

ABSTRACT

ERWIN DIANA, NIM. 12.05.2.1.1.00114, Sociology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura. The thesis is about “**The Role of Social Capital in Marketing Tape as Typical Food (Case Study in Kerang Village, Sukosari Sub District, Bondowoso Regency)**”. Under the guidance of Khoirul Rosyadi, Ph.D.

In marketing tape as typical food, social capital is very helpful and has an important role because social capital requires manufacturers of tape to create and expand the network based on the trust, values, and norms so they can work together and mutually beneficial. The social capital makes tape as typical food is demanded by every people, capable of evolving and expanding to various cities.

The aim of this study is to describe how the role of social capital in marketing tape as typical food is by using the theory of social capital. This study uses qualitative method. Descriptive qualitative as an approach to gain an understanding of a phenomenon that studied. The Informants of this study are the manufacturers, employees, and costumers of tape. The collecting data uses technique of observation, in-depth interview, recording, and literature review. Moreover, in analyzing the data that obtained from the field, this study uses data reduction, data display, and drawing conclusion. This study is located in Kerang Village, Sukosari Sub District, Bondowoso Regency.

The results of this study are in the increase of tape marketing, the social capital is created through a network of family, friends, customers, and the manufacturers that interact with the customers every day. In addition, the trust also strengthen the relationship between the manufacturers and customers, such as to trust the products, the trust also makes the marketing of tape becomes more widespread. Among employees, the trust is established by working with high cooperation, maintaining the quality of tape, and updating the product of tape as typical food.

Keywords: *Social Capital, Marketing, Tape as Typical Food.*

RINGKASAN

ERWIN DIANA, NIM. 12.05.2.1.1.00114, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Skripsi ini tentang **“Peran Modal Sosial Dalam Pemasaran Makanan Khas Tape(Studi Kasus Di Desa Kerang Kecamatan Sukosari Kabupaten Bondowoso)**. Dibawa bimbingan bapak khoirul Rosyadi, Ph.D.

Dalam Pemasaran makanan khas tape, modal sosial sangat membantu dan berperan penting didalamnya karena modal sosial mengharuskan seorang produsen makanan khas tape membentuk dan memperluas jaringan yang dilandasi dengan kepercayaan, nilai dan norma sehingga mampu bekerja sama dan saling menguntungkan. Adanya modal sosial membuat makanan khas tape di minati oleh berbagai kalangan, mampu berkembang dan semakin meluas ke berbagai kota.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendiskripsikan bagaimana peran modal sosial dalam pemasaran makanan khas tape, menggunakan teori modal sosial. penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Deskriptif kualitatif sebagai pendekatan dalam mendapatkan pemahaman atas sebuah fenomena yang diteliti. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah di antaranya produsen, pegawai, dan pelanggan tetap makanan khas tape. pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, alat perekam dan kajian pustaka. Sedangkan menganalisis data yang di peroleh dari lapangan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini berlokasi di Desa Kerang Kecamatan Sukosari Kabupaten Bondowoso.

Hasil dari penelitian ini yaitu meningkatnya pemasaran makanan khas tape modal sosial di bentuk melalui jaringan keluarga, pertemanan, pelanggan, produsen yang berinteraksi dengan konsumen baru setiap harinya. Selain itu kepercayaan juga memperkuat hubungan antar produsen dan konsumen yaitu dengan mempercayai produk yang sudah di produksi, kepercayaan juga menciptakan pemasaran makanan khas tape semakin meluas. Dalam lingkup pegawai kepercayaan terjalin dengan adanya kerjasama yang tinggi, menjaga kualitas makanan khas tape, terus memperbarui produk makanan khas tape.

Kata kunci: *Modal Sosial, Pemasaran, Makanan Khas Tape.*