



PRAKTIK MODAL PELAKU USAHA HOME INDUSTRY EMPING MELINJO DESA MENES KECAMATAN MENES KABUPATEN PANDEGLANG

Komarudin, Rizki Setiawan, Haryono

Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Abstrak

Pelaku usaha home industry emping melinjo di Desa Menes menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, mereka perlu memanfaatkan berbagai bentuk modal yang dimiliki. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian adalah mengetahui bentuk-bentuk modal yang dimanfaatkan pelaku usaha home industry emping melinjo di Desa Menes dalam keberlangsungan usahanya hingga saat ini. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Informan penelitian berjumlah enam orang, terdiri atas empat pelaku usaha serta dua anggota keluarga atau karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat bentuk modal yang dimanfaatkan, yaitu (1) modal ekonomi berupa tabungan pribadi, penghasilan tambahan, aset pohon melinjo, dan peralatan produksi; (2) modal sosial yang tampak dalam hubungan dengan keluarga, sesama pelaku usaha, dan masyarakat; (3) modal budaya berupa pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan dalam membuat emping melinjo; serta (4) modal simbolik berupa pengakuan dan kepercayaan terhadap produk. Keempat modal tersebut berperan penting dalam mendukung keberlangsungan usaha emping melinjo di Desa Menes.

Kata Kunci: Praktik Modal, Pelaku Usaha, Emping Melinjo.

PENDAHULUAN

Menurut Mandyara (2024), industri rumah tangga atau *home*

industry merupakan salah satu upaya perekonomian kerakyatan yang berpotensi meningkatkan perekonomian

masyarakat sekaligus berdampak pada pertumbuhan perekonomian nasional. Industri rumah tangga sangat dibutuhkan terutama di pedesaan, karena industri yang ada di pedesaan merupakan industri rumah tangga. Secara langsung industri rumah tangga di pedesaan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional, karena meningkatkan nilai tambah produk.

Home industry juga mempunyai peran penting dalam perekonomian masyarakat, meskipun pendapatannya masih rendah. Usaha ini bukan hanya berfungsi sebagai sumber penghasilan bagi keluarga, tetapi juga membuka peluang usaha yang lebih luas serta menciptakan lapangan kerja baru di lingkungan sekitar. Oleh karena itu, penguatan *home industry* perlu dilakukan sebagai langkah meningkatkan kesejahteraan keluarga dan memperkuat pemberdayaan masyarakat (Suminartini & Susilawati, 2020).

Namun, dibalik kontribusinya yang besar, sektor *home industry* masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangannya. Dzikrullah dan Chasanah (2024) mengemukakan bahwa usaha kecil di Indonesia umumnya memiliki kelemahan dalam aspek manajemen, organisasi, teknologi, operasional, dan akses permodalan. Selain itu, pelaku usaha juga dihadapkan pada keterbatasan akses pasar, perizinan berusaha, dan berbagai biaya non teknis. Lebih jauh, pelaku usaha kecil mengalami penurunan omzet hingga 50 persen selama beberapa bulan terakhir akibat melemahnya daya beli masyarakat, kebijakan efisiensi pemerintah, serta membanjirnya produk impor murah (Detik Finance, 2025).

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, pelaku usaha dituntut untuk mampu memanfaatkan modal yang dimilikinya secara optimal. Dalam konteks ini, modal tidak hanya mencakup aset berwujud seperti uang,

bangunan, dan peralatan usaha, tetapi juga aset tidak berwujud seperti keterampilan, reputasi, jaringan sosial, dan kepercayaan (Rifa'i & Husinah, 2022). Bourdieu (dalam Jenkins, 1992) membedakan modal menjadi empat bentuk, yaitu modal ekonomi, sosial, budaya, dan juga simbolik. Menurutnya, distribusi modal di masyarakat tidak merata, ada individu yang memiliki modal lebih besar dibanding yang lain. Perbedaan dalam kepemilikan dan pemanfaatan modal inilah yang kemudian berpengaruh terhadap kemampuan individu dalam mempertahankan atau mengembangkan usahanya.

Fenomena ini juga tercermin dalam aktivitas *home industry* emping melinjo di Desa Menes, Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Desa Menes dikenal sebagai sentra produksi emping melinjo yang telah berkembang sejak tahun 1980-an. Perkembangan ini didukung oleh penetapan Kecamatan Menes sebagai kawasan Agropolitan oleh pemerintah daerah dengan komoditas unggulan berupa emping melinjo.

Usaha *home industry* emping melinjo di Desa Menes umumnya dikelola secara mandiri oleh pemiliknya yang merupakan para ibu rumah tangga, dengan bantuan anggota keluarga. Proses produksinya masih bersifat tradisional, mulai dari pengolahan hingga pengemasan, sedangkan sistem pemasarannya juga masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut melalui jaringan sosial yang dimiliki. Melalui kegiatan ini, para ibu tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

Aktivitas usaha emping melinjo di Menes biasanya mengalami peningkatan pada waktu-waktu tertentu, seperti menjelang hari raya Idulfitri, acara syukuran seperti pernikahan dan

khitanan, serta pada bulan Safar ketika masyarakat melestarikan tradisi membuat ketupat. Pada waktu-waktu tersebut, permintaan emping meningkat karena bagi masyarakat Menes, emping merupakan pelengkap hidangan khas yang hampir selalu hadir dalam setiap perayaan dan tradisi.

Namun demikian, meskipun peluang pasar cukup menjanjikan, para pelaku usaha emping melinjo di Desa Menes tetap menghadapi berbagai hambatan dan permasalahan, seperti keterbatasan modal, jaringan pemasaran yang terbatas, serta minimnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk penjualan online. Menariknya, sebagian pelaku usaha masih mampu bertahan bahkan hingga puluhan tahun. Hal ini menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha mereka tidak hanya semata-mata ditentukan oleh modal ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan dalam memanfaatkan dan mengelola berbagai bentuk modal lain yang dimiliki dan dikelola secara efektif.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mencoba menggali lebih dalam mengenai praktik modal pelaku usaha *home industry* emping melinjo di Desa Menes dalam mempertahankan eksistensi usahanya hingga saat ini, meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan ekonomi dan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Bogdan dan Biklen (dalam Kudus, 2022), mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa ungkapan lisan atau tertulis mengenai perilaku yang diamati dari individu, kelompok, komunitas, maupun organisasi yang dikaji secara menyeluruh dan holistik. Sementara itu, metode deskriptif

bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual suatu fenomena sosial yang terjadi di lapangan (Kudus, 2022).

Penentuan subjek penelitian dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian (Sugiyono, 2016). Informan kunci dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha emping melinjo di Desa Menes yang memiliki pengalaman dan pemahaman mendalam mengenai praktik modal dalam menjalankan usahanya. Adapun informan tambahan meliputi anggota keluarga atau karyawan yang turut terlibat dalam kegiatan produksi maupun pengelolaan usaha, untuk memberikan perspektif yang lebih luas terkait praktik modal yang dijalankan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tiga metode utama, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kegiatan observasi dilakukan secara langsung di lokasi produksi emping melinjo dengan memanfaatkan pancaindra, khususnya penglihatan, serta dibantu dengan alat seperti kamera, buku catatan, dan ponsel. Wawancara dilakukan secara mendalam dan terstruktur, dengan berpegang pada panduan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya berdasarkan fokus penelitian (Moleong, 2021). Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang praktik modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik yang digunakan pelaku usaha dalam mempertahankan eksistensi usahanya. Selain itu, dokumentasi dimanfaatkan sebagai teknik pelengkap untuk menelaah berbagai sumber yang relevan, seperti foto kegiatan produksi, catatan usaha, dokumen penjualan, serta referensi pendukung berupa buku,

jurnal, dan hasil penelitian terdahulu (Iskandar, 2009).

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016), yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Melalui proses ini, data yang terkumpul diolah secara sistematis untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai praktik modal yang dijalankan oleh pelaku usaha *home industry* emping melinjo di Desa Menes dalam keberlangsungan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Menes termasuk ke dalam dua belas desa yang berada di kawasan Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang. Desa ini terletak di pusat kecamatan dan termasuk dalam kategori desa perkotaan dengan kepadatan penduduk yang relatif tinggi. Secara administratif, Desa Menes berada di Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Jaraknya dari pusat pemerintahan kecamatan sekitar 1 kilometer, dari ibu kota Kabupaten Pandeglang sekitar 28 kilometer, dari pusat pemerintahan Provinsi Banten sekitar 51 kilometer, dan dari Ibu Kota Negara kurang lebih 142 kilometer.

Desa Menes memiliki luas wilayah sekitar 322 hektare, di mana kurang lebih 209 hektare atau sekitar 65% digunakan sebagai lahan pertanian. Sebagai daerah dataran rendah, masyarakat Menes banyak mengusahakan berbagai komoditas pertanian seperti padi, ubi jalar, jagung, mentimun, bayam, serta kacang panjang. Desa ini dikenal sebagai salah satu sentra produksi emping melinjo karena melimpahnya pohon melinjo yang dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat setempat (Purnama et al., 2023). Ketersediaan bahan baku yang melimpah tersebut mendorong

tumbuhnya banyak usaha rumahan emping melinjo di Desa Menes, yang hingga kini menjadi salah satu sektor unggulan bagi sebagian warganya.

Usaha emping melinjo ini dikelola secara mandiri oleh pemiliknya yang umumnya dikelola oleh ibu rumah tangga dengan bantuan anggota keluarga. Penjualan emping melinjo dilakukan secara sederhana, yaitu melalui promosi mulut ke mulut dengan memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki oleh setiap anggota. Proses produksi masih menggunakan metode tradisional, termasuk dalam hal pengemasan yang masih sangat sederhana. Melalui usaha ini, para ibu rumah tangga dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga mereka.

Namun, sebagaimana umumnya usaha rumahan, *home industry* emping melinjo di Desa Menes juga menghadapi berbagai kelemahan dan tantangan dalam mempertahankan keberlangsungannya. Para pelaku usaha tidak terlepas dari beragam hambatan, terlebih di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu saat ini. Sebagian pelaku usaha mengaku kesulitan dalam mengembangkan usahanya, bahkan ada yang harus menghentikan produksi. Kendala yang kerap muncul meliputi keterbatasan modal, jaringan pemasaran yang terbatas, menurunnya daya beli masyarakat, serta proses produksi yang masih bersifat tradisional tanpa dukungan alat atau teknologi modern.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, aktivitas *home industry* emping melinjo di Desa Menes tetap mampu bertahan hingga kini, bahkan beberapa di antaranya telah beroperasi selama puluhan tahun. Kondisi ini mencerminkan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk terus melanjutkan atau menghentikan usahanya. Setiap pelaku usaha memiliki cara tersendiri dalam memanfaatkan berbagai bentuk

modal yang dimilikinya, sehingga sebagian mampu mempertahankan usahanya dalam jangka panjang sedangkan yang lainnya tidak. Modal sendiri merupakan sumber daya penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Menurut Bourdieu (dalam Jenkins, 1992), modal terbagi ke dalam beberapa jenis, yakni modal sosial, budaya ekonomi, dan simbolik.

Berangkat dari kondisi tersebut, penting untuk memahami bagaimana para pelaku usaha *home industry* emping melinjo di Desa Menes memanfaatkan berbagai bentuk modal tersebut. Melalui kerangka konsep modal Bourdieu, dapat ditelusuri bagaimana praktik modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik berperan dalam mendukung keberlangsungan usaha serta kemampuan mereka untuk bertahan di tengah berbagai tantangan.

1. Praktik Modal Ekonomi Pelaku Usaha

Kepemilikan modal ekonomi menjadi unsur yang sangat menentukan dalam keberlangsungan suatu usaha. Tanpa adanya modal sebagai faktor produksi utama, sebuah usaha tidak dapat berjalan secara optimal. Menurut Bourdieu, modal ekonomi merupakan bagian dari ranah ekonomi yang secara jelas berkaitan dengan kekayaan atau sumber daya finansial (Ritzer, 2012). Bentuknya dapat berupa uang, aset, maupun alat produksi.

Berdasarkan hasil penelitian, sumber modal yang dimiliki para pelaku usaha *home industry* emping melinjo di Desa Menes cukup beragam, seperti tabungan pribadi, pendapatan tambahan, kepemilikan pohon melinjo, hingga alat produksi. Sebagian besar pelaku usaha menggunakan tabungan pribadi sebagai sumber modal utama. Tabungan tersebut biasanya berasal dari sisa uang belanja rumah tangga atau dari hasil penjualan emping sebelumnya. Penggunaan modal pribadi dianggap

lebih aman karena tidak menimbulkan kewajiban untuk membayar utang.

"Modal sendiri aja inimah A, untung dari jualan gitu suka ibu kumpulin. Jadi suka beli bahan 10 kilo, terus kalo udah laku uangnya dibeliin bahan lagi besoknya gitu A." (Wawancara dengan Ibu ER selalu pelaku usaha,, 6 September 2025).

Selain itu, terdapat pula pelaku usaha yang memanfaatkan penghasilan dari pekerjaan lain untuk menambah modal, terutama ketika tabungan tidak mencukupi atau ketika pesanan meningkat. Pelaku usaha tersebut memperoleh tambahan modal dari hasil bekerja sebagai buruh pabrik. Penghasilan tersebut kemudian digunakan untuk tambahan modal membeli bahan baku. Hal ini menunjukkan adanya upaya pelaku usaha untuk mencari tambahan penghasilan guna menopang keberlangsungan usaha.

Bagi pelaku usaha yang memiliki pohon melinjo sendiri, kebutuhan modal dapat ditekan karena mereka bisa menggunakan bahan baku dari kebun pribadi. Sebaliknya, pelaku yang tidak memiliki pohon melinjo harus membeli bahan baku di pasar atau dari tengkulak dengan harga yang beragam tergantung musim. Hal ini menimbulkan perbedaan tingkat kebutuhan modal di antara pelaku usaha.

Para pelaku usaha *home industry* emping melinjo di Desa Menes juga ada yang menghadapi keterbatasan modal yang menyebabkan mereka tidak dapat memperbanyak produksinya, terutama ketika permintaan meningkat menjelang hari raya. Banyak yang kehilangan peluang karena tidak memiliki dana cukup untuk membeli bahan dalam jumlah besar atau menambah pekerja. Dalam kondisi seperti ini, sebagian pelaku usaha ada yang terpaksa meminjam dana dari keluarga atau dari

bank emok untuk menutupi kekurangan modal.

"Iya paling kalo lagi kepepet buat modal kadang suka minjem dulu ke keluarga, nanti dibalikin pas udah empingnya laku. Ke bank emok juga pernah udah lama sih lunasnya, bayarannya di cicil tiap minggu gitu". (Wawancara dengan Ibu N selaku pelaku usaha, 10 September 2025).

Selain modal berupa uang, pelaku usaha juga memiliki modal ekonomi dalam bentuk peralatan produksi seperti tungku (hawu), penumbuk (halu), serokan kawat, kape, wajan (sugon), umpak, serta alat penjemuran berupa para-para bambu atau tikar bekas. Meski sederhana, alat-alat ini menjadi aset penting dalam mendukung proses produksi. Sebagian besar peralatan tersebut dibeli dari hasil keuntungan usaha tanpa bantuan dari pihak luar.

"Peralatan juga beli sendiri, ya belinya dari uang yang ibu kumpulin aja". (Wawancara dengan Ibu ER selaku pelaku usaha, 6 September 2025).

Dengan demikian, praktik modal ekonomi pelaku usaha home industry emping melinjo di Desa Menes menunjukkan kemandirian serta menjadi strategi mereka dalam menjaga keberlangsungan usaha. Walaupun masih terbatas dalam hal finansial, mereka mampu memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk mempertahankan kegiatan produksi dan membantu memenuhi kebutuhan keluarga.

2. Praktik Modal Sosial Pelaku Usaha

Bourdieu (1986) menjelaskan bahwa modal sosial merupakan sekumpulan sumber daya aktual maupun potensial yang diperoleh melalui jaringan sosial yang berkelanjutan, di mana anggotanya saling mengenali, mendukung, dan mempercayai satu sama lain. Jaringan ini

dapat bersifat formal seperti organisasi, maupun informal seperti keluarga dan pertemanan, dan berfungsi membentuk kohesi sosial (Field, 2010). Berdasarkan hasil penelitian, modal sosial pelaku usaha home industry emping melinjo di Desa Menes terlihat dalam hubungan mereka dengan keluarga, sesama pelaku usaha, serta masyarakat sekitar.

Pertama, dukungan keluarga menjadi bentuk modal sosial utama. Bantuan dari keluarga muncul dalam berbagai bentuk, seperti tenaga kerja, penyediaan bahan baku, dan dukungan pemasaran. Keterlibatan pasangan, anak, dan kerabat memperlihatkan nilai kebersamaan dan gotong royong, sekaligus menghemat biaya tenaga kerja dan memperkuat hubungan kekeluargaan.

Kedua, hubungan antar pelaku usaha di Menes menunjukkan solidaritas dan kerja sama. Mereka tidak saling bersaing secara ketat, melainkan saling membantu. Misalnya, ketika salah satu pelaku kehabisan stok emping, ia akan mengarahkan pembeli ke pelaku lain yang masih memiliki persediaan. Sikap saling percaya ini menciptakan solidaritas sesama pelaku usaha dalam menjaga kelangsungan usaha mereka secara bersama.

"Iya saling bantu aja, jadi kalo misalkan gaada yang disini tuh dirumah itu, jadi engga saling gesek disinima, kalo saling gesek mah namanya bersaing." (Wawancara dengan Ibu U selaku pelaku usaha, 8 September 2025).

Ketiga, hubungan baik dengan masyarakat sekitar juga menjadi bentuk penting dari modal sosial. Saat pesanan meningkat, pelaku usaha sering melibatkan tetangga untuk membantu produksi dengan sistem upah perkilo melinjo. Kerja sama ini mempercepat produksi sekaligus memperkuat solidaritas sosial dan ekonomi warga desa.

"Kalo sama tetangga mah saling aja, kalo ada yang pengen empingnya

banyak itu ibu lempar gitu ke tetangga disuruh buat ngemping, kan biasa kita bayar upah jasanya gitu, perkilo itu 10 ribu jasanya” (Wawancara dengan Ibu E selaku pelaku usaha, 6 September 2025).

Dalam hal pemasaran, kebanyakan pelaku usaha masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut yang didukung oleh kepercayaan pelanggan lokal. Kepercayaan ini menjadi aset penting dalam menjaga loyalitas pembeli. Beberapa pelaku juga mulai beradaptasi dengan era digital melalui penjualan di platform daring seperti Shopee, yang memperluas jangkauan pasar.

Jika dikaitkan dengan konsep Bourdieu, relasi sosial pelaku usaha di Menes berfungsi sebagai sumber daya yang dapat dimobilisasi untuk memperkuat posisi ekonomi mereka. Jaringan sosial yang mereka miliki menghasilkan kepercayaan, dukungan, dan manfaat timbal balik yang berperan besar dalam menjaga keberlangsungan usaha serta nilai gotong royong masyarakat.

3. Praktik Modal Budaya Pelaku Usaha

Dalam menjalankan usaha, pelaku emping melinjo bukan hanya mengandalkan modal ekonomi dan sosial, tetapi juga modal budaya yang menjadi fondasi penting bagi keberlangsungan usaha. Bourdieu (dalam Haryatmoko, 2016) mendefinisikan modal budaya sebagai aset yang mencakup pengetahuan, keterampilan, gaya hidup, serta kebiasaan (habitus) yang membentuk cara individu berperilaku.

Berdasarkan hasil lapangan, modal budaya pelaku usaha emping melinjo di Desa Menes tampak pada pengetahuan dan keterampilan membuat emping yang diperoleh secara otodidak. Mereka belajar melalui pengalaman langsung, meniru anggota

keluarga atau sesama pembuat emping, hingga menjadi mahir. Proses ini menunjukkan adanya pewarisan pengetahuan praktis secara turun-temurun yang terus dipertahankan melalui pengalaman.

“Belajar sendiri, emang dulu ada orang parigi kesini ada teteh, jadi ngeliatin aja, ngeliatin coba-coba, jadi engga banyak praktik si inimah cuman liatin nyoba-nyoba udah”. (Wawancara dengan Ibu U selaku pelaku usaha, 8 September 2025).

Selain kemampuan produksi, habitus pelaku usaha juga menjadi bagian dari modal budaya. Sebagian besar merupakan ibu rumah tangga yang terbiasa menyeimbangkan tanggung jawab domestik dengan pekerjaan produksi. Mereka biasanya menyelesaikan tugas rumah terlebih dahulu sebelum membuat emping. Pola seperti ini mencerminkan kebiasaan dan nilai hidup yang telah melekat, di mana tanggung jawab keluarga tetap dijaga tanpa mengabaikan produktivitas ekonomi.

4. Praktik Modal Simbolik Pelaku Usaha

Modal simbolik didefinisikan sebagai bentuk penghargaan atau pengakuan sosial yang diberikan masyarakat kepada individu, dan biasanya lahir dari keberhasilan dalam mengelola modal-modal lain (Bourdieu & Wacquant, 1992). Pada pelaku usaha emping melinjo di Desa Menes, modal simbolik tidak berasal dari jabatan atau pendidikan tinggi, melainkan dari reputasi, kepercayaan, dan identitas produk yang mereka bangun.

Salah satu wujud modal simbolik terlihat pada ciri khas emping Menes yang dibuat dari satu biji melinjo untuk setiap kepingnya. Keunikan ini menjadi simbol identitas lokal sekaligus pembeda dari emping daerah lain di sekitar Menes. Ciri khas tersebut juga meningkatkan

citra dan nilai produk di mata konsumen, serta memperkuat posisi simbolik pelaku usaha di pasar.

"Cirinya ini A kan emping parigi mah emping dua, emping tiga, kan emping Menes mah satu jadi beda". (Wawancara dengan Ibu U selaku pelaku usaha, 8 September 2025)

Selain itu, pelaku usaha yang telah memiliki merek, sertifikat halal, atau izin PIRT juga memperoleh pengakuan tambahan yang menunjukkan profesionalitas dan kredibilitas usaha.

Bentuk modal simbolik lainnya muncul dari kepercayaan pelanggan. Pengakuan ini tampak dari pujian dan ulasan positif yang diberikan pembeli, baik secara langsung maupun melalui platform daring seperti Shopee. Pujian terhadap kualitas rasa dan kerenyahan menjadi bentuk legitimasi sosial yang memperkuat reputasi usaha mereka.

"Suka ada aja, empingnya sae katanya, digorengnya juga ga bentet, ada aja gitu A namanya pembeli ini kan yaa, ada aja yang suka komen mah". (Wawancara dengan Ibu U selaku pelaku usaha, 8 September 2025).

Selain itu, konsisten dalam menjaga kualitas produk juga membuat banyak pelanggan menjadi pembeli tetap. Kepercayaan dan loyalitas pelanggan ini merupakan perwujudan nyata dari modal simbolik yang mereka miliki.

Berdasarkan hasil analisis, praktik modal yang dijalankan pelaku usaha *home industry* emping melinjo di Desa Menes meliputi empat bentuk utama: modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik. Keempat modal ini menjadi faktor penting yang menopang keberlangsungan usaha mereka hingga sekarang.

Praktik tersebut memperlihatkan bahwa pelaku usaha mampu memanfaatkan beragam sumber daya untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya meskipun

menghadapi keterbatasan. Dengan kata lain, keberlanjutan usaha emping melinjo di Desa Menes bukan hanya bergantung pada satu jenis modal, tetapi merupakan hasil sinergi dari berbagai modal yang saling melengkapi sesuai kondisi dan kemampuan masing-masing pelaku usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa keberlangsungan usaha para pelaku *home industry* emping melinjo di Desa Menes sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam memanfaatkan berbagai bentuk modal yang dimiliki. Mengacu pada konsep Bourdieu, terdapat empat bentuk modal yang memiliki peran penting dalam praktik usaha, yaitu modal ekonomi, simbolik, sosial dan modal budaya. Para pelaku usaha tidak hanya bergantung pada satu jenis modal saja, melainkan mengombinasikan berbagai modal tersebut secara bersamaan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Dari keempat bentuk modal tersebut, modal sosial dan modal ekonomi menjadi yang paling dominan dalam menunjang aktivitas produksi dan pemasaran emping melinjo. Hal ini menunjukkan bahwa praktik modal yang dijalankan secara terpadu berperan besar dalam menjaga keberlangsungan usaha *home industry* emping melinjo di tengah berbagai tantangan yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.

Dzikrullah, A. A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi peran koperasi dalam mendukung

UMKM: Meningkatkan akses modal, penguasaan teknologi, dan ekspansi pasar. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648–668.

kesejahteraan masyarakat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(3), 226–237.

Field, J. (2010). Modal sosial (terjemahan). Bantul: Kreasi Wacana.

Finace.detik.co. 2025. *UMKM Ngeluh Omzet Turun Imbas Daya Beli Lemah, Pemerintah Respons Begini*. (Diakses pada 5 Agustus 2025) dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7963499/umkm-ngeluh-omzet-turun-imbasm-daya-beli-lemah-pemerintah-respons-begini>

Haryatmoko. (2016). Membongkar Rezim Kepastian Pemikiran Kritis PostStrukturalis. Yogyakarta: KANISIUS.

Iskandar. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Gaung Persada (GP Press)

Jenkins, R. (1992). Pierre Bourdieu (Key Sociologists). London: Routledge.

Kudus, W. A. (2022). Risalah Penelitian Ilmiah (Panduan Skripsi, Tesis, dan Disertasi). Tangerang: Media Edukasi Indonesia.

Moleong, L.J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muchlisa Mandyara, D. R. (2024). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dalam penguatan ekonomi kerakyatan di Bima. *JTE: Journal of Thought and Education*, 1(1), 57–63.

Purnama, A., Rahayu, F. F., & Wahyuni, P. (2023). Pola persebaran tanaman melinjo (*Gnetum gnemon*) di Provinsi Banten. *Bioma: Jurnal Biologi Makassar*, 8(2), 51–65.

Rifa'i, M., & Husinah. (2022). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Medan: Perdana Publishing.

Ritzer, G. (2012). Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

Suminartini, S., & Susilawati, S. (2020). Pemberdayaan masyarakat melalui bidang usaha home industry dalam meningkatkan