

**MODAL SOSIAL PEMBUAT KELAMAI DI DESA TIBAWAN
KECAMATAN ROKAN IV KOTO**

Oleh: Ranti Yulias Fitri

ranti.yulias1512@student.unri.ac.id

Dosen Pembimbing: T.Romi Marnelly S.Sos M.Si

t.romi@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru
Pekanbaru 28293, Telp/ Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Dodol Kelamai merupakan salah satu makanan khas daerah di Desa Tibawan Rokan IV Koto yang terbuat dari beras ketan, parutan kelapa, gula aren dan bahan alami lainnya yang membuat rasa dodol kelamai banyak diminati masyarakat setempat bahkan masyarakat luar daerah, hal ini tentu membutuhkan keahlian dalam pembuatan dari segi cita rasa dan membutuhkan kemampuan dalam melakukan pemasaran, kerjasama dengan orang lain yakni Modal Sosial. Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana modal Sosial yang dibangun dalam pembuatan dodol dengan menggunakan pendekatan Kualitatif Deskriptif dengan teknik Purposive Sampling dalam pemilihan Informan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah dokumentasi, wawancara dan observasi. Dapat disimpulkan bahwa Unsur modal sosial yang terdapat dalam pembuatan dodol adalah Jaringan, norma dan kepercayaan, dimana setiap pelaku usaha selalu menjaga hubungan dengan sesama pelaku usaha dengan tidak merebut pasar satu sama lain. Begitu juga dengan pemilik bahan baku, jasa pengiriman transportasi keluar daerah selalu menggunakan jasa yang sama dan dibangun kerjasama sehingga jarang terjadi kesalahan. Serta hubungan kerjasama yang selalu terjalin dengan para pelanggan. Hal ini membuat pelaku usaha dodol kelamai tetap dapat memproduksi dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya.

Kata Kunci: Modal Sosial, Dodol Kelamai

**SOCIAL CAPITAL OF KELAMAI MAKER AT TIBAWAN VILLAGE
ROKAN IV KOTO**

By: Ranti Yulias Fitri

E-mail: ranti.yulias1512@student.unri.ac.id

Supervisor: T.Romi Marnelly S.Sos M.Si

E-mail: t.romi@lecturer.unri.ac.id

*Departement Of Sociology, faculty Of Social and Political Sciences
Universitas Riau*

Bina Widya Campus, Jl. HR. Soebrantas Km.12.5

Pekanbaru 28293, Telp/ Fax. 0761-63277

ABSTRAC

Dodol kalamai is one of the traditional food in Tibawan Village, Rokan IV Koto. Its made from glutinous rice, desiccated coconut, palm sugar, and authentic ingredients that most people love trying. It certainly needs the skill to make it, not just from the taste but also the marketing and cooperation, its social capital. The purpose of the research to know how social capital is constructed for making dodol with a kualitatif descriptive approach and use purposive sampling to design the informant. the other hand, the collection of data techniques used in research are observation, interview, and documentation. The conclusion is element of social capital to describe the making of dodol are network, norms, and trust, where the business always does for maintaining a relationship with another business to do not cheating. As well as the owner of raw food, delivery service, and the cooperation to make a little mistake. Good cooperation with customers. It makes the business of dodol kalamai always produce and maintain the existence.

Keywords : Social Capital, Dodol Kalamai

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di tengah ketatnya persaingan ekonomi dan tingginya angka persaingan, Indonesia mengalami terpaan badai krisis yang intensitasnya telah sampai pada keadaan yang nyaris menuju kebangkrutan ekonomi. Hal ini diperparah dengan kehadiran liberalisasi dalam perdagangan yakni persaingan Internasional yang semakin ketat dan mekanisme pasar bebas yang semakin terbuka, turut membawa dampak negatif bagi industri-industri non rumah tangga dan rumah tangga, khususnya yang bergerak dibidang sektor informal baik yang berskala makro maupun mikro seperti kain, pakaian dan lain-lain, menyebabkan mekanisme pasar yang semakin terbuka, berbagai cara dalam bersaing semakin dihalalkan untuk dilakukan dan akses-akses peminjaman modal perbankanpun semakin terbuka bagi sektor informal baru yang bermunculan.

Usaha kecil dapat membantu perekonomian Negara Indonesia dengan memanfaatkan usaha-usaha kecil yang berada pada setiap daerah. Tumbuh dan berkembangnya perekonomian di suatu negara tidak terlepas dari peran usaha swasta kecil, menengah maupun besar. Berkembangnya barang dan jasa dalam suatu Negara tidak terlepas dari peran pelaku usaha kecil dari berbagai daerah. Ekonomi sosialis adalah ciri ekonomi yang sudah ada dalam masyarakat Indonesia dan dinilai tepat untuk diterapkan dalam pengembangan ekonomi Indonesia di masa yang akan datang

Modal sosial menjadi masalah penting karena usaha ekonomi akan sukses

tidak hanya berbekal modal financial semata, namun juga perlu adanya dukungan sumberdaya manusia. Modal social merupakan bagaimana menaruh kepercayaan antara satu dan yang lain dalam sebuah usaha dan mulai membuat aturan dan kesepakatan bersama sebagai acuan dimana aspirasi masyarakat mulai terlihat dan didalamnya mulai terbangun jaringan. Fukuyama (1999) modal sosial yang kuat akan merangsang pertumbuhan berbagai sektor ekonomi karena adanya tingkat rasa percaya yang tinggi dan kerekatan hubungan dalam jaringan yang luas tumbuh antar sesama pelaku ekonomi.

Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut, dapat dilihat permasalahan yang akan muncul dan dapat dijelaskan dalam penulisan ini. Berikut ini adalah rumusan masalah, Bagaimana Modal Sosial Pembuat Dodol Kelamai Di Desa Tibawan Kecamatan Rokan IV Koto?

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan muncul dari hasil penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut yaitu:

1. Secara teoritis, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua elemen masyarakat untuk mengembangkan ilmu pengetahuannya dalam dunia perekonomian yang berkaitan tentang modal sosial masyarakat.
2. Secara praktis, diharapkan penelitian ini menjadi sumbangan pikiran bagi pemerintah untuk menjadi landasan untuk meningkatkan kualitas makanan

luas daerah agar bisa di promosikan

Tinjauan Pustaka

Modal Sosial

Modal social adalah Elemen penting yang terkandung dalam masyarakat, berbentuk seperangkat nilai dan norma yang diciptakan oleh masyarakat sendiri dan mengatur seluruh masyarakat serta terhubung dalam sebuah jaringan dan didasari kepercayaan. Fukuyama (1997) mendefinisikan modal sosial yang terdapat didalamnya nilai dan norma dan terdapat jalinan kerjasama antara masyarakat yang ada didalamnya.

Unsur-Unsur Modal Sosial

a. Jaringan Sosial

Jaringan social muncul dari kebiasaan masyarakat yang akhirnya membutuhkan satu sama lain dan terjalin kerjasama antar masyarakat dan membuat jaringan didalamnya. Dalam hal ini hubungan jaringan sosial antara penjual sekaligus sebagai pelaku industri menciptakan modal sosial biasanya teletak pada jaringan sosial . Pola jaringan tersebut dimulai dari penjualan-penjualan dodol di hari hari tertentu atau terkadang dari pasar mingguan .

b. Kepercayaan

Kepercayaan adalah hal yang muncul dari kerjasama yang terjalin dalam masyarakat apabila aturan dan norma dijalankan dengan baik maka dalam masyarakat akan timbul saling percaya. Dalam hal ini kepercayaan antara penjual dan pemilik warung menciptakan kepercayaan ketika melakukan penitipan barang atau dodol dengan sistem bagi hasil begitu juga dengan pembeli yang berada di

luar daerah adanya kepercayaan yang muncul terhadap si pembuat dodol membuat pengiriman dodol terjadi secara rutin dan berlangganan dan tentunya biaya yang dikeluarkan akan semakin kecil dan pendapatan bertambah.

c. Norma

norma adalah aturan yang terdapat dan dibuat tanpa tertulis dan sudah menjadi nilai keseharian bagi masyarakat sehingga apabila norma tersebut dilanggar akan terjadi saling tidak percaya dalam masyarakat namun apabila masyarakat dapat mematuhi norma akan terjalin kerjasama yang baik. Norma yang ada dalam ruang lingkup penjual yaitu dimana cara dan kebiasaan para penjual saling bersosialisasi dan berkomunikasi. Dan yang paling utama demi menjaga hubungan baik di perlukannya tata kelakuan yang baik dalam berjualan . Norma yang mengikat dalam berinteraksi antara Para pedagang menjaga kepercayaan dan kebiasaan mereka saat berdagang

Penjual Dodol Kelamai

Dodol kelamai merupakan salah satu industry rumah tangga masyarakat desa Tibawan Kecamatan Rokan IV Koto. Dodol Kelamai yang kita kenal terbuat dari tepung beras ketan, gula, dan santan sehingga dodol memiliki rasa manis, gurih dan legit. Dodol Kelamai pada umumnya di jual atau di jajakan di pasar – pasar tradisional dan kadang juga di jajakan di warung-warung atau kedai kedai masyarakat pada kesehariannya penjual dodol kelamai untuk distribusi prodaknya membangun jaringan sosial, pola tersebut terjadi dengan tidak sendirinya melainkan tahap demi tahap

yang dilakukan adapun hubungan sosial antara penjual reseller (konsumen), warung kecil, dan pasar mingguan.

Metode Penelitian

Subyek penelitian ini menggunakan Purvosipe Sampling. Yaitu pemilihan dengan sampling dengan beberapa kriteria tertentu. dengan tujuan untuk memperoleh satuan sampling yang memiliki karakteristik (merupakan penduduk asli desa Tibawan Rokan IV Koto, dan melakukan penjualan keluar daerah dan pembuat yang hanya memasarkan di dalam daerah).

Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono 2017:145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses bologi atau psikologis. Untuk mendapatkan suatu gambaran alamiah dengan melihat perilaku berdasarkan situasi yang ada dilapangan (A. Black 2009:285).

2. Dokumentasi

Dokumentasi yang penulis lakukan untuk pengumpulan data penelitian. Dalam penelitian ini mengambil dokumentasi berupa aktivitas produksi dan penjualan dodol kelamai tersebut.

Jenis Dan Sumber Data

a. Data Primer

Data yang didapat secara langsung dari hasil pengamatan lapangan dan wawancara langsung dengan Informan

b. Data Sekunder

Data yang didapat dari sumber ketiga seperti perpustakaan dan dokumen lain. Data skunder yang didapatkan

peneliti dari lembaga Desa (kelurahan) data terkait desa Tibawan Rokan IV Koto.

Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan melakukan pemilihan data saluran atau unit, yaitu unit-unit terkecil yang ditemukan dalam data yang berkaitan dengan fokus dan masalah penelitian (Tohiri 2019:148). Reduksi data digunakan untuk menyeleksi data-data relevan engan penelitian yang telah diperoleh di lapangan, baik dari wawancara, catatan lapangan maupun dari data sekunder (Salim 2006:21). Banyaknya data yang didapatkan akan sangat sulit dihimpun secara keseuruhan, dengan adanya reduksi data dapat meringkas dan memilih data-data pokok yang sesuai dengan penelitian. Reduksi data dalam penelitian ini akan mengumpulkan semua data yang berdasarkan aktifitas terkait dengan objek penelitian yaitu Pedagang Sepatu (pedagang kaki lima) yang kemudian akan diarahkan atau dikelompokkan menjadi bagian terkait dengan judul penelitian.

1. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai Pengumpulan triangulasi melibatkan antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk penyajian data dalam kualitatif dapat dilakukan dalam berbagai jenis yaitu matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Menarik kesimpulan mula-mulanya belum jelas sehingga harus meningkatkan menjadi terperinci, dengan mencari benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan

akan muncul bergantung pada besarnya metode pencarian ulang yang digunakan, dan keahlian peneliti.

Hasil dan Pembahasan

Jaringan Pembuat Kelamai

Pola Jaringan Hanif

informan pertama melakukan hubungan kerjasama kepada seluruh pihak yang membantu dalam pembuatan, penyediaan, pengiriman bahkan dengan konsumen. Sama-sama mendapatkan keuntungan dengan kerjasama dan penerapan modal social. Hanif selalu memesan pada satu pemilik bahan baku kecuali saat bahan yang dibutuhkan tersedia pada langganannya hanif akan mencari pada penjual yang lain. Begitu juga dengan jasa pengiriman yang digunakan selalu pada satu ekpedisi. Konsumen diberbagai daerah selalu terjadi jual beli setiap minggu/ dua kali dalam seminggu.

Pola Jaringan Bapak Firman Edi

Bapak Firman edi membangun jaringan kepada semua pihak yang dibutuhkan mulai proses produksi maupun dalam pengiriman selalu menggunakan satu jasa ekspedisi begitu juga dengan bahan baku, juga dengan konsumen selalu diberikan potongan harga kepada setiap pelanggan dan akan selalu ada transaksi jual beli setiap minggunya.

Pola Jaringan Ibu Karnila

Ibu Karnila menjalin kerjasama dan menerapkan modal sosial pada seluruh pihak yang membantunya untuk melakukan proses produksi dan juga jasa pengiriman yang digunakan selalu satu.

Pengambilan barang pada satu tempat pembelian agar harga dan kualitas terjamin dan penggunaan jasa yang sama setiap kali ingin mengirim barang membuat biaya yang dikeluarkan mengecil.

Pola Jaringan Ibu Maryuni

Hubungan Kerjasama yang terjalin dalam proses pembuatan dodol ibu Maryuni hanyalah dengan pemilik bahan baku yaitu setiap bahan yang digunakan selalu dibeli dan dipercayakan pada satu pedagang, hal ini dikarenakan ibu maryuni tidak mengirim hasil produksinya keluar daerah sehingga tidak membutuhkan jasa pengiriman dan untuk pengiriman dekat hanya dibantu oleh keluarga. Begitu juga dengan langganan tetapi ibu maryuni tidak menjalin hubungan hanya masyarakat umum yang berbelanja dan tidak selalu ada pemberian potongan harga seperti informan yang lainnya.

Norma Penjual dodol

Aturan dalam Penentuan Harga

norma yang terjalin secara tidak langsung diantara sesama pelaku usaha bahwa setiap harga yang diberikan ketika dititipkan ke warung selalu dikurangi dan akan disamakan dengan harga ketika pelaku usaha menjual sendiri dilingkungan tempat tinggalnya agar tidak terjadi perbedaan harga .dan konsumen tetap membeli pada warung yang dititipkan dan pelaku usaha juga tidak menitipkan jika pelaku usaha lain sudah menjadi pemasok disalah satu warung.

Kepercayaan di dalam Penjual Kelamai

Dapat dilihat bahwa kepercayaan muncul dari hal yang sudah menjadi kebiasaan dimana informan yang sudah menjalin kerjasama dan timbul kepercayaan. Namun jika sudah terjadi kesalahan maka kepercayaan tidak akan lagi ada. Kepercayaan sudah tumbuh diantara pembuat kelamai dengan pemasok bahan baku, jasa pengiriman dan sesama pelaku usaha lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Modal Sosial Penjual Dodol Kelamai di Desa Tibawan Rokan IV Koto maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Profil Penjual Dodol kelamai di Desa Tibawan Rokan IV Koto bervariasi dari umur, tingkat pendidikan begitu juga dengan pekerjaan. Ada penjual yang pmasih berusia 20 tahunan dan ada yang sudah memasuki usia diatas 60 tahun. Pekerjaan masing-masing Informan juga berbeda ada yang mempunyai pekerjaan utama sebagai petani, PNS dan ada yang hanya bekerja khusus mengelola usaha Dodol kelamainnya. Begitu juga dengan suku yang dimiliki berbeda-beda. Disini dapat penulis simpulkan bahwa usia maupun pekerjaan tidak menjadi penentu untuk mengelola usaha pembuatan Dodol Kelamai.
2. Pemasaran hasil produksi dilakukan berbeda-beda ada yang mengirim sampai keluar kota dan ada yang memproduksi hanya

untuk di pasarkan di daerah sendiri.

3. Hubungan kerjasama dan sosial yang dibangun antara penjual dan pembeli maupun penjual dengan penyedia jasa dan bahan baku membuat keuntungan dalam proses produksi, pengiriman maupun pemasaran seperti:

a. Jaringan

Harga bahan baku lebih murah di dapat dari penjual yang sudah terjalin kerjasama atau sudah berlangganan. Ongkos pengiriman hasil produksi keluar daerah jauh lebih sedikit dengan jasa yang sudah berlangganan dibanding ongkos pengiriman dengan jasa pengiriman baru. Pembeli yang selalu mengambil barang pada satu tempat akan mendapat harga lebih rendah dibanding membeli pada penjual yang berbeda-beda.

b. Kepercayaan

Timbul rasa saling percaya anantara pembuat dodol kelamai dengan pemilik bahan baku dimana seluruh bahan yang digunakan diambil pada satu pedagang tanpa ada rasa takut kualitas barang yang diberikan tidak bagus. Begitu juga dengan pemilik jasa pengiriman pembuat dodol selalu percaya mengirimkan hasil Produksinya pada jasa pengiriman yang sama.

c. Norma

sesama penjual tidak ada yang mengambil pasar penjual lain seperti pengiriman yang sama pada satu tempat/orang keluar kota maupun penitipan di warung.

6.2 SARAN

1. Penulis berharap pembuat kelamai di desa Tibawan Rokan IV Koto bisa diteruskan oleh generasi muda bukan hanya orang tua agar kelamai tetap eksis dikalangan masyarakat didalam maupun diluar daerah.
2. Kepada pembuat dodol, penulis berharap hubungan kerjasama, jaringan sosial yang dibangun dengan pelanggan, warung penitipan dodol, penyediaan bahan baku dan jasa pengiriman bisa lebih baik lagi agar kedua belah pihak tidak ada yang kecewa dan rugi agar hubungan kerjasama tetap berjalan
3. Kepada Pemerintah Daerah maupun Pusat agar dapat

memperhatikan dan mengembangkan usaha-usaha kecil seperti Dodol Kelamai agar lebih eksis baik di dalam maupun di luar daerah dan dapat membantu perekonomian masyarakat.

4. Meningkatkan lagi hubungan kerjasama dengan seluruh pihak yang menyediakan bahan dan jasa dalam melakukan pembuatan kelamai. dengan antar sesama pelaku usaha harus terikat dalam satu norma agar tidak terjadi permasalahan baik dalam pembuatan dodol maupun dalam penentuan pasar dan harapannya agar kelamai bisa tetap eksis dan membantu prekonomian

Daftar Pustaka

- Atri, Dumaris. 2017. *Modal Sosial Pedagang Sayur-sayuran Di Pasar Dewi Sartika Duri JOM FISIP VOLA*.
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Agusyanto. 2007. *Jaringan Sosial dalam Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Al Khanif, Dina Tsalist Wildana, Dyah Ochtorina S. 2018. Penguatan Industri Rumah Hak Ekonomi Masyarakat Di Desa Temurejo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi. *Warta Pengabdian*, Volume 12, Issue 1.
- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial: Intraksi, Identitas, Media Sosial*. Jakarta: Kencana
- Ancok, Djameludin. 2003. *Modal Sosial dan Kualitas Masyarakat. Vol 8. No 15*.
- Dwiningrum. *Modal social dalam pengembangan pendidikan Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Faisal, Sanapiah. 2011. *Format Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Faedulloh, Dodi. 2015. *Modal Sosial Gerakan Koperasi. Volume 2, Nomor 1*
- Farouk Muhammad dan Djali. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Restu Agung.
- Fukuyama Francis. 1995. *Trust: The Social Vertue and The Creation of Prosperaty*. New York Free Press.
- George Ritzer. 1992. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Press
- Hapiz, Taufan Muhammad. 2014. *Hubungan Tingkat Modal Sosial Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku UKM*. JMSOS VOL 3 NO 2
- Haridison, Anyualatha. 2013. *Modal Sosial dalam Pembangunan. Vol 4*

- Indah Yuliasih dan Fahmi Tri Wendrawan. 2013. Pengembangan Model Bisnis Produk Dodol Rumput Laut. E-Jurnal Agroindustri Indonesia
- Kimbal, Rahel Widiawati. 2015. *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. Jakarta:Deepublish
- Layla Khoirrini dan Lindawati Kartika 2014.. *Pengaruh Modal Insani dan Modal Sosial terhadap Kinerja (Studi Kasus Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Makanan dan Minuman Kota Bogor)* Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol V, No 3,
- Leni Sirait. Modal Sosial Pedagang Buah Di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru *JOM FISIP Vol. 7: Edisi I Januari – Juni 2020*.
- M. Toha Anggoro, dkk. 2008. *Metode Penelitian*. Univesitas terbuka. Jakarta.
- Nur Fitri Yati. Modal social pedagang lopek bugi di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *JOM FISIP, VOL.6*.
- Rusydan Fathy. Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 6 No.1 2019
- Setiawan Nanang, Leksono Sonny, Sungkawati Endang. 2020. Modal Sosial Pedagang Kaki Lima Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Untuk Berjualan Di Pasar Besar Malang. *JPPIM VOL 1*
- Sulis, Setiawati. 2019. Modal Sosial Penjual Jamu Keliling Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak. *JOM FISIP VOL. 6*.
- Supono, Boedyo. 2011. Peranan Modal Sosial dalam Implementasi Manajemen Bisnis. *Vol 11, No 1*