekat dalam hubungan antara individu (Putnam, 2000). Putnam mengemukakan bahwa ciri-ciri suatu kehidupan sosial adalah adanya modal sosial dalam hidup bermasyarakat. Modal sosial digunakan untuk bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan kolektif. Kualitas masyarakat tertinggi apabila jaringan sosial timbal balik yang erat terjalin. Menurut Putnam, dalam

modal sosial terdapat unsur individu dan kolektif. Individu menghasilkan hubungan yang mendukung untuk kepentingan pribadinya, contohnya tidak sedikit orang-orang mencari pekerjaan yang tidak sepenuhnya karena kualitas sumber daya manusianya, akan tetapi karena adanya jaringan yang dimiliki orang-orang tersebut. Sementara itu, modal sosial menguntungkan bagi negara dan pasar. Dalam buku *“Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation”* (Hauberer, 2011). Tidak jauh berbeda dengan modal-modal lainnya, modal sosial bersifat produktif juga. Maksudnya yaitu jika keberadaan dari modal sosial tidak ada maka akan mengakibatkan tidak tercapainya tujuan tertentu dan tujuan tidak mungkin bisa diraih. Dalam hal tersebut ada beberapa bentuk modal sosial yang menunjukkan bahwasanya modal sosial keberadaannya tetap ada terutama pada jaringan pemasaran tanaman empon-empon di Pasar Tradisional Desa Ngrayun.

Putnam memaparkan ada tiga elemen penting dalam membentuk modal sosial dalam membangun hubungan antar individu. Ketiga elemen tersebut yaitu sebagai berikut:

a. *Trust* (Kepercayaan)

Kepercayaan merupakan suatu pelumas dalam kehidupan sipil. Semakin tinggi rasa saling percaya antara satu individu dengan individu lain atau dalam suatu kelompok, semakin tinggi pula untuk memungkinkan kerjasama. Dalam hubungan kerjasama tersebut menumbuhkan suatu rasa kepercayaan. Kepercayaan digunakan untuk memprediksi tentang perilaku aktor dalam hubungan tersebut.

b. *Networks of Civic Engagement* (Jaringan Keterlibatan Sipil)

Membahas mengenai jaringan keterlibatan sipil kembali pada Alexis de Tocqueville (1835/40). Dia memperkenalkan konsep masyarakat sipil (dalam istilah Putnam, jaringan keterlibatan sipil) yang terdiri dari asosiasi. Artinya, masyarakat sipil terletak di tingkat perantara masyarakat. Hal yang paling penting bagi demokrasi mayoritas adalah asosiasi yang memperjuangkan hak-hak bersama. Jaringan kemasyarakatan merupakan jaringan formal dan informal. Jaringan formal terdiri dari keanggotaan yang resmi, misalnya pada sebuah asosiasi. Sedangkan pada jaringan informal

dibangun dari simpati yang timbal balik misalnya pada hubungan persahabatan.

Di sisi lain, terdapat dua bentuk jaringan yaitu jaringan vertikal dan horizontal. Jaringan vertikal menggabungkan individu-individu yang berbeda dan berada dalam hubungan hierarki dan ketergantungan asimetris, sedangkan jaringan horizontal adalah menyatukan individu-individu yang memiliki status dan kekuasaan yang sama. Jaringan horizontal dan vertikal mewakili jenis jaringan yang ideal. Jaringan nyata adalah komposisi dari kedua jenis tersebut. Semakin tinggi kepadatan jaringan dalam komunitas, semakin besar kemungkinan warga untuk bekerja sama dan mencapai keuntungan bersama. Jaringan menyiratkan efek yang kuat ini, karena meningkatkan potensi biaya perilaku buruk dalam setiap transaksi individu. Dengan demikian, perilaku egois terhadap keuntungan kolektif menghasilkan keuntungan yang dapat timbul dari transaksi di masa depan.

c. *Norms of Reciprocity* (Norma timbal balik)

Pada hal ini, Putnam mengacu pada konsep norma dari Coleman yang menyamakan norma sosial dengan pengalihan hak kendali tindakan dari satu aktor ke aktor lainnya apabila suatu tindakan memiliki eksternalitas. Karakteristik terpenting dari norma adalah adanya hubungan timbal balik yang seimbang. Norma didukung oleh adanya sosialisasi dan sanksi. Timbal balik yang digeneralisasi berarti bahwa orang akan saling membantu tanpa mengharapkan balasan segera. Jadi bisa dikatakan, interaksi sosial membantu memecahkan dilema tindakan kolektif. Norma timbal balik yang digeneralisasikan mengarah pada perilaku percaya dalam situasi yang biasanya tidak diadopsi orang.

Modal sosial Putnam memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut yaitu *pertama*, *output* yang positif apabila kewajiban bersama berlaku dalam jaringan sosial dan membantu menghasilkan norma timbal balik yang ketat. Contohnya, tingkat kejahatan lebih rendah jika hubungan sosial yang tinggi lebih mendominasi. Perilaku kriminal dapat dikenai sanksi secara efektif sebab setiap orang saling mengenal secara pribadi.

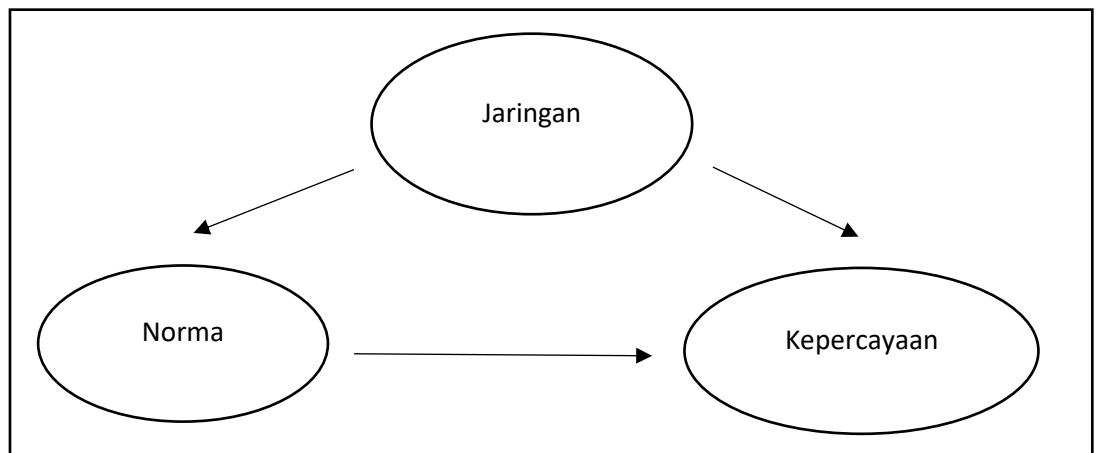
Kedua, semakin banyak orang yang mempercayai satu dengan yang lain, maka semakin meningkat rasa saling percaya.

Keseimbangan dari modal sosial bertumpu pada tingkat kerjasama, kepercayaan, timbal balik, dan keterlibatan kolektif. Karakteristik tersebut menentukan suatu keberhasilan modal sosial. Ketidakhadiran salah satu dari karakteristik tersebut dapat menyebabkan penurunan modal sosial. *Ketiga*, modal sosial diatur secara formal dan informal. Yang pertama, misalnya pada perkumpulan orang tua mahasiswa, hubungan kolega di tempat kerja dan contoh yang informal adalah perkumpulan rutin misalnya arisan. *Keempat*, pada modal sosial ikatan jaringan sosial yang kuat akan menciptakan frekuensi kontak sosial yang tinggi. Ikatan jaringan sosial yang kuat berlaku apabila teman dari satu orang juga berteman. Sementara itu, ikatan jaringan sosial yang lemah tetap ada dalam suatu jaringan dimana hubungan biasa antara orang satu dengan yang lain namun tidak memiliki teman bersama.

Kemudian, Putnam membedakan antara modal sosial yang menjembatani dan yang mengikat. Modal sosial yang menjembatani menyatukan orang-orang yang sangat berbeda dan modal sosial yang mengikat menghubungkan orang-orang yang serupa. Modal sosial yang menjembatani diarahkan ke luar suatu kelompok dan menjembatani orang-orang dari kelas sosial yang berbeda. Misalnya pada kelompok sipil dengan kelompok religius ekumenis. Sementara itu, modal sosial yang mengikat dapat membantu mobilisasi timbal balik dan solidaritas serta memperkuat kelompok yang homogeni, misalnya pada kelompok baca perempuan gereja.

Konsep modal sosial Putnam memiliki hubungan kausal antara satu elemen dengan elemen yang lain. Hubungan kausal menurut Putnam ditampilkan dalam gambar berikut.

Gambar 1.3
Konsep Modal Sosial Putnam



Gambar : Hubungan Kausal Elemen Konsep Modal Sosial Putnam

Ringkasnya, konsep Putnam menyatakan bahwa keberadaan modal sosial memungkinkan para pelaku bertindak lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama. Meskipun tidak secara eksplisit diuraikan, konsep Putnam menawarkan teorema yang dapat diuji dengan asumsi jaringan meningkatkan tingkat kepercayaan umum serta penerimaan norma timbal balik. Selanjutnya, norma timbal balik diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan umum.

Teori modal sosial yang dikemukakan oleh Putnam tersebut berkaitan dengan penelitian ini yaitu peneliti berargumen bahwa alam proses pemasaran empon-empon memiliki rantai jaringan yang kuat antara aktor satu dengan aktor yang lainnya. Modal sosial digunakan untuk melakukan akomodasi antara petani empon-empon dengan pedagang empon-empon, pedagang empon-empon lokal/kecil dengan pedagang empon-empon besar, maupun antar sesama pedagang tanaman empon-empon. Pedagang empon-empon memiliki lubang struktural dengan jaringan sosial luas yang dimilikinya. Dengan demikian, menggunakan teori modal sosial dari Putnam akan menjawab bagaimana jaringan pemasaran empon-empon di Pasar Desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo dalam analisis modal sosial Putnam.

1.5.2.2. Teori Jaringan

Para teorisasi jaringan berusaha keras dalam membedakan asumsi dari Ronald Burt yaitu asumsi sosiologis atomistik dan normatif. Pada asumsi atomistik diasumsikan bahwa tindakan-tindakan alternatif dievaluasi secara independen oleh para aktor terpisah sehingga evaluasi dibuat tanpa acuan dari aktor-aktor yang lain. Sedangkan asumsi normatif diasumsikan bahwa aktor-aktor terpisah di dalam suatu sistem yang mempunyai kepentingan-kepentingan interdependen karena norma-norma sosial yang dihasilkan oleh para aktor yang saling bersosialisasi antara aktor satu dengan yang lain (Burt R. , *Toward a Structural Theory of Action: Network Models of Social Structure, Perception, and Action*, 1982). Perhatian utama dari teori jaringan adalah hubungan-hubungan sosial atau pola objektif ikatan-ikatan yang bisa menghubungkan para anggota baik individu maupun kolektif yang ada dalam masyarakat (Burt R. , *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, 1992). Salah satu aspek yang menjadi ciri khas teori ini adalah teori jaringan ini memfokuskan diri pada deretan luas struktur mikro hingga makro. Artinya, teori jaringan ini para aktor adalah orang-orang tetapi mereka juga kelompok-kelompok atau juga masyarakat. Hubungan-hubungan yang terjadi dari level mikro juga dalam level struktur sosial makro. Asumsi teori jaringan dari Burt yaitu sebagai berikut:

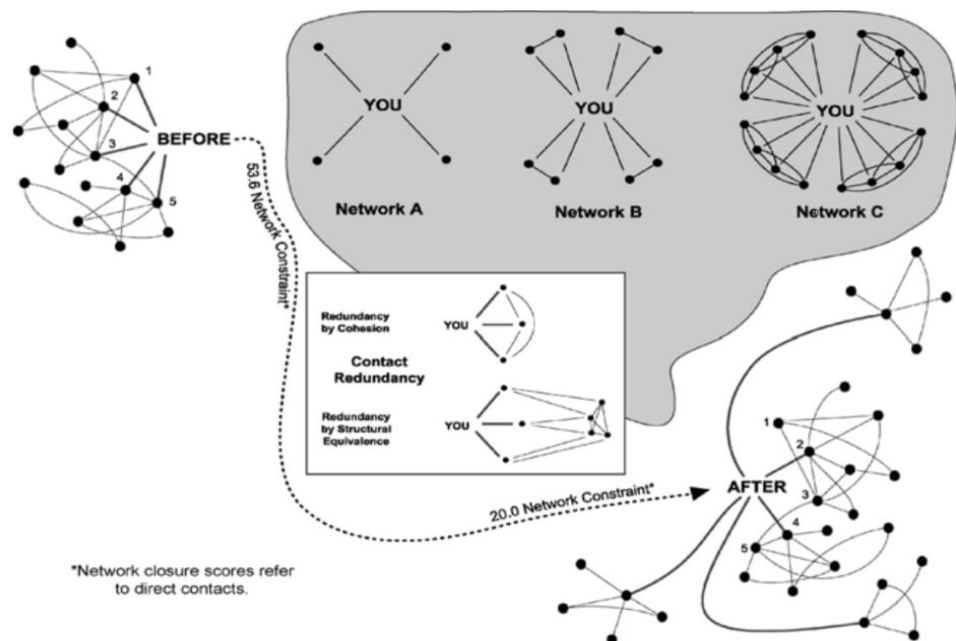
- a. Ikatan-ikatan di kalangan para aktor biasanya simetris baik di dalam isi maupun intensitas.
- b. Ikatan-ikatan antar individu harus dianalisis di dalam konteks struktur jaringan yang lebih besar.
- c. Penyusunan ikatan jaringan menghasilkan berbagai jenis jaringan acak.
- d. Eksistensi kelompok-kelompok menghasilkan fakta bahwa di peraturan lintas diantara kelompok dan juga diantara individu.

- e. Ada ikatan asimetrik di kalangan unsur-unsur di dalam suatu sistem dengan hasil bahwa sumber-sumber daya yang langka didistribusikan secara berbeda (Ritzer, 2012).

Stabilitas jaringan tidak ada hubungannya dengan jaringan sebelumnya sebagai faktor penyebab. Jaringan digunakan untuk mencari informasi antara satu aktor dengan aktor lainnya. Jaringan sosial memiliki pengaruh nyata dalam realitas hubungan kehidupan manusia. Sebab manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan dan melengkapi antara satu dengan yang lain.

Gambar 1.4

Jaringan Sosial



Sumber : (Burt R. , 2005)

Pada gambar 1.4 menunjukkan bahwa A dan B memiliki jaringan yang saling berhubungan kemudian B dan C juga memiliki jaringan yang kuat. Perbedaannya adalah jaringan B dan C lebih luas daripada jaringan A dan B. Jaringan B menghubungkan A dan jaringan C. Jaringan B berperan menjadi lubang struktural. Aktor-aktor terhubung melalui komunikasi dan interaksi

untuk mendapatkan informasi dari aktor satu ke aktor yang lain. Mereka terhubung karena sumber informasi.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi di dalam masyarakat. Pendekatan kualitatif memiliki tujuan untuk mengamati, menganalisis dan memahami realitas sosial, bukan hanya realitas sosial yang nampak saja, akan tetapi juga mengkaji fenomena yang samar-samar atau bahkan dibalik yang tidak tampak. Pada pendekatan ini individu dianggap menjadi suatu bagian dari kebutuhan tersendiri (holistic). Pada penelitian ini, jaringan jaringan pemasaran *empon-empon* di pasar tradisional pedesaan dalam analisis modal sosial studi di pasar Ngrayun, Ponorogo. Maka dari itu, diperlukan adanya prinsip-prinsip kualitatif untuk mengkaji lebih dalam mengenai hal tersebut. Data yang diperoleh berupa kalimat deskriptif. Dengan demikian, penelitian ini dianalisis secara kualitatif melalui kata-kata lisan maupun sikap atau tingkah laku serta suasana sekitarnya pada orang-orang yang diteliti. Pendekatan kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk mengungkap realita sosial pada jaringan jaringan pemasaran *empon-empon* di pasar tradisional pedesaan dalam analisis modal sosial studi di pasar Ngrayun, Ponorogo.

1.6.2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus (*case study*). Studi kasus diartikan sebagai metode atau strategi dalam penelitian untuk mengungkap suatu kasus tertentu. Penelitian studi kasus memusatkan perhatian pada satu objek tertentu untuk dikaji secara mendalam sehingga mampu membongkar realitas dibalik fenomena. Pada penelitian ini mengkaji tentang

jaringan jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan dalam analisis modal sosial studi di pasar Ngrayun, Ponorogo diperlukan untuk memahami realitas fenomena tersebut.

1.6.3.Setting Sosial

Setting sosial yang digunakan pada penelitian ini adalah meneliti tentang jaringan pemasaran empon-empon di pasar tradisional pedesaan dalam analisis modal sosial studi di pasar Ngrayun, Ponorogo. Setting sosial tersebut dipilih peneliti sebab Pasar Ngrayun merupakan salah satu pasar induk yang berada di Kecamatan Ngrayun yang digunakan masyarakat setempat untuk melakukan proses transaksi atau pemasaran empon-empon. Kecamatan Ngrayun, Ponorogo merupakan salah satu kecamatan di Jawa Timur yang menjadi daerah penghasil *empon-empon* terbesar kedua di Jawa Timur. Potensi ini membawa pada adanya kegiatan ekonomi jual beli empon-empon yang dilakukan oleh petani rempah dengan pedagang empon-empon, antar sesama pedagang empon-empon, dan antara pedagang rempah kecil dengan para pedagang atau tengkulak empon-empon besar. Sehingga, hal tersebut membentuk suatu jaringan sosial untuk dapat memasarkan empon-empon. Para pedagang empon-empon memang bersaing dalam merebut pelanggan (petani empon), akan tetapi mereka juga melakukan akomodasi dalam beberapa hal, misalnya dalam penetapan harga empon-empon dan kebijaksanaan dalam membeli rempah dari petani rempah. Jaringan sosial yang terbangun mulai dari jaringan sosial vertikal yaitu antara petani rempah dan pedagang rempah. Serta pedagang rempah dengan tengkulak besar atau dengan pabrik. Kemudian, jaringan sosial horizontal yaitu antar pedagang rempah.

1.6.4.Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling*, yaitu suatu metode untuk menentukan informan yang dilakukan secara tidak acak. Dalam penentuan informan, peneliti telah menentukan

ciri-ciri yang sesuai dengan kriteria penelitian terlebih dahulu sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun kriteria umum informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memiliki pekerjaan sebagai pedagang empon-empon selama lebih dari empat tahun.
2. Pedagang empon-empon di Kecamatan Ngrayun, Ponorogo.
3. Mengetahui dinamika jaringan sosial pedagang empon-empon.
4. Mengetahui proses perkembangan ekonomi empon-empon.
5. Mengetahui mekanisme cara menentukan harga rempah.
6. Petani empon-empon Ngrayun.

Tujuan dari penentuan informan ini adalah untuk memberikan suatu variasi data dan untuk melihat perbandingan dari hasil pengumpulan data. Dalam penentuan informan, peneliti mendatangi daerah pasar tempat jual-beli empon-empon di Kecamatan Ngrayun, Ponorogo. Kemudian informan pertama yang bernama Ibu RN (34) yang sedang melakukan negosiasi harga dengan petani empon-empon yang menjual hasil panen kunyitnya ke Ibu RN. Kemudian, peneliti mengamati proses jual beli antara Bu RN dengan petani empon-empon tersebut. Peneliti juga mengamati keadaan sekitar dan mengamati percakapan dari kedua orang tersebut. Selanjutnya, disaat peneliti melakukan wawancara, peneliti mendapatkan informasi serta mengerti situasi yang terjadi dalam pada petani empon-empon di pasar tersebut serta mengerti bagaimana konsep jaringan sosial yang dibentuk oleh pedagang empon-empon tersebut. Sehingga, dari informan tersebut peneliti langsung ikut dalam proses jual beli empon-empon khususnya kunyit dan jahe di Pasar Desa Ngrayun. Kemudian, dari informan tersebut, peneliti diarahkan kepada teman informan yang juga memiliki profesi yang sama yaitu pedagang empon-empon kecil ngrayun atau informan berikutnya yang menurut informan memenuhi informasi dan kriteria yang akan dicari oleh peneliti yakni dimana dalam hal ini adalah para pedagang empon-empon kecil yang ada di Kecamatan Ngrayun yang bernama Ibu MR (42) yang rumahnya tidak jauh dari informan Ibu RN, Ibu PR (60) yang membantu dalam proses inovasi empon-empon

dan Ibu SLS (55). Selanjutnya, informan peneliti diarahkan oleh informan-informan sebelumnya untuk melakukan observasi partisipan di lapangan secara langsung untuk bisa mengamati dan melakukan wawancara kepada para tengkulak empon-empon besar (distributor pabrik). Pada saat di lapangan, peneliti bertemu secara langsung di pasar-pasar Ngrayun yaitu kepada informan yang bernama Ibu MB (60) yang merupakan pedagang (tengkulak) besar yang membeli hasil dagang dari pedagang. Selanjutnya, peneliti melakukan kembali observasi partisipan untuk meninjau ulang hasil dari data yang sudah ditemukan dan peneliti juga menemukan informan yang dianggap mampu memberikan informasi kepada peneliti yaitu petani empon-empon yang selalu menjual hasil rempahnya kepada pedagang kecil, informan tersebut bernama LSO laki-laki dari Desa Baosan Lor, Ngrayun yang berprofesi sebagai petani *empon-empon*, Ibu SLS (55) yang bekerja sebagai petani rempah dan juga bekerja membantu Ibu RN dalam mengolah empon-empon basah menjadi empon-empon kering agar nilai jual empon-empon bertambah. Informan dalam hal ini adalah mereka yang berada dalam ikatan jaringan sosial pedagang empon-empon di Kecamatan Ngrayun, Ponorogo. Informan dalam penelitian ini memiliki usia bekerja yang bervariasi antara satu dengan lainnya yang dimana dalam penelitian ini terdapat 8 informan yang dimana terdiri dari dua pedagang empon-empon kecil, satu petani, satu pedagang besar, dua buruh harian, satu kuli pasar, dan satu sopir yang menurut peneliti sudah sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh informan dalam menjawab permasalahan yang akan ditanyakan.

1.6.4. Teknik Pengumpulan Data

1.6.4.1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dari hasil pengamatan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan melihat, mengamati, dan mencatat perilaku dan pembicaraan subjek dan setting sosial penelitian dengan menggunakan pedoman observasi. Dalam observasi terdapat dua komponen penting yaitu yang melakukan observasi atau pelaku observasi yang disebut observer, dan objek yang

diamati atau observe. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah observasi partisipatori dimana peneliti melibatkan diri di lapangan dan ikut dalam interaksi serta mengamati secara langsung. Tujuan dari observasi partisipatori ini agar peneliti mengetahui secara mendalam realitas pada fenomena yang diteliti oleh peneliti. Objek yang di observasi dalam penelitian ini diantaranya mencakup jaringan pemasaran empon-empon di Pasar Desa Ngrayun, Kabupaten Ponorogo.

1.6.4.2.Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan yang terwawancara secara tatap muka untuk mendapatkan informasi secara lisan dan mendapatkan data yang menjadi tujuan penelitian dengan. Wawancara sendiri terbagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu wawancara yang telah memiliki acuan pertanyaan yang akan dibahas yang berupa masalah-masalah yang akan dibahas. Sedangkan wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang tanpa menggunakan pedoman wawancara peneliti akan mengikuti proses sesuai situasi dan kondisi sehingga lebih fleksibel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara secara semi terstruktur, dimana peneliti telah memiliki pedoman wawancara namun untuk mendapatkan kedalaman data disesuaikan dengan keadaan responden.

1.6.4.2.Studi Pustaka

Studi pustaka dalah usaha menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau maslaah yang akan di teliti. Informasi tersebut berguna untuk menunjang kelengkapan data yang dibutuhkan. Informasi-informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari laporan penelitian, tesis, disertasi, peraturanperaturan/ketetapan, ensiklopedia, buku, serta sumber lainnya yang tertulis baik cetak atau elektronik.

1.6.5. Teknik Analisis data

1.6.5.1. Pengumpulan Data

Data dari hasil penelitian berupa hasil wawancara, dokumentasi dan catatan dari data lainnya. Hasil dari wawancara dan pengamatan dibuat dalam bentuk transkrip. Transkrip ini berbentuk uraian yang rinci dan lengkap mengenai apa yang dilihat dan didengar secara langsung maupun dari hasil rekaman. Penelitian ini melakukan pencatatan mengenai jaringan pemasaran empon-empon di Pasar Desa Ngrayun, Ponorogo dalam analisis modal sosial Putnam.

1.6.5.2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan atau penyederhanaan dari data yang telah dikumpulkan tersebut. Dari proses tersebut akan terdapat data yang diperlukan dan data yang tidak. Kemudian data yang dihasilkan tersebut dapat diolah dan disajikan dengan bahasa yang ilmiah dan bermakna.

1.6.5.3. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses dimana data yang diperoleh tersebut disusun dan kemudian adanya kemungkinan untuk menarik kesimpulan. Bentuk penyajian data ini dapat berupa teks naratif atau matrik, grafik, jaringan, dan bagan. Penyajian ini diperlukan untuk memudahkan pemahaman dan kemudian dapat dianalisis berdasarkan data ada.

1.6.5.4. Penyimpulan Data

Penarikan kesimpulan adalah hasil dari penelitian yang menjawab fokus penelitian dari hasil analisis data. Penarikan kesimpulan ini sebagai usaha mencari dan memahami makna. Penarikan kesimpulan juga dapat dilakukan selama

penelitian berlangsung, dengan memikirkan ulang selama penulisan, tinjauan ulang catatan lapangan, tinjauan kemabali dan tukar pikiran antar teman untuk mengembangkan kesepakatan subjektif, dan upaya untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.