

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Eksistensi dan peran UMKM yang pada tahun 2011 mencapai 55,21 juta unit usaha, dan merupakan 99,99 persen dari pelaku usaha nasional, dalam tata perekonomian nasional sudah tidak diragukan lagi, dengan melihat kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, devisa nasional, dan investasi nasional.<sup>1</sup>

Menindaklanjuti visi ASEAN 2020, para pemimpin ASEAN telah mendeklarasikan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sebagai rujukan akhir integrasi ekonomi regional ASEAN. Sebagai bentuk komitmen tersebut, negara ASEAN setuju mengimplementasikan MEA pada tahun 2015 dan menjadikan ASEAN sebagai pasar tunggal serta basis produksi. Disamping itu juga menciptakan ASEAN sebagai kawasan ekonomi yang kompetitif, berdaya

---

<sup>1</sup>Biro Perencanaan, “*Statistik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Tahun 2010-2011*”, Website : [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), di akses tanggal 1 januari 2015.

saing tinggi dan terintegrasi penuh dalam ekonomi global.<sup>2</sup>Oleh karena itu, peran UMKM harus terus ditingkatkan agar dapat maju dan berkembang.<sup>3</sup>

Tingkat daya saing yang belum memuaskan dan iklim investasi yang belum sepenuhnya mendukung kalangan dunia usaha, harus menjadi prioritas masalah yang harus diselesaikan. Juga kesiapan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) termasuk Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang merupakan bagian dari sektor UMKM bidang industri, perlu menjadi perhatian serius pemerintah menghadapi persaingan yang ketat dengan pelaku UMKM dan IKM di negara-negara ASEAN lainnya.

Berdasarkan pengamatan melalui praktik kehidupan dalam keseharian ternyata masyarakat telah banyak melakukan upaya penanganan masalah ini. Berbagai pola penanganan mereka peroleh melalui proses belajar sosial yang berlangsung dalam dinamika interaksi dan relasi sosialnya. Pada umumnya masyarakat mampu melakukan hal-hal seperti itu karena dalam masyarakat sendiri tersimpan modal sosial, yang seperti halnya dengan modal fisik dan finansial dapat digunakan sebagai energi penggerak tindakan bersama termasuk dalam menangani masalah sosial.<sup>4</sup>

Modal sosial adalah norma dan aturan yang mengikat warga masyarakat yang berada di dalamnya, dan mengatur pola perilaku warga, juga

---

<sup>2</sup>Winantyo, Rahmat Dwi Saputra, dkk, *Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015 Memperkuat Sinergi ASEAN diTengah Kompetisi Global* (Jakarta:PT Alex Media Kompetindo Kelompok Kompas Gramedia, 2008), 37.

<sup>3</sup>Alila Pramiyanti, *Studi Kelayakan Bisnis untuk UKM*, (Yogyakarta: MedPress (Anggota IKAPI, 2008), 15.

<sup>4</sup>Soetomo, *Masalah Sosial Dan Upaya Pemecahannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 267.

unsur kepercayaan (*trust*) dan jaringan (*networking*) antarawarga masyarakat ataupun kelompok masyarakat.<sup>5</sup>

Pada pengertian yang mendasar menurut kalangan ekonom, modal sosial berperan dalam mekanisme alokasi sumberdaya. Pada ilmu ekonomi, modal sosial pada tingkat mikro berguna untuk memfungsikan pasar dan pada level makro untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Modal sosial terlihat dari bagaimana lembaga, *legal frameworks*, dan peran pemerintah dalam organisasi produksi mempengaruhi kinerja ekonomi makro. Pada konteks ini, modal sosial menjadi dasar bagi orang yang bekerja sama untuk suatu tujuan bersama dalam kelompok atau organisasi.<sup>6</sup>

Modal Sosial berupa Jaringan usaha lazimnya berangkat dari hubungan yang dibina oleh seorang pebisnis dengan pebisnis lain atau dengan pihak lain yang mendukung (distribusi/agen/pengecer, konsumen, pemerintah, lembaga litbang, dan lainnya) sebagai suatu hasil keputusan bersama untuk meningkatkan daya saing dan sekaligus daya serap pasar terhadap produk/jasa yang dihasilkan.<sup>7</sup>Makin besar sasaran yang ingin dicapai, maka semakin besar sistem jaringan untuk mencapai sasaran.<sup>8</sup>Sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produknya dengan cara membangun suatu saluran distribusi.<sup>9</sup>

---

<sup>5</sup>Isbandi,Rukminto, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 308

<sup>6</sup>Syahyuti, "Peranan Modal Sosial (*Social Capital*) Dalam Perdagangan Hasil Pertanian" Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi (online), jilid 26, no.1,2008, <http://pse.litbang.pertanian.go.id>, diakses 2 Desember 2014, 34.

<sup>7</sup>Muhammad Ismail Yushmano, dkk, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2006), 97.

<sup>8</sup>Yusuf Suhardi, *Kewirausahaan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 59.

<sup>9</sup>Husein Umar, *Business An Introduction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 134.

Saluran distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk atau jasa tersedia bagi penggunaan atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Pendek atau panjangnya jalur yang digunakan perlu dipertimbangkan secara matang. Strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran mengakibatkan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya kesempatan oleh pesaing.<sup>10</sup>

Hubungan antara modal sosial jaringan dengan saluran distribusi produk usaha kecil emping melinjo bahwa jika usaha yang dijalani pengrajin dengan selalu mengedepankan kerjasama dengan baik terhadap pemasok, pelanggan, maupun pedagang perantara dan semua pihak yang terkait serta ketika pengrajin dengan sengaja memberikan informasi tentang emping melinjo kepada pihak yang dituju (konsumen) maka akan terjadi saluran distribusi kepada konsumen. Namun, ketika pengrajin dengan tidak sengaja memberikan informasi kepada teman, keluarga, dan orang yang bertemu dalam suatu event tertentu tentang emping melinjo maka ada kemungkinan seseorang yang mendapatkan informasi tersebut akan tertarik untuk membeli emping melinjo namun ada kemungkinan tidak tertarik dengan emping melinjo tersebut. Jadi, dengan adanya jaringan dalam bentuk pertukaran tersebut maka membuat peluang distribusi produk meningkat. Jika distribusi produk

---

<sup>10</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 195

meningkat maka penjualan produk meningkat. Jika penjualan produk meningkat maka keuntungan meningkat dan pendapatan pengrajin emping melinjo juga meningkat.

Industri rumah tangga emping melinjo di desa Mejono sudah ada sejak tahun 1965 dan merupakan komoditas utama di desa Mejono hingga sekarang. Industri Rumah Tangga di desa Mejono di tekuni oleh 224 unit pengrajin dan setiap unit terdiri dari 1 sampai 3 orang. Kerajinan emping melinjo di tekuni oleh anak-anak sampai orang dewasa. Bahan baku berupa klatak yang kemudian diproduksi menjadi emping melinjo berasal dari desa Mejono dan juga dari luar provinsi yaitu Jawa Barat dan Jawa Tengah.

Industri rumah tangga emping melinjo yang ada di desa Mejono dilaksanakan dengan saling ketergantungan antara pemasok (menyediakan bahan baku), pengusaha (pengepul), dan pengrajin (memproduksi emping melinjo). Kerjasama antara beberapa pihak tersebut sudah menjadi suatu kebiasaan dan terjadi tanpa ikatan sehingga meskipun industri tersebut dijalankan secara individu namun tetap saling memenuhi kebutuhan satu dengan yang lain. Kerajinan emping melinjo merupakan suatu industri yang sudah turun temurun dan bertahan sampai sekarang. Emping Melinjo dari Desa Mejono merupakan salah satu produk unggulan kabupaten Kediri yang mendapat perhatian dari pemerintah khususnya dalam rangka menghadapi MEA yang akan dilaksanakan pada akhir 2015.

Berdasarkan data yang diperoleh. Dalam rangka mempersiapkan dan mengantisipasi dampak negatif perdagangan bebas perekonomian di kawasan

ASEAN (MEA) maka Pemerintah Kabupaten Kediri saat ini menggalakkan berbagai pertemuan dengan para pelaku usaha dan aparat yang memiliki tugas dan kewenangan sesuai bidangnya. Selanjutnya untuk meningkatkan pangsa pasar saat ini dapat dilakukan melalui jejaring sosial atau system informasi pasar dengan pemanfaatan teknologi. Teknologi sederhana seperti Handphone (HP) dapat digunakan untuk meningkatkan pangsa pasar yaitu melalui SMS atau SMS Center serta Sistem Informasi Pedesaan. Selain itu Bupati Kediri juga menginstruksikan kepada Camat, Kepala Desa dan Ibu-Ibu Tim Penggerak PKK agar membantu mereka ikut serta dalam setiap event pameran dan mengisi stand di Taman Kilisuci Pare yang diperuntukkan dan dijajah Tiap Kecamatan memperoleh 2 Stand penjualan. Pesan Haryanti Sutrisno (Bupati Kediri).<sup>11</sup>

Alasan peneliti melakukan penelitian di Desa Mejono, Kec.Plemahan, Kab.Kediri adalah karena beberapa hal yang menjadi perhatian terkait industri emping melinjo yang ada di daerah tersebut. *Pertama*, Usaha Kecil emping melinjo di Desa Mejono merupakan yang pertama kali ada di Kecamatan Plemahan. Jadi Industri Rumah Tangga emping melinjo di desa Mejono adalah yang paling lama dan bertahan hingga sekarang. *Kedua*, hubungan antara pemasok (menyediakan bahan baku), pengusaha (pengepul), dan pengrajin (memproduksi emping melinjo) memiliki ketergantungan yang sangat kuat untuk mencapai tujuan usaha. *Ketiga*, hubungan antara pengusaha emping melinjo yang ada di desa Mejono kurang harmonis karena para pengusaha

---

<sup>11</sup> “Forum Komunikasi Kecamatan Plemahan Perkuat Jejaring Pasar”, *kedirikab.go.id*, 07 Januari 2015, diakses tanggal 20 April 2015.

menolak melaksanakan usaha dalam bentuk perkumpulan. Salah satu bukti jika para pengusaha tidak bersedia melaksanakan bisnis dalam suatu perkumpulan atau organisasi adalah sikap para pengusaha yang menolak sebagai peserta anggota koperasi, dengan alasan malas melakukan pencatatan kegiatan usaha dan sebuah anggapan jika bekerja secara individu maka bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. *Keempat*, terjadi penimbunan bahan baku pada bulan-bulan tertentu dan juga persaingan harga jual emping melinjo oleh beberapa pihak. Hal ini mengakibatkan persatuan yang diharapkan mampu mengatasi persoalan-persoalan yang terjadi ternyata tidak berfungsi. Kepercayaan dan kebersamaan serta kerjasama untuk tujuan bersama menjadi luntur dan tidak kuat kembali. Karena sikap para pengusaha tersebut mengakibatkan kegiatan usaha lebih bersifat musiman dan pangsa pasar yang dijangkau masih relatif sempit yaitu hanya wilayah Jawa Timur padahal sumber daya manusia dan sumber daya alam sangat mendukung perluasan usaha dan memungkinkan keuntungan yang di capai akan lebih besar.

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik melaksanakan penelitian dan mengambil judul “**Pengaruh Modal Sosial Jaringan Terhadap Kekuatan Saluran Distribusi Produk Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Pengrajin Muslim Emping Melinjo Di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri)**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, muncul permasalahan penelitian, yakni:

1. Bagaimana modal sosial jaringan Pengrajin Muslim Emping Melinjo Di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana kekuatan saluran distribusi produk usaha kecil Di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri ?
3. Bagaimana pengaruh modal sosial jaringan terhadap kekuatan saluran distribusi produk usaha kecil Di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk bertujuan :

1. Untuk mengetahui modal sosial jaringan pengrajin muslim emping melinjo di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui kekuatan saluran distribusi produk usaha kecil pengrajin muslim di Ds.Mejono, Kec.Plemahan Kab.Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh modal sosial jaringan terhadap kekuatan saluran distribusi produk usaha kecil Di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis



Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu Bisnis khususnya tentang jaringan dalam saluran distribusi produk.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah atau para perangkat desa untuk memberikan perannya dalam upaya untuk keberlangsungan usaha.

## E. Hipotesis Penelitian

Semula istilah hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang mempunyai dua kata “hupo” (sementara) dan “thesis” (pernyataan atau teori). Karena hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya.<sup>12</sup>

Adapun hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha = Di duga ada Pengaruh Modal Sosial Jaringan Terhadap Kekuatan Saluran Distribusi Produk Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Pengrajin Muslim Emping Melinjo Di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri).

Ho = Di duga tidak ada Pengaruh Modal Sosial Jaringan Terhadap Kekuatan saluran Distribusi Produk Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Pengrajin Muslim Emping Melinjo Di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri).

---

<sup>12</sup>Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 38.

## F. Telaah Pustaka

Masalah terkait dengan penelitian ini Penulis temukan pada karya tulis yaitu:

1. Apriyanto Dwi Anggoro, Mahasiswa Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Pada tahun 2009 penelitian berjudul Studi Eksplanatif Kuantitatif Tentang Pengaruh Modal Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, dan Bantuan Sosial terhadap Ketahanan Usaha Produsen Makanan Olahan berbasis pertanian di Sentra Industri Makanan Ringan Desa Gondangan, Kecamatan Jogonalan, Kabupaten Klaten. Tujuan dari penelitian ini bermaksud untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara modal sosial, pemberdayaan masyarakat, dan bantuan sosial terhadap ketahanan usaha produsen di Sentra Usaha Kecil Gondangan. Berdasarkan hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner di Desa Gondangan mengenai modal sosial produsen makanan olahan, ternyata menunjukkan bahwa modal sosial produsen di Desa Gondangan terbilang tinggi. Oleh karena itu, produsen di Desa Gondangan memiliki kekuatan dari dalam yang cukup tinggi yang mampu menopang atau menyokong dalam tujuannya untuk mempertahankan dan meningkatkan usaha.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Apriyanto Dwi Anggoro, "Pengaruh Modal Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, dan Bantuan Sosial terhadap Ketahanan Usaha Produsen Makanan Olahan berbasis pertanian di Sentra Industri Makanan Ringan Desa Gondangan, Kecamatan Jogonalan, Kabupaten Klaten", Skripsi S1, (Surakarta : Universitas Sebelas Maret, 2009).

2. Dwi Rajibianto, Mahasiswa Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2010 penelitian dengan judul Pengaruh Modal Sosial Untuk Penguatan Industri Kecil Genteng Soka di desa Kebulusan Kecamatan Pejagon Kabupaten Kebumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui apa pengaruh modal sosial terhadap keberlangsungan usaha genteng di desa Kebulusan dan untuk mengetahui nilai keberagaman apa yang menjadi bagian dari modal sosial. Kesimpulan dari penelitian tersebut modal sosial diterapkan oleh para pengrajin soka di Desa Kebulusan Kecamatan Pejagon Kebumen sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha mereka, dengan menjaga kepercayaan kepada mitra bisnis dan konsumen, mereka akan semakin dipercaya sehingga suatu saat mitra bisnis dan konsumen akan datang lagi untuk membeli barang. Dengan memperluas dan memperkuat jaringan maka akan semakin mudah untuk kenal banyak orang, dengan saling menolong maka akan semakin mudah untuk menghadapi persoalan yang berkaitan dengan usaha genteng soka.<sup>14</sup>
3. Erwin Thobias Drs. A.K. Tunga, Msi. Dra. J.J. Rogahang, Msi. Dengan judul penelitian Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud). Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar modal sosial

---

<sup>14</sup> Dwi Rajibianto, "Pengaruh Modal Sosial Untuk Penguatan Industri Kecil Genteng Soka di desa Kebulusan Kecamatan Pejagon Kabupaten Kebumen", Skripsi S1, (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2007).

mempengaruhi perilaku kewirausahaan pada pelaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Kabaruan Kepulauan Talaud. Kesimpulan penelitian (1) Modal berperan bagi pengusaha mikro kecil menengah yang ada di kecamatan kabaruan kabupaten kepulauan talaud dalam membentuk perilaku kewirausahaan mereka; (2) peranan modal sosial dalam pembangunan ekonomi tidak kalah pentingnya dengan infrastruktur ekonomi lainnya. Telah dibuktikan bahwa pertumbuhan ekonomi itu sangat berkorelasi dengan modal sosial; (3) Modal sosial yang dimiliki masyarakat seperti kepercayaan, gotong royong, jaringan dan sikap, memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan perilaku kewirausahaan, seperti meningkatnya kepercayaan masyarakat yang dimanifestasikan dalam perilaku jujur, teratur dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Dalam kegiatan kewirausahaan modal sosial juga dapat berfungsi sebagai pengungkit berhasilnya kegiatan usaha, karena dalam modal sosial terdapat nilai-nilai kerjasama; (4) dimensi inti telaah dari modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat (bangsa) untuk bekerjasama membangun suatu jaringan guna mencapai tujuan bersama, dimana kerjasama ini diwarnai oleh suatu pola inter-relasi yang timbal balik dan saling menguntungkan serta dibangun diatas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif dan kuat. Adapun kekuatan kerjasama ini akan maksimal jika didukung oleh semangat proaktif membuat jalinan hubungan diatas prinsip-prinsip

sikap yang partisipatif, sikap yang saling memperhatikan, dan diperkuat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang mendukungnya.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian diatas atas adalah sama-sama meneliti pada usaha kecil. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini adalah obyek dan variabel penelitiannya yaitu variabel X : Modal sosial jaringan dan variabel Y : Saluran distribusi.

4. Mega Fitria Wulandari dengan judul penelitian Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Emping Melinjo Ditinjau Dari Syariah Marketing (Studi Kasus Pengusaha Muslim Di Dusun Sumbermulyo Rt.01 Rw.01 Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri). Kediri: STAIN. 2013. Tujuan penelitian ini (1) untuk mengetahui strategi pemasaran industri rumah tangga emping melinjo Di Dusun Sumbermulyo Rt.01 Rw.01 Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri, (2) untuk mengetahui strategi pemasaran industri rumah tangga emping melinjo ditinjau dari *syariah marketing* Di Dusun Sumbermulyo Rt.01 Rw.01 Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri. Kesimpulan dari penelitian ini (1) startegi pemasaran pengusaha emping melinjo mengutamakan kualitas dari produk emping melinjo, pengusaha emping melinjo menetapkan harga sesuai dengan harga pasar yang telah ditentukan, distribusi produk dengan mnjualnya langsung dan menjualnya secara tidak langsung dan distribusi dilakukan sesuai akad. (2) startegi pemasaran pengusaha

---

<sup>15</sup> Erwin Thobias, Drs. A.K. Tungka, Msi. Dra. J.J. Rogahang, Msi., “*Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu studi pada pelaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud)*”, *Jurnal*, (ACTA DIURNA, 2013).

emping melinjo ditinjau dari syariah marketing selalu mengutamakan kejujuran dan tidak melakukan penipuan, sudah sesuai dengan sifat amanah, pengusaha emping melinjo tetap menjaga inovatif dan kreatif untuk mengembangkan usahanya dan yang terakhir strategi pemasaran emping melinjo yang dilakukan sudah mengutamakan unsur kebenaran dalam menyampaikan produknya ke konsumen, serta jujur menggunakan tutur bahasa yang baik sopan serta simpatik.

Persamaan dengan penelitian diatas adalah obyek penelitian yang sama yaitu pada pengusaha emping melinjo yang ada di Desa Mejono, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. Perbedaan penelitian diatas adalah jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif serta perbedaan variabel penelitian yaitu variabel X (Modal Sosial Jaringan) dan variabel Y ( Kekuatan Saluran Distribusi).<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Mega Fitria Wulandari, Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Emping Melinjo Ditinjau Dari Syariah Marketing (Studi Kasus Pengusaha Muslim Di Dusun Sumbermulyo Rt.01 Rw.01 Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri), (Kediri: STAIN, 2013).