

SKRIPSI

**KETERLEKATAN SOSIAL DALAM PEMASARAN GULA AREN PADA  
UMKM KUPS GULA AREN WANAJAYA DI DESA SENDANG BARU,  
KECAMATAN SENDANG AGUNG, LAMPUNG TENGAH**



**FIRA KUNI AFIFA  
07021282025041**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

SKRIPSI

**KETERLEKATAN SOSIAL DALAM PEMASARAN GULA AREN PADA  
UMKM KUPS GULA AREN WANAJAYA DI DESA SENDANG BARU,  
KECAMATAN SENDANG AGUNG, LAMPUNG TENGAH**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya



**FIRA KUNI AFIFA  
07021282025041**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**“KETERLEKATAN SOSIAL DALAM PEMASARAN GULA ARE PADA UMKM KUPS  
GULA AREN WANAJAYA DI DESA SENDANG BARU, KECAMATAN SENDANG  
AGUNG, LAMPUNG TENGAH”**

**Oleh:**

**Fira Kuni Afifa**

**07021282025041**

Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Diana Dewi Sartika, M. Si NIP.198002112003122003	 .....	2-Juni-2024 .....

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sosiologi



Dr. Diana Dewi Sartika, M. Si

NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“Keterlekatan Sosial Dalam Pemasaran Gula Aren Pada UMKM Kups Gula Aren  
Wanajaya Di Desa Sendang Baru, Kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung  
Tengah”**

**Skripsi**

**Oleh:**

**FIRA KUNI AFIFA**

**07021282025041**

**Telah dipertahankan di depan penguji**

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

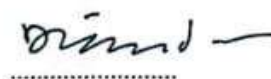
**Pada tanggal 11 Juli 2024**

**Pembimbing:**

**Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si**

**NIP. 198002112003122003**

**Tanda Tangan**



**Penguji :**

1. **Mery Yanti, S.Sos., MA**  
**NIP. 197705042000122001**

2. **Muhammad Izzudin, S.Si., M.Sc**  
**NIP. 198806222019031011**

**Tanda Tangan**



**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Sosiologi**



**Dr. Diana Dewi Sartika, M. Si**  
**NIP. 198002112003122003**





KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET TEKNOLOGI DAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIK

Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Indralaya Kabupaten Ogan  
Ilir 30662 Telpn (0711)580572 ; Faksimile (0711)580572

**PERNYATAAN ORISIONALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fira Kuni Afifa  
NIM : 0702128205041  
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul “Keterlekatan Sosial Dalam Pemasaran Gula Aren Pada UMKM Kups Gula Aren Wnajaya di Desa Sendang Baru, Kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung Tengah” ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan plagiat di perguruan tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya di atas merupakan jiplakan karya orang lain (plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Juli 2024

Pernyataan,



Fira Kuni Afifa

NIM. 0702128205041

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain).

Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri”

(Hindia-Baskara Putra)

“Terbentur, terbentur, terbentur, terbentuk.”

(Tan Malaka).

Dengan mengharapkan Ridho Allah SWT Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT pencipta semesta alam yang telah memberikan nikmat, berkah dan rizky-Nya dalam kehidupan ini.
2. Kedua orang tua tercinta yang tidak pernah lelah dalam memberikan doa dan dukungan.
3. Adik saya terkasih yang selalu memberikan dukungan
4. Seluruh keluarga besar saya
5. Dosen pembimbing skripsi saya, yakni Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
6. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan saya
7. Almamater kebanggaan Universitas Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis curahkan atas kehadiran Allah Swt dan Shalawat beserta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW sebagai utusann-Nya. Berkat Rahmat dan Karunia-Nya lah, yang telah melancarkan segala urusan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Judul skripsi ini yaitu “Keterlekatan Sosial Dalam Pemasaran Gula Aren Pada UMKM Kups Gula Aren Wanajaya Di Desa Sendang Baru, Kec. Sendang Agung, Lampung Tengah.” Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dai bimbingan, bangan serta saran dari berbagai pihak, maka dari itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Taufik Marwa, S.E., M.Si, selaku Rektor Unniversitas Sriwijaya
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universsitas Sriwijaya.
4. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwiijaya, sekaligus dosen pembimbing yang dengan sabar telah banyak membantu dan mengarahkan penulis sehingga skirpsi ini dapat terselesaikan. Menjadi salah satu anak bimbinganmu merupakan nikmat yang selalu saya syukuri. Terima kasih ibu, semoga jerih payahmu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan.
5. Ibu Gita Isyanawulan, S,Sos., MA selaku Sekertaris Jurusan Sosisologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Dyah Hapsari ENH, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu dan memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Bapak Ibu Dosen Sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.

8. Mba Yuni Yunita, S.Sos selaku Admin Jurusan Sosiologi Fisip Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu proses administrasi selama ini.
9. Staff dan Karyawan FISIP Universitas Sriwijaya yang selama ini turut membantu penulis .
10. Kepada kedua orang tua hebatku, Bapak Zunani Idris dan Ibu Winarti yang sangat amat penulis sayangi, dua manusia berhati malaikat yang selalu memberikan dukungan dan senantiasa memanjatkan doa sehingga anakmu bisa berada dititik ini. Terima kasih karena sudah menjadi tempat berbagi cerita dan selalu memberikan semangat. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi pak buk masih banyak mimpi yang ingin aku gapai bersama kalian.
11. Kepada Pakde Alm. Sutyono yang penulis sayangi, terima kasih atas kasih sayang, dukungan yang sudah diberikan baik secara moril dan material. Terima kasih karena sudah menganggap penulis sebagai anak perempuanmu.
12. Kepada Kakek dan Nenek dan keluarga besarku, terima kasih atas dukungan yang telah diberikan, penulis menyadari bahwa bahwa tidak akan mampu menyelesaikan ini jika tanpa dukungan dari kalian.
13. Rafi Adha Unnahr selaku adik terkasih, terima kasih telah menjadi alasan untuk bertahan sampai dititik ini, terima kasih telah menjadi adik yang baik, membantu selama proses penelitian, ceria dan selalu memberikan semangat.
14. Sinta Bela Fara Kirani sepupu perempuan terkasih sekaligus sahabat saya terima kasih sudah kebersamai sejak kecil, menjadi tempat berbagi cerita, menjadi teman bermain dan memberi semangat hingga saat ini.



15. Kepada sahabat seperjuangan Anti Amira Zahra dan Syafa Kamila Nur Annisa, terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama proses perkuliahan ini, terima kasih sudah menjadi tempat bercerita selama di perantuan, tempat berkeluh kesah, selamat dan semangat menjalani garis kehidupan masing-masing.
16. Untuk semua informan yang sudah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian.
17. Kepada teman-teman sosiologi angkatan 2020. Terkhusus kelas ganjil, terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan selama di Universitas Sriwijaya dan terima kasih banyak atas pengalaman yang sudah kalian berikan.
18. Kepada teman kelompok KKN Desa Masam Bulau (Caca, Robi, Lita, Arjun, Eno, Lissa, Aca, Sellaon, Yakan, Dina) terima kasih banyak atas pengalaman dan pembelajaran yang diberikan kepada penulis.
19. Seluruh pihak yang terlibat dan memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
20. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all these hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all time*

Indralaya, Juli 2024

Penulis

## ABSTRAK

### **KETERLEKATAN SOSIAL DALAM PEMASARAN GULA AREN PADA UMKM KUPS GULA AREN WANAJAYA DI DESA SENDANG BARU, KECAMATAN SENDANG AGUNG, KABUPATEN LAMPUNG TENGAH.**

Penelitian ini berfokus pada keterlekatan relasional dan keterlekatan struktural dalam pemasaran gula aren pada UMKM Kups Gula Aren Wanajaya. Keterlekatan sosial dalam pemasaran gula aren diwujudkan adanya keterikatan antara UMKM dan pelanggan, selain itu juga diwujudkan dengan adanya keterikatan antara pelaku UMKM, pengecer gula aren, pemasok gula aren. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keterlekatan sosial dalam pemasaran gula aren di UMKM Kups Gula Aren Wanajaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pemilihan informan secara *purposive* agar memperoleh informan mengenai topik yang diangkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keterlekatan relasional dalam UMKM Kups Gulaen Wanajaya, berupa hubungan emosional dan sosial yang terjalin pada ikatan kuat (sesama tim UMKM) dan ikatan lemah (UMKM dengan pelanggan). Kemudian hasil penelitian ini juga menunjukkan keterlekatan struktural dalam pemasaran produk di UMKM Kups Gula Aren Wanajaya terdapat keterikatan dengan pihak eksternal yaitu pemasok, pengecer, dan pelanggan.

**Kata Kunci:** Keterlekatan sosial, keterlekatan relasional, keterlekatan struktural, pemasaran, UMKM Kups Gula Aren Wanajaya.

Indralaya, September 2024

Mengetahui

Pembimbing



Dr. Diana Dewi Sartika., M.Si

NIP. 198002112003122003



Ketua Jurusan Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Diana Dewi Sartika., M.Si

NIP. 198002112003122003

## ABSTRACT

### SOCIAL ENGAGEMENT IN PALM SUGAR MARKETING TO WANAJAYA PALM SUGAR KUPS MSMEs IN SENDANG BARU VILLAGE, SENDANG AGUNG DISTRICT, CENTRAL LAMPUNG DISTRICT.

This research focuses on discussing relational embeddedness and structural embeddedness in the marketing of palm sugar at the MSMEs Kups Palm Sugar Wanajaya. Social embeddedness in marketing palm sugar is manifested by the attachment between MSMEs and customers, apart from that it is also manifested by the attachment between MSMEs actors, palm sugar retailers, palm sugar suppliers. The aim of this research is to find out how social embeddedness is in the marketing of palm sugar in the MSME Kups Palm Sugar Wanajaya. This research uses a qualitative method by selecting informants purposively in order to obtain informants regarding the topics raised. The results of this research show that relational embeddedness in Kups Gulaen Wanajaya MSMEs, takes the form of emotional and social relationships that exist in strong ties (among MSMEs teams) and weak ties (MSMEs and customers). Then the results of this research also show that structure embeddedness in product marketing at the MSMEs Kups Palm Sugar Wanajaya is connected to external parties, namely suppliers, retailers and customers.

**Keywords:** Social embeddedness, relational embeddedness, structural embeddedness, marketing, MSMEs Kups Palm Sugar Wanajaya.


Indralaya, September 2024

Mengetahui

Pembimbing


Ketua Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Diana Dewi Sartika., M.Si

NIP. 198002112003122003



  
Dr. Diana Dewi Sartika., M.Si

NIP. 198002112003122003

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Umum .....	7
1.3.2 Tujuan Khusus.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.2 Kerangka Pemikiran .....	13
2.2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	13
2.2.2 Teori Keterlekatan ( <i>embeddedness</i> ), Granovetter.....	14
a. Keterlekatan Relasional .....	18
b. Keterlekatan Struktural .....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Strategi Penelitian .....	26
3.4 Fokus Penelitian.....	27
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	27
3.6 Kriteria dan Penentuan Informan .....	28
3.7 Peran Peneliti.....	29
3.8 Unit Analisis Data .....	30
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data .....	31
3.11 Teknik Analisis Data.....	33
3.12 Jadwal Penelitian.....	35
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Kabupaten Lampung Tengah .....	36
4.1.2 Gambaran Umum Kabupaten Lampung Tengah .....	36
4.1.3 Posisi Strategis Kabupaten Lampung Tengah.....	37
4.2 Kecamatan Sendang Agung .....	39
4.3 Desa Sendang Baru .....	40
4.3.1 Kondisi Umum Desa Sendang Baru.....	41
4.3.2 Kondisi Ekonomi Desa Sendang Baru .....	42
4.4 UMKM Kups Gula Aren Wanajaya .....	43
4.5 Deskripsi Informan.....	48
4.5.1 Informan Utama .....	48
4.5.2 Informan Pendukung .....	51
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
5.1 Keterlekatan Relasional.....	54
5.1.1 Dukungan Emosional .....	54

5.1.2 Komunikasi Terbuka dan Jujur .....	58
5.1.3 Kepercayaan Yang Kuat.....	61
5.1.4 Komitmen Jangka Panjang.....	65
5.2 Keterlekatan Struktural .....	69
5.2.1 <i>Clossenes</i> .....	69
5.2.2 <i>Density</i> .....	72
5.2.3 <i>Centralitas</i> .....	77
5.2.4 <i>Homophily</i> .....	84
5.2.5 Ketergantungan .....	86
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
6.1 Kesimpulan .....	89
6.2 Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Lokasi dan Sertifikat UMKM .....	25
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Lampung Tengah .....	39
Gambar 4.2 Peta Kecamatan Sendang Agung .....	40
Gambar 4.3 Struktur Organisasi UMKM.....	44
Gambar 4.4 Sertifikat UMKM .....	45

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kecamatan Lampung Tengah .....	3
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian .....	35
Tabel 4.1 Luas Wilayah Perkecamatan Lampung Tengah.....	38
Tabel 4.2 Luas Wilayah Kecamatan Sendang Agung.....	41
Tabel 4.3 Jumlah Mata Pencaharian Desa Sendang Baru .....	42
Tabel 4.4 Data Informan Utama .....	51
Tabel 4.5 Daftar Informan Pendukung .....	53



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
Bagan 2.2.3 Kerangka Pemikiran .....	23
Bagan 4.1 Asal Sumber Daya Dan Alur Pemasaran .....	47

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan entitas ekonomi mandiri yang dijalankan oleh individu atau badan usaha. UMKM memainkan peran krusial dalam menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan output yang signifikan di banyak negara (Nichter & Goldmark, 2009). Di Indonesia sendiri, UMKM memiliki kontribusi penting dalam perekonomian, terutama dalam aspek produksi dan pemasaran produk. Data dari Bappenas menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki dampak besar terhadap perekonomian, termasuk dalam memperluas peluang kerja, menjadi penopang bagi warga dengan pendapatan rendah, dan berperan dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB adalah total nilai tambah dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit produksi di suatu negara dalam periode waktu tertentu.

UMKM memegang peranan krusial sebagai agen pertumbuhan ekonomi dengan memberikan lebih dari 50 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di negara-negara berkembang (Geidam, M, M, dkk., 2016). Sejalan dengan hal tersebut, pada tahun 2023, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (KKBP) mencatat bahwa UMKM merupakan pilar utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia, memberikan kontribusi sebesar 61 persen terhadap PDB, setara dengan RP. 9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM dalam menyerap tenaga kerja mencapai 97 persen dari total angkatan kerja, menurut data Kementerian Kooperasi dan UKM Indonesia sendiri memiliki 65,5 juta UMKM yang mencakup sekitar 99 persen dari keseluruhan unit usaha.

UMKM juga memiliki kontribusi yang sangat penting terhadap pertumbuhan ekonomi. Dianggap sebagai mesin pertumbuhan, UMKM memiliki dampak besar dalam menyediakan layanan ekonomi yang merata kepada masyarakat dan berperan dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan dan menjaga stabilitas

nasionaal (Gade, S., 2018). Selain itu, UMKM dianggap sebagai salah satu pilar utama dalam mendukung, melindungi, dan mengembangkan usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peran usaha dan badan usaha milik negara. Sebagai entitas bisnis yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, jumlah UMKM terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkopukm), pada tahun 2023 terdapat 64,2 juta UMKM di Indonesia. Fokus pada Provinsi Lampung, berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung tahun 2023, jumlah UMKM di Provinsi Lampung mencapai 273.457 unit, sedangkan di Kabupaten Lampung Tengah, jumlah UMKM mencapai 4.111.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Lampung Tengah**

<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah UMKM</b>
Anak Ratu Aji	330
Anak Tuha	24
Bandar Mataram	120
Bandar Surabaya	97
Bandar Rejo	47
Bekri	424
Bumi Nabung	33
Bumi Ratu Nuban	144
Gunung Sugih	27
Kalirejo	175
Padang Ratu	19
Pubian	122
Punggur	156
Putra Rumbia	11
Rumbia	76
Selagai Lingga	24
Sendang Agung	102
Seputi Agung	127
Seputih Banyak	316
Seputih Mataram	169
Seputih Raman	14
Seputih Surabaya	110
Terbanggi Besar	136
Terusan Nunyai	83
Trimorjo	32
Way Panguban	668
Way Seputih	135
Kota Gajah	282

*Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023*

Dapat dilihat dari data di atas, bahwa jumlah UMKM dari seluruh Kecamatan yang berada di Lampung Tengah mencapai 4.111, sedangkan untuk Kecamatan Sendang Agung sendiri jumlah UMKM mencapai 102 salah satunya yaitu berada di desa Sendang Baru. Sendang Barumerupakan salah satu diantara 9 desa yang terdapat di kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung Tengah. Kups Gula Aren Wanajaya adalah UMKM yang berada di Desa Sendang Baru, Kecamatan Sendang Agung, Lampung Tengah. UMKM

Kups Gula Aren Wanajaya memiliki 19 orang anggota. UMKM tersebut merupakan UMKM milik gabungan kelompok tani (Gapoktan) Wana Tekad Mandiri Desa Sendang Baru. Pada UMKM Kups Gula Aren Wanajaya memanfaatkan pohon Kolang-Kaling untuk diambil Niranya untuk diolah menjadi gula aren.

Berdasarkan observasi proses pembuatan Gula Aren adalah dengan pengambilan Nira atau Sari Bunga Aren atau Kolang-Kaling, kemudian Nira tersebut dipekatkan dengan cara dimasak sampai dengan kadar Gula sedikit sehingga teksturnya mengental, kemudian dimasukkan kedalam cetakan bambu atau yang lainnya, lalu didiamkan sampai mengeras. Pada UMKM Kups Gula Aren Wanajaya selain memproduksi Gula Aren juga memproduksi Gula Aren Semut. Cara mengolah Gula Aren semut tidak jauh berbeda dengan Gula Aren hanya saja pada saat pembuatan Gula Aren Semut melalui proses pemutan Gula atau proses pembuatan butiran-butiran halus Gula, kemudian dilakukan pengayakan untuk memastikan ukuran butiran Gula menjadi homogen, baru kemudian dilakukan pengemasan, lalu didistribusikan ke para pengecer yang ada di daerah lain seperti Bandar Lampung, Kota Bumi, Metro, Bangun Rejo, dan sekitarnya. Berdasarkan hal tersebut dalam pemasaran gula aren terdapat keterlekatan yang terjadi diantara para pelaku UMKM Kups Gula Aren Wanajaya, petani, pengecer dan konsumen. Keterlekatan tersebut didasarkan pada gagasan keterlibatan dan hubungan yang kuat antara para aktor sehingga memberikan manfaat, termasuk pertumbuhan bisnis, keberlanjutan, dan dukungan (Damsar, 2013). Keterlekatan yang terjalin tersebut akan membentuk ikatan-ikatan yang menjadi jembatan bagi terbentuknya jaringan sosial (Garcia, O, D, F, dkk., 2023). Mitra kerja yang optimal didalam suatu usaha akan membentuk jaringan yang saling menguntungkan satu sama lainnya (Rese, M., 2006). Menurut Granovetter (1973), keterlekatan sosial merupakan hubungan yang berlangsung pada realitas sosial antar pelaku ekonomi. Dalam hal ini Granovetter melihat keterlekatan sosial dalam dua bentuk yakni keterlekatan relasional dan keterlekatan struktural. Keterlekatan

relasional terkait dengan bentuk keterikatan yang muncul diantara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kegiatan ekonomi, seperti relasi hubungan pelanggan, disisi lain, keterlekatan struktural adalah bentuk keterlekatan sosial yang bersifat lebih umum, dapat mencangkup institusi atau struktur sosial (Granovetter, 18985). Keterlekatan sosial yang terjadi antar kedua aktor akan menciptakan perkembangan usaha bersama sehingga terapat rasa kepercayaan diantara keduanya.

Kepercayaan, norma dan jaringan sosial merupakan bagian dari keterlekatan sehingga menghasilkan ikatan-ikatan sosial yang menjadi faktor penting dalam menentukan perkembangan pemasaran dalam UMKM (Cook, P., 2007), artinya keterlekatan sosial menjadi faktor yang cukup krusial dalam strategi pemasaran. Keterlekatan sosial tercermin dalam jejaring sosial, yang menjadi elemen dominan dalam menentukan perilaku ekonomi.

Melalui keterlekatan sosial dalam pemasaran dapat membangun jaringan sosial yang akan membuka pintu untuk sumber pendanaan tambahan, pelaku UMKM dapat membangun jaringan kepada investor lokal, koperasi, pemerintah setempat, atau lembaga keuangan sehingga dapat membantu memperoleh modal atau pinjaman (Schweizer, T., 1997). Selain itudengan keterlekatan sosial dalam pemasaran dapat mengeksplorasi kemitraan bisnis dan kolaborasi yang bermanfaat seperti membangun kerja sama dengan pemasok lokal dan mitra bisnis, kemudian dengan keterlekatan sosial dalam pemasaran akan memudahkan UMKM mendapatkan dukungan lebih besar dari masyarakat, dimana masyarakat akan menjadi pelanggan setia dan ikut mempromosikan bisnis mereka kepada orang lain, sehingga akan meningkatkan citra merek dan reputasi mereka.

Fenomena keterlekatan sosial dalam pemasaran gula aren memberikan dampak signifikan bagi UMKM dalam mendalami pemahaman tentang interaksi dan hubungan sosial dalam konteks bisnis. Keterlekatan sosial dapat memberikan dampak besar pada keputusan pembelian konsumen, selain itu keterlekatan juga membantu dalam membangun hubungan yang lebih erat

antara merek dan pelanggan. Dengan adanya keterlekatan sosial dapat membantu UMKM dapat mengadaptasi strategi pemasaran mereka sesuai dengan nilai-nilai dan preferensi sosial yang dominan dipasar target. Ini memungkinkan suatu UMKM untuk lebih efektif mencapai dan berinteraksi dengan audiens mereka. UMKM yang memahami dan menerapkan keterlekatan sosial dalam strategi pemasaran mereka cenderung lebih berkelanjutan. Keterlekatan sosial dapat menciptakan hubungan yang lebih kokoh dengan pelanggan dan masyarakat serta instansi lainnya untuk jangka bisnis yang panjang. Fenomena keterlekatan sosial juga memberikan dampak bagi pertimbangan etika bisnis yakni dengan mengembangkan dan mengimplementasikan praktik bisnis yang etis, menciptakan hubungan yang lebih positif dengan pelanggan dan masyarakat, dan menghindari kontroversi etika.

Keterlekatan sosial didalam pemasaran gula aren di UMKM Kups Gula Aren Wanajaya menjadi sebuah fenomena tersendiri yang menarik untuk diteliti. Pemasaran gula aren yang melibatkan petani, pengecer dan pelanggan sehingga terjalin keterlekatan sosial didalamnya. Keterlekatan tersebut akan membentuk jaringan yang menghasilkan norma-norma, kepercayaan, dan ikatan-ikatan yang terstruktur. Hal tersebut akan memberikan dampak positif karena menghasilkan hubungan yang saling menguntungkan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas secara umum penelitian ini ingin mendeskripsikan mengenai keterlekatan sosial dalam pemasaran gula aren di UMKM Kups Gula Aren Wanajaya dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana keterlekatan relasional dalam pemasaran gula aren di UMKM Kups Gula ArenWanajaya?
2. Bagaimana keterlekatan struktural dalam pemasaran gula aren di UMKM Kups Gula ArenWanajay

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keterlekatan sosial pemasaran gula aren di UMKM Kups Gula Aren Wanajaya

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

1. Mengetahui keterlekatan relasional dalam pemasaran gula aren UMKKM Kups Gula ArenWanajaya
2. Mengetahui keterlekatan struktural dalam pemasaran gula aren UMKM Kups Gula ArenWanajaya

### **1.3 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan informasi memperoleh penelitian yang sejenis.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengembangan pemahaman teori-teori sosiologi terutama teori keterlekatan Granovetter. Penelitian ini merupakan peneliti yang menggunakan teori keterlekatan Granovetter dan sebagai kajian ilmiah bagi mahasiswa khususnya mahasiswa sosiologi terutama pada kajian yang berkaitan dengan keterlekatan relasional dan struktural dalam pemasaran UMKM.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat meluaskan pemahaman, pengalaman, serta jaringan hubungan, serta diharapkan agar mampu mengembangkan pola berpikir peneliti terkait dengan pentingnya keterlekatan sosial dalam pemasaran yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai sumber informasi, memberikan pemikiran baru, dan



meningkatkan wawasan serta pengetahuan terhadap arah kebijakan yang ditempuh oleh UMKM Kups Gula Aren Wanajaya, khususnya terkait analisis mengenai keterlekatan relasional dan struktural dalam pemasaran di UMKM Kups Gula Aren Wanajaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acheampong, O, C., (2020). Enchancing the Innovation Performance Of Small and Medium-SizeEnterprises Through Network Embeddedness. *Journal of Competitiveness*.
- Acs, Z, J, & Audretsch, D, B., (2010). Entrepreneurship And Open Innovation. In *Entrepreneurship And Innovation* (pp, 1-11). *Springe*
- Adamako, S & Tran, D, M., (2022). Local embeddedness, and corporate social performance: The mediating role of social innovation orientation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 329-338.
- Altinay, L & Wang, L, C., 2018. Social Embeddedness, Entrepreneurial Orientation and Firm Growth In Ethnic Minority Small Businesses In the UK. *International Small Business Journal*. 30(1) 3-23.
- Ampofo, T, E, dkk., (2017). The Job Embeddedness Turnover Intentions Relationship: Evidence From Thailand. *Australian New Zealand Academy of Management Conference Brisbane*.
- Beckert, J (1996). What is Sociology About Economic Sociology? Uncertainly and the Embeddedness Of Economic Action. *Theory and Society*.803-840.
- Boxua, Y & Xingguang, (2022). The Effect of Network Attachments on Innovation Performance: Evidence from Listed Companies in China. *Journal Of Innovation & Knowledge*. Hengshui University. China.
- Bryson, J, R & Salder, J., (2019), Placing Entrepreneurship and Firming Small Town Economies: Manufacturing Firm, Adaptive Embeddedness, Survival and Linked EnterprisesStructures. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10). 806-825
- Bungin, B. (2011). Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya (Edisi Kedu). KENCANA.

- Burt, R. S., (2004). Structural Holes and Good Ideas. *American Journal of Sociology*. 110(2), 349-399.
- Cherkos, T, dkk., (2018). Examining significant factors in Micro and small enterprise operations: a case study in the Amhara region, Ethiopia. *International Industrial Engineering Journal*.14(2). 227-239.
- Coetzer, A, dkk., (2021). Does Job Embeddedness Tunover intentions in SMEs. *Journal of Productivity and Performance Management*. Edith Cowan Univercity. Western Australia, 68(2). 340-361.
- Cohen, S, dkk., (1985). Measuring the Functional Components Of Social Support. *In Social Soppot: Theory, Reseach and Applocation*. (pp. 73-94). Dordrecht. Springer Netherlands.
- Cook, P., (2007). Social Capital, Embeddedness, And Market Interaction: An Analisis Or Firm Performnace In UK Region. *Review Of Social Economy*. 79-106.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendwuzekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (Keempat)*. Pustaka Pelajar.
- Csordas, T, dkk., (2020). Multifaceted Role Of Job Embeddedness Within Organizations: Development of Sustainable Approach to Reducing Turnover Intention. *Journals SAGE*.10(2).
- Damsar, (2002). *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta. PT. Raja Grafindo PersadaDamsar,
- (2013). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: *Kencana*
- Davidsson, P, & Honig, B., (2003). The Role of Social and Human Capital Among NascentEntrepreneuers. *Journal of Business Venturing*. 18(3). 301-331.
- Denzin K, S, & Yvonna, S, L., (2009). *Handbook of Qualitative Research*. *SAGE Publication Inc*. California.

- Dogbe, C, S, K, dkk., (2020). Effect Of Network Embeddedness On Innovation Performance Of Small and Medium Enterprises: The Moderating Role Of Innovation Openness. *Journal of Strategy and Management*. 13(2), 181-197.
- Felmlee, D & Faris, R., (2013). Interaction In Social Network. *In Handbook of Social Psychology*. Springe Netherlands. 439-464
- Gade, S., (2018). MSMEs Role In Economic Growth. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*. Vol. 118, No. 18. 1727-1741.
- Garcia, O, D, F dkk., (2023). Deconstructing Self-Organisation in Microentrepreneurship: A Social Embeddedness Perspective. *Journal of Business Research*. Vol. 162. 113.
- Geidam, M,M dkk., (2016). The Role OF Micro Small And Medium Enterprises In The Economic Development Of Nigeria. *Journal of Advance Management and Accounting Research*. Vol.3, No. 4.
- Granovetter, M. (1973). *The Strength of Weak Ties*. *The American Journal of Sociology*. Vol. 78, No.6. pp. 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. *American Journal of Sociology*. Vol. 91, Issue 3. 481-510.
- Granovetter, M. (1990). *The Old and the New Economic Sociology*. *Walter de Gruyter*. New York. 0-202-30371.
- Greenberg, Z, dkk., (2018). Embeddedness And Growth Of Small Businesses in Rural Region. *Journal Of Rural Studies*. 62. 174-182
- Haiyang, S, dkk., (2023). Structural Embeddedness, Entrepreneurial Behavior, and Firm Performance in an Industrial Network of Small Tourism Companies: The Moderating Role of Relational Embeddedness and Leadership Self-Efficacy. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 431-442. Universitas Jinan. Cina.

- Hatten, T, S., (2011). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond* (5th Edition). Mason: *Cengage Learning Southwest*.
- Kaufman, D. (2012). Mark Granovetter's Power of "Weak Ties" in Cyberspace Environments. *Galaxia (Sao Paulo Online)*. No. 23, hal, 207-218.
- Khan, A, G, H, dkk., (2022). Network Embeddedness and Innovation Performance of Small and Medium Enterprises: Mediating Role of Absorptive Capacity. *Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*. Pakistan. 1692). 317-336.
- KKBP., (2023). Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi. *Siaran Pers*. Jakarta.
- Korsgaard, S, dkk., (2022). Entrepreneurship and Embeddedness: Process, Context and Theoretical Foundation. *Entrepreneurship & Regional Development*. 34. 3-4. 210-221.
- Laville, J, L., (2008). Embedding and the New Economic Sociology: Granovetter to Polayi and Mauss. *Journal Open Edition*. 1710-7377
- Melis, M. (2018). Keterlekatan Ekonomi Terhadap Kehidupan Sosial. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 5.1:65-76
- Miles dkk., (2014). *Qualitative Data Analysis*. Edition 3. *SAGE Publications Ltd*. Arizona State University.
- Misra, S, & Beatty, S, E., (1990). Celebrity Spokesperson and Brand Congruence: An Assessment of Recall and Affect. *Journal of Business Research*, 21(2), 159-173.
- Nichter, S & Goldmark, L., (2009). Small Firm Growth in Developing Countries. *World Development*. 37(9). 1453-1464
- Putnam, Robert D. (1995). *Bowling Sendiri: Modal Sosial Amerika yang menurun*. *Jurnal Demokrasi*. 6(1):65-78.

- Putnam, Robert D. (2000). Bowling Sendiri : Runtuhnya dan Kebangkitan Komunitas Amerika Serikat. *Jurnal Demokrasi*. Hal.284.
- Rese, M., (2009). Successful and Sustainable Business Partnership: How To Select the Right Partners. *Journal Industrial Marketing Management*. Vol. 35, Issue, 1. 72-82
- Salker, S, & Rashid, M, A., (2016). Impact of Marketing Strategy on Business Performance: Evidence Form Financial Statment Anlysis. *International Journal of Business and Management*, 11(12), 121-135
- Schweizer, T., (1997). Embeddness of Etnographic Cases: A Social Network Perspective. *CurrentAnthropology*. 38: 739-760
- Suryono P, N, A, 2014. Perilaku Ibu Rumah Tangga Pemakai Kredit Barang Keliling di DukuhPunduh Tegal. *PhD Thesis*. UNS
- Tian, H, dkk., (2021). Network Embeddedness And Innovation Performance : a Mediation Moderation Analysis Using PLS-SEM. *Journal Business Process Management*. 27(5), 1590-1609
- Vanninen, H, dkk., (2022). The Multiple Dimensions of Embeddedness of Small Multinational Enetrprises. *Management International Review*. 62, 785-816.