

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Modernisasi merupakan proses pembangunan kesempatan yang diberikan oleh perubahan demi kemajuan. Ia melibatkan perubahan masyarakat tradisional menuju masyarakat modern. Masyarakat modern adalah masyarakat yang telah mengalami transformasi dari segala bentuk. Mereka mampu menyesuaikan diri dari situasi apa pun di zaman modern ini. Masyarakat modern mengalami pergeseran dalam distribusi gengsi sosial. Menurut Susanto (dalam Basrowi, 2005: 173), gengsi sosial dapat diwujudkan dalam berbagai cara pada masyarakat modern. Gengsi sosial tidak hanya diwujudkan dalam berbagai simbol fisik, akan tetapi juga dapat dilihat dari berbagai simbol non fisik seperti pemilihan tempat makanan, tempat belanja, dan tempat rekreasi. Masyarakat modern cenderung konsumtif dalam memilih suatu barang dan makanan. Mereka memilih makanan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional yang lebih mementingkan faktor keinginan bukan kebutuhan. Kesadaran kolektif yang rendah dan tingginya individualitas memiliki cara dan pola konsumsi yang seragam.

Pola konsumsi adalah cara konsumen ketika melakukan kegiatan konsumsi seperti, memanfaatkan barang dan jasa yang didasarkan atas

berbagai kondisi penghasilan, usia, gaya hidup, pendidikan, dan pekerjaan yang menyebabkan pola konsumsi pada tiap orang berbeda-beda. Pola konsumsi masyarakat saat ini tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi barang tetapi didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi dan status sosial. Menurut Slater (dalam Damsar, 2009: 114), hubungan manusia dengan kebutuhan yang dikonsumsi memiliki keterkaitan dengan material, barang simbolik, jasa atau pengalaman. Mengonsumsi makanan di luar bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, namun untuk memenuhi gaya hidup, yang serba instan. Jenis makanan dapat tersajikan dengan cepat tanpa menunggu waktu yang lama.

Konsumsi masyarakat sebenarnya meliputi banyak hal baik itu konsumsi pangan maupun konsumsi benda. Berbicara dalam konteks pangan itu ada yang disebut dengan kuliner. Pola konsumsi masyarakat berpengaruh pada kondisi ekonomi makro seperti pendapatan usaha masyarakat atau membuka bisnis kuliner (Ritzer, 2004: 75-90).

Bisnis adalah suatu usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis bukan saja dilihat dari bisnis pakaian tetapi juga bisnis kuliner atau bisnis makanan yang menjaring seluruh dunia.

Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan seperti lauk-pauk, pangan, maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan seni

masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kuliner tidak hanya menyangkut seni memasak, tetapi juga sebuah bisnis yang memerlukan manajerial agar bisa bertahan dan berkembang dari waktu ke waktu. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memulai bisnis kuliner, seperti cara memasak, cara saji, cara makan, cara memilih bahan, tujuan makan dan terdapat macam perbedaan menu makanan yang akan disajikan, yang membuat ketertarikan masyarakat.

Kuliner berkembang menjadi sebuah bisnis, sehingga mayoritas masyarakat menggemari bisnis kuliner ini, dengan membuka peluang usaha kuliner mereka sudah mampu bekerja sendiri, mengelola, dan menciptakan peluang pekerjaan kepada orang lain. Munculnya bisnis kuliner tidak terlepas campur tangan kaum kapitalis yang berusaha merubah suatu gaya hidup masyarakat dan membangun usaha makanan yang menjaring keseluruhan dunia. Kuliner menjadi kebutuhan pokok pada masyarakat untuk makan makanan diluar rumah.

Perkembangan kuliner sudah bergerak menjadi sektor perekonomian baru yang bisa dikembangkan masyarakat khususnya penjualan makanan. Perkembangan kuliner di Pangkalpinang mengalami peningkatan yang sangat signifikan ditemukan warung makan kaki lima, restoran dan penjual makanan gerobak yang dapat ditemui di berbagai daerah dan pusat kota. Menurut Purwanto (2015) perkembangan kuliner dibedakan menjadi 3 fase:

1. Fase *pertama* disebut *original food*, dimana pada fase ini jenis hidangan yang disajikan dengan cara dikukus, dibungkus dengan daun pisang dengan bahan baku beras, dan umbi-umbian.
2. Fase *kedua* disebut *multiculture food*, dimana pada fase ini jenis hidangan yang dipadukan dengan hidangan lokal seperti sosis, bergedel atau rissole dan gulai.
3. Fase *ketiga* disebut *kuliner kontemporer*, dimana pada fase ini banyak dipengaruhi oleh industri makanan yang mengarah pada instan (*fast food*).

Di Kota Pangkalpinang perkembangan dalam bentuk penyajian tempat-tempat makanan sudah mulai ditemui. Tempat-tempat penjual makanan setiap tahun mengalami perubahan dari segi keunikan. Banyak para penjual yang melakukan inovasi tempat penjual makanan, hal ini dikarenakan adanya tingkat persaingan ekonomi usaha yang berusaha untuk melakukan perubahan-perubahan setiap waktu ke waktu dan mampu menarik konsumen untuk makan di tempat makanan mereka, sehingga para penjual makanan lainnya meniru dan berharap sama seperti penjual lainnya. Pergerakan pada tempat penyajian makan seperti, warung-warung makan tradisional, lesehan, kafe-kafe, restoran, hingga tempat makan yang dimiliki orang-orang yang bermodal ekonomi besar Seperti: *KFC*, Warung makan *PAGI-SORE*, *Barley*, dan *BB Bakery*.

Inovasi baru yang ditemukan pada periode terakhir ini yaitu keberadaan *foodtruck*. *Foodtruck* adalah mobil makanan hasil dari modifikasi mobil kuno, mobil kijang, dan mobil-mobil lainnya. Penikmat sajian makanan adalah anak-anak muda yang sangat aktif di sosial media. Ada 5 *foodtruck* yang beroperasi disekitar daerah Pangkalpinang. beberapa lokasi yang di temui depan Gedung golkar, Pasir padi, Alun-alun, depan SMK 1 Pangkalpinang dan sekitarnya. Padahal saat ini sudah banyak ditemui warung-warung makan dari mulai tradisional, sampai tempat makan berbasis modern.

Keberadaan *foodtruck* memberikan keunikan pada bentuk penyajiannya dengan menggunakan cara yang sangat sederhana. namun, mempunyai makna tersendiri bagi konsumen yang duduk sambil menikmati setiap menu yang ditawarkan oleh penjual. Memberi keunikan dan sisi perbedaan dengan usaha makanan lainnya untuk dapat menarik konsumen dengan menggunakan cara atau strategi, seperti perbedaan penyajian tempat, fasilitas, lokasi, penyajian makan, dan memberikan pelayanan jarak serta waktu kepada pembeli. Cara atau strategi akan memberikan keunikan tersendiri dalam penyajian tempatnya. Berbagai macam menu makanan yang disajikan oleh *foodtruck* dengan menyajikan makanan ringan dan makanan berat seperti roti, kopi, kentang goreng, tahu dan lain-lain serta makanan berat seperti nasi berserta lauk-pauk.

Pemanfaatan media sosial salah satu cara yang bisa mereka lakukan untuk mempromosikan keunikan dari segi penyajian tempat, dan penyajian makan. Media sosial seperti *instagram*, dan *situs online*, yang mereka gunakan untuk mampu menarik calon konsumen yang akan bersantai di tempat jualan, memanfaatkan dan menciptakan perbedaan pada penyajian tempat makan lainnya, memberikan dampak positif untuk para penjual salah satunya calon konsumen tertarik untuk berkunjung, Selain dengan menggunakan media sosial, *foodtruck* mengisi ruang publik dengan memanfaatkan keramaian orang-orang sekitar untuk mempromosikan makanan mereka. Ada beberapa bentuk strategi yang akan dilakukan penjual melakukan bisnis yaitu, strategi pemasaran dan strategi pemilihan lokasi. Strategi pemasaran, cara melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media gratis seperti media sosial *facebook*, *instagram*, *path*, dan lain-lainnya. *Foodtruck* dinamai dengan *foodtruck* pangkalpinang gunanya untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang keberadaannya sehingga lebih dikenali. Strategi pemilihan lokasi, *foodtruck* melihat kondisi lokasi yang ramai dijumpai dan tempatnya sering di lewati orang sehingga akan memudahkan orang-orang untuk membeli makanannya Varia (2014).

Memberikan pelayanan yang memuaskan harus dilakukan seorang pebisnis kuliner. Pengusaha *foodtruck* harus bisa memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen dan pelanggan yang akan berkunjung.

Pelayanan memuaskan bisa dimulai dari hal kecil seperti selalu ramah dan senyum terhadap konsumen yang datang.

Modal sosial menjadi masalah penting karena usaha ekonomi akan sukses tidak hanya berbekal modal financial semata, namun juga perlu adanya dukungan sumber daya manusia, dan modal sosial merupakan salah satu unsurnya. Modal sosial awalnya dipahami sebagai suatu bentuk dimana masyarakat menaruh kepercayaan terhadap komunitas dan individu sebagai bagian di dalamnya. Mereka membuat aturan kesepakatan bersama sebagai suatu nilai dalam komunitasnya, dimana aspirasi masyarakat mulai terakomodasi, komunitas dan jaringan lokal teradaptasi sebagai suatu modal pengembangan komunitas dan pemberdayaan masyarakat. Modal sosial berperan sebagai perekat yang mengikat semua orang dalam masyarakat. Modal sosial tumbuh baik dibutuhkan adanya saling berbagi dan memiliki rasa kepercayaan yang terjalin suatu hubungan dalam masyarakat.

Memanfaatkan jaringan dalam usaha memudahkan orang-orang untuk lebih mengenal suatu produk maupun orang-orang yang terlibat dalam suatu pekerjaan. Kepercayaan kunci dari segala hal, yang akan membentuk hubungan pekerjaan yang dilandasi rasa aman, dan saling percaya. Hubungan ini akan berlangsung lama dan hubungan ini akan melibatkan banyak individu yang akan tergabung. Jaringan bukan saja dari relasi yang sama, tetapi juga bentuk kerjasama dan solidaritas antar penjual makanan dan perusahaan serta penjual dengan penjual.

B. Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang permasalahan, maka dapat dirumuskan masalahnya. Ada pun rumusan masalahnya adalah:

1. Apa faktor yang menyebabkan munculnya *foodtruck* di Kota Pangkalpinang?
2. Bagaimana bentuk modal sosial penjual makanan dengan menggunakan *foodtruck* di Kota Pangkalpinang?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan faktor yang menyebabkan munculnya *foodtruck* di Kota Pangkalpinang.
2. Untuk menganalisis bentuk modal sosial penjual makanan dengan menggunakan *foodtruck* di Kota Pangkalpinang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan orang lain secara tidak langsung:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ilmu pengetahuan dan informasi mengenai fenomena terkini serta menjadi landasan untuk mengkaji seputar permasalahan keberadaan *foodtruck*.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan memperkaya sosiologi yakni sosiologi ekonomi.

2. Manfaat praktis

a. Bagi masyarakat

Memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat adanya jualan makanan dengan menggunakan *foodtruck*. Memberikan kontribusi masyarakat dalam mengetahui bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki penjual sehingga memberikan pengaruh kepada penjual dalam hal bisnis jualan makanan mereka.

b. Bagi penjual

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan wawasan kepada komunitas *foodtruck* di Kota Pangkalpinang terkait fenomena *foodtruck*.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan penyajian data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Bacaan-bacaan tersebut idealnya adalah hasil penelitian terdahulu baik yang dipublikasikan maupun tidak (Bustami dan Ibrahim, 2009: 25). Untuk melengkapi penelitian ini penulis mengkaji beberapa pustaka terdahulu antara lain:

Penelitian *pertama* dilakukan oleh Devi Hardianti (2015) dalam skripsi yang berjudul “*Peran Modal Sosial Dalam Menciptakan Integrasi Antara Pedagang Kaki Lima Pendatang dan Pribumi*”. Hasil dari

penelitian tersebut bahwa peran modal sosial mempengaruhi kehidupan para PKL pendatang dan pribumi dalam interaksi dengan pedagang lainnya, dalam interaksi sosial seperti PKL yang berjualan di pasar tidak hanya membutuhkan modal finansial, tetapi juga modal sosial dalam mempertahankan keberadaanya. Dari modal sosial inilah terciptanya integrasi sosial dan juga tidak terjadinya konflik antar PKL. Ada pun faktor yang menyebabkan konflik antara PKL pendatang dan pribumi seperti, faktor kebudayaan yang mana adanya perbedaan sikap, perilaku, dan bahasa yang berbeda. Selain itu juga ada bentuk-bentuk dari modal sosial seperti jaringan, kepercayaan, dan norma agar terciptanya hubungan yang saling menguntungkan yang dibangun kepercayaan yang diikat dengan norma-norma bersama sehingga mencapai tujuan bersama.

Penelitian *kedua* milik oleh Erwin Thobias (2013) dalam jurnal yang berjudul "*Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud*". Hasil dari penelitian tersebut modal sosial berperan besar bagi pengusaha mikro kecil menengah yang ada di kecamatan kabaruan kabupaten kepulauan talaud dalam membentuk perilaku kewirausahaan mereka. Indikator modal sosial yang paling berpengaruh adalah keyakinan dalam lembaga masyarakat dan orang-orang. Peranan modal sosial dalam pembangunan ekonomi tidak kalah pentingnya dengan infrastruktur ekonomi lainnya. Modal sosial yang dimiliki masyarakat seperti

kepercayaan, gotong royong, jaringan dan sikap, memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan perilaku kewirausahaan.

Penelitian *ketiga* milik oleh Imanuella Lavenia (2016) dalam skripsi yang berjudul “*Optimalisasi Distribusi Produk BBQ Street dengan Menggunakan Foodtruck*”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa semua daerah di Kota Surabaya dapat digunakan berjualan menggunakan *foodtruck* seperti Citraland, Perumahan Nirwana, dan daerah dekat dengan Ubaya. Adapun tantangan dan hambatan seperti kuota yang terbatas untuk berjualan di daerah tersebut. BBQ Street dapat menggunakan strategi *pull* dengan menggunakan setiap hari berjualan. Dengan pembagian hari kerja dengan tempat atau daerah yang berbeda.

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut maka terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan ketiga penelitian sebelumnya dengan penelitian kali ini, yaitu sama-sama mengkaji peran modal sosial serta pemanfaatan modal sosial dan juga menggunakan metode penelitian yang sama. Akan tetapi pada penelitian Imanuella Lavenia persamaannya sama-sama mengkaji *foodtruck* dilihat dari optimalisasi produksi BBQ Street, dalam penelitian Imanuella Lavenia terdapat tantangan dan hambatan seperti kuota yang terbatas untuk berjualan di daerah tersebut. Tetapi produksi BBQ Street dapat menggunakan strategi *pull* dengan menggunakan setiap hari berjualan. Serta pembagian hari kerja ke tempat atau daerah yang berbeda.

Berdasarkan tiga penelitian terdahulu, maka terdapat perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Devi Hardianti (2015) membicarakan tentang Peran Modal Sosial Dalam Menciptakan Intergrasi Antara Pedagang Kaki Lima Pendatang dan Pribumi bahwa peran modal sosial mempengaruhi kehidupan para PKL pendatang dan pribumi dalam interaksi dengan pedagang lainnya, dalam interaksi sosial seperti PKL yang berjualan di pasar tidak hanya membutuhkan modal finansial, tetapi juga modal sosial dalam mempertahankan keberadaannya. Modal sosial seperti jaringan, kepercayaan, dan norma agar terciptanya hubungan yang saling menguntungkan yang dibangun kepercayaan yang diikat dengan norma-norma bersama sehingga mencapai tujuan bersama. Penelitian kedua yang dilakukan Erwin Thobias (2013) membahas tentang modal sosial berperan besar bagi pengusaha mikro kecil menengah yang ada di kecamatan kabaruan kabupaten kepulauan talaud dalam membentuk perilaku kewirausahaan mereka. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Imanuella Lavenia (2016) membahas tentang optimalisasi distribusi produk BBQ *street* dengan menggunakan *foodtruck*, mempertahankan konsumen pada setiap daerah maka penjual memilih strategi *full* dalam mengatasi pembagian waktu kerja sehingga tidak ada terdapat hambatan. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan tiga penelitian sebelumnya terletak pada bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki penjual makanan dengan menggunakan *foodtruck*

dalam memulai dan menjalankan sebuah peluang usaha di Kota Pangkalpinang.

F. Kerangka Teoritis

Modal sosial merupakan salah satu konsep baru yang digunakan untuk mengukur kualitas hubungan dalam komunitas, organisasi, dan masyarakat. Modal sosial atau *Social Capital* adalah sumber daya yang dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru. Bahwa yang disebut dengan sumber daya adalah sesuatu hal yang dapat dikonsumsi dan disimpan. Modal sosial disini tidak diartikan dengan materi tetapi merupakan modal sosial yang terdapat pada seseorang. Modal sosial lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok. Modal sosial sebuah kelompok menentukan bertahannya dan berfungsinya sebuah kelompok masyarakat.

Modal sosial tidak dibangun hanya oleh satu individu, melainkan akan terletak pada kecenderungan yang tumbuh dalam suatu kelompok untuk bersosialisasi sebagai bagian dari nilai-nilai yang melekat. Salah satu kunci keberhasilan membangun modal sosial terletak pula pada kemampuan orang-orang yang melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial.

Menurut Putnam modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial (jaringan, norma dan kepercayaan) yang mendorong partisipan bertindak

untuk bekerjasama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan bersama kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interrelasi yang timbal balik dan saling menguntungkan, dan dibangun di atas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial yang positif. Kekuatan tersebut membangun jalinan hubungan (Field, 2010: 49), modal sosial dapat dipahami melalui dua hal yang berbeda.

Pertama, modal sosial dapat dilihat sebagai jumlah nilai sumber daya aktor dapat mempekerjakan dan menggunakan melalui hubungan pribadi langsung atau tidak langsung dengan pelaku lain yang mengendalikan sumber daya dan di mana aktor ini sengaja investasi dan yang akhirnya harus membayar. Dengan demikian kita menunjukkan bentuk modal sosial sebagai modal relasional. Kedua, modal sosial juga dapat dianggap sebagai karakteristik yang muncul dari seluruh jaringan (atau sistem kolektif lengkap aktor) seperti berfungsi kontrol sosial, sistem kepercayaan, dan moralitas sistem yang komprehensif, antara individu atau dalam suatu kelompok, organisasi, komunitas, daerah, atau masyarakat.

Putnam menekankan bahwa kapital sosial sebagai suatu nilai tentang kepercayaan timbal balik (*mutual trust*) antara anggota masyarakat maupun masyarakat secara keseluruhan terhadap pemimpinnya. Kapital sosial ini dilihat sebagai institusi sosial yang melibatkan jaringan (*networks*), norma-norma (*norms*) dan kepercayaan sosial (*social trust*) yang mendorong pada sebuah kolaborasi sosial (koordinasi dan

kooperasi) untuk kepentingan bersama. Hal ini juga mengandung pengertian bahwa diperlukan adanya suatu jaringan sosial yang ada dalam masyarakat dan norma yang mendorong produktivitas komunitas.

Putnam menjelaskan bahwa modal sosial adalah sebuah sumber daya yang individu atau kelompok untuk memiliki komitmen. Komitmen dipahami sebagai sebagai norma-norma sosial yang menjadi komponen modal sosial misalnya kejujuran, sikap menjaga komitmen, pemenuhan kewajiban, ikatan timbal balik dan yang lainnya. Norma-norma sosial ini merupakan aturan yang tidak tertulis dalam sebuah sistem sosial yang mengatur masyarakat untuk berperilaku dalam interaksinya dengan orang lain. Penggunaan teori ini ditunjukkan untuk mempelajari, mengetahui dan menganalisis tentang pola-pola kepercayaan, norma serta jaringan yang ada, dinamika yang tercipta dan sumber yang membentuk adanya kepercayaan, norma dan jaringan yang ada dan selanjutnya bagaimana aspek-aspek tersebut terimplementasi di dalam keluarga dan hubungannya dengan lingkungan sosial yang ada.

Modal sosial mengenal 3 aspek penting yang mengindikasikan adanya nilai nilai modal sosial yang menurut Robert Putnam (Dalam Lawang, 2004) bahwa kapital sosial ini dilihat sebagai institusi sosial yang melibatkan jaringan (*Networks*), norma-norma (*Norms*), kepercayaan sosial (*Social Trust*) yang mendorong pada sebuah kolaborasi sosial (koordinasi dan kooperasi) untuk kepentingan bersama. Kepercayaan adalah suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan

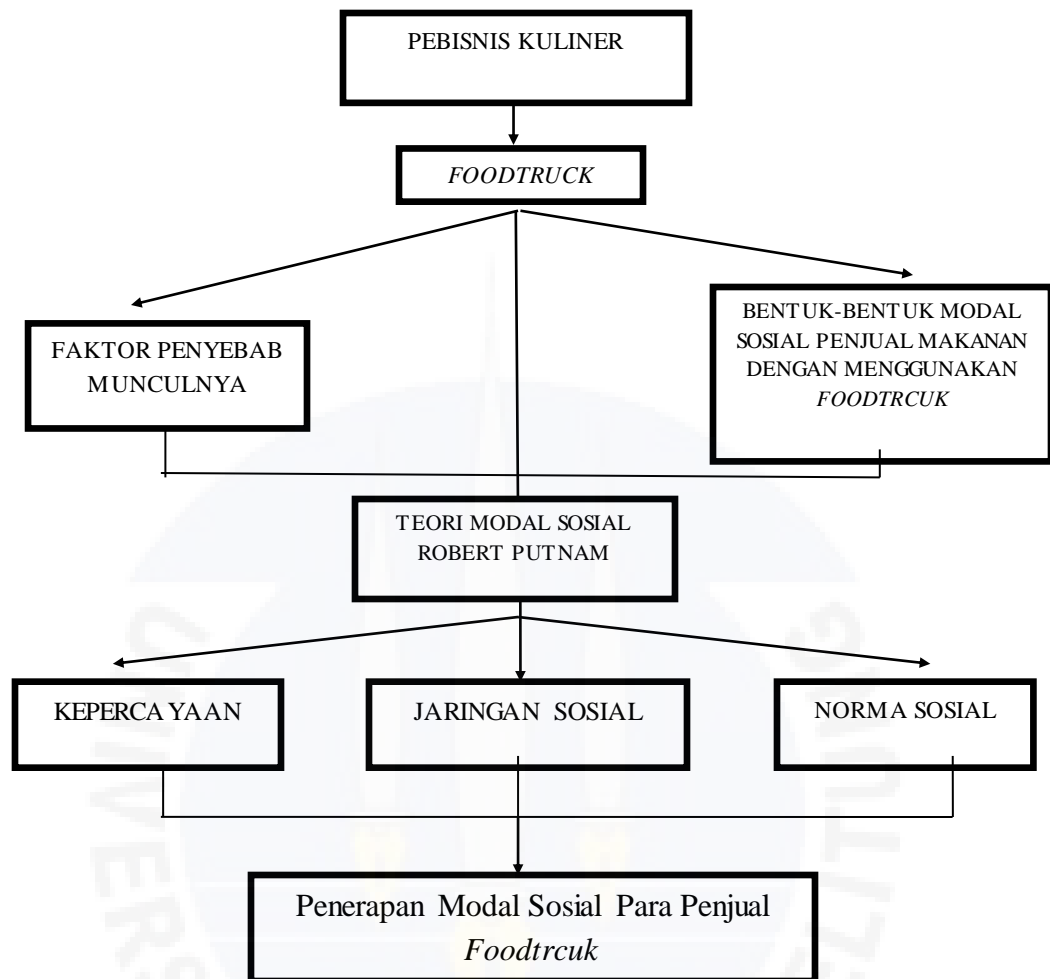
sosial yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling menguntungkan ataupun merugikan. Jika rasa saling percaya telah luntur maka yang akan terjadi adalah sikap saling menyimpang dari nilai-nilai, norma dan kesepakatan yang berlaku, maka kerjasama diantar kedua belah pihak tidak terjalin lagi.

Konsep inti modal sosial di atas adalah elemen-elemen seharusnya ada dalam kehidupan sebuah kelompok sosial, baik itu komunitas, masyarakat atau yang lainnya, karena konsep dari modal sosial ini merupakan perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial. Konsep modal sosial juga sangat kompleksitas, yang dapat dirumuskan berdasarkan titik pandang dari para ahli yang bersangkutan. Sehingga modal sosial merupakan sumberdaya berupa jaringan kerja yang memiliki pengetahuan tentang nilai, norma, dan struktur sosial atau kelembagaan yang memiliki semangat kerjasama, kejujuran dan kepercayaan, berbuat kebaikan, sebagai pengetahuan bersikap, bertindak, dan berperilaku yang akan memberikan pengaruh positif kepada penjual.

G. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini akan dibuat kerangka berpikir peneliti mempermudah pengarahannya proses penelitian secara benar. Adapun kerangka berpikir yang telah dirumuskan, yaitu :

Gambar I. Bagan Alur Pikir



Berdasarkan gambar 1 pebisnis kuliner difokuskan pada penjualan makanan yang menggunakan *foodtruck*. Faktor-faktor penyebab munculnya *foodtruck*, pertama adanya faktor peluang bisnis, faktor lapangan pekerjaan, faktor budaya, faktor sosial, dan faktor geografis. Beberapa faktor tersebut memunculkan pengaruh besar terhadap para penjual *foodtruck*. Namun, sesuai teori modal sosial yang dikemukakan Putnam bahwa modal sosial dibedakan menjadi dua dimensi yaitu kognitif dan struktural. Dimensi kognitif meliputi nilai, tingkah laku, norma, dan

kepercayaan. Dengan kata lain dimensi ini memiliki persepsi perilaku motivasi atau dorongan, timbal balik, berbagi dan saling percaya. Modal sosial ini dilihat sebagai institusi sosial yang melibatkan jaringan (*Networks*), norma-norma (*Norms*), kepercayaan sosial (*Social Trust*) yang mendorong pada sebuah kolaborasi sosial (koordinasi dan kooperasi) untuk kepentingan bersama. Setelah kepercayaan, jaringan dan norma sosial terjalin dalam suatu hubungan para penjual, akan memberikan suatu perubahan dalam pemenuhan kebutuhan sosial para penjual. Bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki para penjual makanan yang mampu membangun sebuah hubungan, interaksi, tanggung jawab, dan cara mengontrol perasaan dengan terkait norma-norma yang tertulis dan tidak tertulis. Bentuk-bentuk seperti kerjasama, membangun relasi, serta mempererat nilai-nilai yang terkandung dalam diri individu masing-masing.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh hasil penelitian yang sistematis dan baik, maka penulisan pada penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Masing-masing bab akan memuat beberapa pembahasan.

Dalam Bab I Pendahuluan terdapat beberapa tahap yang akan dijelaskan. Pertama, latar belakang adalah alasan peneliti ingin meneliti masalah atau objek penelitiannya. Sesuai dengan topik yang akan diteliti, maka latar belakang peneliti dalam penelitian ini tertarik meneliti masalah

faktor munculnya *foodtruck* dan bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki para penjual makanan di Kota Pangkalpinang. Selanjutnya terdapat rumusan masalah yang merupakan pertanyaan yang akan diteliti. Lalu, tujuan penelitian yang merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian. Kemudian, terdapat pula manfaat penelitian yang terdiri atas manfaat teoritis dan manfaat praktis. Tahap selanjutnya terdapat tinjauan pustaka yang merupakan literatur penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Tahap selanjutnya yaitu kerangka teoritis dimana tahap ini merupakan alat analisis untuk mengkaji permasalahan yang akan diteliti. Tahapan terakhir yaitu kerangka berpikir. Kerangka berpikir dibuat untuk memudahkan peneliti untuk mengurutkan alur pikir penelitian.

Dilanjutkan Bab II yakni metode penelitian menggunakan jenis dan pendekatan kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian ini akan diambil di Kota Pangkalpinang dengan objek penelitian tentang aktivitas penjual dan bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki para penjual di Kota Pangkalpinang. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data akan dilakukan dengan wawancara tak terstruktur sebagai tambahan data serta dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan tahap reduksi data, display data, dan verifikasi data.

Bab III mengenai gambaran umum objek penelitian. Dalam gambaran umum, penelitian ini akan memberikan gambaran tentang kondisi geografis, demografi, dan gambaran umum *foodtruck*. dalam kondisi geografis akan menjelaskan sejarah, letak dan batasan wilayah Kota Pangkalpinang. selanjutnya demografi akan menjelaskan tentang mata pencaharian masyarakat yang bertempat tinggal di Kota Pangkalpinang. terakhir pada Bab ini akan membahas tentang gambaran umum *foodtruck* yang berisi tentang profil, dimana letak keberadaan *foodtruck* dan status kepemilikan lokasi para penjual *foodtruck* menjajakan jualan mereka.

Selanjutnya, Bab IV hasil dan pembahasan akan membahas hasil dari penelitian ini. Pertama, identifikasi *foodtruck* yang terdapat sejarah *foodtruck*, cara dan sistem kerja para penjual, modal dan keuntungan serta bentuk strategi kerja para penjual. kedua faktor-faktor penyebab munculnya *foodtruck* di Kota Pangkalpinang. Ketiga bentuk-bentuk modal sosial yang dimiliki para penjual. Keempat implementasi modal sosial dalam pemenuhan kehidupan sosial.

Bab terakhir yaitu penutup akan membahas kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian, implikasi teori yang mana teori tersebut akan di pertegaskan sehingga mencapai kesimpulan dan saran yang dianalisis berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya. Serta berupa rekomendasi-rekomendasi berbagai pihak terkait permasalahan *foodtruck*.