

JARINGAN SOSIAL USAHA *HOME INDUSTRY* MEBEL

**(Studi Kasus : Tiga Usaha *Home Industry* Mebel di Jalan Gotong Royong,
Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur)**



**Nevi Handayani
4825131369**

**Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan
Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

ABSTRAK

NEVI HANDAYANI, Jaringan Sosial Usaha *Home Industry* Mebel (Studi Kasus: Tiga Usaha *Home Industry* Mebel di Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur), *Skripsi*, Jakarta, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2017.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui jaringan sosial yang terjadi pada usaha *home industry* mebel. Sektor informal yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *home industry* mebel. Penelitian ini menjelaskan mengenai jaringan sosial yang terjadi pada usaha *home industry* mebel dalam memanfaatkan modal sosial sehingga menjadi pendukung usaha serta memberikan manfaat dari keberadaan jaringan sosial usaha *home industry* mebel bagi para pengusaha mebel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian studi kasus. Lokasi penelitian dilaksanakan di *Home Industry* Mebel Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur. Penelitian dilakukan pada Desember 2016 - April 2017. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 8 orang. Satu, merupakan pelopor yaitu orang yang pertama kali menjalani *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong. Dua pengusaha mebel, yang merupakan orang-orang yang mengikuti jejak seorang pelopor. Dua masyarakat Jalan Gotong Royong yang memanfaatkan peluang ekonomi keberadaan *home industry* mebel. Satu tokoh masyarakat yang merupakan Ketua RT 02 Jalan Gotong Royong. Dua informan lain yang mendukung yaitu karyawan yang bekerja pada *home industry* mebel. Data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini, peneliti menggunakan teori jaringan sosial mengenai dua jenis ikatan yang terdapat dalam jaringan sosial yaitu ikatan kuat dan ikatan lemah.

Temuan hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa, berkembangnya pengusaha mebel asal Salatiga merupakan hasil dari berkembangnya jaringan sosial yang ada di Desa dan di Kota. Jaringan antara pengusaha mebel Salatiga tersebut bertambah kuat karena adanya suatu wadah yaitu arisan dan koperasi mebel sehingga melalui wadah inilah segala permasalahan yang dihadapi anggotanya dapat terselesaikan. Sedangkan dengan pengusaha asal daerah lain jaringan sosial dinilai lemah. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa melalui jaringan sosial menciptakan akses dan kesempatan untuk mendapatkan peluang kerja untuk seseorang guna membantu memenuhi kebutuhan hidupnya. Relasi yang terjalin terdapat faktor-faktor yang mendukung relasi yang terjadi pada usaha *home industry* tersebut yaitu adanya kepercayaan yang tinggi (*trust*), norma dan jaringan sosial.

Kata Kunci: Jaringan Sosial, Home Industry Mebel

ABSTRACT

NEVI HANDAYANI, *Social Network Home Industry Furniture Business (Case Study: Three Home Industry Furniture Business in Gotong Royong Street, Pondok Bambu Village, East Jakarta), Undergraduate Thesis, Jakarta, Sociology Program, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, 2017.*

The purpose of this study to determine the social networking that occurred in the home industry furniture industry. The informal sector studied in this research is home industry furniture. This research explains about social network that happened at home industry of furniture in utilizing social capital so that become supporter of business and give benefit from existence of social network of home industry furniture business for furniture entrepreneur.

This research uses qualitative approach, with case study research method. The location of the research was conducted at Home Industry Mebel Jalan Gotong Royong, Pondok Bambu Village, East Jakarta. Research conducted in December 2016 - April 2017. Informant in this research consist of 8 people. One is the pioneer that is the person who first leads home furniture industry in Jalan Gotong Royong. Two furniture entrepreneurs, who are the ones who follow in the footsteps of a pioneer. Two people of Jalan Gotong Royong take advantage of the economic opportunities of home furniture industry existence. One community leader who is the Head of RT 02 Jalan Gotong Royong. Two other informants who support the employees who work in the home industry furniture. Data obtained through primary data and secondary data. Data collection techniques are through observation, in-depth interviews, and documentation. This study, the researchers used social network theory about the two types of bonds contained in social networks are strong bonds and weak bonds.

The findings of field research indicate that, the development of furniture entrepreneurs from Salatiga is the result of the development of social networks in the village and in the city. The network among Salatiga furniture entrepreneurs is growing stronger because of the existence of a container that is arisan and cooperative furniture so that through this container all the problems faced by its members can be resolved. Meanwhile, other businessmen from other regions of social networks are considered weak. The study also shows that through social networks it creates access and opportunity to gain employment opportunities for a person to help meet their life needs. Relationships that exist there are factors that support the relationships that occur in the home industry business is the existence of high trust (trust), norms and social networks.

Keywords: Social Networking, Home Furniture Industry

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

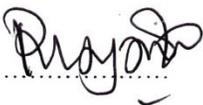
Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP. 19630412 199403 1 002

No	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Robertus Robet, MA</u> NIP. 19710516 200604 1 001 Ketua Sidang		21-08-2017
2	<u>Dian Rinanta Sari, S. Sos., M.A.P</u> NIP. 19690306 199802 2 001 Sekretaris Sidang		18-08-2017
3	<u>Dr. Eman Surachman, MM</u> NIP. 19521204 197404 1 001 Penguji Ahli		15-08-2017
4	<u>Dewi Sartika, M. Si</u> NIP. 19731212 200501 2 001 Dosen Pembimbing I		16-08-2017
5	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Dosen Pembimbing II		15-08-2017

Tanggal Lulus: 10 Agustus 2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nevi Handayani

NIM : 4825131369

Menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Jaringan Sosial Usaha *Home Industry* Mebel (Studi Kasus: Tiga Usaha *Home Industry* Mebel di Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur)”** ini sepenuhnya karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Jakarta, 22 Agustus 2017



Nevi Handayani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Strength does not come from physical capacity. It comes from an indomitable will

-Mahatma Gandhi-

Berdamailah dengan kegagalan dan bersahabatlah dengan masa depan

-Nevi Handayani-

Skripsi ini saya persembahkan untuk Mamah, Bapak, Kakak, serta Adikku tercinta. Terimakasih telah memberikan ku semangat, kasih sayang, perhatian, dukungan serta do'a yang luar biasa yang terus mengalir untuk keberhasilanku sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “**Jaringan Sosial Usaha Home Industry Mebel (Studi Kasus: Tiga Usaha Home Industry Mebel di Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur)**” dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan penelitian dan penulisan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, saran maupun kritik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti, yaitu:

1. Dr. Muhammad Zid, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Nebegri Jakarta.
2. Dr. Robertus Robet, MA selaku Koordinator Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta
3. Dewi Sartika, M.Si selaku Pembimbing Akademik serta Dosen Pembimbing I peneliti, atas kesabaran, motivasi dan keikhlasan dalam membimbing selama masa penulisan skripsi sehingga dapat menyelesaikan dengan baik.
4. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang bersedia meluangkan waktunya dan membantumembimbing peneliti sehinggadapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Eman Surachman, MM selaku penguji ahli yang telah memberi perbaikan, saran dan motivasi kepada peneliti.
6. Dr. Robertus Robet, MA selaku ketua sidang yang telah memberi saran dan motivasi kepada peneliti.

7. Dian Rinanta Sari, S. Sos., M.A.P selaku sekretaris sidang yang membantu memberikan bimbingan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini
8. Seluruh Dosen Prodi Sosiologi Pembangunan dan Staff Jurusan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan informasi kepada penulis sehingga menjadi bekal yang sangat berarti bagi peneliti untuk menjalankan penelitian ini dan seluruh staff akademis Prodi Sosiologi terima kasih atas waktu dan bantuannya.
9. Seluruh keluarga besar saya, kakek, nenek saudara-saudara tercinta yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, kasih satang dan bantuan baik secara moril maupun materiil demi lancarnya penyusunan skripsi ini.
10. Mala Anarsa, Ninda Rahmawati, Nay Mulyafif, Dea Indah Hariadi, Citra Amelia, Shacna Indriani, serta Aldino, selaku sahabat terbaik yang banyak membantu dalam mendengarkan keluh kesah sayasehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan mahasiswa/i Sosiologi Pembangunan angkatan 2013 senantiasa menjaga kekompakan, persaudaraan, kerjasama hingga penyelesaian skripsi ini.
12. Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada informan pengusaha *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong yang telah bersedia memberikan informasi sekaligus menjadi narasumber.

Peneliti menyadari terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Maka dari itu sangat diharapkan kritik serta saran yang membangun bagi penulis, sehingga tercapai kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi mahasiswa Prodi Sosiologi Pembangunan dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian skripsi.

Jakarta, Agustus 2017

Nevi Handayani

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis	9
1.6 Kerangka Konseptual	16
1.6.1 Konsep Jaringan Sosial	16
1.6.2 Konsep Modal Sosial.....	18
1.6.4 Konsep <i>Home Industry</i>	19
1.7 Kerangka Berfikir.....	20
1.8 Metodologi Penelitian	22
1.8.1 Pendekatan Penelitian	22

1.8.2 Subjek Penelitian.....	23
1.8.3 Peran Peneliti	25
1.8.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.9 Triangulasi Data.....	27
1.10 Sistematika Penulisan.....	28

BAB II GAMBARAN SOSIAL *HOME INDUSTRY* MEBEL JALAN GOTONG ROYONG, POTENSI USAHA EKONOMI DAN PROFIL INFORMAN

2.1 Pengantar.....	31
2.2 Gambaran Umum Jalan Gotong Royong Sebagai <i>Home Industry</i> Mebel	32
2.3 Potensi Arena Usaha <i>Home Industry</i> Jalan Gotong Royong	34
2.3.1 Potensi Ekonomi	34
2.3.2 Potensi Sosial	37
2.3.3 Potensi Budaya.....	38
2.3.4 Potensi Konflik.....	39
2.4 Konteks Sosial Kemunculan <i>Home Industry</i> Mebel di Jalan Gotong Royong.....	41
2.4.1 Kondisi Warga Tahun 1970-1980.....	41
2.4.2 Kondisi Warga Tahun 1980-1990.....	42
2.4.3 Kondisi Warga Tahun 2000-Sekarang.....	44
2.5 Profil Pengusaha <i>Home Industry</i> Mebel	46
2.5.1 Bapak Yono.....	47
2.5.2 Bapak Purwanto	52
2.5.3 Bapak Basor	57

**BAB III JARINGAN SOSIAL KEGIATAN PRODUKSI *HOME INDUSTRY*
MEBEL**

3.1 Pengantar.....	65
3.2 Terbentuknya Jaringan Sosial Pengusaha Mebel.....	65
3.3 Proses Terbentuknya Jaringan Produksi, Distribusi dan Konsumen.....	70
3.3.1 Jaringan dengan Pemasok.....	70
3.3.2 Jaringan dengan Distributor.....	74
3.3.3 Jaringan dengan Konsumen.....	77
3.4 Paguyuban Arena Sosialisasi dalam Pengembangan Usaha <i>Home Industry</i> Mebel.....	83

BAB IV JARINGAN SOSIAL USAHA *HOME INDUSTRY* MEBEL

4.1 Pengantar.....	87
4.2 Modal Sosial <i>Home Industry</i> Mebel.....	87
4.2.1 Kepercayaan.....	88
4.2.2 Norma.....	90
4.3 Peran Modal Sosial dalam Strategi <i>Home Industry</i> Mebel.....	91
4.3.1 Peran Norma dalam Strategi <i>Home Industry</i> Mebel.....	91
4.3.2 Peran Kepercayaan dalam Strategi <i>Home Industry</i> Mebel.....	93
4.4 Peluang Ekonomi (Tenaga Kerja) dalam Jaringan Sosial <i>Home</i> <i>Industry</i> Mebel.....	96
4.5 Organisasi sebagai Jaringan Sosial.....	98
4.6 Jaringan Sosial dari Produksi.....	100
4.7 Analisis Teori Jaringan Sosial pada Usaha <i>Home Industry</i> Mebel.....	104

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 109
5.2 Saran..... 111

DAFTAR PUSTAKA 113

LAMPIRAN..... 116

RIWAYAT HIDUP..... 126

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Tabel Produksi Mebel ekspor DKI Jakarta dan Nasional	5
Tabel I.2 Tabel Penelitian Sejenis	15
Tabel II.2 Jumlah Sarana Perekonomian	37
Tabel II.3 Daftar Harga Kerangka Produksi Pak Yono	51
Tabel II.4 Daftar Harga Kerangka Produksi Pak Purwanto.....	56
Tabel II.5 Daftar Harga Kerangka Produksi Pak Basor.....	60
Tabel II.6 Daftar Harga Sofa Produksi Pak Basor	61
Tabel II.7 Tipologi Pengusaha Mebel.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1	Peta Jalan Gotong Royong Kelurahan Pondok Bambu 33
Gambar II.2	Salah Satu Usaha di Pinggir Jalan Pahlawan Revolusi..... 35
Gambar II.3	Bapak Maryoto dan Dagangannya..... 36
Gambar II.4	SMP Santo Bonaventura dan STIE Trianandra 38
Gambar II.5	Kondisi Fisik Jalan Gotong Royong Rt. 02/02 45
Gambar II.6	Usaha Mebel Milik Pak Yono 49
Gambar II.7	Lokasi Usaha Bapak Purwanto..... 54
Gambar II.8	Hasil Produksi <i>Home Industry</i> Mebel Bapak Basor 59
Gambar II.9	Sofa Produksi Bapak Basor..... 62
Gambar III.5	Jenis Bahan Baku dan Isian Bantal Sofa..... 72
Gambar III.6	Tahapan Pengerjaan Sofa..... 73
Gambar III.7	Ruang <i>Stand</i> Penjualan Hasil Produksi Mebel..... 79

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan I.1 Kerangka Berfikir.....	20
Bagan II.2 Klasifikasi <i>Home Industry</i> Mebel di Jakarta.....	46
Bagan III. 3 Terbentuknya Jaringan Sosial Pengusaha Mebel.....	67
Bagan III.4 Jaringan Sosial Pengusaha Mebel di Desa dan di Kota.....	69
Bagan III.5 Jaringan dengan Pemasok.....	71
Bagan III.6 Jaringan Distribusi.....	76
Bagan III.7 Jaringan dengan Konsumen.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Menurut data produksi mebel ekspor DKI Jakarta dan Nasional di Koperasi Industri Kayu Mebel Jakarta Timur, industri mebel dan pengolahan lainnya mengalami kenaikan pertumbuhan tertinggi pada tahun 2016. Kenaikan pertumbuhan produksi tersebut disebabkan karena Pemerintah telah memperketat ekspor bahan baku kayu dan rotan dalam bentuk sederhana. Selain itu penyebab kenaikan ekspor mebel Indonesia adalah karena keunikan dan ciri khas produk, dimana pembuatannya masih manual atau *hand made*.¹

Pada saat ini, mebel kayu telah menjadi kebutuhan yang diperlukan untuk *design interior* yang baik bagi setiap rumah serta memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktivitas. Pengembangan usaha ini akan memberikan dampak positif terhadap pemanfaatan sumber daya alam Indonesia secara optimal sekaligus dapat menambah pendapatan devisa negara.

Perkembangan mebel di Indonesia tidak terlepas dari sejarah industri mebel Jepara. Mebel Jepara sangat dikenal di Indonesia dan juga dunia. Jepara memang sangat dikenal terutama dengan keunikan kerajinan mebel ukirnya. Hal ini dapat

¹Laporan Data Produksi Mebel Koperasi Industri Kayu Mebel, (Jakarta Timur 2016), hlm 5.

terlihat pada setiap penyelenggaraan pameran mebel, selalu tersedia tempat khusus untuk meubel Jepara.

Nurul Widyaningrum dalam Jurnal yang berjudul *Eksplotasi Terhadap Pengusaha Kecil Melalui Rantai Hulu-Hilir*, “masuknya mebel Jepara ke pasar Internasional dimulai dari keikutsertaan para pengrajin mebel Jepara dalam pameran produk kerajinan di Bali pada tahun 1990-an.”² Pameran tersebut secara tidak langsung telah mengubah struktur produksi mebel yang tadinya pemasarannya hanya berorientasi lokal kemudian beralih menjadi ke pasar ekspor.

Menurut Purnomo, “sektor mebel di industri Indonesia mulai mengalami perkembangan yang pesat pada tahun 1998.”³ Pada waktu itu terjadi krisis ekonomi global yang dialami oleh bangsa-bangsa di Asia, termasuk salah satunya negara Indonesia. Kondisi politik di dalam negeri sendiri sedang mengalami masa transisi dimana Pemerintahan Orde Baru berada pada titik terlemah.

Kejadian-kejadian tersebut sangat menguntungkan masyarakat Jepara pada umumnya dan industri mebel *outdoor* pada khususnya.”⁴ Pada saat itu industri mebel Jepara mengalami zaman keemasannya. Hal ini dikarenakan pada saat krisis ekonomi melanda di berbagai belahan bangsa Asia, mata uang rupiah ikut anjlok, tapi dengan anjloknya nilai rupiah tersebut justru menguntungkan Jepara karena transaksi industri mebel memakai patokan dolar Amerika Serikat (AS).

²Nurul Widyaningrum, “*Eksplotasi Terhadap Pengusaha Kecil Melalui Rantai Hulu-Hilir (Studi Kasus: Industri Mebel Rotan dan Jati)*,” (Bandung : Akatiga, Jurnal Analisis Sosial, 2003), Vol 8 No1.

³Purnomo, H. Irawati, dan Melati, “*Menunggang Badai : Untaian Kehidupan, Tradisi dan Kreasi Aktor Mebel Jepara*,” (Bogor: CIFOR, 2010), hlm. 49.

⁴*Ibid*, hlm.50.

Menguatnya nilai dolar maka hasil penjualan mebel memberikan nilai tukar rupiah yang lebih besar. Dengan begitu maka banyak pengusaha mebel Jepara yang mengalami peningkatan khususnya dalam bidang ekonomi. Usaha mebel pada sentra *industry* mebel Jakarta Timur mayoritasnya dijalankan dalam skala industri kecil atau industri rumah tangga (*home industry*). *Home industry* atau yang dikenal dengan sebutan industri rumahan adalah suatu unit usaha atau perusahaan yang bergerak dalam bidang industri tertentu.”⁵

Usaha ini biasanya didirikan oleh seseorang yang telah memiliki pekerjaan tetap, namun tidak menutup kemungkinan jika ada seseorang yang mendirikan *home industry* dan menjadikannya sebagai pekerjaan tetap. Namun pada penelitian ini, pelaku kegiatan ekonomi yang bergerak disektor usaha ini adalah para pelaku ekonomi yang bergerak secara perorangan dan umumnya hanya memiliki sumber daya (modal, keterampilan, ruang usaha) yang terbatas. Usaha inipun tidak lepas dari memanfaatkan jaringan sosial yang dibentuk oleh masyarakat pelaku ekonomi terutama pelaku ekonomi pada pengusaha mebel Salatiga.

Home industry tidak hanya memberikan keuntungan yang lebih besar dari biasanya, tetapi lebih dari itu mampu memberikan kesempatan dan peluang bagi orang lain yang belum memiliki pekerjaan dan mampu memperkerjakan beberapa pengrajin lain.

⁵Jasa Ungguh Muliawan, “*Manajemen Home Industry Peluang Usaha di Tengah Krisis*,” (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), hlm. 3.

Menurut Baryl dalam buku *Designing Furniture Teknik Merancang Mebel Kreatif* yang ditulis Eddy S Marizar “kata *furniture* sendiri dalam bahasa Inggris jika diterjemahkan ke bahasa Indonesia menjadi mebel. Istilah “mebel” digunakan karena sifat Bergeraknya atau mobilitasnya sebagai barang lepas di dalam interior arsitektural. Kata mebel berasal dari bahasa Perancis yaitu *meubel*, atau bahasa Jerman *mobel*. Pengertian mebel secara umum adalah benda pakai yang dapat dipindahkan, berguna bagi kegiatan hidup manusia, mulai dari duduk, tidur, bekerja, makan, bermain, dan sebagainya yang memberi kenyamanan dan keindahan bagi pemakainya.”⁶

Berdasarkan penjelasan diatas, maka *home industry* mebel merupakan suatu usaha dalam skala rumah tangga yang bergerak dalam bidang pembuatan benda-benda interior yang dapat dipindahkan dan berguna bagi kegiatan hidup manusia, contohnya seperti kursi, tempat tidur, meja, lemari dan sebagainya.

Secara umum prospek pasar produk mebel pada sentra industri mebel Jakarta Timur sangat terbuka luas, termasuk di wilayah Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu baik pasar lokal maupun untuk pasar ekspor. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel I.1.

⁶Eddy S Marizar, “*Designing Furniture Teknik Merancang Mebel Kreatif*,” (Yogyakarta: Media Pressindo, 2005), hlm. 20.

Tabel I.1 Produksi Mebel Ekspor DKI Jarta dan Nasional

No	Uraian	2015		2016	
		Berat (<i>tons</i>)	Nilai (US\$) 000	Berat (<i>tons</i>)	Nilai (US\$) 000
1	DKI Jakarta	114.186	180.140	145.806	247.379
2	Nasional	545.289	1.100.911	513.442	1.116.557

Sumber: Laporan Produksi Mebel Koperasi Industri Kayu Mebel, Jakarta Timur 2016.

Berdasarkan tabel I.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2015 kebutuhan produk mebel secara Nasional untuk ekspor mencapai 545.289 ton dengan nilai 1.100.911 US\$ sedangkan produksi mebel Provinsi DKI Jakarta pada tahun yang sama untuk mutu ekspor mencapai 114.186 Ton dengan nilai 180.140 US\$.

Tahun 2016 produksi mebel produksi mebel dari Provinsi DKI Jakarta meningkat menjadi 145.806 dengan nilai 247.379 US\$ sementara permintaan secara Nasional adalah 513.442 Ton dengan nilai 1.116.557 US\$. Artinya bahwa prospek pasar sentra industri mebel Jakarta Timur sangat terbuka luas karena kebutuhan produk mebel Provinsi DKI Jakarta sebagian besar diperoleh dari sentra mebel Jakarta Timur. Produk mebel mengalami kenaikan permintaan secara Nasional sehingga membuka peluang prospek pasar bagi sentra industri mebel Jakarta Timur.

Peluang prospek pasar bagi sentra industri mebel Jakarta Timur inipun kemudian dimanfaatkan oleh pengusaha *home industry* mebel Jalan Gotong Royong. Pengusaha memanfaatkan dan menjaga *home industry* mebel ini dengan membentuk suatu jaringan sosial antara pengusaha mebel. Jaringan sosial pada suatu masyarakat

menunjukkan berbagai tipe hubungan sosial yang terikat atas dasar identitas kekerabatan, ras, etnik, pertemanan, ketetanggaan, ataupun atas dasar kepentingan tertentu.

Aktivitas sekelompok individu menjadi suatu aksi sosial maka disitulah jaringan sosial berperan dalam sistem sosial. Memulai usaha di industri skala kecil ini tidak terlepas terjalannya kerjasama dari jaringan sosial yang ada di masyarakat, terlebih lagi bagi pengusaha *home industry* mebel. Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk yang formal maupun bentuk informal. Hubungan sosial adalah gambaran atau cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal.⁷

Pada penelitian ini akan dibahas mengenai terbentuknya jaringan sosial yang kuat antara para pengusaha mebel Jalan Gotong Royong sehingga membuat *home industry* mebel ini masih bertahan dan berkembang sampai saat ini. Jaringan sosial yang kuat dan masih terjalin sampai saat ini didukung oleh beberapa faktor-faktor pendukung yaitu berupa modal sosial yang dimiliki pengusaha mebel itu sendiri. Modal sosial yang mengacu pada nilai, norma, kepercayaan, jaringan dan hubungan timbal balik inilah yang berpotensi menjadi *home industry* mebel untuk bisa eksis dalam memproduksi kerajinan mebelnya serta dapat menyelesaikan permasalahan

⁷Damsar, "*Sosiologi Ekonomi*," (Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada, 2002), hlm 157.

yan ada didalamnya. Tentunya tidak terlepas juga dari dinamika yang telah dialami oleh pengusaha mebel selama menekuni bidang ini.

Ketiga informan kunci yang menjadi subjek dari penelitian ini, merupakan pendatang yang berasal dari Salatiga. Mereka merantau ke Jakarta dengan tujuan mengadu nasib dan ingin mengubah kehidupan sosial ekonominya menjadi lebih baik. Ketiga pelaku ekonomi yang sama-sama bergerak di bidang industri permebelan ini setelah usaha mereka relatif berhasil dan membutuhkan bantuan di dalam usahanya, mereka pun kemudian mengulurkan bantuan kepada keluarga, masyarakat sekitar ataupun sanak saudaranya yang pengangguran tanpa penghasilan, mereka memiliki ikatan persaudaraan dan latar belakang yang membuat mereka saling membutuhkan. Disini terlihat terjadi tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dalam jaringan sosial usaha *home industry* mebel dalam membantu antar kerabat maupun masyarakat sekitar Jalan Gotong Royong.

Berdasarkan latar belakang uraian diatas, maka dalam penelitian ini akan membahas mengenai jaringan sosial usaha *home industry* mebel .

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan penalaran sesuai latar belakang di atas, maka perumusan masalah di wilayah Jalan Gotong Royong dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana jaringan sosial yang terjadi pada usaha *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong ?
2. Faktor apa saja yang mendukung jaringan sosial yang terjadi pada usaha *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui terbentuknya jaringan sosial yang terjadi pada usaha *home industry* mebel. Selain itu, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor pendukung dalam jaringan sosial usaha *home industry* mebel.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini mampu memberikan sebuah kontribusi pada ilmu pengetahuan dan juga ilmu pendidikan, yaitu:

- a. Manfaat akademis yang mencoba mengkaji lebih mendalam mengenai jaringan sosial usaha melalui *home industry* mebel, peran modal sosial yang terdapat pada strategi *home industry* mebel.
- b. Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti untuk mengembangkan ilmu yang sudah diperoleh selama di perkuliahan di bidang sosiologi ekonomi. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan untuk mengukur sejauh mana jaringan sosial dapat membantu akses ekonomi. Penelitian ini diharapkan menjadi tolak ukur dalam sebuah pandangan masyarakat luas dalam melihat jaringan sosial dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dalam keluarga. Keberadaan *home industry* tidak hanya bermanfaat untuk memperbaiki kehidupan atau menambah penghasilan seseorang namun juga memberikan manfaat bagi perekonomian

negara yaitu dalam hal mengurangi pengangguran dengan menyerap tenaga kerja dan menambah penghasilan negara.

- c. Manfaat praktis, dengan tema dari penelitian ini semoga dapat memberi pemahaman kepada Pemerintah untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan Pemerintah yang dapat mensejahterahkan masyarakat khususnya pengusaha mebel dan pelaku yang terlibat dalam jaringan perdagangan mebel. Sedangkan untuk masyarakat penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi *home industry* mebel khususnya yang berada di Jalan Gotong Royong dalam mengembangkan usahanya serta memaksimalkan potensi-potensi yang ada.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Munculnya ide dan gagasan penelitian ini tak terlepas dari bantuan beberapa penelitian terdahulu, sejauh ini ada beberapa penelitian yang mengkaji tentang *homeindustry*. Pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Taryati, dengan judul "*Industri Kreatif Limbah Tempurung Kelapa (Studi Kasus: Surya Bathok Craft)*." Penelitiannya ini menjelaskan bahwa di daerah Bantul, Yogyakarta terdapat banyak sekali pohon kelapa yang merupakan tanaman serbaguna dari akar, batang, bunga, buah dan daun dapat dimanfaatkan untuk kehidupan sehari-hari.⁸

⁸Taryati, "*Industri Kreatif Limbah Tempurung Kelapa (Studi Kasus: Surya Bathok Craft)*," (Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, Jantra Jurnal Sejarah dan Budaya, 2010) Vol. 5 No. 9.

Namun yang menjadi permasalahan disini adalah tempurung kelapa yang telah berbentuk limbah atau dengan kata lain bentuknya sudah tidak memungkinkan untuk dimanfaatkan. Pada umumnya limbah tempurung kelapa digunakan untuk bahan bakar secara langsung ataupun dalam bentuk arang.

Ditangan orang yang kreatif tempurung kelapa ini ternyata dapat berganti menjadi sesuatu yang bernilai baik dari segi ekonomi maupun seni artistiknya. Adalah pasangan suami istri (Suradi dan Haryanti) pemilik “Surya Bathok Craft” yang mampu membentuk limbah batok kelapa menjadi aneka macam kerajinan tangan seperti tas, aksesoris, kancing baju, mangkuk, alat musik sampai hiasan dinding. Peminatnya pun bisa dibbilang lumayan banyak, hal ini tidak lepas dari keinginan pemilik dalam memajukan usahanya. Pemasaran produk limbah ini dilakukan dengan mengikuti pameran-pameran kerajinan tangan yang diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi setempat. Melalui pameran ini lah ternyata banyak pesanan yang masuk, pesanan tersebut tidak hanya datang dari dalam negeri tetapi juga ada dari luar negeri antara lain seperti Perancis, Canada, Jamaica. Sedangkan pemesanan hasil kerajinan lokal dengan cara dititipkan di toko, pasar, koperasi, galeri dan di jual di rumah.

Meskipun pemasarannya sudah merambah ke luar negeri usaha ini masih memiliki kendala, diantaranya berasal dari segi tenaga kerja. Usaha kerajinan ini belum bisa menerima kerajinan dalam jumlah banyak dengan waktu singkat. Hal ini dikarenakan jumlah orderan yang tidak menentu sehingga jumlah tenaga kerja tetap dibatasi meskipun pemilik ingin menambah jumlah tenaga kerja.

Keberadaan usaha ini tanpa disadari telah menolong atau menampung masyarakat sekitar untuk bekerja. Masyarakat daerah ini sebagian merupakan petani, namun petani dengan lahan yang sempit (akibat kepadatan penduduk yang tinggi), bahkan banyak pula yang menjadi pengangguran. Adanya kerajinan tempurung kelapa, suami istri ini telah melibatkan tetangganya dalam pekerjaan tersebut sehingga usaha kerajinan limbah tempurung kelapa ini tidak hanya dapat menambah penghasilan bagi pemiliknya, namun juga menolong dan menampung tetangganya untuk bekerja agar mendapat penghasilan tambahan.

Kedepannya pemilik “Surya Bathok Craft” tidak hanya ingin membantu menambah penghasilan masyarakat sekitar saja, tetapi juga ingin mengajarkan ilmu yang sudah mereka dapat agar dapat ditiru oleh masyarakat sekitar sehingga mereka bisa membangun usahanya sendiri.

Kedua, penelitian yang dilakukan Supomo dengan judul “*Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Gula Kelapa Di Wilayah Kabupaten Purbalingga (Studi Kasus: Kabupaten Purbalingga)*.”⁹ Penelitian ini menjelaskan bahwa, industri kecil gula kelapa di wilayah Kabupaten Purbalingga ini sangat berpotensi untuk dikembangkan, karena sebagian besar wilayah kabupaten tersebut merupakan lahan pertanian kelapa. Kebanyakan para pembuat gula kelapa ini memproduksi gula kelapa

⁹Supomo, “*Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Gula Kelapa Di Wilayah Kabupaten Purbalingga (Studi Kasus: Kabupaten Purbalingga)*,” (PPKDDS, PKT, Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT), Kajian Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2007), Vol. 12 No.2.

bermutu rendah, tidak seragam, dan memiliki keterbatasan dalam menjual hasil produksinya.

Hal itu disebabkan karena, rendahnya pengetahuan para pembuat gula kelapa dalam mengakses pasar dan penjualan gula tersebut. Selain itu, alat-alat yang digunakan dalam pembuatan gula tersebut masih sangat tradisional. Para pembuat gula kelapa ini sebenarnya telah mempunyai jiwa kewirausahaan, namun jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh para pembuat tersebut terhalang oleh pengetahuan yang terbatas.

Pada akhirnya keadaan tersebut dimanfaatkan oleh orang-orang yang mempunyai kemampuan, baik itu pengetahuan dan juga modal, yaitu para tengkulak. Akhirnya para pembuat gula ini tidak dapat melepaskan diri dari para tengkulak tersebut. Awalnya pola relasi yang terjalin antara tengkulak dan para pembuat gula ini bersifat saling melengkapi dan saling menguntungkan satu sama lain. Namun lambat laun sifat tersebut berubah menjadi peluang bisnis yang menguntungkan hanya untuk para tengkulak tersebut, karena kemampuan dan pengetahuan mereka yang semakin berkembang untuk menembus pasaran. Akibatnya, para pembuat gula kelapa tersebut tidak ada kesempatan untuk memupuk modal atau tabungan karena keuntungan yang mereka peroleh sangat sedikit, dan mungkin hanya cukup untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari saja.

Hal tersebut mempengaruhi pola pikir generasi selanjutnya. Sebagian dari mereka berpikir bahwa, bila mereka sudah lulus dari sekolah, mereka mungkin tidak

berminat untuk meneruskan usaha orangtua mereka. Karena, menurut mereka menjadi pembuat gula kelapa tidak memberikan nilai tambah dan tidak bergengsi.

Penelitian ketiga, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Atiek Suarti dalam bentuk Skripsi dengan judul "*Jaringan Sosial Pedagang Rokok (Studi Kasus: Tentang Tiga Pedagang Rokok Asal Kuningan di Jakarta)*". Studi dari penelitian ini menemukan bahwa menjamurnya kehadiran pedagang rokok asal Kuningan Jawa Barat merupakan hasil dari berkembangnya jaringan sosial yang ada di desa dan di kota. Adanya ikatan jaringan sosial informan bersifat kuat dan lemah, berkembangnya jaringan sosial tersebut menimbulkan berbagai permasalahan, salah satunya yaitu adanya kontestasi ruang ekonomi yang diperebutkan pedagang rokok dengan berbagai pihak terkait seperti sesama pedagang, preman setempat dan petugas keamanan. Serta dengan berkembangnya jaringan sosial yang baik dapat menimbulkan kontribusi dan dilema sosial bagi pembangunan desa asal para pedagang rokok.

Keempat, penelitian sejenis yang ditulis oleh Atiek Suarti dalam bentuk skripsi dengan judul "*Jaringan Sosial Pedagang Rokok (Studi Kasus: Tentang Tiga Pedagang Rokok Asal Kuningan di Jakarta)*".¹⁰ Studi dari penelitian ini menemukan bahwa menjamurnya kehadiran pedagang rokok asal Kuningan Jawa Barat merupakan hasil dari berkembangnya jaringan sosial yang ada di desa dan di kota. Adanya ikatan jaringan sosial informan bersifat kuat dan lemah, berkembangnya

¹⁰Suarti Atiek, "*Jaringan Sosial Pedagang Rokok (Studi Kasus: Tentang Tiga Pedagang Rokok Asal Kuningan di Jakarta)*," (Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2010), hlm 1-138.

jaringan sosial tersebut menimbulkan berbagai permasalahan, salah satunya yaitu adanya kontestasi ruang ekonomi yang diperebutkan pedagang rokok dengan berbagai pihak terkait seperti sesama pedagang, preman setempat dan petugas keamanan. Serta dengan berkembangnya jaringan sosial yang baik dapat menimbulkan kontribusi dan dilema sosial bagi pembangunan desa asal para pedagang rokok.

Kelima oleh Thomas Heberer melalui Jurnal Internasional dengan judul "*Ethnic Entrepreneurs as Agents of Sosial Change.*" Penelitiannya Thomas Heberer menjelaskan tentang pertumbuhan ekonomi campuran di kota besar memiliki konsekuensi sosial jangka panjang. Teori pasar tenaga kerja imigran yang kami garis besarkan berganti pada tingkat heterogenitas dalam pasar tenaga kerja metropolitan. Meningkatnya etnis penelitian sejenis dalam jurnal internasional yang dilakukan heterogenitas di kota-kota besar mendorong ekspansi ekonomi campuran. Ekonomi campuran mendirikan batas-batas sosial yang efektif dari kelompok etnis di kota-kota besar. Lebih bagus tingkat etnis heterogenitas dalam kemajuan industri sosial, lebih banyak kemungkinan komunikasi dalam kelompok, lebih besar ukuran ekonomi campuran, dan lebih berpori batas-batas sosial kelompok etnis yang berpartisipasi di dalamnya. meskipun memisahkan faktor dapat mengeraskan batas-batas di daerah tertentu, hubungan pemasaran mendorong hubungan sosial yang terbuka.

Tabel I.2
Tinjauan Penelitian Sejenis

No	Judul Penelitian	Jenis Tinjauan Pustaka	Persamaan	Perbedaan
1	Job Transitions In An Immigrant Metropolis: Ethnic Boundaries and The Mixed Economy Oleh Thomas Heberer	Jurnal Internasional, The Journal American Sociological Review. Vol. 59 No. 6	Penelitian ini menjelaskan mengenai etnisitas sebagai modal sosial	Penelitian ini menggunakan Teori pasar tenaga kerja imigran yang kami garis besarkan berganti pada tingkat heterogenitas dalam pasar tenaga kerja metropolitan.
2	Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Gula Kelapa di Wilayah Kabupaten Purbalingga (Studi Kasus: Kabupaten Purbalingga) Oleh Soepomo	Jurnal Nasional, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol 12 No.2	Penelitian ini menjelaskan mengenai faktor apa saja yang menghambat kemajuan usaha pengusaha	Penelitian ini menjelaskan apa saja kendala yang dihadapi para pengusaha serta bagaimana cara mereka untuk menyalahi kendala tersebut
3	Industri Kreatif Limbah Tempurung Kelapa (Studi Kasus: Surya Bathok Craft) Oleh Taryati	Jurnal Nasional, Jurnal Sejarah dan Budaya Vol. 5 No.9	Penelitian ini menjelaskan mengenai pengolahan limbah menjadi produk bernilai jual tinggi	Penelitian ini menjelaskan mengenai pemanfaatan limbah usaha bagi masyarakat sekitar
4	Tindakan Ekonomi dan Keterlekatan Pondok Pesantren dengan Santri Karyawan (Studi Kasus: Santri Karyawan yang Bekerja pada Unit Usaha AIDRAT, di Pondok Pesantren Sunan Drajat, Banjarnayar, Paciran, Lamongan) Oleh Tiara Mariska	Jurnal Nasional, Jurnal Ekonomi Islam. Vol 1 No. 3 178-193	Penelitian ini menjelaskan mengenai adanya hubungan sosial yaitu dengan adanya peran modal sosial yang dianut antara Pondok Pesantren dengan santri karyawan	Penelitian ini menjelaskan mengenai tindakan ekonomi santri karyawan yang bekerja di unit usaha, dan bentuk keterlekatan antara Pondok Pesantren dengan antri karyawan di dalam unit usaha AIDRAT.

5	Jaringan Sosial Pedagang Rokok (Studi Kasus: Tentang Tiga Pedagang Rokok Asal Kuningan di Jakarta)Home Industry Oleh Atik Suarti	Skripsi	Penelitian ini menjelaskan mengenai jaringan sosial sesama suku dalam melakukan perdagangan	Penelitian Atiek ini membahas jaringan sosial menimbulkan berbagai permasalahan salah satunya kontestasi ruang ekonomi yang diperebutkan pedagang
6	Jaringan Sosial Usaha <i>Home Industry</i> Mebel (Studi Kasus: <i>Home Industry</i> Mebel di Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu, Jakarta Timur) Oleh Nevi Handayani	Skripsi	Penelitian ini menjelaskan mengenai jaringan sosial yang terjadi pada usahahome industry mebel.	Penelitian ini menggunakan teori pertukaran dalam jaringan sosialyang terbentuk antar pengusaha mebel.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, Tahun 2017.

1.6 Kerangka Konseptual

Seperti yang telah dijelaskan dalam latar belakang penelitian ini, peneliti menekankan mengenai konsep jaringan sosial ekonomi, modal sosial serta *home industry* sehingga *home industry* mebel ini merupakan bentuk suatu kewirausahaan. Suatu usaha yang dilakukan pengusaha mebel dalam strategi usaha *home industry* mebel yang ditekuninya untuk memperbaiki kehidupan sosial-ekonominya kearah yang lebih baik.

1.6.1 Konsep Jaringan Sosial

Interaksi diantara manusia merupakan awal mula terjadinya aktivitas-aktivitas sosial yang kemudian berlanjut dengan terjadinya hubungan sosial. Hubungan sosial adalah sebagai rangkaian hubungan yang teratur diantara tiap individu dan kelompok yang ada dalam masyarakat, dari hubungan sosial itulah akan terbentuk suatu

jaringan sosial.¹¹ Jadi selanjutnya hubungan sosial merupakan suatu penghubung terjadinya jaringan sosial dalam masyarakat.

Ada dua jenis tipe ikatan dalam jaringan sosial, yaitu ikatan kuat dan ikatan lemah. Ikatan kuat hubungan seseorang dengan orang lain karena persamaan latar belakang suku, ras, agama, dan asal daerah. Sedangkan ikatan lemah misalnya hubungan seseorang dengan orang lain yang tidak ada persamaan dan tidak ada ikatan emosional.¹² Didalam suatu bentuk jaringan sosial terdapat kontak sosial dan interaksi sosial diantara tiap individu dan kelompok. Interaksi tersebut dapat dilihat dari tiap aktivitas individu dan kelompok yang ada dalam masyarakat.

Penelitian *home industry* mebel ini, terdapat interaksi yang ada diantara para pengusaha mebel dapat dilihat dari aktivitas ekonomi mereka. Tiap tindakan ekonomi para pengusaha mebel rumahan dipengaruhi juga oleh hal jaringan sosial, dimana tiap pengusaha apabila ingin menjual hasil usahanya akan memilih tempat atau toko yang sudah dikenal sebelumnya. Proses kenal dan mengenal tersebut diyakini sudah lama berlangsung, selain karena ikatan emosional, juga ada ikatan kepercayaan (*trust*) diantara mereka dalam kegiatan perekonomiannya. Terciptanya jaringan tidak lepas dari tujuan masing-masing pihak. Pada umumnya jaringan sosial terbentuk atas motif untuk mendapatkan keuntungan dan berkaitan erat dengan ekonomi individu atau masyarakat.

¹¹Damsar, "*Sosiologi Ekonomi*," (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), hlm 33.

¹²George Ritzer dan Douglas J Goodman, "*Teori Sosiologi Modern*," (Jakarta: Kreasi Wacana, 2005), hlm 383.

1.6.2 Modal Sosial

Modal sosial atau *social capital* merupakan sumber daya yang dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru. Sumber daya yang digunakan untuk investasi, disebut dengan modal. Modal sosial cukup luas dan kompleks. Modal sosial disini tidak diartikan dengan materi, tetapi merupakan modal sosial yang terdapat pada seseorang. Misalnya pada kelompok institusi keluarga, organisasi, dan semua hal yang dapat mengarah pada kerjasama. Modal sosial lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok, dengan ruang perhatian pada kepercayaan, jaringan, norma dan nilai yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok.¹³

Modal sosial atau *social capital* ini memiliki peranan terhadap kelangsungan industri, khususnya pada *home industry* mebel. Pada penelitian *home industry* mebel Jalan Gotong Royong ini nilai dan norma menjadi dasar terbentuknya modal sosial karena menjadi dasar dalam terbentuknya suatu hubungan timbal balik antar individu atau kelompok. Unsur selanjutnya yang memperkuat modal sosial adalah adanya kepercayaan yang dikelola dan dijaga bersama. Adanya kepercayaan ini memberikan gambaran bahwa pada nantinya terbentuk suatu jaringan yang memperlihatkan suatu link hubungan antar individu atau kelompok yang saling berinteraksi. Hal inilah yang sekilas tampak di sentra kerajinan dimana antar pengusaha maupun antar pengrajin

¹³John Field, "*Terj. Modal Sosial*," (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010), hlm 17-18.

melakukan suatu kerjasama sehingga dapat dikatakan terdapat suatu kepercayaan serta jaringan yang terbentuk.

1.6.3 *Home Industry*

Industri rumah tangga atau *home industry* merupakan suatu peluang usaha yang mulai bermunculan di era ini, karena semakin sempitnya lapangan kerja yang tersedia. Industri semacam ini dapat dikelola di dalam rumah sehingga dapat dipantau setiap saat. Usaha kecil semacam ini dikelola oleh orang-orang yang memiliki hubungan kekerabatan. Ciri-cirinya yaitu memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengolah industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya, industri anyaman, industri kerajinan, industri tempe atau tahu, dan industri makanan ringan dan sebagainya. Industri rumahan didefinisikan sebagai sebagai industri kecil dengan jumlah pekerja termasuk pemiliknya, dengan asumsi bahwa rumah dijadikan sebagai alat untuk bekerja, dan pekerjanya adalah anggota rumah tangga itu sendiri.¹⁴

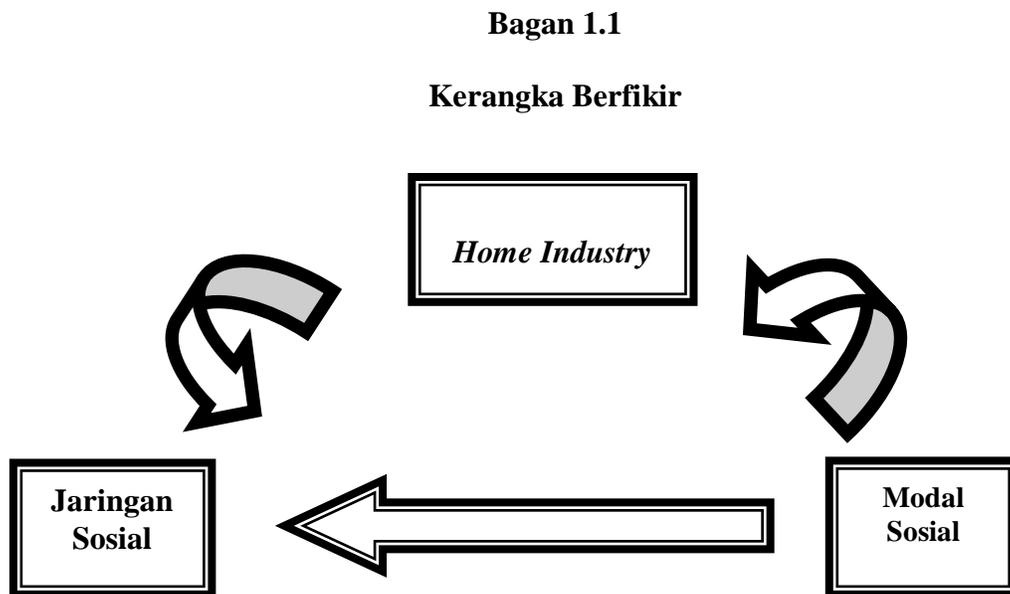
Munculnya *home industry* di Jalan Gotong Royong ini awalnya bermula karena adanya seseorang yang mempunyai keinginan untuk merubah kehidupannya kearah yang lebih baik, khususnya dibidang ekonomi, dengan menciptakan suatu usaha dengan kemauan serta kreatifitas yang ia miliki. Dengan kata lain bahwa, seseorang tersebut mempunyai jiwa kewirausahaan atau disebut juga dengan wirausahawan. *Home industry* dalam penelitian ini yaitu industri mebel dengan

¹⁴www.academia.edu/20052054/Kewirausahaan_industri_rumah_tangga, diakses pada tanggal 11 Agustus 2017, pukul 22:45.

produksi jenis sofa dan kerangka yang secara tidak langsung memberikan peluang ekonomi untuk anggota kerabat ataupun masyarakat sekitar Jalan Gotong Royong yang bisa mereka jadikan sebagai bentuk kewirausahaan.

1.7 Kerangka Berfikir

Berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, maka terlebih dahulu peneliti akan menguraikan beberapa hal yang berkaitan dengan ruang lingkup permasalahan yang dapat menunjang penelitian ini. Peneliti akan menjabarkan terlebih dahulu kerangka berpikir dalam penelitian ini yang diantaranya ialah :



(Sumber : Analisis Penulis, 2017)

Melalui kerangka berpikir yang sudah dituliskan, dalam penelitian“ usaha *home industry* mebel” merupakan wadah yang digunakan masyarakat Jalan Gotog Royong sebagai usaha untuk mencari keuntungan dalam memperbaiki kehidupan sosial

ekonominya. Jaringan sosial menjadi sumber daya yang penting dalam kepentingan ekonomi yang dapat memunculkan relasi-relasi yang kuat antara pengusaha mebel.

Berbicara mengenai bagaimana *home industry* mebel digunakan sebagai wadah untuk membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar, kegiatan *home industry* mebel bisa memberikan arti tindakan ekonomi sebagai tindakan sosial. Oleh karena itu, tindakan ekonomi yang dilakukan para pengusaha mebel dalam perekrutan karyawan pengrajin mebel yang masih berkaitan dengan tali persaudaraan serta dengan masyarakat sekitar Jalan Gotong Royong berlangsung dalam jaringan hubungan sosial yang lebih personal. Keduanya menjalin hubungan sosial saling timbal balik antara keduanya, yang dimana para pengusaha mebel memberikan peluang usaha dan pekerjaan kepada masyarakat Jalan Gotong Royong serta kepada karyawan yang masih ada ikatan persaudaraan melalui usaha *home industry* mebel ini.

Tiap tindakan ekonomi para pengusaha mebel perumahan dipengaruhi juga oleh hal jaringan sosial, dimana tiap pengusaha apabila ingin menjual hasil usahanya akan memilih tempat atau toko yang sudah dikenal sebelumnya. Proses kenal dan mengenal tersebut diyakini sudah lama berlangsung, selain karena ikatan emosional, juga ada ikatan kepercayaan (*trust*) diantara mereka dalam kegiatan perekonomiannya. Terciptanya jaringan tidak lepas dari tujuan masing-masing pihak. Pada umumnya jaringan sosial terbentuk atas motif untuk mendapatkan keuntungan dan berkaitan erat dengan ekonomi individu atau masyarakat. Akhirnya mereka para

pengusaha mebel membentuk jaringan sosial yang kuat untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha *home industry* mebel.

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tujuan deskriptif yang akan menggambarkan secara detail kemunculan dan perkembangan *home industry* mebel, jaringan sosial terbentuk antar pengusaha mebel, serta manfaat dari keberadaan *home industry* mebel bagi kehidupan sosial-ekonomi masyarakat sekitar.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah sebagai berikut: menghasilkan gambaran yang akurat tentang suatu kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran, baik berbentuk verbal ataupun numerik, menyajikan informasi dasar, menciptakan seperangkat kategori atau pengklasifikasian serta menjelaskan tahapan-tahapan atau seperangkat tatanan.¹⁵

Informan kunci penelitian ini adalah orang yang pertama kali menjalankan *home industry* mebel di wilayah Jalan Gotong Royong, yang juga merupakan seorang pelopor. Serta informan lain yang merupakan orang-orang yang mengikuti jejak seorang pelopor tersebut sebagai pengrajin mebel di daerah tersebut. Selain itu terdapat informan lain yang mendukung seperti, tokoh masyarakat, dan karyawan yang bekerja pada pengrajin mebel tersebut.

¹⁵Burhan Burgin. 2001, *Metode Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press), hlm 15.

1.8.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah warga Jalan Gotong Royong yang sebagian besar merupakan pengusaha mebel (informan) dan masyarakat sekitar yang mendapatkan manfaat dari keberadaan *home industry* mebel ini. Informan dalam penelitian ini antara lain:

- A. Bapak Yono, merupakan seorang pengusaha sofa di Jalan Gotong Royong yang juga merupakan seorang pelopor di wilayah tersebut. Bapak Yono juga merupakan orang pertama yang memulai untuk memasarkan sofa produksinya sendiri dengan mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh *event organizer* di pusat perbelanjaan. Jejak Bapak Yono ini kemudian diikuti oleh anak-anaknya mereka kemudian meneruskan usaha yang telah dirintis oleh Bapak Yono.
- B. Bapak Purwanto, merupakan tetangga dari Bapak Yono. Bapak Purwanto adalah pengusaha mebel kerangka di wilayah Jalan Gotong Royong. Bapak Purwanto belajar dari Bapak Yono mengenai perkembangan model sofa, karena dianggap Bapak Yono lebih mengetahui apa saja sofa yang sedang diminati atau tengah menjadi *trend* di masyarakat. Hal ini dikarenakan pengalaman Bapak Yono yang lebih lama dibidang pembuatan serta pemasaran sofa, sehingga pengetahuan yang dimiliki pun lebih banyak. Kerja kerasnya membuat usahanya berkembang dan mampu memenuhi kebutuhan hidup. Tidak hanya itu ia telah berhasil membiayai pendidikan anaknya hingga ke tingkat perguruan tinggi.

- C. Bapak Basor, merupakan teman dari Bapak Yono dan Bapak Purwanto. Bapak Basor juga merupakan pengusaha sofa di Jalan Gotong Royong. Kedatangannya ke Jakarta dikarenakan teriming-imingi melihat kesuksesan temannya yang telah terlebih dahulu merantau di kota. Pak Basor pun datang mengadu nasib di Jakarta dengan bekerja di tempat kakaknya. Setelah dirasa cukup modal ia pun membangun usaha bersama teman-temannya yang lebih dahulu membangun usaha di Jalan Gotong Royong.
- D. Bapak Nur Salim, merupakan Ketua RT 02/02 di wilayah Jalan Gotong Royong. Bapak Nur Salim merupakan warga asli masyarakat Jalan Gotong Royong. Menurut Bapak Nur Salim, kira-kira tahun 1975-an wilayah Gotong Royong ini yang semula masih kebon buah-buahan kini sudah berkembang menjadi usaha mebel terutama kerangka luar yang kebanyakan pekerjanya merupakan warga asli Betawi (warga asli Jalan Gotong Royong) yang salah satu pekerja mebel itu sendiri adalah ayah dari Bapak Nur Salim. Berkembangnya usaha mebel di Jalan Gotong Royong sampai saat ini menurutnya membuat masyarakat sekitar memiliki peluang usaha baru atau peluang mendapatkan pekerjaan yang dapat meningkatkan taraf kehidupan yang lebih membaik walaupun dalam skala kecil dan bertahap.
- E. Bapak Maryoto dan Ibu Musrikah (suami dan istri), merupakan warga JalanGotong Royong RT 02/02. Mereka merupakan salah satu warga yang memanfaatkan adanya peluang usaha dari keberadaan *home ndustry* mebel di Jalan Gotong Royong ini. Bapak Maryoto dan istrinya membangun usaha

warung kopi pada tahun 2002 hingga saat ini. Mereka membangun usaha kopi ini untuk menghidupi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari.

- F. Ibu Mugi, merupakan warga Jalan Gotong Royong RT 02/02 yang memanfaatkan peluang usaha dari keberadaan *home industry* mebel di wilayah Jalan Gotong Royong ini. Ibu Mugi membangun usaha warung tegal yang menjual makanan matang siap saji. Sebagian besar menurutnya pelanggannya merupakan pekerja mebel di Jalan Gotong Royong.

1.8.3 Peran Peneliti

Peneliti berperan penuh dalam penelitian ini. Peneliti merupakan pelaku utama dalam penelitian ini. Kehadiran peneliti bertindak sebagai instrument dan pengumpul data. Peneliti diharuskan melakukan penelitian dan terlibat, serta mengamati langsung dalam pengumpulan data dari lokasi penelitian. Setelah penulis memperoleh data yang dibutuhkan dari lokasi penelitian, baik itu data primer maupun data sekunder, kemudian penulis mulai menulis penelitian ini.

1.8.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jalan Gotong Royong, Kecamatan Duren Sawit, Kelurahan Pondok Bambu. Wilayah ini dipilih oleh peneliti sebagai lokasi penelitian karena peneliti melihat wilayah tersebut merupakan salah satu sentra industri mebel Jakarta Timur dan hampir sebagian besar warganya menekuni *home industry* mebel yang usahanya bergerak dalam bidang pembuatan sofa yang lebih terbuka untuk perubahan. Hal ini membuat peneliti ingin mengetahui lebih mendalam lagi bagaimana bisa terbentuk atau munculnya *home industry* mebel di Jalan Gotong

Royong. Selain itu lokasi penelitian tidak begitu jauh dari tempat tinggal peneliti sehingga diharapkan akan memudahkan peneliti dalam proses pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan sejak Desember 2016 - April 2017.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada awal pengumpulan data terlebih dahulu peneliti datang ke Ketua RT setempat yaitu RT 02/02 untuk memperkenalkan diri dan meminta izin untuk melakukan penelitian terhadap *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong. Selanjutnya peneliti datang ke *home industry* mebel untuk mencari data terkait dengan kemunculan *home industry* mebel. Setelah itu, peneliti mencoba melakukan wawancara dengan pengusaha mebel Jalan Gotong Royong.

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik, antara lain: metode wawancara mendalam, wawancara mendalam ini dilakukan dengan proses memperoleh informasi keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.¹⁶ Dalam teknik ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung kepada informan terkait dengan permasalahan yang diangkat. Pengumpulan data melalui wawancara ini tidak hanya dapat menggali mengenai kemunculan *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong tetapi juga mengetahui apa yang tersembunyi jauh di dalam diri informan.

¹⁶Burhan Burgin, "*Penelitian Kualitatif Edisi Kedua: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, Publik dan Ilmu Sosial lainnya*," (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hlm 133.

Wawancara mendalam dilakukan kepada para pelaku usaha mebel meliputi profil Bapak Yono, Bapak Purwanto dan Bapak Basor. Informan ini peneliti pilih karena Bapak Yono merupakan orang pertama mendirikan usaha *home industry* mebel. Kemudian Bapak Purwanto dan Basor merupakan warga yang mengikuti jejak Bapak Yono dan mereka semua merupakan orang yang mengetahui sejarah kemunculan *home industry* mebel di wilayah Jalan Gotong Royong secara akurat.

Pada tahap observasi peneliti mengamati kondisi lingkungan penelitian secara umum seperti kondisi fisik lingkungan, aktivitas sehari-hari masyarakat dan para pengusaha mebel; serta perilaku tertentu dari informan baik secara verbal maupun non verbal yang dibutuhkan sebagai data penelitian. Melalui observasi peneliti akan lebih mudah mendapatkan data dan lebih mengenal karakter dari informan.

Selanjutnya untuk memperkuat data yang diperoleh dilapangan, peneliti menggunakan data sekunder yang peneliti peroleh dari berbagai sumber diantaranya, buku, jurnal, surat kabar, majalah maupun internet. Data-data tersebut dapat digunakan sebagai alat bantu peneliti untuk mempertajam dan mendukung data yang akan diolah tersebut.

1.8.6 Triangulasi Data

Triangulasi data pada dasarnya merupakan salah satu strategi atau cara yang tepat dalam membuktikan keabsahan sebuah penelitian. Harus ada jaminan bahwa apa yang dihasilkan selama menjalankan penelitian merupakan sebuah interpretasi yang tepat dalam arti informasi yang didapatkan adalah sebuah fakta terhadap sebuah fenomena atau gejala dan bukanlah karangan dari peneliti. Triangulasi data sendiri

memiliki arti menggunakan lebih dari satu teori, menggunakan banyak analisa dan terlibat dari satu peneliti.¹⁷

Penelitian ini diharuskan adanya keabsahan, oleh sebab itu untuk memastikan keabsahan penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data berbagai macam informasi. Informasi yang didapatkan dari informan-informan yang mengetahui dan menekuni usaha *home industry* mebel. Setelah itu peneliti akan menguji dan memperdalam kembali informasi yang didapatkan oleh peneliti melalui wawancara mendalam dengan salah satu informan kunci pengusaha mebel. Informan kunci tersebut yaitu orang yang pertama kali membuka usaha *home industry* mebel di wilayah Jalan Gotong Royong dan mengetahui sejarah singkat munculnya *home industry* mebel hingga sampai berkembang saat ini, yaitu Bapak Yono. Adanya triangulasi data ini membuat peneliti pun dapat memeriksa serta menyelidiki validitas antara pendapat peneliti dengan data yang diperoleh dari temuan lapangan.

1.9 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang pemilihan permasalahan, rumusan masalah, pertanyaan dan tujuan penelitian. Metode penelitian, yang mencakup subjek penelitian, peran peneliti, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data. Kemudian penjelasan mengenai sistematika penulisan.

¹⁷*Ibid*, hlm 134.

Bab II Gambaran Sosial *Home Industry* Mebel Jalan Gotong Royong, Potensi

Usaha dan Profil Informan

Pada bab ini menerangkan tentang gambaran sosial wilayah Jalan Gotong Royong sebagai sentra mebel dilihat dari potensi-potensi yang dimiliki seperti potensi ekonomi, sosial, konflik dan budaya. Pada bab ini juga akan digambarkan setting terbentuknya sentra mebel di wilayah Jalan Gotong Royong, serta profil pelopor dan beberapa warga yang telah termotivasi oleh seorang pelopor. Orang-orang tersebut mengikuti jejak pelopor tersebut dan kemudian menjadi sukses berkat usaha dan kemauan keras mereka untuk memperbaiki kehidupannya terutama dari segi ekonomi. Tanpa disadari usaha yang telah dijalankan oleh seorang pelopor telah membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar

Bab III Jaringan Sosial Kegiatan Produksi *Home Industry* Mebel

Pada bab ini berisikan tentang deskripsi mengenai informasi yang didapatkan dari informan-informan yang terkait dalam penelitian ini. Terbentuknya jaringan kegiatan produksi. Dimulai dengan jaringan dengan pemasok, distribusi serta konsumen. Selain itu pada bab ini akan dibahas faktor apa saja yang mendukung usaha *home industry* mebel yang terjadi pada pengusaha mebel.

Bab IV Jaringan Sosial Usaha *Home Industry* Mebel

Bab ini peneliti akan menjelaskan faktor pendukung jaringan sosial usaha *home industry* mebel serta mengulas hubungan jaringan sosial pada pengusaha mebel Jalan Gotong Royong dengan menggunakan konsep dan teori yang sudah dijelaskan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab II dan III. Bab ini juga akan

membahas bagaimana bentuk-bentuk jaringan yang terjadi pada usaha *home industry* mebel.

Bab V Penutup

Bab ini menjelaskan kesimpulan atas hasil penelitian yang telah dilaksanakan, kemudian berdasarkan hasil dari kesimpulan dan temuan lapangan, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan rekomendasi untuk memaksimalkan usaha *home industry* mebel yang berkembang di wilayah Jalan Gotong Royong secara khususnya.

BAB II

GAMBARAN SOSIAL *HOME INDUSTRY* MEBEL JALAN GOTONG ROYONG, POTENSI ARENA USAHA DAN PROFIL INFORMAN

2.1 Pengantar

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran sosial wilayah Jalan Gotong Royong sebagai *home industry* mebel baik dilihat dari berbagai potensi baik dari ekonomi, sosial, dan budaya. Jalan Gotong Royong memiliki tingkat dinamika sosial yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan cepatnya pembangunan di wilayah ini sehingga mempengaruhi tatanan sosial, budaya dan ekonomi penduduk. Komposisi penduduk pun menjadi heterogen baik dari segi suku, agama, budaya, tingkat pendidikan hingga profesi.

Masyarakatnya yang sebagian besar merupakan merupakan pendatang ini memilih untuk menekuni industri rumahan di bidang pembuatan kerangka dan sofa. Hal ini dikarenakan mereka tidak dapat bersaing di sektor formal karena tingkat pendidikan yang masih rendah. Keinginannya untuk memperbaiki kehidupan ekonomi keluarga, mereka yang tidak dapat diterima di sektor formal ini kemudian membangun usaha yang dipusatkan di rumah tinggal mereka sendiri.

Kemudian pada bab ini peneliti juga akan menjelaskan secara singkat mengenai tahapan pengerjaan mebel yaitu pembuatan sofa sertatiga profil pengusaha *home*

industry mebel. Bagian ini berisikan mengenai sejarah ketiga informan menjadi pengusaha mebel, suka dan duka yang mereka rasakan dalam membangun usaha.

2.2 Gambaran Umum Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu sebagai *Home Industry* Mebel

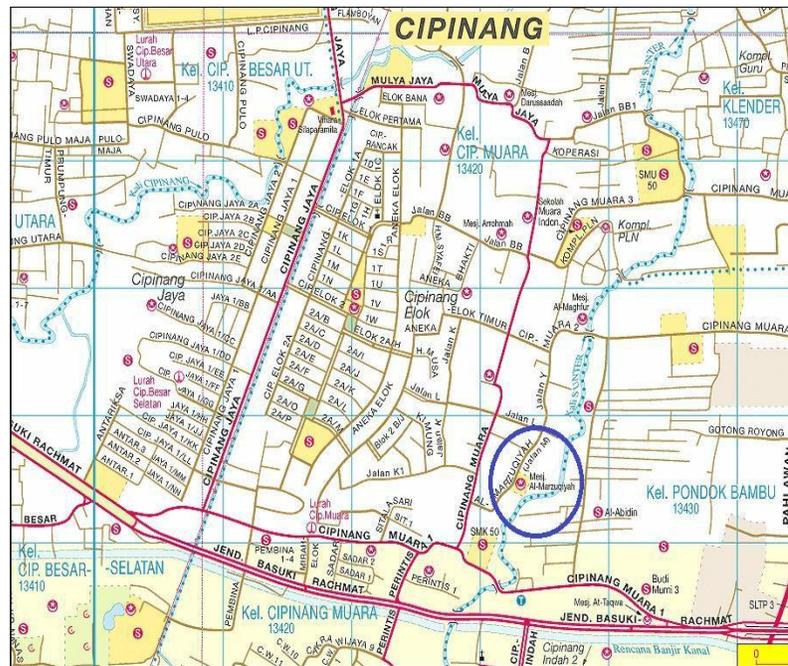
Dilihat dari aspek geografis, jalan Gotong Royong yang memiliki kodepos 13420 ini di sebelah utaranya berbatasan dengan Jalan Pahlawan Revolusi, sebelah selatan berbatasan dengan Jalan H. Hanafi, di sebelah barat dengan Jalan Cipinang Muara 2, dan Jalan Cipinang Muara 1 di sebelah timur. Jumlah kepala keluarga di Jalan Gotong Royong Rt.02/02 sendiri terdapat 140 kepala keluarga dengan jumlah penduduk mencapai 602 jiwa.

Masyarakat di Jalan Gotong Royong Rt.02/02 termasuk heterogen, baik dari suku maupun pekerjaan dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Mayoritas penduduk Jalan Gotong Royong Rt.02/02 berprofesi sebagai pedagang atau buruh di industri mebel. Jalan Gotong Royong yang kini dijadikan tempat puluhan *home industry* mebel untuk mencari nafkah sebenarnya merupakan tanah kosong. Tanah ini dimiliki oleh seorang Tionghoa bernama Hokiarto. Hokiarto ini diketahui memiliki tanah seluas 6000 meter, karena kondisi politik kala itu yang tidak memungkinkan membuat lahan milik Hokiarto dititipkan pada seorang warga Klender, Jakarta Timur.

Warga yang dititipi itu sudah meninggal dunia, dan sekarang yang mengurus tanah tersebut adalah Bapak Nday. Tanah ini kemudian ditempati oleh pendatang

yang berasal dari Jepara, Tegal dan Salatiga yang kemudian memulai usahanya dibidang pembuatan meubel rangka.

Gambar II.1
Peta Jalan Gotong Royong, Kelurahan Pondok Bambu



Sumber: Telah diolah kembali dari Jakarta Maps, Tahun 2017

Wilayah Jalan Gotong Royong kini merupakan pemukiman padat penduduk. Hal ini ditandai dengan pembangunan di wilayah Jalan Gotong Royong sudah cukup pesat, ini terlihat dari mulai banyaknya pemukiman yang dibangun serta mulai didirikan apartment serta rumah susun yang letaknya tidak jauh dari jalan ini yakni Apartment Casablanca East Resident dan Rumah Susun Guru di Jalan Cipinang Muara 2.

Wilayah Jalan Gotong Royong ini bisa dikatakan sebagai wilayah yang sangat strategis, ini dikarenakan terdapat Jalan Pahlawan Revolusi yang merupakan sarana mobilisasi masyarakat baik dari Bekasi menuju Jakarta ataupun sebaliknya. Jadi, banyak sekali kendaraan yang melintasi jalan ini, sehingga pada waktu jam sibuk atau hari biasa sekalipun, jalan raya ini mengalami kemacetan yang cukup parah. Jalan Gotong Royong dan Jalan Cipinang Muara 1 biasanya menjadi alternatif bagi pengendara motor maupun roda empat untuk menghindari macet. Kemacetan terjadi karena banyaknya kendaraan-kendaraan terutama angkutan umum yang ngetem dan mobil-mobil muatan yang menurunkan atau membongkar muatan dari toko-toko *furniture*.

2.3 Potensi Arena Usaha *Home Industry* Mebel Jalan Gotong Royong

2.3.1 Potensi Ekonomi

Jalan Gotong Royong merupakan daerah yang padat penduduk, penduduknya termasuk heterogen, tidak hanya warga asli (Betawi) namun ada juga warga pendatang. Dalam bagian ini peneliti melihat beberapa daerah yang termaksud dalam Kelurahan Pondok Bambu yang memiliki potensi dalam bidang ekonomi.

Jalan Pahlawan Revolusi merupakan jalan yang cukup ramai dilalui oleh para pengendara kendaraan bermotor baik yang beroda dua maupun yang beroda empat, melihat kondisi Jalan Pahlawan Revolusi yang selalu ramai hampir setiap harinya, maka dengan hal tersebut dapat di jadikan peluang usaha dari warga yang sebagian besar berdomisili di kelurahan Pondok Bambu.

Usaha-usaha yang tersebar hampir di sepanjang pinggir Jalan Pahlawan Revolusi pun bermacam-macam mulai dari usaha penjualan kain, kayu triplek, kebutuhan furniture rumah tangga dan kantor, jasa servis jok, usaha rumah makan, serta masih banyak lagi usaha yang lainnya yang tersebar di sepanjang Jalan Pahlawan Revolusi.

Gambar II.2

Salah Satu Usaha di Pinggir Jalan Pahlawan Revolusi



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Selain Jalan Pahlawan Revolusi, Jalan Gotong Royong yang juga dapat dikatakan cukup ramai. Di Jalan Gotong Royong ini juga terdapat macam-macam usaha yang masih terkait dengan usaha mebel seperti toko kaca, toko peralatan mebel, toko busa, usaha rumah makan dan warung sembako.

Melalui hasil wawancara yang kami lakukan dengan salah satu dari pedagang warung sembako yang telah berjualan sejak tahun 1993, dapat peneliti katakan bahwa dengan Bapak Slamet memutuskan untuk berjualan kebutuhan pokok atau sembako dikarenakan Pak Slamet melihat peluang usaha yang pada saat itu masih jarang pesaingnya. Lokasinya pun cukup strategis karena merupakan daerah yang ramai

dilalui oleh kendaraan bermotor. Akhirnya kemudian Pak Slamet berjualan sembako dapat mencukupi kehidupan pribadi dan keluarganya, Pak Slamet juga dapat menyekolahkan anak-anaknya.

Gambar II.3
Bapak Maryoto dan Dagangannya



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Adanya peluang usaha juga dilihat oleh Bapak Maryoto dan istrinya Ibu Musrikah yang membuka usaha warung kopi, karena melihat banyaknya pekerja yang bekerja di home industry meubel. Bapak Maryoto dan istrinya membangun usaha warung kopi pada tahun 2002. Mereka membuka usaha warung kopi untuk menghidupi kebutuhan keluarganya sehari-hari. Di warung itu ia tidak hanya menyediakan kopi atau mie rebus tapi juga menjual gorengan dan makanan kecil lainnya. Mereka mengaku dari hasil berdagang ini mereka mampu memperoleh pendapatan yang lebih dari cukup untuk memnuhi kebutuhan hidup mereka dan keluarganya.

Selain itu peluang yang sama pun dilihat oleh Ibu Mugi yang memutuskan untuk membuat warung tegal atau warteg di Jalan Gotong Royong. Ibu Mugi menjual makanan matang yang siap saji, yang kebanyakan pelanggannya merupakan pekerja mebel. Dilihat dari contoh yang peneliti lakukan terlihat potensi ekonomi yang semakin hari semakin membaik dapat dilihat karena dari tahun ke tahun usahainformal yang bermunculan semakin banyak. Dan bila kita masuk kedalam pemukiman warga Jalan Gotong Royong dapat kita lihat ada beberapa warga yang memiliki warung kelontong yang menjual kebutuhan hidup sehari-hari.

Tabel II.3
Jumlah Sarana Perkonomian

Jenis Usaha	Toko	Pabrik atau Industri	Bengkel Las	Kerajinan Mebel
16	21	3	4	23

Sumber: Laporan hasil pembinaan Pemerintah kelurahan di DKI Jakarta, Desember 2016.

2.3.2 Potensi Sosial

Di daerah Jalan Gotong Royong terdapat beberapa potensi sosial seperti sekolah baik negeri ataupun swasta dan balai kesehatan puskesmas, Salah satu potensi sosial khususnya dalam bidang pendidikan (sekolah) yaitu terdapat terdapat sekolah-sekolah yang letaknya tidak begitu jauh dari wilayah ini seperti SMP PGRI 20 yang letaknya Gg. Minyak, SMP Perguruan Rakyat di Jalan Pahlawan Revolusi, serta SMP Santo Bonaventura dan STIE Triandra yang letaknya berada di Jalan

Amal. Mayoritas anak-anak di kelurahan Pondok Bambu ini pun semuanya bersekolah minimal 9 tahun, 6 tahun pada Sekolah Dasar (SD) dan 3 tahun pada Sekolah Menengah Pertama (SMP).

Gambar II.4

SMP Santo Bonaventura dan STIE Trianandra



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Di sini untuk pelayanan masyarakat yang terdapat di Jalan Gotong Royong yaitu kantor pos Indonesia. Sedangkan pusat kesehatan Puskesmas terbesar berada di Jalan Cipinang Muara II. Sebagian besar dari warga Jalan Gotong Royong ini memeriksakan kesehatan mereka disini karena Puskesmas ini adalah Puskesmas yang paling dekat dengan tempat tinggal mereka dan mendapatkan bantuan dari Pemerintah.

2.3.3 Potensi Budaya

Bertambahnya penduduk mengubah struktur geografis wilayah Jalan Gotong Royong yang sebelumnya merupakan tanah kosong kini telah berubah menjadi permukiman padat. Jalan-jalan yang tersedia pun semakin sempit dengan kemunculan

rumah-rumah baru. Selain itu pula muncul gang-gang kecil di wilayah ini. Walaupun demikian, hubungan sosial antarwarga yang terjalin di wilayah Jalan Gotong Royong sangatlah kuat. Hal ini dikarenakan sebagian besar penduduknya berasal dari kampung halaman yang sama yakni Salatiga. Komunikasi yang terjalin antar warga di sisi juga masih cukup kuat. Bentuk kerjasama yang harmonis antara warga Jalan Gotong Royong terwujud dalam berbagai kegiatan seperti arisan dan pengajian.

Arisan dan pengajian merupakan salah satu kegiatan tradisi yang masih dijalankan oleh warga. Kegiatan yang dilakukan seperti mengadakan pengajian antar pengusaha mebel, arisan dan kerja bakti yang dilakukan setiap tiga bulan sekali. Kegiatan pengajian dan arisan diikuti oleh seluruh pengusaha yang menekuni usaha mebel. Arisan dan pengajian ini biasa dilakukan seminggu sekali yaitu setiap hari Kamis. Kegiatan ini juga mempunyai fungsi lainnya yaitu sebagai arena untuk warga bersosialisasi dalam mempererat tali silaturahmi.

Tidak hanya mempererat tali silaturahmi kegiatan ini juga dimanfaatkan sebagai wadah untuk mengumpulkan dana. Dana akan dikelola oleh pengurus yang nantinya akan digunakan jika ada salah satu anggota yang terkena musibah atau sedang dalam kesulitan.

2.3.4 Potensi Konflik

Konflik yang kerap terjadi diwilayah Jalan Gotong Royong yakni konflik perebutan lahan. Hal ini dikarenakan dulunya Jalan Gotong Royong merupakan tanah kosong atau tidak bertuan, karena Hokiarto sebagai pemilik tanah tidak diketahui keberadaannya dan orang yang dititipi tanah oleh Hokiarto juga telah meninggal dunia.

Tanah ini dengan kata lain bisa dikatakan tidak bertuan. Meskipun demikian warga Jalan Gotong Royong membayar sewa kepada Nday. Nday merupakan anak dari orang yang telah dititipi tanah oleh Hokiarto. Warga membayar sewa karena dulu Nday mengaku sebagai pemilik sah dari tanah disini. Karena itu warga pun membayar sewa untuk tanah tersebut. Nday datang sendiri ke rumah-rumah warga untuk menagih sewa. Kemudian warga pun membayar sejumlah uang yang telah disepakati sebagai uang sewa.

Setelah diketahui Nday bukanlah pemilik tanah warga tetap membayar sejumlah uang sebagai uang keamanan. Tanah ini menjadi incaran warga asli yang merupakan warga betawi. Warga Betawi ini juga ingin menempati tanah di Jalan Gotong Royong karena tanah ini kini menjadi potensial untuk dikembangkan menjadi tempat usaha. Konflik ini semakin memanas karena tepatnya tanggal 21 Agustus 2015 yang lalu daerah ini mengalami kebakaran besar hingga menghancurkan sekitar 140 rumah. Warga Betawi meminta agar tanah ini tidak diperbolehkan dibangun kembali karena dianggap menjadi penyebab musibah kebakaran yang melanda wilayah ini. Tidak dipungkiri pemukiman warga di Jalan Gotong Royong ini memang mudah sekali terbakar karena bangunannya merupakan bangunan semi permanen. Tempat ini juga terdapat bahan-bahan seperti kayu, tiner, triplek, busa dan bahan mudah terbakar lainnya. Kebakaran tahun 2015 ini bukanlah yang pertama karena sebelumnya pernah terjadi kebakaran pula di tahun 2012. Hanya saja kebakaran tersebut tidak separah tahun ini. Kini konflik perebutan lahan ini sudah dapat diatasi.

Warga diperbolehkan untuk membangun rumah-rumah usahanya, namun dengan catatan bangunannya harus teratur dan tidak saling berhimpitan.

Konflik ini dapat diselesaikan berkat kerja sama yang baik antara pihak kelurahan, RT, Tokoh Agama dan Tokoh Masyarakat yang membantu menyelesaikan permasalahan ini dengan mengadakan pertemuan. Pertemuan ini lah akhirnya didapat kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak. Warga pendatang diperbolehkan membangun kembali rumah usahanya dan warga betawi juga diberikan tanah dan diperbolehkan juga membangun rumah atau usaha. Setelah selesai pertemuan warga sepakat untuk memetakan kembali tanah mereka yang dibantu oleh pihak kelurahan, tokoh agama serta tokoh masyarakat setempat.

Meskipun sering terjadi konflik perebutan lahan, namun konflik tersebut masih dapat diselesaikan. Hal ini karena adanya komunikasi yang baik antara warga dengan stakeholder yang ada. Adapun cara yang ditempuh untuk menyelesaikan konflik ini adalah dengan adanya musyawarah atau pertemuan yang dihadiri oleh perwakilan dari kedua belah pihak (warga pendatang dan warga asli).

2.4 Konteks Sosial Kemunculan *Home Industry* Mebel di Jalan Gotong Royong

2.4.1 Kondisi warga Jalan Gotong Royong tahun 1970-1980.

Pada kondisi ini, wilayah Jalan Gotong Royong masih berupa kebun buah-buahan dan tanah kosong dan masih jarang sekali terdapat perumahan. Letak antara rumah yang satu dengan rumah lainnya pun masih berjauhan. Terdapat jarak berupa kebun atau lahan kosong antara rumah yang satu dengan rumah lainnya. Terkait hal

itu, peneliti mewawancarai Bapak Nur Salim yang merupakan Ketua RT di wilayah ini:

“Dulu waktu bapak masih kecil kira-kira tahun 1970-an daerah ini masih kebon-kebon pokoknya kebon buah ada pohon rambutan, duku sama pohon salak. Dulu disini (Rt.02) masih jarang neng ada rumah palingan cuma beberapa aja itu juga rumahnya jaraknya berjauhan. Malah di Rt 03 bawah ini dulunya masih sawah semua belum padat sama rumah kaya sekarang neng.”¹⁸

Berdasarkan wawancara diatas, penulis mendapatkan informasi tentang wilayah ini. pada tahun 1970-an wilayah ini masih berupa kebun dan tanah-tanah kosong. Jumlah bangunan rumah pun masih sedikit, selain itu masih ada penduduk yang memiliki sawah. Dahulu penduduknya kebanyakan merupakan penduduk asli yang merupakan etnis Betawi. Pada tahun 1975-an sudah berkembang usaha mebel kerangka luar yang kebanyakan pekerjanya merupakan warga betawi. Salah satunya termasuk ayah dari Pak Nur Salim.

2.4.2 Kondisi Warga Jalan Gotong Royong Antara tahun 1980-1990

Pada tahun 1980-an di Jalan Gotong Royong ini mulai dimasuki oleh para pendatang yang berasal dari Jepara, Tegal dan Salatiga. Mereka menyewa tanah kepada Pak Nday (tanah milik Hokiarto). Mereka hanya mengetahui kalau pemilik tanah ini adalah Pak Nday karena itu mereka pun membayar sewa sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Seperti penuturan salah seorang narasumber kepada peneliti berikut ini:

“kira-kira tahun 1980-an tanah kosong punya pak nday mulai disewa neng sama orang rantau. waktu itu baru dikit yang

¹⁸Berdasarkan wawancara dengan Bapak Nur Salim pada 6 Maret 2017 Pukul 09.45 WIB.

nyewa masih sedikit palingan ada lima orangan. nah salah satu yang ngontrak itu Pak Yono sama orang-orang dari Jepara.”¹⁹

Pada tahun 1980-an, menurut salah satu sumber yang peneliti temui mengatakan bahwa, pada saat itu di Jalan Gotong Royong mulai berkembang usaha mebel. Warga Betawi dan Jepara mengerjakan kerangka luar, pendatang dari Salatiga mengerjakan kerangka dalam dan pendatang dari Tegal mengerjakan jasa bungkus jok atau sofa. Awalnya yang memulai usaha kerangka dalam ini adalah Bapak Yono, selang dua tahun kemudian adiknya pun mendirikan usaha yang sama. Pada saat itu yang menjadi pegawainya adalah sanak saudaranya sendiri. Namun setelah itu banyak dari pegawai Bapak Yono yang sukses dan kemudian membuat usaha sendiri. Mereka menjadi pengusaha sama seperti milik Bapak Yono dan juga mendirikan usaha tempat yang sama, yaitu di Jalan Gotong Royong.

Awal usaha Bapak Yono hanya berfokus pada pembuatan kerangka dalam saja. Hal ini dikarenakan modal yang masih terbatas dan tenaga kerja pada saat itu belum terampil. Setelah menguasai seluk beluk usaha permebelan Bapak Yono mulai memperbesar usahanya. Melihat peluang usaha ini maka akhirnya banyak temannya di kampung halaman datang dan ikut merantau di Jakarta, tertarik untuk mengikuti jejak Bapak Yono. Sebelumnya mereka ini bekerja di tempat Bapak Yono, setelah menguasai teknik pembuatannya dan memiliki modal yang cukup mereka lalu mendirikan usaha sendiri.

¹⁹Berdasarkan wawancara dengan Bapak Mungi pada 6 Maret 2017 pukul 10.50 WIB.

Jalan Gotong Royong pun mulai berubah warganya yang tadinya sebagian besar merupakan warga asli (Betawi) kini sudah mulai bercampur baur dengan warga pendatang. Bangunanya pun semakin bertambah seiring dengan datangnya penduduk luar yang berdatangan. Tanah kosong dan kebun-kebun buah pun mulai berganti menjadi bangunan perumahan.

2.4.3 Kondisi Warga Antara tahun 2000 sampai Sekarang

Pada kondisi ini menjadi perkembangan baik dari kondisi *home industry* mebel atau pun dari kondisi pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan ekonomi warga yang berbeda dari fase sebelumnya. Pada kondisi ini, pertumbuhan pengusaha yang mendirikan *home industry* mebel khususnya rangka dalam mulai meningkat. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya permintaan yang datang untuk pembuatan kerangka dalam. Selain itu makin banyak pula pengusaha mebel rangka yang berpindah usaha ke Jalan Gotong Royong seperti Bapak Damsuki, Bapak Didik dan Bapak Antono.

Bapak Damsuki, Bapak Didik dan Bapak Antono pindah di Jalan Gotong Royong karena lokasi mebelnya yang berada di Jalan Bambu Duri terkena gusuran proyek pembangunan Banjir Kanal Timur. Kondisi itu memaksa mereka untuk mencari tempat baru dan berdasarkan informasi dari rekannya kemudian mereka menyewa tanah di Jalan Gotong Royong ini.

Jalan Gotong Royong pun mulai berubah menjadi padat dengan rumah-rumah usaha mebel. Letak antara rumah yang satu dengan rumah yang lainnya salingberhimpitan dan bahkan tidak terdapat tembok pembatas. Kondisi ini menyebabkan wilayah ini rawan kebakaran, ditambah lagi banyaknya bahan-bahan yang mudah terbakar menjadikan wilayah ini kerap terjadi kebakaran.

Gambar II.5

Foto Kondisi Fisik Jalan Gotong Royong Rt. 02/02

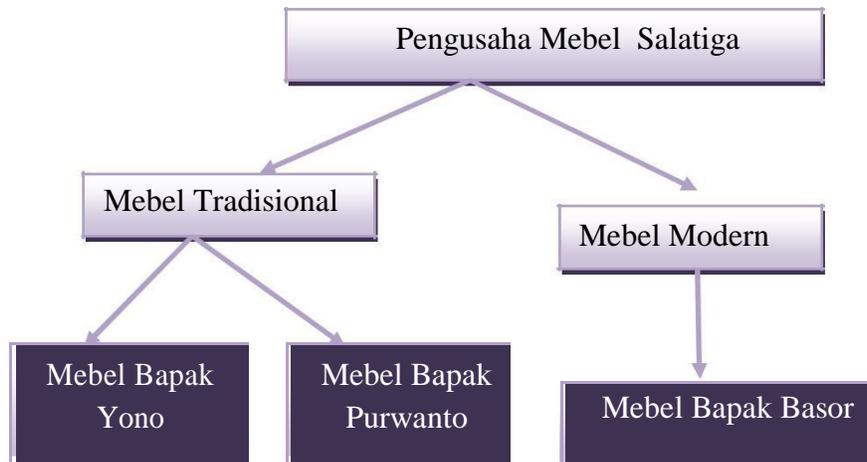


Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Saat ini terhitung sudah dua kali terjadi kebakaran, yang pertama di tahun 2012 dan yang kedua kebakaran terjadi ditahun 2015. Meskipun demikian masih banyak warga yang ingin tetap tinggal di wilayah ini dengan alasan mereka sudah puluhan tahun tinggal disini. Sehingga jika mereka pindah tempat dikhawatirkan mereka akan kehilangan pelanggan.

2.5 Profil Informan Pengusaha *Home Industry* Mebel

Bagan II.2 Klasifikasi *Home Industry* Mebel di Jalan Gotong Royong



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2017.

Usaha mebel di Jakarta terbagi menjadi dua macam, yaitu pertama adalah mebel yang tradisional. Mebel tradisional memiliki ciri-ciri seperti, menggunakan alat pertukangan yang sederhana, pengerjaannya memakan waktu lama, pegawai yang membantu biasanya hanya berjumlah lima orang paling banyak serta mereka masih memiliki hubungan saudara dengan pemilik mebel.

Selanjutnya model kedua adalah model mebel modern seperti yang dimiliki oleh Bapak Basor adalah mebel yang sudah menggunakan mesin pada proses produksinya sehingga pengerjaannya relatif cepat. Selain itu untuk sumber daya manusia yang membantu, Bapak Basor sudah memiliki tiga belas orang pegawai, dan pegawainya bukan lagi dari anggota keluarga melainkan masyarakat pendatang serta

masyarakat sekitar. Berikut ini akan dijelaskan profil ketiga pengusaha mebel tersebut:

2.5.1 Bapak Yono

Bapak Yono adalah seorang pria berumur 66 tahun yang berprofesi sebagai pengusaha *home industry* mebel. Bapak Yono dapat dikatakan seorang pelopor *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong karena beliau telah menekuni usaha ini selama kurang lebih selama 32 tahun lamanya. Bapak Yono berasal dari Salatiga, Jawa Tengah. Bapak Yono datang mengadu nasib di Jakarta dengan harapan untuk memperbaiki kehidupan ekonomi keluarganya. Berbekal ijazah SD yang dimiliki, Bapak Yono datang ke Jakarta dan mencoba melamar ke pabrik sebagai buruh. Namun mencari pekerjaan di kota terutama di sektor formal sangat sulit di dapat, terlebih lagi Pak Yono tidak memiliki pendidikan formal yang memadai.

Meskipun tidak diterima di sektor formal ini, Bapak Yono tidak putus asa dan tidak patah semangat. Pak Yono akhirnya melamar pekerjaan menjadi tukang kerangka di usaha mebel milik H. Aput seorang warga Betawi. Di bengkel mebel ini tidak diperlukan ijazah sebagai syarat utama bekerja, yang terpenting adalah mau berkerja dan berusaha. Bengkel mebel inilah kemudian Pak Yono belajar bagaimana membuat kerangka. Bapak Yono pun kemudian bekerja di bengkel mebel ini dan mencoba mengumpulkan modal dengan harapan suatu saat dapat membangun usaha mebel serupa milik H. Aput .

Tiga tahun bekerja sebagai tukang kerangka, Bapak Yono kemudian membangun usaha produksi kerangka. Bapak Yono mengawali usaha produksi

kerangka yakni pada tahun 1985, Bapak Yono menyewa tanah kosong di Jalan Gotong Royong dan mendirikan “bedeng”²⁰ diatas tanah tersebut dan memulai usahanya dengan menggunakan peralatan pertukangan yang masih sangat sederhana.

Saat itu usahanya hanya terbatas pada pembuatan kerangka saja. Di karenakan memang beliau belum memiliki tenaga kerja serta modal yang cukup untuk membuka usaha pembungkusan sofa.

“...waktu pertama mulai usaha pakde emang cuma buat kerangka aja. karena waktu itu memang belum punya modal yang banyak buat bikin tempat bungkus sofa. Jangankan modal yang banyak, tukang aja dulu masih susah nyarinya....”²¹

Tahun-tahun awal usahanya Bapak Yono memilih untuk mempekerjakan adik dan saudara-saudaranya untuk bekerja di tempatnya. Bapak Yono mengaku senang dapat membantu saudaranya yang belum memiliki pekerjaan. Selain itu alasan lainnya adalah karena memperkerjaan saudara sendiri tentu lebih dapat dipercaya ketimbang dengan orang asing, sehingga ia tidak perlu merasa khawatir dan cemas akan dibohongi oleh karyawannya sendiri. Bapak Yono pun membangun usaha yang menjadi satu dengan rumahnya, tujuannya adalah agar mudah untuk mengawasi pekerja dan menghemat biaya untuk menyewa tempat baru.

²⁰Rumah sementara yang dibuat untuk para pekerja.

²¹Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yono pada 20 Maret 2017 pukul 09.10 WIB.

Gambar II.6
Usaha Mebel Milik Bapak Yono



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Pak Yono menceritakan dahulu banyak pekerja yang bekerja padanya namun sekarang kebanyakan pekerjanya telah sukses dan memiliki usaha mebel sendiri. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Bapak Yono berikut ini:

“...iya dulu mah banyak yang kerja disini di tempat Pakde, sekarang pas udah bisa bikinkerangka Alhamdulillah pada bisa bangun bengkel sendiri sendiri (ujar Pak Yono dengan bangga).”²²

Saat ini usaha Pak Yono hanya dapat memproduksi kerangka saja, hal ini dikarenakan adanya kebakaran yang terjadi di tahun 2012. Kebakaran tersebut memaksanya untuk kembali memulai usaha dari nol. Ditambah dengan usianya yang sudah tua dan sakit-sakitan sehingga sudah tidak lagi bisa menangani usahanya. Usaha Pak Yono kini telah diserahkan ke anak-anaknya. Ia berharap kedepannya

²²Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yono pada 20 Maret 2017 pukul 09.10 WIB.

anak-anaknya dapat mengembangkan usaha yang telah dirintisnya agar bisa memproduksi sofa sendiri.

“sebenarnya pakde juga pengen seperti yang lainnya bisa membuka usaha bungkus sofa sendiri. Cuma gimana ya namanya udah tua, biar lah anak-anak yang nerusin. Kalo masih muda kan masih pada semangat cari uang buat modal biar usahanya bisa lebih maju lagi.”²³

Saat ini Pak Yono telah memiliki 5 orang pekerja di rumahnya. Dalam sehari pekerjanya mampu menghasilkan sampai 15 set kerangka. Kerangka-kerangka ini biasanya akan dijual kepada bengkel-bengkel pembungkus kerangka yang berada di Jakarta. Harga yang ditawarkan bervariasi mulai dari Rp 150.000,- s.d Rp 450.000,-. Berikut ini adalah tabel daftar harga kerangka yang dibuat oleh bengkel mebel Pak Yono:

²³Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yono pada 20 Maret 2017 pukul 09.10 WIB.

Tabel II.3 Daftar Harga Kerangka Produksi Pak Yono

No.	Nama Produk	Kisaran Harga
1.	211 Classic	Rp 300.000,-
2.	211 Minimalis	RP 250.000,-
3.	221 Classic	Rp 350.000,-
4.	221 Minimalis	Rp 300.000,-
5.	311 Minimalis	Rp 400.000,-
6.	321 Minimalis	Rp 450.000,-
7.	Bed	Rp 150.000,-
8.	Ben	Rp 100.000,-
9.	Cilini	Rp 200.000,-
10.	Dragonfil	Rp 150.000,-
11.	Hilton	Rp 200.000,-
12.	Hilton Bed	Rp 200.000,-
13.	Inul	Rp 150.000,-
14.	L Bed	Rp 200.000,-
15.	L Putus Minimalis	Rp 200.000,-
16.	L Putus Tangan Pedang	Rp 200.000,-
17.	L Santai	Rp 200.000,-
18.	Lavina	Rp 250.000,-
19.	Mangga	Rp150.000,-
20.	Minimalis 2 dudukan	Rp 100.000,-
21.	Minimalis 3 dudukan	Rp 150.000,-
22.	Santai Bed	Rp 200.000,-
23.	Santai Minimalis	Rp 200.000,-

Sumber: Hasil Temuan Penelitian, 2017.

Tabel II.2 dapat terlihat bahwa, *home industry* mebel Pak Yono memiliki banyak model kerangka. Hal ini dikarenakan pengalaman Pak Yono yang sudah banyak dalam hal membuat kerangka, maka ia mengerti betul model-model kerangka yang tengah diminati oleh pasar. Meskipun demikian Pak Yono tidak keberatan jika ada temannya yang datang untuk meniru pola kerangka yang ia punya. Ia juga tidak khawatir kalau omzetnya akan berkurang jika membagi pengetahuannya ke pengusaha lain.

Pak Yono tidak menyangka jika kemudian usahanya ini kemudian akan diikuti oleh teman dan saudara-saudaranya di kampung. Dengan usaha ini kini para

pengusaha mebel dapat mencukupi kebutuhan keluarganya serta membuka peluang usaha bagi lingkungan sekitarnya. Saat ini di Jalan Gotong Royong sendiri sudah ada 23 *home industry* mebel yang bergerak pada bidang pembuatan kerangka dan sofa.

Bapak Yono mengembangkan jiwa kewirausahaanya dengan menurunkan keahliannya membuat kerangka kepada karyawannya. Kebanyakan pekerjanya adalah sanak-saudara dari kampung halaman yang belum mengerti bagaimana caranya membuat kerangka. Sehingga mau tidak mau ia harus mengajari pekerjanya tersebut dari dasar seperti cara membuat pola di kayu, memotong, dan menyatukan potongan-potongan kerangka tersebut menjadi sebuah kerangka sofa.

Menurut Bapak Yono perlu waktu sampai satu tahun untuk menguasai model-model sofa dan kemudian membuatnya menjadi kerangka. Hal ini dikarenakan model-model kerangka yang beragam serta membutuhkan keahlian. Semakin sulit modelnya maka semakin lama pula waktu pengerjaannya. Selain menurunkan keahliannya kepada karyawannya rupanya Bapak Yono juga menurunkan bisnisnya kepada adik dan anaknya. Kedua anak Bapak Yono kini telah memiliki usaha mebel sendiri berkat didikan dari orangtuanya. Demikian dinamika kehidupan dari seorang Bapak Yono, sehingga ia memilih menekuni usaha industri mebel rumahan sebagai penunjang perekonomian keluarganya

2.5.2 Bapak Purwanto

Bapak Purwanto merupakan seorang pria berusia 54 tahun yang saat ini berprofesi sebagai pengusaha rangka dalam di Jalan Gotong Royong. Pria dengan perawakan gemuk ini telah lama berprofesi sebagai pengusaha mebel rangka.

Usahanya untuk mengadu nasib di Jakarta bermula ketika ia mengikuti temannya untuk bekerja pada sebuah proyek di Bekasi selepas lulus STM. Namun kemudian Pak Purwanto memutuskan berhenti karena pada saat itu merasa bosan dan tidak betah.

Akhirnya Bapak Purwanto memutuskan untuk bekerja di tempat pamannya yang bernama Bapak Sarjono yang berprofesi pengusaha mebel. Dari pamannya inilah ia belajar bagaimana caranya membuat kerangka sembari mengumpulkan modal untuk usaha. Setelah menguasai tekniknya kemudian ia mendirikan usaha mebel sendiri.

Pada awal usaha Pak Purwanto banyak belajar dari Pak Yono mengenai pola-pola kerangka yang sedang “*in*” atau tengah menjadi “*trend*” dipasaran. Ini dilakukan karena Pak Yono lebih tahu mengenai model-model sofa yang sedang diminati masyarakat. Hal ini wajar mengingat Pak Yono merupakan orang yang pertama kali membangun usaha mebel dan tentu sudah memiliki banyak pengalaman dibidang pembuatan kerangka.

Pak Yono juga tidak keberatan mengajari Pak Purwanto karena kebetulan mereka berdua bertetangga. Adanya kedekatan inilah yang membuat usaha mebel asal Salatiga semakin berkembang yaitu karena adanya jaringan sosial yang sudah terbentuk diantara pengusaha mebel.

Gambar II.7
Lokasi Usaha Bapak Purwanto



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Pak Purwanto mulai menjadi pengusaha kerangka pada tahun 1987. Dengan modal dua ratus lima puluh ribu rupiah ia nekat menyewa tanah di Jalan Gotong Royong pada saat itu dengan biaya sewa sebesar Rp 100.000,- untuk tiga bulan. Sisa uang lainnya kemudian ia gunakan untuk membangun “bedeng” dan membeli bahan baku utama kerangka yaitu kayu dan paku. Pada saat itu ia baru memiliki dua orang pekerja termasuk dirinya sendiri. Ia tidak segan untuk turun tangan langsung membuat kerangka karena memang pada saat itu belum banyak orang yang bisa membuat kerangka.

“..pertama bangun mebel ini pakde inget banget modalnyacuma 250ribu. Itu juga dibagi-bagi um uangnya, 100ribu buat ngontrak 3 bulan terus 100ribu buat bikin gubuk seadanya sisanya buat beli kayu satu mobil. Dulu kayu itu masih murah semobil itu palingan 40-45ribu...”²⁴

Banyak kesulitan yang ia rasakan ketika awal-awal memulai usaha pada masa itu. Ia mengaku, kendala berdagang saat itu adalah belum banyak memiliki

²⁴Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yono pada 20 Maret 2017 pukul 09.10 WIB.

langganan serta belum banyak memiliki pengalaman. Sehingga ketika awal memulai usaha beliau sering tertipu oleh pelanggan barunya. Hal ini diakui secara jelas oleh Bapak Purwanto berikut ini:

“...dulu itu awal dagang kendalanya Pakde belum punya langganan tetap. Sekalinya baru mau jadi langganan nih tiba-tiba ditipu dagangannya di utang terus orangnya kabur karena ga bisa bayar.”²⁵

Pak Purwanto menuturkan dahulu sulit sekali untuk mencari pelanggan terlebih lagi Pak Purwanto masih baru di dunia permebelan. Sehingga sering kali ada pelanggan yang kabur atau tidak membayar hutangnya. Hal ini dikarenakan adanya pembayaran dengan “sistem hutang”. Sistem hutang ini memperbolehkan pembeli atau pelanggan untuk membawa barang dagangan (kerangka) terlebih dahulu kemudian baru akan dibayar ketika barang dagangan tersebut sudah laku. Biasanya kerangka tadi sudah dalam bentuk sofa yang siap dipasarkan oleh bengkel pembungkus sofa. Bapak Purwanto mengaku tidak ada kriteria khusus untuk bisa menjadi pelanggannya. Hanya saling percaya saja lah dasar mereka bekerja sama. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Pak Purwanto berikut ini:

“...pakde sih ga punya kriteria khusus buat yang mau jadi pelanggan semuanya boleh ambil barang disini. Namanya juga orang dagang ya saling percaya aja lah intinya..”²⁶

Seiring berjalannya waktu, sudah dua puluh enam tahun dilaluinya dengan berdagang kerangka di Jalan Gotong Royong. Pelanggan tetapnya pun mulai banyak, kebanyakan merupakan bengkel-bengkel pembungkus sofa yang berlokasi di Jakarta.

²⁵Berdasarkan wawancara dengan Bapak Purwanto pada 23 Maret 2017 pukul 13.30 WIB.

²⁶Berdasarkan wawancara dengan Bapak Purwanto pada 23 Maret 2017 pukul 13.30 WIB.

Seiring dengan itu, pengusaha-pengusaha mebel lain pun mulai mendatangi wilayah tersebut. Meskipun semakin banyak pengusaha-pengusaha baru yang bermunculan Pak Purwanto masih tetap optimis usahanya dapat terus berkembang selama ia masih mempunyai tekad dan masih bersemangat untuk menjalankan usahanya tersebut.

Berikut ini merupakan daftar harga kerangka yang diproduksi oleh *home industry* mebel Pak Purwanto

Tabel II.4 Daftar Harga Kerangka Produksi Pak Purwanto

No.	Nama Produk	Kisaran Harga
1.	211 Classic	Rp 300.000,-
2.	211 Minimalis	Rp 250.000,-
3.	221 Classic	Rp 350.000,-
4.	221 Minimalis	Rp 300.000,-
5.	311 Minimalis	Rp 400.000,-
6.	321 Minimalis	Rp 450.000,-
7.	Bed	Rp 150.000,-
8.	Ben	Rp 100.000,-
9.	Dragonfil	Rp 150.000,-
10.	Hilton	Rp 200.000,-
11.	Hilton Bed	Rp 200.000,-
12.	L Bed	Rp 200.000,-
13.	L Putus Minimalis	Rp 200.000,-
14.	L Putus Tangan Pedang	Rp 200.000,-
15.	L Santai	Rp 200.000,-
16.	Lavina	Rp 250.000,-
17.	Minimalis 2 dudukan	Rp 100.000,-
18.	Minimalis 3 dudukan	Rp 150.000,-
19.	Santai Bed	Rp 200.000,-
20.	Santai Minimalis	Rp 200.000,-

Sumber: Hasil Temuan Penelitian, 2017.

Berdasarkan tabel II.4 dapat terlihat jika model dan harga kerangka yang ditawarkan oleh Pak Purwanto hampir sama dengan milik Bapak Yono. Meskipun harga kerangka yang ditawarkan Pak Purwanto tergolong murah dalam sebulan ia mampu meraup omzet hingga Rp 30.000.000,-. Saat ini Bapak Purwanto sudah

memiliki 5 orang pekerja dirumahnya. Dari penghasilannya tersebut ia mampu menyekolahkan anaknya hingga ke perguruan tinggi dan juga memberangkatkan Haji kedua orang tuanya.

Sama halnya dengan Bapak Yono, Bapak Purwanto juga mengembangkan jiwa usahanyadengan cara menurunkan keahliannya membuat kerangka kepada karyawan serta adik iparnya. Saat ini adik ipar Bapak Purwanto telah memiliki usaha mebel sendiri yang juga berlokasi di Jalan Gotong Royong.

2.5.3 Bapak Basor

Bapak Basor merupakan pengusaha *home industry* mebel asal Salatiga yang berusia 50 tahun. Bapak Basor merupakan ayah dari dua orang anak. Pada awal ke datangnya ke Jakarta yaitu sekitar tahun 1988, Pak Basor tidak langsung mendirikan usaha mebel sendiri. Beliau menjadi pekerja mebel di *home industry* mebel milik kakaknya yaitu Pak Yaini. Saat itu Pak Purwanto melihat teman-temannya sukses dengan memulai usaha di bidang permebelan.

Mereka yang sukses kala itu menunjukkan bukti kesuksesannya dengan membangun atau merenovasi rumah di kampung serta membeli sepeda motor. Tidak mengherankan jika banyak teman-temannya seusianya datang ke Jakarta dan bekerja sebagai tukang rangka karena tergiur akan kesuksesan teman yang lebih dahulu merantau. Maka Pak Basor pun tertarik untuk belajar mengenai dunia permebelan kepada kakaknya. Pertama menjadi pekerja mebel ia tidak mengetahui bagaimana cara membuat kerangka, beruntung kakaknya mau mengajarnya dan berbagi ilmu dengannya.

“...dulu pertama kali pakde ke jakarta engga langsung punya usaha kaya begini ne. Dulu itu pertama ikut kakak saya Pak Yaini. Disitu pakde belajar dulu, begitu udah bisa baru berani buat usaha sendiri. Pakde juga kepengen sukses kaya temen yang lain.”²⁷

Setelah tiga tahun bekerja, yaitu pada tahun 1991 Pak Purwanto memutuskan untuk tidak bekerja lagi dengan kakaknya. Hal ini dikarenakan, Pak Purwanto merasa sudah cukup modal dan ingin mandiri dengan memulai usahanya sendiri. Kemudian beliau mencari informasi mengenai lokasi dagang. Akhirnya kemudian beliau memutuskan untuk ikut teman-temannya yang terlebih dahulu sukses membangun *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong. Saat ini Pak Basor sudah memiliki 13 orang pekerja di rumahnya, mereka ini berasal dari berbagai daerah di pulau Jawa seperti Cikampek, Semarang dan Serang.

Berbeda dengan Pak Yono dan Pak Purwanto, usaha Pak Basor tidak hanya bergerak dalam produksi kerangka tetapi juga produksi sofa. Alat-alat yang dipergunakan pun sudah lebih modern karena sudah menggunakan mesin. Bisa dikatakan usahanya paling berkembang diantara pengusaha lainnya. Hal ini dikarenakan adanya dukungan dari bank swasta untuk menambah permodalan dengan cara memberikan kredit pinjaman.

Pinjaman tersebut kemudian digunakan untuk memperbesar usaha dan untuk biaya operasional produksi sofa. Hal tersebut dibenarkan oleh Pak Basor melalui pernyataannya berikut ini:

“..usaha pakde bisa maju kaya sekarang ini memang karena adanya pinjaman dari bank. Sekitar tahun 2000-an lah pakde ditawari sama

²⁷Berdasarkan wawancara dengan Bapak Basor pada 3 April 2017 pukul 11.00 WIB.

pihak bank buat ambil kredit pinjaman yang bisa dicicil selama tiga tahun. Setelah syaratnya masuk semua, uangnya bisa cair. Baru lah uang itu pakde pakai buat beli alat-alat buat proses produksi sofa sama biaya operasional saatitu.”²⁸

Menurut Pak Basor banyak pengusaha-pengusaha mebel di Jalan Gotong Royong yang mencari tambahan permodalan dengan mengambil kredit di bank agar kelangsungan usahanya dapat terus terjaga. Beliau mengaku syarat yang diberikan untuk mengambil kredit tidak terlalu sulit karena pihak bank menganggap produksi mebel masih sangat potensial untuk dikembangkan. Perlahan omzet produksi Pak Basor mulai meningkat sehingga pendapatannya dapat mencukupi kebutuhan keluarga maupun kebutuhan lainnya.

Gambar II.8

Hasil Produksi *Home Industry* Mebel Bapak Basor



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Berbicara pemasaran kerangka, biasanya Pak Basor menjual ke pabrik-pabrik *furniture* dengan menggunakan sistem pembayaran cash. Artinya ketika barang

²⁸Berdasarkan wawancara dengan Bapak Basor pada 3 April 2017 pukul 11.00 WIB.

yangdipesan sudah jadi maka ketika itu juga dibayarkan. Omzet produksi kerangka dari *home industry* Pak Basor ini bisa mencapai Rp 45.000.000,- perbulannya. Berikut iniadalah daftar harga kerangka produksi *Home Industry* Mebel Pak Basor:

Tabel II.5 Daftar Harga Kerangka Produksi Pak Basor

No.	Nama Produk	Kisaran Harga
1.	211 Classic	Rp 300.000,-
2.	211 Minimalis	Rp 250.000,-
3.	221 Classic	Rp 350.000,-
4.	221 Minimalis	Rp 300.000,-
5.	311 Minimalis	Rp 400.000,-
6.	321 Minimalis	Rp 450.000,-
7.	Bed	Rp 160.000,-
8.	Ben	Rp 100.000,-
9.	Dragonfil	Rp 150.000,-
10.	Hilton	Rp 210.000,-
11.	Hilton Bed	Rp 200.000,-
12.	L Bed	Rp 220.000,-
13.	L Putus Minimalis	Rp 200.000,-
14.	L Putus Tangan Pedang	Rp 200.000,-
15.	L Santai	Rp 200.000,-
16.	Lavina	Rp 250.000,-
17.	Minimalis 2 dudukan	Rp 120.000,-
18.	Minimalis 3 dudukan	Rp 170.000,-
19.	Sofa Wosh	Rp 800.000,-

Sumber: Hasil Temuan Penelitian, 2017.

Berdasarkan tabel II.5 dapat terlihat kerangka yang dibuat oleh Pak Basor lebih sedikit variasi dan modelnya. Hal ini dikarenakan Pak Basor jarang sekali menerima pesanan model-model sofa lama, sehingga Pak Basor hanya memproduksi model-model sofa yang tengah laku di pasaran. Selain itu menurutnya model-model sofa lama sangat sulit sehingga perlu keahlian khusus untuk membuatnya. Terlihat pula

jika harga kerangka yang ditawarkan oleh Pak Basor lebih mahal dibandingkan dengan yang lainnya.

Hal ini dikarenakan Pak Basor harus mengeluarkan uang yang lebih banyak untuk membayar listrik, sewa tempat serta untuk membayar karyawannya. Setelah diolah menjadi sofa, kerangka-kerangka tadi siap dipasarkan. Berikut ini adalah daftar harga sofa yang di produksi oleh bengkel Pak Basor:

Tabel II.6 Daftar Harga Sofa Produksi Pak Basor

No.	Nama Produk	Kisaran Harga
1.	Sofa 211 Classic	Rp 2.300.000,-
2.	Sofa 211 Minimalis	Rp 2.000.000,-
3.	Sofa 221 Classic	Rp 2.800.000,-
4.	Sofa 221 Minimalis	Rp2.500.000,-
5.	Sofa 311 Minimalis	Rp 2.500.000,-
6.	Sofa 321 Minimalis	Rp 3.000.000,-
7.	Sofa Bed	Rp 1.500.000,-
8.	Sofa Ben	Rp. 800.000,-
9.	Sofa Dragonfil	Rp. 1.500.000,-
10.	Sofa Hilton	Rp 2.200.000,-
11.	Sofa Hilton Bed	Rp. 2.500.000,-
12.	Sofa L Bed	Rp. 2.300.000,-
13.	Sofa L Putus Minimalis	Rp. 2.500.000,-
14.	Sofa L Putus Tangan Pedang	Rp. 2.500.000,-
15.	Sofa L Santai	Rp 2.300.000,-
16.	Sofa Lavina	Rp 2.250.000,-
17.	Sofa Minimalis 2 dudukan	Rp 1.200.000,-
18.	Sofa Minimalis 3 dudukan	Rp. 1.500.000,-
19.	Sofa Wosh	Rp. 8.000.000,-

Sumber: Hasil Temuan Penelitian, 2017.

Tabel II.6 dapat terlihat bahwa, harga sofa yang ditawarkan Pak Basor bervariasi antara Rp 800.000,- s.d Rp 8.000.000,- per setnya. Harga tersebut bisa berubah tergantung dari bahan yang digunakan, semakin bagus kualitas bahan yang

digunakan maka harganya akan semakin mahal dan begitu pula sebaliknya. Untuk pemasaran sofa Pak Basor menjual sofa buatannya melalui pameran furniture. Saat ini beliau sudah memiliki empat tempat pameran yang tersebar di wilayah Jabodetabek, dengan omzet pameran yang mencapai Rp 80.000.000,- per bulannya.

Gambar II.9
Sofa Produksi Pak Basor



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Berbeda dengan Bapak Yono dan Bapak Purwanto, Bapak Basor tidak menurunkan atau mensharing keahliannya kepada pekerja atau anak-anaknya. Beliau mempekerjakan tukang atau pekerja yang bukan berasal dari sanak-saudara. Tukang tersebut sudah pernah bekerja di bidang mebel sebelumnya sehingga Bapak Basor tidak perlu mengajarnya. Dengan demikian dapat terlihat bahwa Bapak Basor yang usaha mebelnya termasuk mebel modern lebih bersifat individual karena beliau tidak mensharing pengetahuan yang telah ia miliki kepada karyawannya.

Begitu pula dengan anak-anak Bapak Basor tidak ada yang mengikuti jejaknya menjadi pengusaha mebel. Kebanyakan anak-anaknya setelah lulus dari perguruan tinggi kemudian memilih untuk bekerja di sektor formal seperti menjadi Pegawai

Negeri Sipil (PNS) atau pekerja kantoran. Sebagian dari anak-anak pengusaha mebel modern menganggap jika pekerjaan menjadi pengusaha mebel dianggap tidak bergengsi sehingga setelah mereka lulus sekolah atau Universitas mereka akan mencari pekerjaan lain dan tidak menjadi pengusaha mebel seperti orang tua mereka.

Bapak Basor mengembangkan jiwa kewirausahaan dengan cara rajin mengikuti event atau pameran-pameran berskala besar. Melalui event tersebut beliau dapat berbagi ilmu dengan pengusaha lainnya. Dari perkumpulan pengusaha-pengusaha inilah mereka saling berbagi informasi dan pengetahuan kepada pengusaha baru untuk lebih mengembangkan lagi usaha mereka.

Profil ketiga pengusaha mebel yang dijadikan subjek dalam penelitian ini telah dijelaskan secara singkat. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menyimpulkan terdapat beberapa persamaan dan juga perbedaan. Beberapa persamaan tersebut diantaranya yaitu, ketiganya memilih berwirausaha dengan motif ingin memperbaiki kehidupan khususnya dibidang ekonomi.

Selain itu, mereka menjadi pengusaha juga dikarenakan adanya pengaruh dari orang lain seperti keluarga dan teman. Sedangkan perbedaannya terdapat pada cara pemasaran. Perbedaan cara pemasaran ini menyebabkan timbulnya konsumen yang berbeda. Tentunya perbedaan konsumen ini akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh oleh ketiga informan tersebut.

Penjelasan profil ketiga pengusaha mebel Salatiga yang berada di Jakarta menyimpulkan terdapat dua klasifikasi jenis usaha mebel yang berada di Jakarta, yaitu

mebel tradisional dan mebel modern. Berikut ini bagan perbandingan kedua jenis mebel yang berada di Jakarta.

Tabel II.7 Tipologi Pengusaha Mebel

	Mebel Tradisional	Mebel Modern
PERSAMAAN	Berasal dari Salatiga	Berasal dari Salatiga
	Bangunan bengkel semi permanen	Bangunan bengkel semi permanen
	Bengkel menjadi satu dengan rumah pemilik	Bengkel menjadi satu dengan rumah pemilik
PERBEDAAN	Pegawai berasal dari sanak saudara atau keluarga	Pegawai bukan berasal dari anggota keluarga
	Jumlah pegawai 2-5 orang	Jumlah pegawai 5-13 orang
	Peralatan yang digunakan masih sederhana belum mengenal mesin	Sudah menggunakan mesin
	Pengerjaan memakan waktu lebih lama	Pengerjaan relatif cepat karena menggunakan mesin
	Pembeli berasal dari Jakarta	Pembeli tersebar di Jakarta, Depok, Bogor
	Pemasaran melalui bengkel-bengkel kecil	Pemasaran melalui toko <i>furniture</i> , mengikuti pameran, memasok pabrik-pabrik <i>furniture</i>
	Pembayaran masih menggunakan "sistem utang"	Pembayaran cash atau memberi sejumlah DP terlebih dahulu
	Harga yang diberikan murah	Harga yang diberikan relatif lebih Mahal
	Mengembangkan jiwa kewirausahaan dengan menurunkan keahlian membuat kerangka kepada anak dan karyawannya	Mengembangkan jiwa kewirausahaan dengan mengikuti seminar-seminar atau event-event Pameran

Sumber: Hasil Temuan Penelitian, Tahun 2017

BAB III

JARINGAN SOSIAL KEGIATAN PRODUKSI *HOME INDUSTRY* MEBEL

3.1 Pengantar

Setelah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai gambaran sosial wilayah Jalan Gotong Royong yang dilihat dari berbagai potensi yang ada, serta konteks sosial kemunculan *home industry* mebel di Jalan tersebut. Selanjutnya pada bab ini peneliti juga akan membahas mengenai terbentuknya jaringan sosial *home industry* mebel. Diawali terbentuknya jaringan sosial pengusaha mebel, jaringan dengan para pemasok (produksi), kegiatan distribusi serta jaringan dengan para konsumennya. Selain itu, dibahas juga mengenai paguyuban arena sosialisasi dalam pengembangan usaha *home industry* mebel.

3.2 Jaringan Sosial Pengusaha Mebel

Berkembangnya pengusaha mebel Salatiga di Jalan Gotong Royong merupakan hasil dari proses migrasi sosial. Migrasi sosial dilakukan oleh pengusaha mebel karena mereka menganggap pekerjaan di kota lebih menjanjikan dibandingkan pekerjaan di desa yang kebanyakan profesi masyarakatnya merupakan petani. Ditambah dengan fasilitas-fasilitas yang ada di kota menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi sebagian masyarakat Salatiga untuk mencoba mengadu nasib di Jakarta. Selain itu terdapat faktor lain yang menyebabkan terjadinya proses tersebut yakni adanya proses sosial yang baik di kehidupan bermasyarakat. Bentuk umum dari

proses sosial tersebut adalah adanya interaksi sosial, karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial.²⁹

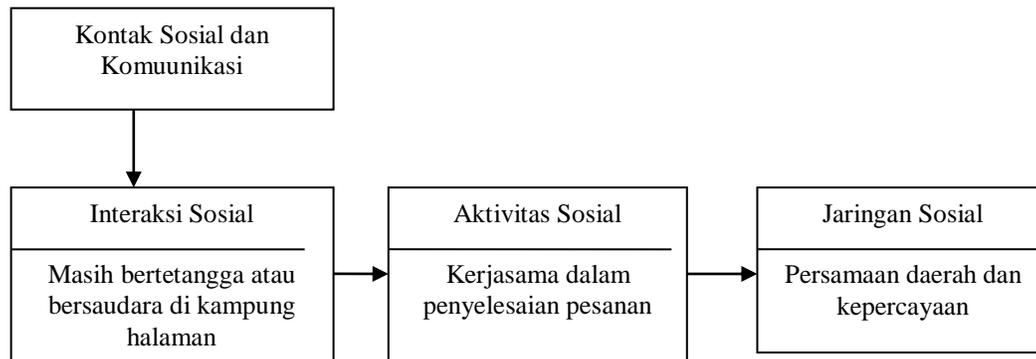
Proses interaksi sosial membuat seseorang harus berhubungan atau melakukan kontak dengan orang lain sebelum melakukan aktivitas sosial. Hal tersebut dikarenakan syarat terjadinya interaksi sosial yaitu dengan adanya kontak sosial dan adanya komunikasi, dengan demikian komunikasi adalah salah satu kunci terjadinya interaksi sosial. Pengusaha mebel pun melakukan interaksi dalam kehidupan bermasyarakat baik itu interaksi dengan individu ataupun dengan kelompok. Berbincang mengenai kemajuan usaha dan lokasi dagang merupakan hal yang paling sering dibicarakan antara sesama pengusaha mebel. Jika hubungan antar pengusahamebel sangat dekat maka tak jarang mereka akan bertukar informasi mengenai lokasi dagang atau bahkan bersama-sama mencari lokasi dagang.

Interaksi antar sesama manusia merupakan awal mula terjadinya aktivitas sosial yang kemudian berlanjut dengan terjadinya hubungan sosial. Hubungan sosial adalah sebagai suatu rangkaian hubungan yang teratur atau hubungan sosial yang sama diantara individu-individu atau kelompok-kelompok³⁰. Dari hubungan sosial inilah yang kemudian berkembang menjadi suatu jaringan sosial. Dengan kata lain maka interaksi merupakan pintu gerbang terjadinya jaringan sosial dalam suatu masyarakat. Hal tersebut juga berlaku pada para pengusaha mebel asal Salatiga ketikamembentuk suatu jaringan sosial. Bagan berikut ini akan menjelaskan proses terbentuknya jaringan sosial pengusaha mebel:

²⁹Soerjono Soekanto, "*Sosiologi Suatu Pengantar*," (Jakarta: Rajawali Press, 2007), hlm. 55.

³⁰Damsar, "*Sosiologi Ekonomi*," (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), hlm 3.

Bagan III.3
Terbentuknya Jaringan Sosial Pengusaha Mebel



Sumber: Analisis Peneliti, 2017.

Awal mula terbentuknya jaringan sosial pengusaha mebel ini terjadi ketika terdapat interaksi yang terjadi di dalam ruang lingkup keluarga. Antara pengusaha mebel di Jalan Gotong Royong ini saling bersaudara atau bertetangga di kampung halaman. Sebagai contoh Bapak Basor dan Bapak Purwanto mereka memulai profesinya sebagai pengusaha mebel karena pengaruh dari keluarga mereka. Hal ini dijelaskan Bapak Basor berikut ini:

“..kalau ditanya kenapa bisa punya usaha mebel itu pertamanya karena kakak kebetulan pakde itu kakak udah punya usaha begini. Terus liat temen-temen kerja jadi tukang kayu di Jakarta pada sukses makanya pakde pengen kerja begitu juga biar bisa sukses juga...”³¹

Tidak jauh berbeda dengan Bapak Basor, Bapak Purwanto pun memulai karirnya menjadi pengusaha mebel karena mendapat pengaruh dari sanak saudara terdekatnya. Berikut pengakuan Bapak Purwanto tersebut:

³¹ Berdasarkan wawancara dengan Bapak Basor pada Kamis, 3 April 2017 pukul 11.00 WIB.

“..dulu pertama kali kerja di mebel pakde ikut sama paman karena ga betah aja kerja di proyek. Tadinya mah temennya banyak um di proyek itu yang dari satu kampung tapi satu-satu pada keluar jadinya pakde ga betah aja ga ada temennya. Terus sambil nyari kerjaan lain pakde ikut paman kerja di bengkelnya sampe akhirnya keterusan bikin kerangka. Alhamdulillah lama-lama pakde malah bisa bikin usaha sendiri..”³²

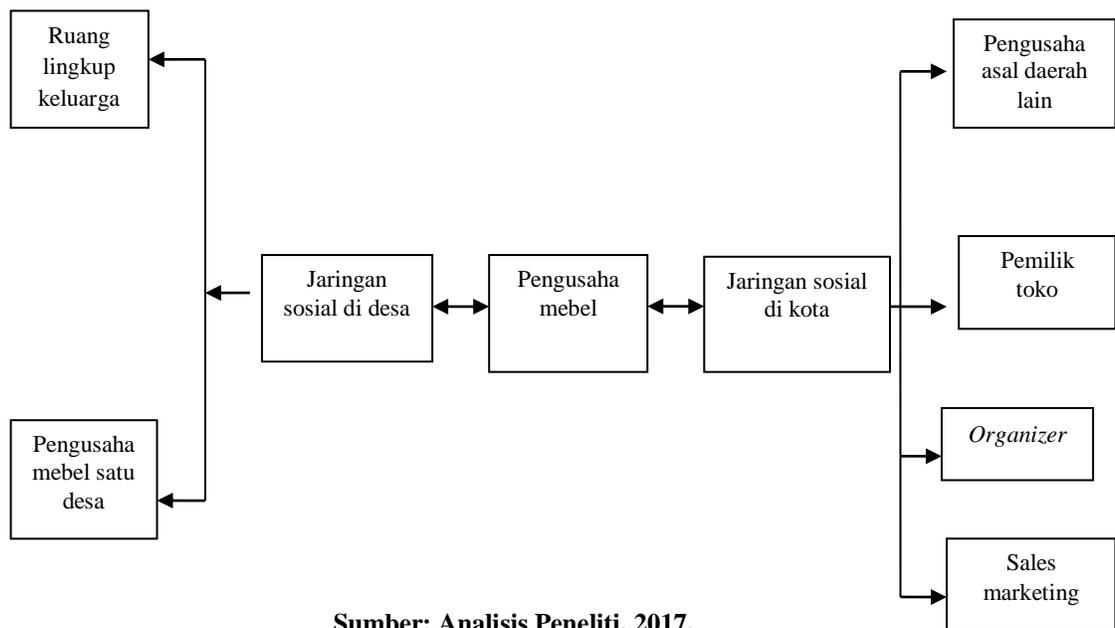
Berdasarkan pengakuan kedua informan diatas terbukti bahwa terbentuknya jaringan sosial pengusaha mebel berawal dari adanya interaksi sosial di dalam ruang lingkup keluarga. Dari lingkup keluarga itu lah kemudian menimbulkan aktivitas-aktivitas sosial sehingga membangun sebuah hubungan sosial. Sehingga secara langsung terbentuk jaringan sosial antara sesama pengusaha mebel. Kemudian proses interaksi tersebut tetap berlanjut atau terjalin hingga mereka di kota.

Setelah jaringan sosial secara tidak langsung terbentuk di dalam keluarga di desa kemudian proses interaksi tersebut terus berlanjut hingga di kota. Para pengusaha mebel ini tetap berinteraksi dan melakukan aktivitas-aktivitas sosial agar tetap menjaga jaringan sosial tersebut. Bahkan ketika di kota, para pengusaha melakukan interaksi sosial dengan banyak pihak lain yang terlibat. Pihak-pihak tersebut yaitu dengan pengusaha mebel asal daerah lain, dengan pemilik toko *furniture*, dengan penyelenggara *event organizer* dan warga kota. Dapat dikatakan bahwa setiap harinya bahwa pengusaha mebel melakukan aktivitas-aktivitas sosial dengan pihak-pihak yang telah disebutkan diatas.

³²Berdasarkan wawancara dengan Bapak Purwanto pada 23 Maret 2017 pukul 13.00 WIB.

Bagan III.4

Jaringan Sosial Pengusaha Mebel di Desa dan di Kota



Sumber: Analisis Peneliti, 2017.

Bagan III.3 memperlihatkan bagaimana jaringan sosial pengusaha mebel yang terbentuk di desa dengan jaringan sosial yang terjadi di kota. Jaringan sosial di desa terbentuk dari ruang lingkup keluarga dan dengan pengusaha mebel lain yang berasal dari satu desa. Kemudian setelah pengusaha mebel berada di kota, jaringan sosial tersebut berkembang lebih luas dengan beberapa pihak terkait. Pihak-pihak terkait tersebut antara lain dengan pengusaha mebel dari daerah lain, dengan pemilik toko *furniture*, dengan pihak penyelenggara *event organizer* dan warga kota. Semakin banyaknya pengusaha mebel yang berasal dari daerah lain turut meramaikan industri

mebel di Jakarta maka para pengusaha mebel pun harus berinteraksi dengan para pengusaha dari daerah lain tersebut.

Begitu pula dengan ketika pengusaha mebel ini ingin memasarkan produk kerajinan mereka melalui pameran, maka pengusaha mebel ini harus berinteraksi dengan pihak penyelenggara event organizer. Jika jaringan sosial antara Pengusaha dan Pihak EO ini sudah terbentuk maka pihak EO akan memberitahukan lokasi-lokasi pameran baru kepada pengusaha mebel tanpa pengusaha harus mencarinya terlebih dahulu dan juga akan memberikan harga sewa yang lebih murah untuk pengusaha tersebut. Ketika pengusaha sudah memasuki pameran maka untuk memperkenalkan produk ke konsumen pengusaha harus melakukan interaksi melalui bantuan sales marketing. Tentu saja pengusaha harus berinteraksi dengan sales marketing karena melalui sales marketing inilah produk kerajinan pengusaha mebel ini diperkenalkan ke konsumen.

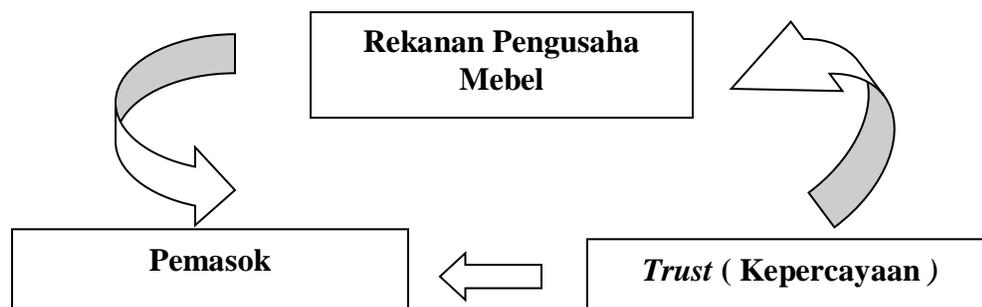
3.3 Terbentuknya Jaringan Produksi, Distribusi, Konsumsi

3.3.1 Jaringan dengan Pemasok (Produksi)

Produksi dapat diartikan sebagai proses mengeluarkan hasil; penghasilan. Di samping itu, terdapat dua makna lain dari produksi yaitu hasil dan pembuatan. Pengertian produksi tersebut mencakup segala kegiatan, termasuk prosesnya, yang dapat menciptakan hasil, penghasilan dan pembuatan.³³ Oleh sebab itu, produksi meliputi banyak kegiatan seperti contohnya dalam penelitian ini dimana *home industry* mebel ini membuat sekian jenis sofa untuk kebutuhan interior rumah tangga.

³³Damsar, "Pengantar Sosiologi Ekonomi," (Jakarta. Kencana Prenadamedia Group, 2009), hlm 67.

Bagan III.5
Jaringan dengan Pemasok



Sumber: Analisis Peneliti, 2017

Di dalam proses kegiatan produksi ini pun melibatkan beberapa pemasok untuk memberikan bahan baku serta bahan bahan penunjang lainnya yang berkualitas. Informasi mengenai jaringan pemasok inipun direkomendasikan oleh rekan antar pengusaha mebel dan kemudian keduanya saling memberikan *trust* (kepercayaan) sehingga hubungan personal antar pengusaha dan pemasok berjalan dengan baik sampai saat ini. Terbukti dari hasil wawancara peneliti dengan Bapak Basor:

“awalnya Pakde ga tahu nev, pemasok mana yang bagus dan sesuai dengan kriteria mebel sofa Pakde. Tapi kemudian Pakde dikasih tau sama Pak Yono pemasok yang punya kualitas bahan baku ataupun bahan yang lainnya yang bagus. Jadi sampai sekarang kita sudah jadi langganan dan saling percaya.”³⁴

Setelah memiliki jaringan pemasok yang memiliki kualitas bagus, kemudian hal yang pertama yang di lakukan pengrajin untuk membuat sebuah mebel sofa adalah dengan membuat kerangka sofa tersebut terlebih dahulu. Untuk pembuatan

³⁴Berdasarkan wawancara dengan Bapak Basor pada Kamis, 3 April 2017 pukul 11.00 WIB.

kerangkaini pengrajin membutuhkan bahan baku yang berasal dari limbah perusahaan kertas, yaitu berupa lembaran-lembaran kayu yang biasanya mereka sebut palet. Beberapa jenis kayu lain seperti kayu panjang atau gambangan biasanya dapat dibeli di toko-toko kayu. Sedangkan bahan baku lainnya seperti paku biasanya mereka dapatkan dari beberapa tempat pengepul barang bekas di daerah cakung. Untuk bahan karet menggunakan karet bekas ban mobil, karet ini bisa dibeli ditempat ban-ban bekas. Biasanya karet-karet ini sudah dipotong panjang sedemikian rupa.

Gambar III.5
Jenis Bahan Baku dan Isian Bantal Sofa



Busa



Dakron

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2017.

Proses pembuatan kerangka bahan yang diperlukan adalah berupa kayu dan paku. Sedangkan untuk produksi sofa diperlukan bahan yang terbilang cukup banyak jenisnya. Mulai dari kain, lem hingga dakron. Bahan-bahan ini seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bisa didapat dari toko-toko peralatan mebel.

Gambar III.6

Tahapan Pengerjaan Sofa



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Gambar III.6 merupakan tahapan dari pengerjaan sebuah sofa yang dimulai dari pembuatan kerangka, pemasangan karet dan busa, pembuatan dan penjahitan pola, kemudian dilanjutkan dengan pembungkusan sofa, pengisian bantal dan kemudian sofa siap untuk dipakai. Pengusaha mebel dalam mendapat pasokan bahan baku dari

daerah di Luar Jakarta seperti Cikampek dan Pekalongan. Biasanya daerah-daerah tersebut memasok busa untuk keperluan produksi sofa. Bahan-bahan lain yang diperlukan untuk membuat sofa yaitu kain, busa, lem, kaki kayu dan per. Bahan-bahan tersebut bisa dengan mudah di dapatkan di toko-toko peralatan mebel yang dengan mudah dapat ditemui disekitar Jl Pahlawan Revolusi. Sedangkan untuk isian bantal sofa tersebut biasanya diisi dengan dakron, dengan terlebih dahulu dibungkus furing, hal ini bertujuan agar pembeli merasa nyaman jika memegang atau duduk bersandar dibantal tersebut. Bantal ini merupakan aksesoris tambahan agar sofa terlihat lebih cantik.

3.3.2 Jaringan dengan Distribusi (Distributor)

Distribusi merupakan proses penyaluran barang atau jasa kepada pihak lain. Distribusi sebagai alokasi nilai-nilai langka yang dikaitkan dengan pertukaran sosial. Nilai-nilai langka biasanya dihubungkan dengan tenaga kerja, kapital, tanah, teknologi, dan organisasi sehingga barang dan jasa juga bernilai langka. Karena nilai kelangkaan dari sesuatu tersebut maka perlu untuk dialokasikan melalui proses pertukaran. Proses pertukaran tersebut dilakukan melalui pasar. Dengan demikian distribusi merupakan proses yang mengantarai produksi barang dan jasa dengan proses konsumsinya.

Ada tiga jenis distribusi yang dapat ditemukan dalam aktifitas ekonomi masyarakat yaitu, resiprositas, redistribusi, dan pertukaran.³⁵ Pada penelitian ini jaringan distribusi nya menggunakan jenis resiprositas. Resiprositas menunjuk pada

³⁵Damsar, Op. Cit., (Jakarta. Kencana Prenadamedia Group, 2009), hlm 104.

gerakan diantara kelompok-kelompok simetris yang saling berhubungan. Ini terjadi apabila hubungan timbal balik antara individu-individu atau antara kelompok-kelompok sering dilakukan. Pada aktifitas tersebut, berbagai pihak yang terlibat resiprositas memiliki posisi sosial yang sama, meskipun diantara mereka memiliki derajat harta kekayaan dan adat yang berbeda. Hubungan seperti ini terjadi apabila hubungan berbagai pihak bersifat intim dan akrab.³⁶

Home industry mebel khususnya di Jalan Gotong Royong dapat kita jumpai satu unsur modal sosial yang menggambarkan akan adanya satu pola resiprositas atau hubungan timbal balik dalam hal barang dan harga baik antar pengusaha, antar pengrajin maupun antar pengusaha dengan pengrajin. Dalam hal barang, terjadi ketika barang yang diinginkan oleh pembeli stoknya sedang habis maka barang diambilkan dari kios lainnya. Hal ini sudah menjadi suatu hal yang biasa bagi kalangan pengusaha mebel ataupun antar pengrajin. Hal ini sesuai dengan keterangan dari salah satu informan berikut ini:

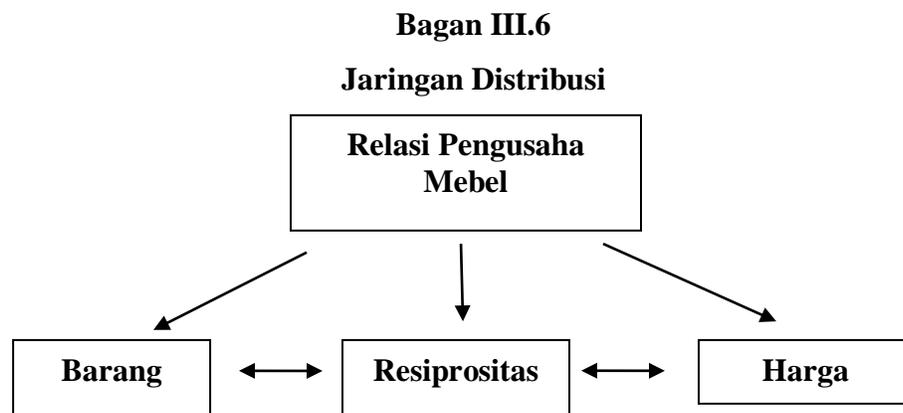
“Kalau hubungan timbal balik biasanya dalam hal barang ney, saya saat ini butuh barang a kebetulan sedang habis hubungi sana, ya timbal balik kalau sana nggak ada barang ya kesini.”³⁷

Pernyataan dari salah seorang informan diatas dapat dikatakan bahwa resiprositas antar pedagang terjalin dalam hal tukar menukar barang. Hal ini memberikan manfaat yang menguntungkan bagi kedua belah pihak yang saling bekerja sama. Keuntungan tersebut lebih terlihat pada ketergantungan satu sama lain mengenai

³⁶*Ibid*, hlm 105.

³⁷Berdasarkan wawancara dengan Bapak Basor pada 3 April 2017 pukul 11.30 WIB.

produk barang ketika barang yang diinginkan stoknya habis. Resiprositas dalam hal barang diatas juga tidak spontan, artinya kewajiban akan pengembalian yang setara tidak di tentukan baik waktu atau jumlah nya. Oleh karena itu resiprositas dalam hal barang di *home industry* mebel ini bersifat umum, dimana kewajiban akan besarnya pengembalian dan waktunya tidak ditentukan melainkan secara bebas. Sedangkan resiprositas yang ada dalam harga biasanya terjadi ketika pengusaha mebel membeli barang dengan pengusaha yang lain.



Sumber: Analisis Peneliti, 2017.

Harga yang diberikan pada umumnya merupakan kesepakatan kedua belah pihak yang berasal dari harga jual kerajinan dikurangi beberapa persen keuntungan untuk diberikan kepada pengusaha yang nampil tersebut. Kondisi ini menjadi menguntungkan ketika pihak yang dahulunya mengambil mebel kini menjadi pihak yang dimintai mebel. Maka masing-masing pihak akan mendapat keuntungan dalam kerjasama tersebut, walaupun dalam hal ini kewajiban membalas baik waktu dan

jumlahnya tidak ditentukan, artinya resiprositas dalam hal harga bersifat umum, dimana kewajiban akan besar dan waktu pengembalian tidak ditentukan melainkan bebas. Hubungan timbal balik antara pengusaha dengan pengrajin terjadi juga dalam hal produk kerajinan hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Yono berikut ini:

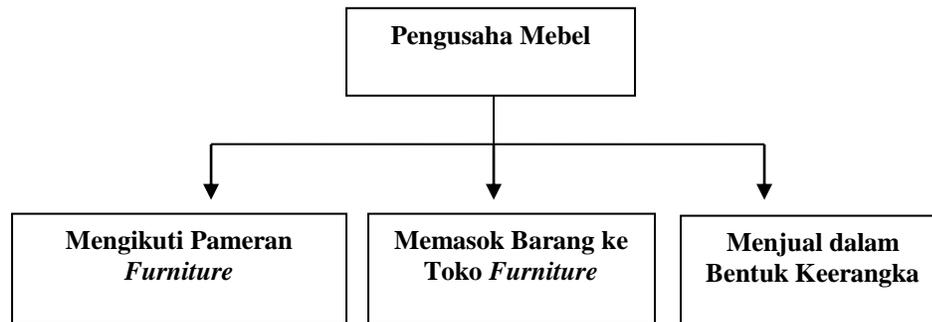
“...Hubungan timbal baliknya ya biasanya dalam hal barang ney, biasanya pengrajin-pengrajin kecil yang belum punya pasar barangnya ditawarkan ke shorum, sama aja kalau dari pedagang ada pesanan ya pesannya ke pengrajin tadi.”³⁸

Pernyataan dari salah satu informan diatas maka dapat dikatakan bahwa hubungan resiprositas yang terjadi bukan hanya antar pengusaha, pengrajin, akan tetapi juga antar pengusaha dan pengrajin. Hubungan timbal balik antar pengusaha dan pengrajin dalam hal produk kerajinan. Pengrajin menawarkan produksi kerajinan kepada pengusaha, begitupun sebaliknya pengusaha juga kerap memesan kerajinan mebel kepada pengrajin lain apabila stok mebelnya kosong.

3.3.3 Jaringan dengan Konsumsi (Konsumen)

Pemasaran hasil mebel dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan pelaku pasar untuk menyampaikan hasil produksi dari produsen kepada konsumen akhir dalam bentuk sofa. Berdasarkan informasi yang telah penulis dapatkan, pengrajin mebel memperkenalkan produknya ke pembeli dengan bermacam-macam cara diantaranya:

³⁸Berdasarkan wawancara dengan Bapak Yono pada 20 Maret 2017 pukul 09.30 WIB.

Bagan III.7**Jaringan dengan Konsumen**

Sumber: Analisis Peneliti, 2017.

1. Mengikuti Pameran *Furniture*

Salah satu cara untuk memasarkan produk hasil *home industry* mebel adalah dengan mengikuti pameran-pameran. Pameran *furniture* biasanya diselenggarakan oleh sebuah *event organizer* dan biasanya bertempat di pusat-pusat perbelanjaan. Para pemilik *home industry* mebel menyewa sebuah stand serta membayar seorang sales untuk menarik minat dari pembeli. Di dalam *stand* tersebut tidak hanya diisi dengan sofa saja tetapi juga beberapa produk rumah tangga lainnya seperti lemari, buffet, meja tamu, meja makan dan lain-lain. Tujuannya adalah agar lebih menarik dan variatif serta menarik minat pembeli.

Gambar III.7
Ruang *Stand* Penjualan Hasil Produksi Mebel



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2017.

Pada umumnya para pengusaha mebel tidak hanya mengikuti satu pameran saja, mereka mengikuti 3-4 pameran. Hal ini bertujuan agar produk mereka lebih dikenal oleh masyarakat. Pameran yang diikuti pun tidak hanya daerah Jakarta saja tapi juga sudah merambah hingga daerah lainnya seperti Bekasi, Depok dan Bogor. Menurut penuturan pengrajin ada beberapa alasan mereka lebih memilih untuk mengikuti pameran di luar Jakarta, salah satunya adalah karena biaya sewanya lebih murah jika dibandingkan harga sewa sebuah *stand* di Jakarta.

“Kalo di Jakarta ya nev, biasanya sewanya itu hitungannya per 2 minggu itupun harga sewanya ada yang sampai 6juta, jadi kalo kita sebulan sewa aja udah 12 juta. Kalo di daerah kaya Bekasi, Pamulang, Depok enaknya biaya sewanya itu itungannya perbulan mba. Biaya sewanya juga ringan paling sekitar 3-4 juta per bulannya makanya mendingan pilih yang diluar Jakarta aja”³⁹

Dari pameran inilah biasanya pengrajin mendapatkan pesanan. Orderan yang masuk biasanya adalah untuk keperluan rumah tangga, tetapi tidak menutup

³⁹Berdasarkan wawancara dengan Bapak Basor pada 3 April 2017 pukul 12.00 WIB.

kemungkinan untuk kebutuhan perkantoran atau hotel. Ada bulan-bulan dimana para pengrajin mendapatkan pesanan dalam jumlah yang banyak seperti menjelang perayaan lebaran, imlek atau natal. Pada bulan-bulan tersebut biasanya pesanan akan meningkat dibanding bulan-bulan sebelumnya. Harga yang ditawarkan untuk sebuah sofa pun sangat beragam. Mulai dari Rp 800.000,- untuk sebuah sofa ben sampai yang paling mahal Rp 8.000.000,- untuk sofa wosh. Salah satu keuntungan membeli sofa di pameran adalah pembeli bebas menentukan bahan untuk sofa mereka nantinya.

Pembeli bisa memilih kain yang akan digunakan, biasanya pemilihan kain akan disesuaikan dengan kondisi ruangan yang digunakan dan selera dari pembeli. Adapun cara pembayarannya adalah secara langsung yaitu pembeli membayar langsung setelah terjadi kesepakatan harga atau bisa juga dengan membayar DP sebesar 30% dari total harga kemudian sisanya dibayar setelah barang pesanan diantar ke rumah pembeli.

2. Memasok Barang ke Toko *Furniture*

Selain dengan mengikuti pameran pengrajin memiliki cara lain untuk memasarkan hasil produksinya yaitu dengan memasok barang ke toko-toko *furniture*. Biasanya pengrajin sudah memiliki toko-toko langganan tersendiri untuk memasarkan produknya. Model-model sofanya pun ditentukan sendiri oleh sang pemilik toko.

Harga yang diberikan oleh pengrajin pun masih tergolong “harga bengkel”. Pengrajin tidak mematok harga yang tinggi karena nantinya sofa tersebut akan dijual

kembali. Sesampainya di toko harga sofa yang ditawarkan merupakan harga pasar. Kekurangan dari membeli sofa di toko adalah pembeli tidak dapat memilih sendiri model atau bahan yang akan digunakan, karena semua itu bergantung pada stok yang ada.

Ada pun sistem pembayarannya pengrajin masih menggunakan “sistem utang”, karena pemesanan dilakukan dalam jumlah yang banyak, sehingga pembayaran dilakukan sebagian dan sisanya dibayar apabila barang tersebut telah terjual. Selain itu bisa juga pembayaran dilakukan dengan memberikan bilyet giro atau cek. Antara pengusaha dan pemilik toko biasanya saling bekerja sama dan saling percaya, pemilik toko memberikan cek atau bilyet giro yang biasanya jatuh temponya satu bulan lebih. Hal ini diakui oleh Pak Jarwo (38), seorang informan yang berprofesi sebagai pengusaha mebel berikut ini:

“kalo sama toko-toko bapak mah seringnya dibayarnya ga tunai mbak tapi pake giro. Itu juga cairnya lama kadang bisa sebulan kadang juga bisa lebih, ya intinya kita saling percaya ajalah namanya juga sama langganan. Pernah juga sih dapet cek yang ternyata kosong, kalo kosong ya biasanya kita nagih lagi ke toko minta dibayar tunai.”⁴⁰

Selain dengan mengikuti pameran dan memasok ke toko *furniture*. Ada juga pembeli yang mendatangi langsung *home industry* mebel untuk mendapatkan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga pameran. Hal ini dikarenakan pembeli tidak perlu membayar biaya seperti biaya untuk sewa tempat dan karyawan. Dengan demikian pembeli akan mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan

⁴⁰Wawancara dengan Bapak Jarwo pada 13 Februari 2017 pukul 11.20 WIB.

dengan jika mereka membeli di pameran atau di toko. Karena transaksi dilakukan langsung antara pemilik dan pembeli, maka pembayaran dilakukan langsung setelah terjadi kesepakatan harga.

3. Menjual dalam Bentuk Kerangka

Selain menjual sofa dalam bentuk yang sudah jadi para pengrajin ini juga melayani pemesanan dalam bentuk setengah jadi (masih berbentuk kerangka). Hal ini dilakukan pengrajin untuk memenuhi pesanan dari bengkel-bengkel pembungkus sofa. Pada umumnya bengkel pembungkus sofa memang tidak membuat kerangka atau tidak memiliki pekerja yang memiliki keahlian untuk membuat kerangka. Untuk itu mereka harus membeli kerangka kepada para pengrajin yang memang menerima pesanan kerangka.

“Saya beli kerangka disini soalnya bengkel saya itu jauh mba di Condet. sedangkan di condet sendiri cari bahan baku kerangka susah, kalau pun ada juga harganya mahal. Di pondok bambu ini kan murah karena emang pusatnya disini jadi daripada saya bolak balik belanja dari pondok bambu-condet mending saya ngambil yang udah jadi kerangka aja sekalian, nanti bungkus sama masarinnya baru di condet”⁴¹

Sistem pembayarannya juga menggunakan “sistem utang”. Hal ini dikarenakan karena pemesanan dilakukan dalam jumlah yang banyak. Sehingga pembeli membayar sebagian terlebih dahulu kemudian sisanya akan dilunasi pada saat pengambilan barang selanjutnya.

⁴¹Hasil wawancara dengan Bapak Agus pada 13 Februari 2017 pukul 11.30 WIB.

3.4 Paguyuban Arena Sosialisasi dalam Pengembangan *Home Industry* Mebel

Partisipasi dalam suatu jaringan atau relasi jaringan merupakan suatu bentuk partisipasi dari pengusaha dalam suatu jaringan yang mewadahi kegiatan mereka. Wadah itu bisa berupa lembaga sosial, lembaga sosial keagamaan, organisasi sosial, organisasi massa dan kelompok-kelompok lembaga atau organisasi yang lain. Partisipasi ini merupakan suatu bentuk kemampuan masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam suatu pola hubungan yang sinergetis, dimana akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kekuatan dari modal sosial suatu masyarakat atau kelompok. Keikutsertaan pengusaha mebel dalam suatu wadah asosiasi itu bersifat formal dan informal sangat beragam, mereka dalam pergaulan dan interaksi sehari-hari terhimpun dalam wadah lembaga-lembaga atau organisasi-organisasi baik yang sosial ataupun tidak.

Kata paguyuban sering kali kita dengar dan perbincangkan, sehingga bukan merupakan suatu kata yang asing. Paguyuban merupakan suatu bentuk kehidupan bersama yang mana anggotanya diikat oleh suatu hubungan batin dan bersifat alamiah.⁴² Dalam hal ini peneliti mengartikan paguyuban sebagai suatu perkumpulan yang terdiri dari beberapa orang yang terbentuk berdasarkan kesamaan. Kesamaan tersebut dapat berupa kesamaan dalam bentuk profesi, usia, hobi ataupun etnis. Menjadi pengusaha mebel menjadi pekerjaan atau profesi tetap yang dijalani sebagian warga perantauan yang tinggal di Jakarta, khususnya pengusaha asal

⁴²Soerjono Soekanto, "*Sosiologi Suatu Pengantar*," (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm 116.

Salatiga, Jawa Tengah. Semakin banyaknya orang yang menjadikan pekerjaan ini sebagai pekerjaan utama membuat sebagian orang yang terlibat dalam usaha ini untuk membentuk suatu perkumpulan atau paguyuban. Begitu pula dengan pengusaha *home industry* mebel yang membentuk suatu perkumpulan berupa arisan.

Berdasarkan pengakuan responden yang ada dalam penelitian ini saat ini ada suatu perkumpulan pengusaha mebel dalam bentuk arisan. Arisan ini diketuai oleh Warsono yang bertempat tinggal di Jalan Bambu Duri, Bapak Warsono mendirikan arisan pengusaha mebel sebagai wadah pengusaha mebel untuk kegiatan berkumpul sekaligus sebagai suatu kegiatan sosial. Jika biasanya arisan identik dengan kaum perempuan atau ibu-ibu, namun berbeda dengan arisan pengusaha ini yang semua anggotanya adalah laki-laki. Arisan pengusaha mebel ini beranggotakan 33 orang. Masing-masing anggota membayar Rp 200.000,- per minggu sehingga setiap minggunya ada Rp 6.600.000, uang yang terkumpul. Dahulu arisan ini hanya beranggotakan pengusaha mebel asal Salatiga yang berdagang di Jakarta. Untuk mengikuti arisan ini tidak diperlukan persyaratan apapun cukup membayar biaya arisan dan uang konsumsi yang jumlahnya sudah ditentukan sebelumnya.

Kegiatan acara arisan ini berbeda dengan arisan pada umumnya. Arisan pengusaha mebel ini biasanya dimulai dengan acara pengajian terlebih dahulu yaitu dengan membaca surat yasin serta do'a, lalu dilanjutkan dengan acara jamuan makan dan disela-sela jamuan tersebut baru akan ada acara puncak yaitu pengundian pemenang arisan.

Pemenang arisan itulah orang yang harus menyediakan tempat serta konsumsi untuk arisan selanjutnya. Setelah kegiatan jamuan makan dan pengundian pemenang arisan selesai biasanya anggota arisan tidak langsung pulang. Melainkan mereka saling berbincang-bincang, berbagi informasi dan ada kalanya juga berkeluh kesah mengenai usahanya. Mereka saling berbagi informasi mengenai lokasi dagang. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Purwanto berikut ini:

“...biasanya selesai arisan kita ga terus pada pulang. Kadang sambil makan-makanan yang disediakan kita ngobrol-ngobrol. Apa aja diobrolin um, kaya lagi sepi atau rame dagangannyaterus ada tempat pameran yang bagus dimana, prospeknya bagus apa enggak ya macem-macem lah pokoknya kadang ya kita sambil guyonan juga...”⁴³

Bagi pengusaha yang sedang merintis usahanya tentu mengikuti arisan ini sangat bermanfaat. Selain memperbanyak teman mereka juga mendapat banyak pelajaran serta memperoleh informasi. Melalui arisan ini jiwa kewirausahaan dapat terbentuk karena adanya motivasi dari pengusaha-pengusaha yang sebelumnya telah sukses terlebih dahulu. Motivasi tersebut memicu mereka untuk dapat maju dan menjadi sukses pula. Hal tersebut dibenarkan oleh Bapak Basor berikut ini:

“..kalo di arisan pakde bisanya suka dengerin cerita dari temen-temen yang udah sukses. Kadang cuman dengerin aja bisa jadiin kita semangat buat kerja apalagi pakde ini kan masih baru ya masih belum banyak pengalaman. Karena ikut arisan ini pakde jadi tau apa yang lagi dirasaain apa temen-temen lain..”⁴⁴

⁴³Wawancara dengan Bapak Purwanto pada 23 Maret 2017 pukul 13.00 WIB.

⁴⁴Wawancara dengan Bapak Basor pada 3 April 2017 pukul 13.00 WIB.

Selain sebagai sarana untuk berkumpul arisan ini juga memiliki fungsi sebagai kegiatan sosial. Adanya kedekatan yang terjalin antara anggota arisan menjadikan mereka peduli terhadap nasib sesama pengusaha. Mereka saling memberi kabar jika ada anggota yang sedang sakit atau tertimpa musibah. Biasanya melalui arisan ini juga lah akan dikumpulkan dana yang digunakan untuk membantu pengusaha yang sedang mengalami kesulitan. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Basor berikut ini:

“..di arisan ini biasanya antar sesama anggota saling mengabari kalo seumpama ada anggota yang sakit, lagi kena musibah atau meninggal dunia. Nanti pas kumpul arisan biasanya ditarikin dana seiklasnya buat ngebantu. Pokoknya udah kaya sodara aja lah saling bantu membantu..”⁴⁵

Berdasarkan pengakuan informan diatas maka dapat disimpulkan jika adanya arisan ini menyebabkan timbulnya ikatan yang kuat antara sesama anggota arisanpengusaha mebel. Dalam hal ini yang menjadi pengikat antar pengusaha mebel adalah adanya “kesamaan profesi, etnis dan tempat tinggal”. Tidak mengherankan jika hubungan antar pengusaha mebel asal Salatiga sangat dekat saat ini, maka tidak jarang ada pengusaha mebel yang mencari lokasi dagang bersama-sama. Bahkan mereka akan sangat peduli dengan nasib satu dengan lainnya. Sebaliknya hubungan antara pengusaha mebel Salatiga dengan pengusaha mebel asal daerah lain cenderung lemah. Hal ini dikarenakan tidak adanya kesamaan asal daerah atau tempat tinggal dan juga tidak adanya wadah yang menyatukan pengusaha tersebut.

⁴⁵Wawancara dengan Bapak Basor pada 3 April 2017 pukul 13.00 WIB.

BAB IV

ANALISIS TEORI JARINGAN SOSIAL PADA USAHA *HOME* *INDUSTRY* MEBEL

4.1 Pengantar

Pada bab sebelumnya peneliti telah menguraikan penjelasan mengenai bagaimana proses terbentuknya jaringan produksi, distribusi dan konsumsi sebuah *home industry* mebel sofa pengusaha mebel yang menjadi informan pada penelitian ini. Sebagai kelanjutan dari penjelasan tersebut, pada bab ini peneliti akan menganalisis jaringan sosial yang terjadi pada usaha *home industry* mebel dengan menggunakan teori jaringan sosial serta menjelaskan faktor pendukung jaringan sosial pada *home industry* mebel yaitu modal sosial yang didalamnya terdapat norma dan kepercayaan yang dimiliki antara pengusaha mebel, pengusaha mebel dengan pengrajin ataupun dengan konsumen. Selanjutnya dibahas juga mengenai peran dari modal sosial dalam strategi *home industry* mebel.

4.2 Modal Sosial Usaha *Home Industry* Mebel

Modal sosial merupakan suatu konsep menyeluruh yang terdiri dari nilai dan norma, kepercayaan, jaringan dan resiprositas yang mampu masuk ke dalam ranah suatu usaha. Dalam hal ini akan dijelaskan mengenai modal sosial dalam *home industry* mebel :

4.2.1 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan hal yang penting dalam suatu hubungan, bukan hanya yang bersifat sosial atau ekonomi. Pada hubungan kerja, faktor-faktor immaterial seperti kepercayaan dan saling memahami dapat dikatakan pula memiliki pengaruh yang besar dalam hubungan kerja.⁴⁶ Kepercayaan antar pengrajin dan pengusaha mebel ataupun antara pengusaha mebel Salatiga dalam di *home industry* mebel merupakan hal yang sangat penting, dikarenakan kepercayaan menjadi dasar yang baik bagi suatu hubungan kerja. Kepercayaan yang terjalin adalah kepercayaan antar pengrajin dengan konsumen, pengrajin dengan pengusaha ataupun pengusaha dengan pengusaha.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh salah satu pengusaha mebel yaitu Pak Basor yang membina hubungan kepercayaannya dengan konsumen yang di Depok. Menurut Pak Basor kepercayaan dengan konsumennya yang berasal dari Depok didasarkan atas hubungan komunikasi yang baik dan kedua belah pihak saling memberikan keuntungan melalui interaksi sosialnya. Ketika konsumen ingin memesan produk mebel Pak Basor, konsumen menghubungi pihak Pak Basor melalui via telepon, kemudian Pak Basor sendirilah yang menjelaskan atau memberi informasi mengenai produk-produk mebelnya secara detail, rinci dan juga mengirim katalog produk mebelnya via email. Komunikasi yang dilakukan Pak Basor lakukan terhadap konsumen tersebut agar terciptanya rasa percaya di pihak konsumen.

⁴⁶ Heddy Shri Ahimsa- Putra dkk, “*Ekonomi Moral Rasional dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*,” (Yogyakarta: Kepel Press, 2003), hlm 149.

Akhirnya pihak konsumen pun percaya setelah menerima produk mebel dari *home industry* mebel Pak Basor yang sesuai dengan pembicaraan kedua pihak sebelumnya karena sesuai dengan kualitas yang diminati konsumen. Selanjutnya mengenai transaksi pembayaran, pihak konsumen langsung mentransfer uang kepada Pak Basor karena konsumen pun sudah memiliki rasa percaya terhadap pengusaha mebel Pak Basor. Kepercayaan itulah yang kemudian terjalin hingga saat ini karena diantara kedua belah pihak saling menjaga harapan yang menguntungkan disetiap interaksi sosial yang mereka lakukan.

Kepercayaan dalam hal ini merupakan point yang penting juga vital dalam terselenggaranya transaksi pengusaha dengan konsumen. Kepercayaan dalam kerjasama ada dalam hal pasokan barang antara pedagang satu dengan pedagang yang lain, kondisi seperti ini terjalin ketika terdapat permintaan yang besar akan tetapi stok terbatas sehingga menyebabkan pedagang mengambil barang kepada pedagang yang lain. Resiko kualitas barang yang diambil dapat berbeda dengan kualitas barang dari pedagang sendiri, maka dari itu diperlukan kepercayaan yang baik antar pedagang dalam membina hubungan juga tentunya dalam memilih pedagang yang benar-benar memiliki barang berkualitas yang sama.

Penetapan harga antar pengusaha ataupun antar pengrajin juga ditemukan unsur kepercayaan. Ketika barang sudah didapatkan dari rekan kerja yang lain maka akan timbul satu proses tawar menawar harga yang memungkinkan kedua belah pihak mendapat keuntungan, maka tampak bahwa kepercayaan juga diperlukan dalam kerjasama ini. Kepercayaan dalam hal pemasaran juga terlihat dari upaya pengrajin

dalam memasarkan atau mempromosikan produk kerajinannya *industry* mebel Pak Basor. Berdasarkan pengalamannya selama ini terdapat kepercayaan antara pihak-pihak yang dalam hal ini adalah konsumen satu dengan konsumen yang lain yang saling meyakinkan dan mempengaruhi satu sama lain untuk membeli produk atau sekedar datang pada pameran kerajinan pada satu pengrajin atau pengusaha mebel yang sama.

4.2.2 Norma

Norma adalah seperangkat nilai-nilai yang diakui dan ditaati bersama oleh suatu masyarakat. Nilai pada masyarakat industri dapat digunakan untuk mengendalikan, mengembangkan serta meningkatkan produktifitas ekonomi. Dalam teori modal dijelaskan bahwa dalam suatu kerjasama terdapat suatu norma yang mengikat antar individu yang mengikat proses kerjasama tersebut.⁴⁷ Norma merupakan suatu aturan yang ditetapkan bersama oleh suatu masyarakat yang ditaati dan di jalankan bersama.

Pada *home industry* mebel Jalan Gotong Royong terdapat norma yang mengikat anggota kelompok paguyuban, norma tersebut menyangkut hubungan sosial antar pengusaha mebel dan hubungan kerjasama dalam proses pemasaran barang dagangan. Norma yang mengikat yang terdapat di *home industry* mebel yang menyangkut hubungan sosial antar pengusaha mebel terdapat pada paguyuban. Norma tersebut mengatur bagaimana hubungan antar pengusaha mebel dalam menjaga kepercayaan satu sama lain. Norma pada paguyuban ini berhubungan dengan harga produk

⁴⁷ Kartasapoetra, "*Sosiologi Industri*," (Jakarta: Rineka Putra, 1992), hlm 33.

kerajinan lebih bersifat teknis, norma lebih bersifat himbauan kepada pengusaha dan pengrajin untuk tidak menurunkan harga serendah-rendahnya hingga harga barang di pasaran menjadi kacau. Pihak ketua yaitu Bapak Warsono sendiri selalu menghimbau agar persaingan sehat harus tetap dilakukan demi menjaga pengrajin-pengrajin kecil agar tetap mempertahankan usahanya.

Aturan dalam penetapan harga juga diatur dan dikelola dengan baik antar pengusaha mebel, dalam penetapan harga misalnya antar pengusaha dilarang untuk saling cek-cok satu sama lain, jangan sampai menetapkan harga barang serendah mungkin atau membanting harga juga dihimbau untuk tetap bersaing sehat tapi jangan menjatuhkan. Aturan tersebut merupakan hasil musyawarah dari pihak pengusaha Mebel dan anggota paguyuban lainnya yang sampai saat ini masih ditaati oleh pihak pengusaha mebel.

4.3 Peran Modal Sosial dalam Strategi *Home Industry* Mebel

4.3.1 Peran Norma dalam Strategi *Home Industry* Mebel

Norma merupakan seperangkat nilai yang dikelola secara baik dan ditaati bersama dalam sebuah masyarakat. Norma yang terdapat pada modal sosial berperan dalam terselenggaranya hubungan yang baik antar pengrajin maupun antar pengusaha di *home industry* mebel. Peran norma dalam *home industry* mebel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengrajin dan pengusaha menjadi hati-hati dalam proses perolehan bahan baku

Peran norma dalam strategi produksi berhubungan dengan proses pengambilan bahan baku yang harus menaati aturan-aturan tertentu. Bahan mentah yakni kayu jati tidak boleh diperjual belikan dalam bentuk kayu mentahan. Hal ini untuk mengantisipasi monopoli barang dari pihak tertentu sehingga kayu menjadi langka. Peran norma tersebut menjadi kian jelas dan tegas ketika dari pihak kepolisian ikut mengawasi dan perhatian peredaran bahan baku tersebut.

b. Mempererat hubungan pengrajin dengan konsumen

Norma berperan pula pada hubungan kerjasama antar pengrajin dengan konsumen dalam transaksi produk kerajinan, dengan adanya norma maka pola transaksi pengrajin dan konsumen akan menjadi lebih erat dan jelas walaupun pada akhirnya walaupun pada akhirnya ini kembali pada kesepakatan antar pengrajin dan konsumen di sentra home industry mebel. Namun pada intinya norma tersebut memberikan gambaran akan proses pemesanan dimana untuk memesan produk kerajinan dalam skala besar, maka didahului dengan uang muka terlebih dahulu.

c. Mempererat hubungan sosial antar pengrajin, antar pengusaha ataupun antar pengrajin dan pengusaha

Norma memberikan peran yang baik pada hubungan antar pengrajin maupun pengusaha, norma bukan hanya yang bersifat ekonomi yang mendukung kegiatan ekonomi akan tetapi juga yang menyangkut norma hubungan sehari-hari. Dengan

adanya norma untuk tidak saling cek-cok satu sama lain, dapat memberikan himbauan dan perhatian kepada antar pedagang, pengrajin untuk saling mempererat hubungan sosialnya. Interaksi dapat berjalan dengan baik, saling tolong menolong juga akan terjalin dengan sendirinya ketika antar individu di sentra tersebut saling menyadari akan himbauan tersebut.

d. Persaingan antar pengrajin dapat terjalin secara sehat.

Adanya norma akan larangan penetapan harga produk serendah mungkin atau membanting harga serta anjuran untuk tetap bersaing sehat dan jangan menjatuhkan dapat mendorong antar pengrajin atau pengusaha untuk bersaing secara sehat.

4.3.2 Peran Kepercayaan dalam Strategi *Home Industry* Mebel

Kepercayaan dalam sebuah organisasi ataupun dalam sebuah paguyuban merupakan sesuatu hal yang penting dan dasar, karena menjadi peletak dasar dari hubungan kerjasama yang kian hari akan terjalin. Kepercayaan di *home industry* mebel dilaihat dari paguyuban terbentuk semenjak awal berdirinya paguyuban dimana Bapak Warsono selaku sebagai perintis bersama beberapa teman mendapatkan kepercayaan dari pengrajin lain dalam mendirikan sebuah paguyuban yang nantinya akan dikelola secara bersama. Dengan demikian dalam hal dapat disampaikan bahwa kepercayaan di *home industry* mebel Jalan Gotong Royong tersebut terjalin antara anggota-anggota yang termasuk dalam paguyuban dan pengrajin atau pengusaha di luar paguyuban.

Kepercayaan dalam pemasaran yang positif memberikan dampak yang baik dalam suatu proses hubungan kerja hingga menyebabkan suatu hubungan dapat terjalin hingga bertahun-tahun. Peran kepercayaan dalam strategi *home industry* mebel adalah sebagai berikut:

a. Transaksi dengan konsumen menjadi lancar

Kepercayaan di *home industry imebel* berperan terhadap hubungan antara pengusaha dengan pembeli dalam hal pemesanan barang. Pemesanan barang hingga luar kota dilakukan lewat email, ataupun dengan via telepon. Kuatnya kepercayaan tersebut tampak ketika dari pihak pemesan berani menstransfer separuh dari harga seluruh barang. Kuatnya kepercayaan juga nampak ketika dari pihak pemesan sendiri belum pernah datang secara langsung melihat pengrajin, atau pengusaha atau bahkan melihat hasil kerajinan yang akan dibuat. Kepercayaan inilah yang kemudian di jaga dan dimanfaatkan oleh pengusaha maupun pengrajin dalam memelihara hubungan dengan pihak pemesan hingga transaksi dengan pelanggan atau konsumen dapat menjadi lancar.

b. Proses negosiasi harga kerajinan antar pengusaha atau antar pengrajin dapat terselenggara dengan baik

Proses negosiasi harga terjadi dalam suatu kerjasama bersama antar pengusaha yang saling mengambil kerajinan mebel kepada kios lain ketika kerajinan mebel di kiosnya kosong. Kepercayaan menjadi begitu penting karena barang yang diambil dari kios lain bukan berarti kualitasnya nya sama dengan barang yang dimilikinya, akan tetapi dengan memiliki kepercayaan maka hal ini dapat

terselesaikan. Begitupun pula dengan masalah harga, pihak kios yang barangnya diambil pun mempercayakan kerajinan mebelnya diambil dengan harga yang lebih rendah beberapa persen dari harga jual. Sama halnya antar pengusaha, antar pengrajin juga diperlukan kepercayaan negosiasi produk kerajinan maupun harga. Kepercayaan ini berperan sekali bagi masing-masing pengrajin untuk meyakinkan dirinya maupun konsumen lain, ketika suatu ketika dia kualahan mendapatkan pesanan maka di limpahkan kepada pengrajin lain. Hal ini tentunya membutuhkan kepercayaan yang tinggi bagi masing-masing pengrajin untuk dapat menyelesaikan pesanan dengan kualitas yang sama dan tepat waktu.

c. Barang dapat selesai tepat waktu sesuai dengan keinginan konsumen

Kepercayaan bagi pengrajin dan pengusaha juga berperan pada adanya komitmen bersama bukan hanya dari pedagang, pengrajin maupun pemesan. Komitmen beersama dari pengusaha dan pengrajin diwujudkan dengan barang yang berkualitas baik dan pembuatannya yang sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh pedagang atau pemesan. Dari pihak pemesan komitmen ini tampak kepercayaan yang sudah ada diwujudkan dengan dukungan pemberian uang muka setengah dari harga barang kepada pengusaha. Pihak pengusaha komitmen ini diwujudkan dengan kejujuran dalam menawarkan barang dagangan kepada pembeli sehingga kualitas barang menjadi yang diutamakan.

d. Transaksi produk mebel antara pengusaha dan pengrajin menjadi lancar

Kepercayaan antara pengrajin dengan pengusaha dalam hal pemasaran produk mebel berperan terhadap transaksi antara pengusahadengan pengrajin menjadi lancar. Pengusaha memasarkan hasil kerajinannya dengan menitipkan kepada pengrajin dengan harga pokok yang ditentukan oleh pengusaha, apabila pengrajin menjual melebihi harga pokok maka hal tersebut diserahkan kepada pengusaha, dan pengrajin mempercayakan hal tersebut. Dari pernyataan diatas maka dapat dinyatakan bahwa pengusaha dan pengrajin saling percaya baik dalam hal produk kerajinan mebel maupun keuntungan harga yang sudah disepakati bersama.

e. Pemasaran menjadi semakin luas dan menambah kepercayaan konsumen akan kualitas produk

Kepercayaan antara pihak-pihak yang dalam hal ini adalah konsumen satu dengan konsumen yang lain yang saling meyakinkan dan mempengaruhi satu sama lain untuk membeli produk atau sekedar datang pada pameran kerajinan pada satu pengrajin atau pedagang yang sama. Kepercayaan antar konsumen tersebut berperan pada pemasaran yang semakin luas serta menambah kepercayaan konsumen akan kualitas produk barang.

4.4 Peluang Ekonomi (Tenaga Kerja) dalam Jaringan Sosial *Home Industry*

Mebel

Munculnya *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong secara tidak langsung telah memberikan dampak bagi warga sekitar. Salah satu dampaknya adalah peluang ekonomi masyarakat sekitar. *Home industry* mebel di Jalan Gotong Royong

ini tentu membutuhkan pekerja dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut tentu saja memberikan pengaruh yang positif bagi lingkungan sekitar. Sebagian besar pekerja di home industry mebel ini merupakan saudara atau masih memiliki hubungan keluarga dengan si pemilik usaha mebel. Dalam satu rumah industri biasanya mempekerjakan 2-13 orang pekerja. Pada umumnya yang bekerja di tahapan pembuatan kerangka merupakan saudara atau keluarga pemilik yang berasal dari Salatiga. Sedangkan untuk tahapan pembungkusan biasanya merupakan warga Cikampek atau Betawi (masyarakat sekitar). Dengan hadirnya *home industry* mebel ini dapat membuka peluang usaha baru serta membantu pemerintah untuk mengurangi masalah sosial jumlah pengangguran di Jakarta walaupun masih dalam skala kecil.

Home industry mebel ini merupakan usaha keluarga, maka pemilik ingin membantu keluarganya terlebih dahulu, sehingga ia mengajak dan mengajarkan saudaranya yang belum memiliki pekerjaan untuk bekerja di tempat tersebut. Pemilik usaha tentu lebih mempercayakan mempekerjakan saudara daripada mempekerjakan orang lain yang belum dikenal dengan baik. Sebagian besar usia para pekerja di home industry mebel berkisar antara usia 24-38 tahun dan berasal dari suku Jawa, Sunda dan sisanya merupakan suku Betawi. Karena keterbatasan ekonomi para pekerja tidak mengenyam pendidikan, mereka hanya menyelesaikan sekolah sampai tingkat sekolah dasar dan sekolah menengah pertama.

Latar belakang pendidikan tersebut sulit untuk mereka terserap di sektor pekerjaan formal, sehingga mereka akhirnya bekerja di sektor informal yang tidak membutuhkan ijazah sebagai persyaratan bekerja. Kehidupan para pekerja mebel

tidak selalu dihabiskan untuk memproduksi kerangka atau sofa. Ada sistem pergantian bekerja yang dinamakan *aplus*. *Aplus* ini dibuat berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan tersebut antara lain setiap 1-2 bulan sekali pekerja mebel bergantian dengan rekannya. Selama masa *aplus* pekerja tidak bekerja, ia pulang ke kampung halaman untuk bertani atau berkebun. Selain menggarap sawah dan kebun *aplus* ini juga dimanfaatkan untuk beristirahat di rumah.

Para pengusaha mebel memberikan peluang atau kesempatan bekerja untuk menjadi pengrajin di *home industry* mebel. Peluang ekonomi tersebut merupakan suatu tindakan ekonomi sebagai suatu tindakan sosial. Tindakan sosial itu ditunjukkan dengan pengusaha mebel secara tidak langsung memberikan bantuan melalui kesempatan pekerjaan yang diberikan kepada masyarakat Jalan Gotong Royong ataupun sanak saudara mereka yang belum memiliki pekerjaan dan melalui pemberian upah kepada pekerja untuk mencukupi kebutuhan keluarga bagi pekerja.

4.5 Organisasi sebagai Jaringan Sosial

Berkembangnya pengusaha mebel Salatiga di Jalan Gotong Royong tidak terlepas dari adanya jaringan organisasi yang mendukung. Sehingga industri ini mampu bertahan hingga cukup lama. Setiap organisasi memiliki suatu mekanisme yang mengatur hubungan orang-orang yang di dalamnya, termasuk jaringan yang terbentuk karena adanya hubungan sosial. Jaringan organisasi ini dapat dianalisis atas

dasar organisasi formal dan organisasi informal⁴⁸. Organisasi tersebut antara lain Koperasi Mebel Salatiga, dan mitra usaha.

Kumpulan pengusaha mebel Salatiga dalam perkembangannya cukup baik karena adanya Koperasi Mebel Salatiga. Melalui Koperasi Mebel Salatiga pengusaha telah berkomitmen untuk membangun sebuah kebersamaan. Koperasi ini dapat menjadi inspirasi bagi pengusaha di luar Salatiga akan pentingnya sebuah kebersamaan diantara pengusaha mebel. Ada beberapa manfaat yang diperoleh pengusaha ketika mereka menjadi anggota koperasi mebel salatiga, manfaat tersebut diantaranya adalah dengan masuk menjadi anggota koperasi mebel salatiga, maka kelancaran usaha relatif terjamin karena di dalam kumpulan akan terjadi pertukaran informasi antar anggota berkaitan dengan usaha yang dijalankan. Selain itu melalui koperasi mebel salatiga ini pengusaha juga dapat memperoleh pinjaman untuk mengembangkan usaha. Pinjaman tersebut nantinya dapat dimanfaatkan pengusaha untuk keperluan operasional usaha sehari-hari, membayar karyawan dan lain sebagainya.

Selanjutnya mitra usaha yaitu pemilik toko *furniture*. Dalam menjalankan bisnisnya para pengusaha mebel tidak dapat bekerja sendiri, oleh karena itu mereka mencari jaringan sosial yang ingin bermitra dengan *home industry* mebel mereka. Salah satu bentuk jaringan sosial yang diberikan pemilik toko furniture kepada pengusaha mebel ialah dengan kerja sama dalam pemasaran produk. Dalam hal ini

⁴⁸ Damsar, Op.Cit., hlm 180.

pengusaha menyediakan barang dan toko *furniture* berperan sebagai penyedia tempat pemasaran. Bermitra dengan pemilik toko *furniture* tentunya akan menaikkan penjualan, karena biasanya toko *furniture* sudah memiliki nama dan dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat tidak ragu untuk membeli produk mebel.

4.6 Jaringan Sosial dari Produksi

Jaringan sosial produksi memandang penting arti dari suatu kepercayaan (*trust*). Ada empat tipe jaringan produksi menurut Powel dan Smith-Doer yaitu:⁴⁹

1. Tipe Regional

Tipe regional merupakan jaringan sosial dari produksi yang berdasarkan atas lokasi. Kepercayaan diletakan atas dasar norma-norma pertukaran, kekerabatan dan lokasi.

2. Tipe Penelitian dan Pengembangan

Tipe penelitian dan pengembangan merupakan jaringan sosial dari produksi yang berlandaskan atas kerjasama ilmiah. Tipe ini digerakan oleh inovasi dan belajar tentang ide baru. Sedangkan kepercayaan terletak pada pada komunitas ilmiah, intelektual, dan teknologi.

⁴⁹Damsar, Op.Cit., hlm 182.

3. Tipe Kelompok Bisnis

Jaringan sosial dari produksi yang bertipe kelompok bisnis digerakan oleh ikatan antar organisasi yang horizontal dan relatif egaliter berkombinasi dengan hubungan vertikal yang lebih hierarkis dengan landasan otoritas dan kebijakan. Kepercayaan disini didasrkan pada identitas kelompok bisnis.

4. Tipe Analisis Strategis dan Produksi Bersama

Analisis strategi dan produksi bersama merupakan jaringan produksi yang lebih bersifat formal, karena dibentuk atas persetujuan bersama. Kepercayaan pada tipe ini diletakan pada saling ketergantungan dan perhitungan.

Pada penelitian *home industry* mebel ini, jaringan sosial dari produksi yang digunakan adalah tipe regional. Pada *home industry* mebel ini terlihat bahwa jaringan produksi secara bersama yang terjadi di *home industry* mebel Jalan Gotong Royong didasarkan atas pengelompokkan produk yang dihasilkan yaitu mebel jenis sofa dan kerangka. Hubungan jaringan sosial dari produksi dengan usaha *home industry* mebel cenderung pada interaksi sosial sebagai sarana untuk mempererat tali persaudaraan satu sama lain.

Pada pengusaha mebel, jaringan sosial dari produksi terjadi adanya suatu hubungan sosial yang dilakukan antar para pengusaha dengan individu lain dimana hubungan tersebut bersifat kekerabatan, persaudaraan, kesamaan, dan keteraturan sehingga tingkah laku yang dilakukan para pengusaha secara tidak langsung

mengarah pada individu lain dengan menjalin interaksi dalam suatu jaringan sosial secara nonformal. Hal ini para pengusaha mebel yang melakukan interaksi tersebut dapat bertingkah laku saling berbagi informasi, kegotong royongan, kesetiakawanan, dan saling menolong dan menghargai antar individu dalam jaringan sosial. Terlebih untuk saat ini zaman yang semakin modern dan canggih alat komunikasi jadi kapanpun, dimanapun, dan siapapun bebas berinteraksi dengan orang lain tanpa adanya kendala waktu dan jarak.

Menjalin hubungan sosial dengan orang lain, terutama berkaitan dengan keberlangsungan usaha hubungan sosial tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap perkembangan serta kemajuan usaha industri mebel. Hubungan-hubungan sosial yang terjadi dalam suatu jaringan ini pada akhirnya akan menimbulkan kerjasama satu sama lain dalam segala hal, baik itu secara sosial ataupun secara ekonomi. Dalam jaringan sosial dari produksi ini dapat menjalin interaksi antara pengusaha dengan tenaga kerjanya, pengusaha dengan pelanggannya, dan pengusaha dengan supliernya dengan dilandasi rasa kepercayaan dan kekerabatan. Para pengusaha ini sering melakukan kebaikan-kebaikan dengan tujuan atau sebagai upaya untuk dapat menjaga dan mempertahankan sumber daya yang ada yang dapat mempengaruhi keberlangsungan SDM, pemasaran dan produksi itu sendiri.

Pada tingkah laku sosial yang terbentuk dalam suatu jaringan, tingkah laku sosial yang dipengaruhi cenderung mewarnai segala macam bentuk perilaku ekonomi pengusaha dalam menjalankan keberlangsungan usahanya baik itu

keberlangsungan pemasaran, keberlangsungan produksi, keberlangsungan SDM dan keberlangsungan permodalan. Dalam interaksi sosial yang berdasarkan pada tujuan baik dari segi norma, nilai maupun kepercayaan ini juga cenderung mewarnai keberlangsungan usaha dari pengusaha mebel. Hubungan sosial ekonomi yang dibangun dengan modal, atau pemasok bahan baku, tenaga kerja dan pelanggan (konsumen) yang berpengaruh dalam keberlangsungan permodalan, keberlangsungan sumber daya manusia, keberlangsungan produksi dan keberlangsungan pemasaran, selalui diwarnai prinsip para pengusaha mebel, yaitu saling memberi keuntungan (saling menguntungkan) satu sama lain, jika hubungan tersebut tidak menguntungkan atau tidak bermanfaat bagi kemajuan dan keberlangsungan usaha *home industry* mebel maka hubungan tidak bisa dilanjutkan lebih jauh, hanya sebatas hubungan biasa saja yang tidak mendapatkan manfaat. Dalam hubungan sosial dengan orang lain kejujuran yang ada dalam diri pengusaha mebel cenderung mewarnai kehidupan usahanya, terutama dalam hal produksi, distribusi dan konsumsi.

Kejujuran sangat tampak dari cara pengusaha memperlakukan atau hubungan dengan konsumen (pelanggan), dimana ketika barang yang dibeli konsumen rusak pengusaha mebel akan secara jujur berkata maaf kalau barang itu rusak, pengusaha mengedepankan kejujuran produk yang dijualnya kepada pelanggan mereka. Manfaat yang diperoleh dalam jaringan sosial yang dilakukan oleh antar pengusaha yaitu perluasan teman dampaknya dapat menimbulkan kerjasama dalam hal wirausaha yang terlihat pada pemasaran dimana pengusaha juga mendapatkan

pelanggan dari teman atau rekan kegiatan, sehingga yang mulanya sebagai teman berkegiatan saja, meningkat hubungannya menjadi pertemanan dalam hal usaha (relasi usaha).

Jaringan sosial dari produksi cenderung mewarnai hubungan antara pengusaha dengan pemasok bahan baku, dimana kedua belah pihak ini sudah saling percaya (*trust*) satu sama lain dan ada kecocokan sehingga membuat pengusaha enggan berganti-ganti pemasok. Sedangkan dalam sumber daya manusia cenderung mewarnai hubungan yang terjalin antara pengusaha mebel dengan para tenaga kerja, sehingga sering terjadi kerjasama antara pengusaha dengan para tenaga kerja dalam rangka meningkatkan keahlian, potensi tenaga kerja dan meningkatkan usaha industri mebel khususnya mebel sofa dan kerangka.

4.7 Analisis Teori Jaringan Sosial pada Usaha *Home Industry* Mebel

Jaringan sosial merupakan salah satu dimensi kapital sosial selain kepercayaan dan norma. Konsep jaringan dalam kapital sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan sosial menjadi kerja sama. Kerja sama dalam *home industry* mebel ini terlihat ketika proses kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi ini berlangsung dimana para pengusaha mebel dan karyawan saling kerja sama atau adanya hubungan timbal balik saat proses produksi berlangsung. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu,

saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu.

Jaringan itu sendiri dapat terbentuk dari hubungan antar personal, antar individu dengan institusi, serta jaringan antar institusi. Sementara jaringan sosial (networks) merupakan dimensi yang bisa saja memerlukan dukungan dua dimensi lainnya karena kerja sama atau jaringan sosial tidak akan terwujud tanpa dilandasi norma dan rasa saling percaya. Menganalisis jaringan sosial, Granovetter menentang gagasan mengenai pengaruh struktur sosial terutama yang dibentuk berdasarkan jaringan terhadap manfaat ekonomis khusus-nya menyangkut kualitas informasi. Menurutnya terdapat empat prinsip utama yang melandasi pemikiran mengenai adanya hubungan pengaruh antara jaringan sosial dengan manfaat ekonomi, yakni: Pertama, norma dan kepadatan jaringan (*network density*).

Kedua, lemah atau kuatnya ikatan (*ties*) yakni manfaat ekonomi yang ternyata cenderung didapat dari jalinan ikatan yang lemah. Dalam konteks ini menjelaskan bahwa pada tataran empiris, informasi baru misalnya, akan cenderung didapat dari kenalan baru dibandingkan dengan teman dekat yang umumnya memiliki wawasan yang hampir sama dengan individu, dan kenalan baru relatif membuka cakrawala dunia luar individu. Ketiga, peran lubang struktur (*structural holes*) yang berada di luar ikatan lemah ataupun ikatan kuat yang ternyata berkontribusi untuk menjembatani relasi individu dengan pihak luar. Keempat, interpretasi terhadap tindakan ekonomi dan non ekonomi, yaitu adanya kegiatan-kegiatan non ekonomis yang dilakukan dalam kehidupan sosial individu yang ternyata mempengaruhi tindakan ekonominya.

Dari penuturan diatas dapat terlihat bahwa jaringan sosial yang terjadi antar pengusaha mebel ini merupakan dari kuatnya ikatan berdasarkan persamaan yang terjadi diantara pengusaha mebel. Pengusaha mebel yang terbentuk dari migrasi atau perantau dari daerah mencari akses dan kesempatan pekerjaan yang lebih baik. Salah satu pekerjaan yang lebih baik bagi pengusaha mebel itu adalah di bidang industri mebel ini. Jaringan sosial antara pengusaha mebel dengan pekerja ini memiliki ikatan kuat, karena para pengusaha lebih cenderung untuk memilih pekerja yang berasal dari hubungan sanak saudara ataupun para pekerja yang berasal dari asal daerah yang sama dengan pengusaha mebel tersebut.

Hal ini dikarenakan adanya rasa kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pekerja yang tidak memiliki hubungan keluarga maupun berasal dari daerah yang sama. Jaringan sosial antara pengusaha mebel lainnya juga memiliki ikatan yang kuat karena pengusaha mebel ini terbentuk berdasarkan persamaan hubungan latar belakang kehidupan keluarga atau sosial ekonomi dan asal daerah yang sama yaitu berasal dari Salatiga. Hubungan persamaan latar belakang kehidupan dan asal daerah inilah yang kemudian menguatkan hubungan personal antara pengusaha mebel. Namun berkembangnya jaringan sosial pengusaha mebel di kota telah menimbulkan beberapa permasalahan yang harus diselesaikan. Salah satu bentuk permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha mebel adalah adanya konflik perebutan ruang ekonomi atau lahan. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, aktor yang memperebutkan ruang ekonomi dengan pengusaha mebel adalah masyarakat asli

(Betawi). Para aktor yang terlibat memiliki sejumlah kepentingan yang berbeda-beda. Kepentingan tersebut harus dimenangkan guna keberlangsungan hidup mereka kedepannya. Hal yang sama juga terjadi pada para pengusaha mebel, yang mencoba memenangkan perebutan ruang ekonomi tersebut.

Tidak mudah bagi para pengusaha mebel ini untuk dapat memenangkan perebutan ruang ekonomi, banyak usaha dan pengorbanan yang telah mereka lakukan. Salah satu usaha yang dilakukan untuk memenangkan perebutan ruang ekonomi tersebut yaitu dengan meminta bantuan kepada orang lain yang pernah terlibat dalam perebutan ruang ekonomi. Dalam hal ini, aktor akan dengan mudah memenangkan perebutan ruang ekonomi bila didukung oleh jaringan sosialnya. Begitu pula dengan para pengusaha mebel asal Salatiga yang harus meminta bantuan kepada jaringan sosialnya untuk dapat menyelesaikan konflik perebutan ruang ekonomi tersebut.

Jaringan sosial memiliki wadah untuk menyelesaikan segala permasalahan yang dihadapi oleh anggotanya. Wadah tersebut dapat berupa suatu perkumpulan atau paguyuban. Fungsi dari paguyuban tersebut adalah untuk mendorong terbentuknya jaringan sosial pengusaha Salatiga dan sebagai ajang untuk mengembangkan bisnis sesama pengusaha mebel salatiga. Dari pemaparan diatas dapat terlihat bahwa apa yang dilakukan pengusaha mebel sejalan dengan konsep jaringan sosial yang memiliki ikatan kuat dan kapital sosial yang dimiliki pengusaha mebel karena Pada dasarnya kapital sosial terdiri dari tiga dimensi utama yakni

kepercayaan (*trust*), norma, dan jaringan (*network*). Berdasarkan sifatnya, kapital sosial dapat bersifat mengikat (*bonding*), menyambung (*bridging*), dan yang bersifat mengait (*linking*). Sifat kapital sosial itu sangat kentara dalam dimensi jaringan sosial. Peran yang dimainkan oleh jaringan sosial dalam pembangunan tidak sama di setiap wilayah. Hal ini menunjukkan bahwa kapital sosial juga bervariasi antar wilayah, demikian juga dampak yang ditimbulkannya. Aspek yang terakhir ini sangat jarang dikemukakan oleh ahli kapital sosial. Dengan demikian, jaringan sosial juga bersifat *local indigeneous*, atau mengandung dimensi kelokalan yang tidak dapat digeneralisasikan dalam setiap kajian.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berkembangnya *home industry* mebel di Jalan Gotong Royong merupakan salah satu bentuk usaha yang dipelopori oleh seorang pria bernama Bapak Yono. Dari Bapak Yono inilah kemudian banyak pengusaha-pengusaha yang mengikuti jejaknya untuk menjadi pengusaha mebel. Disamping usahanya telah memberikan keuntungan bagi dirinya usaha ini juga telah memberdayakan komunitas melalui kegiatan yang bernilai ekonomi.

Berkembangnya jaringan sosial pengusaha mebel Salatiga di Jalan Gotong Royong tidak terlepas dari adanya interaksi yang baik antara sesama pengusaha ketika di desa dan faktor pendukung nya yaitu modal sosial yang berperan dalam strategi usaha *home industry* mebel. Interaksi tersebut tetap terjaga hingga mereka sampai di Kota. Proses interaksi inilah akan terbentuk suatu jaringan sosial. Salah satu bentuk interaksi sosial tersebut adalah dengan berkomunikasi. Jaringan sosial pengusaha mebel ini menjadi semakin kuat karena didukung adanya wadah atau perkumpulan pengusaha mebel melalui kegiatan arisan dan koperasi mebel. Wadah tersebut nantinya akan menyelesaikan segala permasalahan yang dihadapi oleh anggotanya. Kemudian adanya faktor pendukung jaringan sosial usaha *home industry* mebel ini berupa modal atau kapital sosial usaha yang dimiliki pengusaha mebel yaitu

norma, kepercayaan dan juga terjalinnya kerjasama dengan organisasi sebagai jaringan sosial yang semakin menguatkan dan mengembangkan usaha *home industry* mebel ini. Faktor-faktor tersebut masih tetap terjaga hubungan sosialnya ketika para pengusaha mebel melakukan interaksi terhadap sesama pengusaha mebel, pengrajin ataupun konsumennya.

Secara nyata jaringan sosial yang berkembang pada pengusaha mebel ini tidak hanya sebatas pada pemberian informasi mengenai lokasi dagang dan akses menuju lokasi dagang tersebut. Jaringan sosial pengusaha mebel juga dapat membantu sesamanya yang sedang mengalami masalah kompleks di Kota. Misalnya saja ketika ketiga informan tersebut tidak diperbolehkan membangun usaha karena *home industry* mebel dianggap telah menjadi penyebab kebakaran. Hal tersebut terjadi karena jaringan pengusaha mebel di kota sangat kuat. Sehingga problematika yang dihadapi pengusaha mebel di kota dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan jaringan sosialnya. Hadirnya *home industry* mebel di Ibukota tidak hanya untuk mencukupi kebutuhan hidup tetapi juga dapat memberikan kontribusi sosial bagi masyarakat sekitar yaitu membuka lapangan pekerjaan baru walaupun masih dalam skala kecil. Hal tersebut diakui oleh ketiga responden yang ada dalam penelitian ini. Mereka tidak hanya mempekerjakan sanak saudara mereka saja, tetapi juga mempekerjakan masyarakat sekitar dalam usahanya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini memiliki beberapa saran agar permasalahan yang ada dapat terselesaikan dengan baik. Demi kebertahanan usaha ini:

1. Pengusaha mebel: pengusaha mebelseharusnya membuat aturan atau kesepakatan mengenai DP (*Down Payment*) atau uang muka pesanan agar tindakan-tindakan yang merugikan usaha dapat diminimalisir, seperti bila ada pembeli yang memesan dalam jumlah besar harus memberikan DP (*Down Payment*) sejumlah uang terlebih dahulu agar nantinya tidak ada lagi kasus pembeli kabur atau tidak membayar hutang.
2. Pemerintah Pusat: Pemerintah Pusat sebagai pemegang kendali perlu secara serius untuk menyediakan tempat bagi *home industry* mebel ini untuk memamerkan hasil kerajinan mereka. Selama ini pengusaha memasarkan hasil produksinya melalui pameran yang diselenggarakan pihak event organizer di pusat-pusat perbelanjaan besar dengan biaya sewa yang cukup mahal. Tentunya hal ini sangat memberatkan bagi pelaku *home industry* mebel karena harga produk mereka tidak dapat bersaing dengan produk lainnya.

Pemerintah sendiri sebenarnya telah menyediakan tempat bagi pengusaha untuk memasarkan produknya yaitu Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perdagangan (KUMKMP) yang terletak di Klender, Jakarta Timur. Namun tempat tersebut belum mampu menampung pengusaha mebel khususnya pengusaha mebel diJalan Gotong Royong. Oleh karena itu pemerintah perlu menyediakan tempat baru

agar para pengusaha dapat mendistribusikan produk mereka. Dengan disediakannya tempat sebagai ruang pameran atau showroom maka pengusaha mebel dapat terus berkembang dan tidak terbebani dengan biaya sewa pameran. Selain itu pemerintah melalui lembaga perbankan diharapkan mau memberikan pinjaman kepada UKM (usaha kecil menengah) dengan syarat yang lebih mudah dan bunga yang lebih ringan. Dengan begitu maka UKM di Indonesia dapat terus bertahan dan tidak tergilas oleh pemain besar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bornstein, David. 2006. *Mengubah Dunia: Kewirausahaan Sosial dan Kekuatan Gagasan Baru*. Jakarta: Yayasan Nurani Dunia.
- Burgin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Burgin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Kencana Prenadamedia Group.
- Dwi Susilo, Rachmad. 2012. *Sosiologi Lingkungan (cetakan ke tiga)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Haryanto, Sindung. 2011. *Sosiologi Ekonomi*. Yogyakarta: Ar- Ruzz Media.
- Heddy shri Ahimsa- Putra dkk, (2003). *Ekonomi Moral Rasional dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Kartasapoetra. (1992). *Sosiologi Industri*. Jakarta: Rineka Putra.
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan (edisi revisi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Manurung, Adler Haymans 2008. *Modal Untuk Bisnis UKM*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Marizar, Eddy S. 2005, *Designing Furniture Teknik Merancang Mebel Kreatif*, Yogyakarta: Media Pressindo.
- Melong, Lexi J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyawan, Jasa Ungguh. 2008. *Manajemen Home Industri Peluang Usaha di Tengah Krisis*. Yogyakarta : Banyu Media.

- Purnomo, H. Irawati, dan Melati. 2010. *Menunggang Badai: untaian kehidupan, tradisi dan kreasi aktor mebel Jepara*. Bogor: CIFOR.
- Rika, Harini Irawati dan Purnomo. 2012. *Pelangi di Tanah Kartini: Kisah Aktor Jepara Bertahan dan Melangkah Ke depan*. Bogor: CIFOR.
- Ritzer, George dan Douglas J Goodman. 2005. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kreasi Wacana.
- Smelser, J. 1990. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Wira Sari.
- Soekanto, Soedjono. 2003. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Radja Grafindo Persada.
- Soesilo, Nining. 2008. *Keuangan Mikro Indonesia Buku 1 Profil dan Perkembangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Jurnal:

- Supomo. 2007. *Meningkatkan Kesejahteraan Pengrajin Gula Kelapa Di Wilayah Kabupaten Purbalingga* (Kajian Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 12 No. 2).
- Taryati. 2010. *Industri Kreatif Limbah Tempurung Kelapa Studi Kasus Surya Batok Craft* (Jurnal Sejarah dan Budaya Vol.5 No.9). Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.
- Widyaningrum, Nurul. 2003. *Eksplotasi Terhadap Pengusaha Kecil Melalui Rantai Hulu Hilir Stud Kasus: Industri Mebel Rotan dan Jati* (Jurnal Analisis Sosial, Vol. 8 No. 1, Februari 2003). Bandung: Akatiga.

Sumber Lainnya:

Laporan Hasil Pembinaan Pemerintah Kelurahan di DKI Jakarta Bulan Desember 2016.

Laporan Produksi Mebel Ekspor DKI Jakarta dan Nasional Koperasi Industri Kayu Mebel Jakarta Timur 2015 dan 2016.

Internet

http://www.academia.edu/20052054/Kewirausahaan_industri_rumah_tangga. Diakses pada 11 Agustus 2017, 22.45 WIB.

Lampiran 1: Instrumen Penelitian

BAB	Komponen Data	Wawancara Mendalam	Wawancara Sambil Lalu	Observasi	Dokumen
1	1. Gambaran umum usaha <i>home industry</i> mebel			✓	✓
	2. Konsep Jaringan Sosial				✓
	3. Konsep Tindakan ekonomi sebagai tindakan sosial				✓
	4. Konsep Modal sosial				✓
2	1. Gambaran sosial lokasi penelitian	✓	✓	✓	
	2. Potensi arena usaha <i>home industry</i> mebel wilayah jalan gotong royong	✓	✓	✓	
	3. Profil pengusaha <i>home industry</i> mebel	✓	✓	✓	
3	1. Jaringan sosial pengusaha mebel	✓			✓

	2. Terbentuknya jaringan produksi, distribusi, konsumsi	✓	✓	✓	
	3. Paguyuban arena sosialisasi dalam pengembangan <i>home industry</i> mebel	✓	✓	✓	✓
4	1. Modal sosial	✓			✓
	2. Peran modal sosial	✓			✓
	3. Peluang ekonomi dalam jaringan <i>home industr</i> mebel	✓			✓
	4. Organisasi sebagai jaringan sosial	✓			✓
	5. Jaringan sosial dari produksi	✓			✓
	6. Jaringan Informal dari akses dan kesempatan	✓			✓
5	1. Kesimpulan				✓
	2. Saran				✓

Lampiran 2: Pedoman Wawancara Informan Kunci dan Pengusaha Mebel

I. Identifikasi Responden

1. Nama
2. Usia
3. Jenis kelamin
4. Tingkat pendidikan terakhir
5. Status pernikahan dan jumlah anak

II. Sejarah Mendirikan *Home Industry* Mebel

1. Bagaimanakah awal kedatangan anda ke Jakarta?
2. Mengapa anda akhirnya memilih untuk berwirausaha?
3. Sejak kapan anda menekuni usaha ini?
4. Darimana anda belajar membuat mebel ini?
5. Berapa modal anda ketika membangun usaha ini?
6. Erapakah omzet penjualan anda dalam satu bulan?

III. Proses Produksi dan Bahan Baku

1. Darimana anda mendapatkan pasokan bahan baku?
2. Apa sajakah bahan baku yang anda pergunakan dalam usaha ini?
3. Apa sajakah limbah yang dihasilkan dari usaha ini?
4. Siapakah yang membeli sisa tersebut? Dan akan diapakan limbah sisa-sisa produksi itu?
5. Bagaimana dengan limbah yang tidak memiliki nilai jual? Akan dikemanakan limbah tersebut?
6. Bisa diceritakan bagaimanakah tahapan pengerjaan sebuah sofa?

IV. Sistem Penggajian Karyawan dan Pemasaran

1. Berapakanh jumlah karyawan anda saat ini?
2. Berasal darimana saja karyawan anda ini?
3. Apakah anda memperkerjakan saudara anda di usaha ini? Apa alasannya?
4. Bagaimanakah sistem penggajian karyawan anda?
5. Produk apa saja yang bisa dihasilkan dari usaha anda ini?

6. Bagaimanakah pemasaran hasil produksi anda ini?
7. Siapakah yang menjadi pembeli atau berbelanja pada anda?
8. Bagaimanakah sistem pembayaran produk anda ini?

V. Dinamika Usaha Mebel

1. Apakah suka duka yang anda rasakan selama menekuni usaha mebel ini?
2. Apakah kendala yang anda alami selama membangun usaha sampai berkembang sampai saat ini?
3. Bagaimanakah cara anda dalam bertahan dalam situasi tersebut?
4. Apakah garapan anda untuk usaha ini kedepannya?
5. Adakah paguyuban pengusaha mebel asal Salatiga di Jakarta?
6. Bagaimanakah perkembangan paguyuban tersebut?

Lampiran 3: Transkrip Wawancara

1. Nama : Bapak Yono (Y)
2. Usia : 66 tahun
3. Jenis kelamin : Laki-laki
4. Tingkat pendidikan terakhir : SD
5. Status pernikahan dan jumlah anak : 2 orang anak

P : sejak kapan anda menekuni usaha ini?

Y : pakde udah memulai usaha mebel ini dari tahun 1985, ya kira-kira sudah 32 tahun lamanya.

P : darimana anda belajar membuat mebel ini?

Y : pakde dulunya kerja sama orang Betawi asli daerah ini, di mebelnya Pak Haji Aput, disitu pertama kalinya pakde jadi tukang kayu terus belajar bikin-bikin rangka.

P : kalau boleh tahu berapa modal pertama anda ketika membangun usaha ini?

Y : dulu itu pakde modalnya Rp 3.500.000, itupun hasil tabungan pakde selama kerja di bengkel pak haji Aput.

P : bisa diceritakan tidak bagaimana awal kedatangan anda ke Jakarta?

Y : pakde ke Jakarta tadinya pengen ngelamar kerja di pabrik-pabrik. Tapi karena Cuma modal lulusan SD jadinya ga diterima kerja disana. Akhirnya pakde ngikut kerja jadi tukang kayu ditempatnya pak Haji Aput.

P : darimana anda mendapat pasokan bahan baku?

Y : kalo pakde biasa dapet pasokan kayu sama paku dari pondok bambu sama cakung.

P : apa kendala anda dalam menjalani usaha mebel ini?

Y : kalo pakde kendalanya itu dari diri sendiri karena sekarang udah tua jadi sering sakit-sakitan udah engga bisa ngurus mebel lagi kaya dulu. Jadi sekarang anak-anak yang ngurusin bengkel

- P : produk apa saja yang dihasilkan dari bengkel anda ini?
Y : saat ini baru kerangka dalam saja. Sebenarnya pakde juga ingin seperti yang lainnya bisa membuka usaha bungkus sofa sendiri. Cuma ya gimana pakde sudah tua rasanya udah engga sanggup kalau buka bengkel bungkus.
- P : berapa jumlah karyawan anda saat ini?
Y : sekarang yang kerja sama pakde 5 orang
- P : bagaimana sistem penggajian karyawan anda?
Y : kalo pakde biasanya bayarnya perminggu cara hitungnya berdasarkan banyaknya pesanan yang berhasil diselesaikan.
- P : berasal darimanakah karyawan anda ini?
Y : asalnya itu kebanyakan dari kampung sendiri di Salatiga ada juga satu orang dari Pekalongan.
- P : mengapa anda memilih memperkerjakan saudara anda sendiri?
Y : ya hitung-hitung bantu sendiri neng, kalo mereka belum dapet kerjaan kan bisa kerja di mebel dulu buat nambah pengalaman. Selain itu kalo masih saudara kan saya percaya aja karena udah kenal dan tidak mungkin bohong juga.
- P : bagaimana pemasaran produk dari bengkel anda ini?
Y : biasanya pesanan itu datang dari bengkel-bengkel bungkus di Jakarta dan Depok
- P : bagaimana dengan pembayarannya?
Y : pembayarannya biasanya kasih DP dulu begitu barangnya laku baru dilunasi

Transkrip Wawancara

1. Nama : Bapak Basor (B)
2. Usia : 50 tahun
3. Jenis kelamin : Laki-laki
4. Tingkat pendidikan terakhir : SMP
5. Status pernikahan dan jumlah anak : 2 orang anak

P : sejak kapan anda menekuni usaha ini?

B : pakde udah memulai usaha mebel ini dari tahun 1991.

P : darimana anda belajar membuat mebel ini?

B : pakde dulunya belajar langsung dari kakak bapak namanya Pak Yaini. Beliau lah yang mengajari bapak jadi tukang kayu kemudian bisa bangun usaha sendiri kaya gini.

P : kalau boleh tahu berapa modal pertama anda ketika membangun usaha ini?

B : dulu pas pertama bangun usaha modalnya itu Rp 15.000.000 asalnya itu dari uang sendiri sama pinjam dari keluarga.

P : bisa diceritakan tidak bagaimana awal kedatangan anda ke Jakarta?

B : pakde ke Jakarta melihat temen-temen pakde yang sukses dikampung dengan usaha permebelan di wilayah Gotong Royong ini. Jadi pakde memutuskan untuk sukses juga dengan ke Jakarta dan belajar mebel dari kakak pake yaitu pak Yaini. Setelah terkumpul modal yang sudah cukup baru pakde berani membuka usaha ini.

P : darimana anda mendapat pasokan bahan baku?

B : kalo pakde biasa dapet pasokan kayu dari Jakarta tapi ada juga yang dari Pekalongan

P : apa kendala anda dalam menjalani usaha mebel ini?

B : kalo pakde kendalanya itu di di pemasaran. Pertama karena pakde belum banyak relasi jadi masih susah buat masarin barang-barang.

- P : produk apa saja yang dihasilkan dari bengkel anda ini?
B : macem-macem neng, selain buat rangka dalam di bengkel ini Pakde juga buat sofa, kursi makan sama buat meja kerang juga.
- P : berapa jumlah karyawan anda saat ini?
B : total ada 13 orang itu sudah termasuk sama supir, tukang kayu, sama tukang bungkus.
- P : bagaimana sistem penggajian karyawan anda?
B : kalo pakde biasanya bayarnya perminggu cara itungnya berdasarkan banyaknya pesanan yang berhasil diselesaikan.
- P : berasal darimanakah karyawan anda ini?
B : asalnya karyawan pakde ini asalnya dari Cikampek sama Serang.
- P : mengapa anda memilih memperkerjakan saudara anda sendiri?
B : ya hitung-hitung bantu sendiri neng, kalo mereka belum dapet kerjaan kan bisa kerja di mebel dulu buat nambah pengalaman. Selain itu kalo masih saudara kan saya percaya aja karena udah kenal dan tidak mungkin bohong juga.
- P : bagaimana pemasaran produk dari bengkel anda ini?
B : biasanya Pakde jual ke toko-toko furniture, terus ikut pameran sama ada juga buat pesenan pabrik-pabrik.
- P : bagaimana dengan pembayarannya?
B : pembayarannya biasanya kalau ke pabrik biasanya begitu barang dianter langsung dibayar cash um. Kalau pameran biasanya dibayar Dp dulu 30% dari pesanan sisanya kalau barang udah dianter baru dilunasin.

Transkrip Wawancara

1. Nama : Bapak Purwanto (PW)
2. Usia : 54 tahun
3. Jenis kelamin : Laki-laki
4. Tingkat pendidikan terakhir : STM
5. Status pernikahan dan jumlah anak : 2 orang anak

P : sejak kapan anda menekuni usaha ini?

PW : pakde udah memulai usaha mebel ini sejak tahun 1987.

P : darimana anda belajar membuat mebel ini?

PW : pakde belajar dari kakak namanya Pak Sarjono yang bengkelnya ada di daerah plumpang.

P : kalau boleh tahu berapa modal pertama anda ketika membangun usaha ini?

PW : dulu pertama bangun usaha mebel ini pakde inget banget modalnya cuma Rp 250.000. itu juga dibagi-bagi neng uangnya, Rp 100.000 buat bayar kontrakan, terus Rp 100.000 buat bikin gubuk seadanya terus sisanya untuk beli kayu satu mobil.dulu kayu itu masih murah semobil itu paling Rp 45.000. Terus sianya pakde pinjam uang orangtua yang dikampung.

P : bisa diceritakan tidak bagaimana awal kedatangan anda ke Jakarta?

PW : dulu pakde ingin mengadu nasib di Jakarta dengan ikut temannya untuk bekerja pada sebuah proyek di Bekasi selepas lulus STM. Tapi pakde memutuskan berhenti karena pada saat itu merasa bosan dan tidak betah yang kemudian ikut kaka pakde pak Sarjono untuk belajar mebel.

P : darimana anda mendapat pasokan bahan baku?

PW : kalo pakde biasa dapet pasokan kayu dari Jakarta tapi ada juga yang dari Pekalongan.

P : apa kendala anda dalam menjalani usaha mebel ini?

PW : kalo pakde kendalanya itu karena abis kebakaran engga punya modal lagi buat bangun usaha, jadinya terpaksa pinjem sana sini. Terus kendala lain itu banyak yang ngutangkalo ambil rangka.

P : produk apa saja yang dihasilkan dari bengkel anda ini?

PW : Produknya itu ya rangka dalam sofa.

P : berapa jumlah karyawan anda saat ini?

PW : total ada tuju orang.

P : bagaimana sistem penggajian karyawan anda?

PW : kalo pakde biasanya bayarnya perminggu cara itungnya berdasarkan banyaknya pesanan yang berhasil diselesaikan.

P : berasal darimanakah karyawan anda ini?

PW : asalnya karyawan pakde ini asalnya dari Salatiga semua.

P : mengapa anda memilih memperkerjakan saudara anda sendiri?

PW : Lebih mudah diatur, terus juga lebih bisa dipercaya.

P : bagaimana pemasaran produk dari bengkel anda ini?

PW : biasanya itu diambil sendiri sama pelanggan Pakde yang kebanyakan bengkel-bengkel bungkus sofa di daerah Jati Asih sama Depok.

P : bagaimana dengan pembayarannya?

PW : Kalau sama bengkel-bengkel bungkus itu kadang ada yang cash, kadang ada juga yang di utang dulu.

RIWAYAT HIDUP



NEVI HANDAYANI, lahir di Jakarta, 3 Mei 1995. Usia 5 tahun sudah memulai pendidikannya di TK Melati, Jakarta Timur dua tahun (1999- 2001). Setelah itu, melanjutkan pendidikannya di SDN 01Pagi Cipinang Muara (2001 - 2007). Setelah itu melanjutkan jenjang yang lebih tinggi yaitu SMPN 74 Rawamangun (2007 - 2010). Penulis melanjutkan ke SMA Negeri 45 Jakarta Utara (2010 - 2013). Tahun 2013 melanjutkan kuliah Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri

Jakarta. Penulis selama kegiatan perkuliahan melakukan beberapa praktek penelitian. September 2014 penulis melakukan penelitian dalam mata kuliah Sosiologi Pedesaan dengan judul penelitian “*Alih Fungsi Lahan Pertanian Desa X*” di Desa Kubang Puji Kecamatan Pontang, Banten. November 2015, penulis melakukan penelitian dalam mata kuliah Ekologi Sosial dengan judul “*Pengaruh Sampah dan Limbah pada Perekonomian Nelayan*” di Pulau Pari, Kepulauan Seribu. Pada Januari 2016, peneliti melakukan Praktek Penelitian Sosial (PPS) di Baturaden, Purwokerto, Jawa Tengah pada bulan Januari 2016 dengan judul penelitian “*Strategi Kebertahanan Prostitusi “GS” Di Kawasan Baturraden*” di Baturaden, Purwokerto. Penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di Badan Kepegawaian Negara, Biro Kepegawaian, Cililitan, Jakarta Timur (1 September - 31 Oktober 2016) dengan hasil laporannya yang berjudul “*Peran Divisi Pengembangan Pegawai dalam Meningkatkan Kualitas Pegawai Negeri Sipil Berbasis Kompetensi.*” Penulis bisa dihubungi melalui email: neviandayani@gmail.com