

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang sangat berkembang, semakin bertambahnya jumlah penduduk yang membuat masyarakat kesulitan mencari lapangan pekerjaan. Bertambahnya juga jumlah penduduk, membuat perusahaan gampang sekali pemutusan hubungan kerja kepada karyawan yang pendidikannya minim. Dengan akses teknologi yang sangat canggih pada era globalisasi saat ini, minimnya pendidikan yang tinggi membuat masyarakat hanya bekerja di sektor lingkup pabrik dan buruh. Akibatnya banyak penduduk di Indonesia mengalami pengangguran yang disebabkan dengan minimnya lapangan pekerjaan tersebut. Minimnya lapangan pekerjaan, sehingga banyak masyarakat yang bekerja dengan seadanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka.

Banyak masyarakat Indonesia di era globalisasi saat ini menjadi wirausaha, mendirikan usaha-usaha yang dianggap merupakan keahlian atau keterampilan mereka dalam berusaha. Usaha Kecil dan Menengah atau UKM merupakan salah satu motor penggerak perekonomian saat ini, hal ini bisa dilihat bahwa ketika terjadi krisis moneter tahun 1998, bahwa telah terjadi perubahan kedudukan posisi pelaku ekonomi. Yang semula dikuasai oleh perusahaan-perusahaan besar, kemudian berubah dipegang oleh para pengusaha dibidang usaha kecil. Hal ini disebabkan oleh harga bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan besar mengalami

kenaikan, biaya cicilan utang yang semakin tinggi karena nilai tukar rupiah yang jatuh.¹

Masyarakat di Indonesia saat ini seiring dengan berjalannya kemajuan zaman yang begitu tumbuh dan pesat, banyaknya masyarakat yang membuka usahanya melalui *home industry*, dimana menurut masyarakat mempunyai usaha yang didirikan sendiri dan keluarganya, bekerja dirumah dengan memiliki karyawan yang banyak, juga mempunyai jaringan sosial untuk membantu proses kelancaran usahanya agar bisa mendapatkan penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya juga bisa bekerja sambil mengurus keluarganya.

Para masyarakat yang mendirikan *home industry* dengan memasarkan hasil produksi *home industry* mereka kepada konsumen dan distributor dari berbagai pulau jawa maupun luar pulau jawa membuat hasil *home industry* tersebut dapat dikenal oleh konsumen yang berminat dengan barang tersebut sesuai dengan keinginan mereka.

Home industry boneka merupakan *industry* rumahan yang berkembang di Bekasi. *Home industry* boneka yang berlokasi di daerah Rawalumbu dan Bantar Gebang merupakan salah satu sentral *industry* boneka yang sangat berkembang. Berdasarkan hasil observasi awal di daerah tersebut, banyaknya masyarakat sekitar di daerah Rawalumbu dan Bantar Gebang ikut serta terlibat dalam proses pembuatan boneka. Dengan membentuk *home industry* sendiri untuk mengatasi pengangguran dan masyarakat yang terkena kasus pemutusan hubungan kerja dipekerjaan sebelumnya. Dengan adanya *home industry* tersebut diberbagai kota saat ini dengan

¹ Abdullah Umar, dkk, "Analisa SWOT pada bisnis rumahan", dalam *Jurnal Buletin Bisnis & Manajemen*. Vol. 02 No. 02, Agustus 2016, hlm 84. No ISSN: 2442-885X.

membuat kerajinan dan keterampilan yang dimiliki, lalu dipasarkan ke sektor publik kepada para konsumen atau distributor, untuk dipromosikan kepada masyarakat hasil produk *home industry* yang telah diproduksi. *Home industry* ini mengembangkan usahanya ke ranah berbagai jaringan sosial yang dimiliki oleh pengusaha usaha tersebut. Banyaknya relasi jaringan sosial yang dimiliki *home industry* yaitu antar sesama pengusaha *home industry*, pemasok bahan baku, dan konsumen yang ada pada *home industry* boneka ini membuat perilaku sosial dan ekonomi antara produsen dan konsumen terdapat hubungan sosial yang sangat intens antara keduanya. Hasil produksi dari *home industry* dapat diminati oleh banyak konsumen. Produsen juga dapat menghasilkan pendapatan yang cukup lebih sehingga mendapatkan keuntungan dan bisa untuk berbalik modal dalam mendirikan usaha *home industry*.

Jaringan sosial sangatlah penting di dalam proses perdagangan. Jaringan terbentuk tidak dengan sendirinya melainkan dengan proses terlebih dahulu yang harus dilalui yakni dengan membangun hubungan berdasarkan norma karena keberhasilan suatu usaha, bukan hanya dilihat dari modal sosialnya melainkan dari jaringan sosial yang juga turut serta di dalamnya.² Jaringan sosial merupakan modal utama dalam suatu transaksi jual beli pada sektor ekonomi, termasuk juga ke dalam proses jual beli bahan baku pembuatan boneka. Jaringan sosial juga merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang

² Nirfadhilah, "Jaringan Sosial Dalam Penjualan Pedagang Warung Makanan di Pasar Inpres Kelurahan Baqa Kecamatan Samarinda Seberang", *eJournal Sosiatri-Sosiologi*, Vol. 04 No.01, 2016, hlm 121- 122.

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.³ Menurut Agusyanto jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus dimana „ikatan“ yang menghubungkan satu titik ke titik lain di dalamnya ialah hubungan sosial. Dalam hal ini, hubungan sosial diikat oleh adanya unsur kepercayaan yang mana kepercayaan itu dipertahankan oleh adanya norma-norma yang ada. Pada konsep jaringan sosial terdapat unsur kerja yang melalui hubungan sosial yakni kerja sama.⁴

Di dalam penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan *home industry* tersebut. Dimana dengan persaingan antar industri-industri di sektor publik dan maraknya pedagang-pedagang memasarkan produknya secara *online* pada saat ini, membuat para *home industry* boneka ini berjalan dengan lancar dengan adanya peran jaringan sosial melalui akses media sosial tersebut dan untuk mendapatkan pemasok bahan baku pembuatan boneka sangatlah mudah didapat dengan adanya jaringan sosial dengan sesama pemasok bahan baku. Di dalam melakukan aktivitas sosial-ekonominya hubungan dengan berbagai aktor-aktor yang terlibat maka terdapat suatu jaringan sosial yang dibentuk melalui hubungan sosial yang dikaitkan dengan ikatan kepercayaan (*trust*) dan tetap dipertahankan oleh pengusaha untuk mendapatkan modal, memperoleh barangnya, dan memperoleh konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan dari penjelasan latar belakang diatas akhirnya dapat memperlihatkan jaringan sosial yang dimiliki

³ Damsar, 2009, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Pranadamedia Group, hlm 157.

⁴ Ruddy Agusyanto, 2007, *Jaringan Sosial Dalam Organisasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm 13.

oleh *home industry* boneka yang berkembang cukup luas disektor publik untuk mempromosikan hasil kerajinannya kepada masyarakat dan menjadikan nilai ekonomi jual yang ditinggi untuk industri tersebut. Inilah yang kemudian menguatkan peneliti mengambil penelitian ini untuk mengetahui bagaimanakah sistem jaringan sosial yang ada di dalam *home industry* di Bekasi tersebut.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian sesuai dengan latar belakang diatas, adanya permasalahan mengenai bagaimana *home industry* dalam mempertahankan usahanya. Hal tersebut karena banyaknya persaingan dengan *industry* diluar sana, sehingga hasil produksi *home industry* kurang dikenal dan diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu di dalam penelitian ini berfokus pada jaringan sosial yang dimiliki oleh *home industry* boneka untuk mempertahankan usahanya. Dimana di dalam mendirikan usaha harus memiliki berbagai jaringan, yaitu jaringan dengan sesama pengusaha *home industry*, jaringan dengan pemasok bahan baku dan jaringan dengan konsumen agar usaha *home industry* dapat diminati oleh masyarakat dan juga jaringan tersebut dapat meningkatkan usaha *home industry* boneka yang didirikannya. Permasalahan penelitian yang dimiliki oleh *home industry* ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses terbentuknya jaringan sosial *home industry* boneka?
2. Bagaimana peran jaringan sosial yang terjadi pada *home industry* boneka?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan utama dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui proses terbentuknya jaringan sosial *home industry* boneka
2. Untuk mendeskripsikan peran jaringan sosial yang terjadi pada *home industry* boneka

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan gambaran mengenai jaringan sosial yang ada di dalam *home industry* untuk strategi mempertahankan usahanya. Hasil penelitian ini yang dijabarkan melalui skripsi ini, mendeskripsikan hasil temuan lapangan peneliti. Penelitian ini memiliki manfaat secara akademis, teoritis dan praktis, yakni:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian skripsi ini tentang peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan *home industry* boneka dianalisis menggunakan sosiologi ekonomi dengan teori jaringan sosial ikatan kuat *oversocialized* dan ikatan lemah *undersocialized* oleh Mark Granovetter. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan dapat memberikan manfaat terhadap penelitian selanjutnya, sebagai suatu ilmu pengetahuan dalam memiliki usaha *home industry* harus memiliki jaringan sosial, yaitu jaringan sosial dengan sesama pengusaha *home industry*, jaringan sosial dengan pemasok bahan baku dan jaringan sosial dengan konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian skripsi hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai jaringan sosial dilihat dari segi sosial dan ekonomi di

dalam mendirikan usaha *home industry*, dengan adanya jaringan sosial tersebut maka pengusaha *home industry* mempunyai relasi yang sangat kuat untuk mempertahankan usaha *home industry* boneka kedepannya, yang dimana sudah banyak persaingan perdagangan pada era saat ini dengan para *industry-industry* besar di Ibu Kota. Disamping itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk bidang kajian Sosiologi Ekonomi.

3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian skripsi ini, diharapkan adanya gambaran mengenai jaringan sosial ini dalam memiliki usaha, diharapkan masyarakat sekitar ikut serta dalam membantu memproduksi boneka dari *home industry* tersebut. Dapat membantu untuk menambah penghasilan ekonomi bagi masyarakat yang kekurangan lapangan pekerjaan.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Dengan peneliti mendeskripsikan hasil penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa literature sebagai bahan pustaka yang dianggap relevan, berkaitan dengan subjek dan objek penelitian mengenai Peran Jaringan Sosial Untuk Strategi Mempertahankan *Home Industry*. Berikut ini adalah beberapa tinjauan penelitian sejenis sebelumnya yang dapat membantu proses penelitian yang akan dilakukan Pertama, jurnal tentang “Jaringan Sosial Dalam Penjualan Pedagang Makanan.

Di Pasar Inpres Kelurahan Baqa Kecamatan Samarinda Seberang”.⁵

⁵ Nirfadhilah, “Jaringan Sosial Dalam Penjualan Pedagang Warung Makanan di Pasar Inpres Kelurahan Baqa Kecamatan Samarinda Seberang”, *eJournal Sosiatri-Sosiologi*, Vol. 04 No.01, 2016.

Penelitian ini berlatar belakang dari keingintahuan peneliti akan bagaimana jaringan sosial dalam penjualan pedagang makanan di pasar inpres, dan apakah jaringan sosial berpengaruh terhadap hasil maupun tujuan yang ingin dicapai para pedagang, karena dipasar ini para pedagangnya belum memiliki kemampuan dalam mengembangkan usahanya. Jaringan terbentuk tidak dengan sendirinya melainkan dengan proses terlebih dahulu yang harus dilalui yakni membangun hubungan berdasarkan norma karena keberhasilan suatu usaha bukan hanya dilihat dari modal sosialnya melainkan dari jaringan sosial yang juga turut serta di dalamnya.

Pada dasarnya norma, kepercayaan dan jaringan tidak dapat dipisahkan, karena ketiganya saling berkaitan meskipun memiliki sifat dimensi yang berbeda. Begitu pula dengan jaringan yang berkembang diantara masing-masing pedagang diawali dengan adanya norma-norma sebagai aturan yang harus dipatuhi bersama dan saling percaya agar tercapainya tujuan kerjasama dalam komunitas tersebut.⁶

Dari hasil penelitian untuk melihat terbangunnya jaringan dalam rangka meningkatkan usaha dagang yang dijalankan para pedagang maka peneliti melihat adanya hubungan yang dibangun antara sesama pedagang, pedagang dengan pelanggan, pedagang dengan agen-agen bahan masakan, pedagang dengan petugas keamanan dan pedagang dengan keluarganya. Berdasarkan konsep jaringan sosial yang peneliti gunakan, bahwa pedagang dapat dikatakan sukses jika pedagang tersebut memiliki jaringan yang lebih banyak dibanding pedagang lain serta pedagang tersebut memiliki kekuatan dan mampu mempertahankan jaringan tersebut.

⁶ *Ibid.*, hlm 125.

Kedua, jurnal tentang “Peran Jaringan Sosial Nelayan Pada Pemasaran Tuna, Cakalang dan Tongkol”.⁷ Jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi karakteristik nelayan, proses dan jaringan sosial antar pelaku usaha penangkapan dan pemasaran. Dimana nelayan di Kota Kendari melakukan aktifitas penangkapan ikan berdasarkan pada jenis alat tangkap yang dimiliki dengan ukuran kapal lebih kecil dari 30 GT.

Untuk memperkuat ketahanan hidup komunitas nelayan tradisional, maka kehadiran jaringan sosial pengusaha modal sangat diperlukan untuk keberlangsungan usaha nelayan tradisional. Sebagai nelayan tradisional memiliki keterbatasan dalam menciptakan jaringan-jaringan sosial permodalan.

Jaringan sosial antar nelayan dengan bos tidak hanya terbatas pada jaringan kerja produksi Jaringan sosial antar nelayan dengan bos tidak hanya terbatas pada jaringan kerja produksi saja, namun atas kehidupan sosial lainnya. Keuntungan yang diperoleh dari jaringan ini bagi nelayan secara sosial adalah motif tolong menolong terhadap sesama (empati) dan bantuan saat adanya keperluan mendesak untuk usaha maupun keluarga. Sedangkan keuntungan secara ekonomi adalah pemberian modal usaha penangkapan, kepastian pemasaran ikan, dan penyediaan anak buah kapal (ABK) beserta penyediaan kapal. Jaringan sosial yang sesuai dan prospektif dalam meningkatkan efisiensi usaha penangkapan dan pemasaran untuk dikembangkan di Kota Kendari adalah jaringan sosial antara nelayan dengan bos yang dapat dilakukan dengan pola kemitraan inti-plasma.

Kesimpulan dari jurnal ini bahwa untuk mewujudkan jaringan sosial antara

⁷ Riesty Triyanti, dkk, “Peran Jaringan Sosial Nelayan Pada Pemasaran Tuna, Cakalang dan Tongkol”, *Jurnal Sosek KP*, Vol. 9 No. 2, 2016, hlm 220.

nelayan dengan bos dengan pola kemitraan inti-plasma dengan tujuan meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan usaha perikanan maka diharapkan (1) peran pemerintah daerah melalui Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Kendari untuk menginisiasi pembentukan kelompok nelayan, pengurus, aturan main dalam kelompok nelayan tersebut serta melakukan pembinaan secara rutin untuk penguatan kapasitas anggota kelompok dalam kegiatan usaha penangkapan dan pemasaran perikanan (2) Pembentukan koperasi yang berfungsi sebagai penyedia pinjaman modal dan penyimpanan uang hasil tangkapan sehingga nelayan dan bos dapat berperan secara sehat dalam pemasaran ikan TCT dan (3) Bantuan pemerintah khususnya Kementerian Kelautan dan Perikanan yang berfungsi sebagai inti yang siap membeli hasil tangkapan nelayan yang berfungsi sebagai plasma dengan terlebih dahulu membuat kesepakatan atau perjanjian kerjasama antar inti dan plasma.⁸

Ketiga, jurnal tentang “Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil Di Desa Sukamaju”⁹ yang di dalamnya menjelaskan tentang bagaimana cara mempertahankan industri kecil di desa sukamaju kabupaten Bandung. Hasil penelitian jurnal ini menjelaskan kajian jaringan sosial, saling keterhubungan di antara anggota jaringan tercakup dalam aspek *denstas*. *Densitas* dapat dikatakan sebagai keterhubungan (*connectedness*), yaitu derajat di mana terdapat keterhubungan antara individu yang satu dengan individu yang lainnya. Dalam penelitian ini, konsep *densitas* menunjuk kepada bagaimana seorang individu dengan

⁸ *Ibid.*, hlm 230.

⁹ Meilanny Budiarti, “Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil Di Desa Sukamaju”, *Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol. 46 No. 01, 2016, hlm 224-225.

individu yang lainnya saling mengetahui, saling mengenal dan bahkan saling memahami, sehingga dari konsep *densitas* ini terdapat implikasi bahwa hubungan yang terjalin di antara satu individu dengan individu yang lainnya dikatakan padat apabila proporsi mengetahui satu dengan yang lainnya besar.

Dalam perjalanannya, industri kecil di Desa Sukamaju terus mengalami pasang surut. Faktor-faktor penyebabnya antara lain: kenaikan harga BBM, masuknya produk asing terutama dari Cina, terjadinya krisis ekonomi global, kondisi infrastruktur yang tidak menunjang, dan kebijakan pemerintah yang kurang berpihak pada keberadaan UKM. Faktor-faktor ini membuat beberapa pengusaha harus menutup usahanya baik permanen maupun sementara, atau mengganti bidang produksi yang dijalannya. Para pengusaha pun harus berpikir keras dan menyusun strategi agar usahanya terus berlanjut. Mereka dituntut untuk memanfaatkan segenap potensi yang ada, termasuk jejaring pertemanan dan keluarga yang dimilikinya.¹⁰

Faktor penghambat keberlangsungan kegiatan usaha di Desa Sukamaju adalah belum adanya asosiasi pengusaha industri kecil. Ketiadaan asosiasi ini membuat masing-masing pengusaha berjalan sendiri-sendiri. Meski masing-masing pengusaha mempunyai jaringan sosial, tetapi di antara pengusaha satu dengan yang lainnya tidak pernah ada kerjasama, baik dalam pengadaan bahan baku maupun pemasaran.

Hal ini membuat biaya pengadaan bahan baku dan distribusi produk menjadi tinggi dan persaingan antar pengusaha yang produknya sejenis menjadi cenderung kurang sehat karena kadang melakukan banting harga. Nilai positif yang akan

¹⁰ *Ibid.*, hlm 229.

diperoleh dengan adanya kerjasama atau lebih jauh lagi dengan membentuk asosiasi pengusaha adalah pengadaan bahan baku dapat dilakukan secara lebih efisien. Para pengusaha yang memerlukan bahan baku yang sama dapat melakukan belanja secara bersama-sama sehingga ongkos dapat ditekan. Mereka pun dapat saling berbagi informasi atau saling tolong menolong saat salah satu pengusaha mendapatkan masalah kekurangan bahan baku tertentu.¹¹

Dalam hal pemasaran, apabila ada kerjasama antar pengusaha, maka hal ini dapat menekan ongkos distribusi barang. Lebih jauh, jika ada asosiasi atau koperasi pengusaha, kelebihan barang dapat ditampung dengan dibeli oleh koperasi. Hal ini juga dapat mengendalikan harga sehingga persaingan usaha dapat berjalan secara sehat.

Keempat, jurnal tentang “Jaringan Sosial Pemasaran Pada Komunitas Nelayan Tradisional Banten” yang mendeskripsikan tentang bagaimana cara memperkuat ketahanan hidup komunitas nelayan tradisional, maka kehadiran jaringan sosial pengusaha modal sangat diperlukan untuk keberlangsungan usaha nelayan tradisional. Sebagai nelayan tradisional memiliki keterbatasan dalam menciptakan jaringan- jaringan sosial permodalan.

Jaringan sosial pemasaran bagi komunitas nelayan pada masa ketergantungan pada *langgan* hanya terhenti pada pengusaha modal itu sendiri. Nelayan hampir tidak pernah menikmati kebebasan dalam menentukan harga yang sebenarnya. Setelah awak perahu kembali dari melaut, maka hasil tangkapan langsung disetorkan pada pengusaha modal (*langgan*). *Langgan* itulah yang memproses mulai dari sortir

¹¹ *Ibid.*, hlm 230.

hingga penimbangan ikan dan sekaligus menentukan harga. Penentuan jenis ikan awak pe- rahu tidak dilibatkan lagi dan hampir tidak punya hak suara dan hak berpendapat. Keberadaan *langgan*, bagi nelayan merupakan salah satu jaringan sosial yang memiliki kekuatan mengatur hidupnya.¹²

Proses pemasaran yang dilakukan *langgan* secara langsung berhubungan dengan bakul-bakul yang mengumpulkan ikan hasil tangkapan untuk dipasarkan. Hubungan para *langgan* dengan bakul sangat erat kaitannya, karena saling menguntungkan antara satu dengan yang lainnya. Sistem yang dibangun para *langgan* juga saling menguntungkan dengan para bakul-bakul, sehingga harga juga ditentukan oleh para bakul dan bisa juga sebaliknya *langgan* yang menentukan harga. Aspek moral yang muncul dari sikap para pedagang tidak lepas dari munculnya keterlekatan baik antarsesama pedagang maupun dengan para pembeli. Menurut Granovetter dalam Damsar (2002) keterlekatan adalah tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat (embedded) dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung di antara para aktor. Ini tidak hanya terbatas pada tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi yang semuanya terpendam dalam suatu jaringan hubungan sosial.

Melalui jaringan sosial pemasaran sistem *langgan* ke bakul merupakan sistem yang bernilai hubungan yang sangat erat sehingga bagi mereka diperlukan saling kepercayaan. Namun jaringan sosial sistem *langgan* ke bakul bagi nelayan sangat meru- gikan, karena akses hanya terbangun dalam dua komunitas penguasa tersebut.

¹² Suwaib Amiruddin, "Jaringan Sosial Pemasaran Pada Komunitas Nelayan Tradisional Banten", *Jurnal Komunitas*, Vol. 06 No. 01 ISSN 2086-5465, 2014, hlm 111.

Kehadiran kelompok penguasa pasar itu, nelayan hanya berada pada posisi sebagai pemasok bahan baku jualan. Sodikin mengungkapkan bahwa biasanya *langgan* memberikan pinjaman terlebih dahulu kepada nelayan sebagai modal melaut, setelah mendapat ikan, maka *langgan* yang berhak menjual ikan dan menentukan harga. Melalui mekanisme dan sistem ini, nelayan tidak mengetahui secara pasti berapa harga ikan yang dimilikinya. Nelayan hanya melihat prosesnya namun tidak memiliki kemampuan untuk membantah, dan hanya membenarkan apa kemauan *langgan*.¹³

Kelima, jurnal tentang “Jaringan Sosial Antara Petani Dan Pedagang Jeruk Manis Kisar Di Desa Lebelau Kecamatan Kisar Utara Kabupaten Maluku Barat Daya”. Jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar 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 (Damsar, 2002). Hidup bermasyarakat dalam lingkup sempit seperti dalam keluarga dan dalam lingkup yang lebih luas misalnya dengan tetangga, teman, bahkan orang lain yang tidak dikenal sekalipun. Di dalamnya akan terjadi proses interaksi, yang menjadi alat pemenuhan kebutuhan manusia yang kompleks baik secara fisik maupun non-fisik. Interaksi yang dilakukan manusia dalam tujuan pemenuhan kebutuhannya akan menciptakan jaring-jaring sosial. Salah satu upaya dalam rangka pemenuhan kebutuhan, manusia akan melakukan usaha dengan

¹³ *Ibid.*, hlm 112.

memaksimalkan jaringan yang ada.

Jaringan sosial juga memiliki peran dalam penentuan harga antara petani dan pedagang jeruk manis Kisar. Hubungan petani dan pedagang dalam menentukan harga jual jeruk manis kisar ditetapkan berdasarkan pola kemitraan yang bersifat tatap muka, artinya petani mengenal secara pribadi pedagang karena mereka bertemu secara terbuka, saling mengenal pribadi, dan saling mempercayai.¹⁴

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa jaringan sosial yang terbentuk antara petani dan pedagang dalam penentuan harga jeruk manis Kisar adalah jaringan kepercayaan, jaringan kerjasama dan pertukaran sosial. Jaringan kepercayaan terbentuk karena adanya hubungan kekerabatan, Hutang dan transaksi jual beli yang secara berulang-ulang. Hal ini mengakibatkan intensitas penawaran dilakukan sebanyak satu sampai dua kali. Intensitas penawaran dengan frekuensi satu kali pada petani yang mempunyai hutang, adanya hubungan kekerabatan dan transaksi jual beli yang secara berulang-ulang yang didasarkan atas jaringan kepercayaan dalam bentuk membiarkan pedagang panen sendiri jeruk manis Kisar, selalu ada komunikasi yang baik dan tidak ada perilaku yang merugikan sedangkan frekuensi penawaran sebanyak dua kali yaitu karena adanya kesepakatan harga secara bersama-sama melalui proses tawar-menawar yang dibangun berdasarkan jaringan kerjasama.

Kepercayaan dan kerjasama antara petani dan pedagang jeruk manis Kisar di desa Lebelau ini pada dasarnya berpusat pada pemenuhan kebutuhan ekonomi. Kepercayaan antara petani dan pedagang jeruk manis Kisar relatif lebih baik. Hal ini dikarenakan petani dan pedagang sudah saling mengenal secara pribadi sehingga sudah seperti satu keluarga yang saling tolong menolong dan saling menjaga

¹⁴ Yanti Maanama, dkk, "Jaringan Sosial Antara Petani Dan Pedagang Jeruk Manis Kisar Di Desa Lebelau Kecamatan Kisar Utara Kabupaten Maluku Barat Daya". *Ejournal Unpatti*, Vol. 03 No. 03, 2016, hlm 252.

kepercayaan. Adanya rasa kepercayaan akan membuat transaksi jual beli terus berjalan sekalipun telah terjadi perjanjian hutang-piutang dalam transaksi ekonomi antara petani dan pedagang jeruk manis Kisar sehingga dengan menjaga suatu kepercayaan orang-orang dapat bekerja sama secara efektif . Dengan demikian terlihat jelas bahwa, jaringan sosial yang dibangun juga menentukan intensitas penawaran antara petani dan pedagang dalam penentuan harga jeruk manis Kisar di desa Lebelau.¹⁵

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 jenis jaringan sosial yang dibangun antara petani dan pedagang jeruk manis Kisar yaitu kepercayaan, kerjasama, dan pertukaran sosial. Kerjasama tersebut menumbuhkan kepercayaan antara petani dan pedagang yang menentukan harga jeruk manis Kisar. Akhirnya, tercipta rasa saling tolong-menolong, jujur dan terbentuknya hubungan harmonis antara petani dan pedagang.

Keenam, jurnal tentang “*Business and Social Networks in International Trade*” yang membahas tentang peran jaringan yang memungkinkan membangun kemitraan jaringan sosial perdagangan internasional yang dituntut dalam kemampuannya untuk membangun kemitraan dengan produsen asing untuk memanfaatkan keahlian luar negeri, penghematan biaya, dan pasar dengan cepat dan untuk mengelola hubungan bisnis yang kompleks di lintas budaya dan bahasa.¹⁶

Jaringan bisnis dan sosial yang beroperasi lintas batas negara dapat membantu mengatasi hambatan perdagangan. Dalam karya yang dikutip di atas, misalnya, Saxenian (1999) menunjukkan bahwa komunitas transnasional insinyur

¹⁵ *Ibid.*, hlm 253.

¹⁶ James E. Rauch, “Business and Social Networks in International Trade”, *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXIX, 2001, hlm 1177.

India telah memfasilitasi pengadaan pengembangan perangkat lunak dari Silicon Valley ke daerah-daerah seperti Bangalore dan Hyderabad. Penelitian dapat memberi kita wawasan tentang bagaimana jaringan transnasional mengatasi hambatan perdagangan informal, dan pada saat yang sama dapat berfungsi untuk mendokumentasikan dan bahkan mengukur keberadaan hambatan ini. Menentukan kepentingan relatif dari penegakan kontrak versus hambatan informasi sangat penting karena mereka menunjukkan bidang perhatian yang sangat berbeda bagi pembuat kebijakan.

Tiga bagian utama yang terutama berurusan dengan peran jaringan dalam mengatasi atau menciptakan hambatan perdagangan akan semakin disatukan oleh dua pertanyaan yang meluas. Pertama, apa konsekuensi untuk efisiensi ekonomi yang terkait dengan dampak jaringan pada perdagangan internasional? Kita akan melihat bahwa dalam banyak contoh, jawaban atas pertanyaan ini mengubah sejauh mana jaringan terbuka untuk anggota baru. Kedua, apakah jaringan akan tumbuh atau menyusutkan pentingnya untuk perdagangan internasional? Reaksi pertama sebagian besar ekonom mungkin yang terakhir: institusi untuk penegakan kontrak internasional mungkin meningkat, dan teknologi untuk penyebaran informasi tentu saja, maka kebutuhan jaringan untuk mengatasi hambatan perdagangan informal menurun. Untuk mencegah penilaian, mari kita catat untuk saat ini bahwa ini hanya menangani permintaan untuk jaringan transnasional dan meninggalkan sepenuhnya pertanyaan tentang perubahan dalam pasokan mereka.

Ketujuh, jurnal tentang “*Social Network: the future of marketing for small business*” mengulas perkembangan terbaru dalam strategi pemasaran *online* yang menunjukkan kekuatan komunitas *online* dalam membangun reputasi merek dan

hubungan pelanggan. Kami meninjau tren terbaru dan memeriksa peran yang muncul dari jejaring sosial dalam strategi pemasaran terpadu yang menggabungkan elemen *online* dan *offline* dalam 'paket' yang paling cocok untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang diidentifikasi.

Internet memengaruhi inovasi bisnis dengan memperluas jangkauan dan meminimalkan jeda waktu ke pasar. Belum lama ini tujuan dari kampanye pemasaran *online* mungkin hanya untuk menarik konsumen untuk mengklik ke situs web perusahaan, tetapi sekarang tujuannya adalah untuk menciptakan engagement engagement keterlibatan berkelanjutan "dengan konsumen. Semakin populernya situs web seperti YouTube dan Facebook menunjukkan bagaimana internet berubah; pengguna tidak lagi sekadar mengunduh data statis, tetapi semakin mengunggah dan berbagi konten di antara mereka sendiri, yang mengarah pada proliferasi jejaring sosial dan situs konten buatan pengguna lainnya.

Masalah utama yang harus diingat oleh studi kasus bisnis kami ketika mempertimbangkan penggunaan jejaring sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan, adalah sejauh mana segmen-segmen berbeda dari basis pelanggan mereka dapat menerima pendekatan semacam itu. Li (2007) telah menciptakan istilah 'teknik sosial' untuk menggambarkan berbagai cara di mana konsumen dapat berperilaku *online*, yang pada gilirannya mengatur bagaimana mereka akan merespons pendekatan dari perusahaan melalui saluran jejaring sosial. Sebagai contoh, seseorang yang didefinisikan sebagai "kritikus" cenderung mengomentari posting blog sedangkan "penonton 'tidak'", dan seseorang yang dikategorikan 'tidak aktif' tidak mungkin menanggapi semua jenis komunikasi media baru. . Li menyoroti pentingnya bagi perusahaan untuk memahami bagaimana pelanggan mereka

menggunakan media baru, menetapkan apa artinya untuk bagaimana mereka sebaiknya berkomunikasi dengan mereka, dan menyepakati tentang cara terbaik untuk menangani kemungkinan hilangnya kontrol terkait dengan tampilan negatif publik tentang bisnis di jaringan sosial.

Ada juga masalah yang berkaitan dengan privasi data pribadi dan bagaimana data itu akan digunakan. Jaringan seperti Facebook menawarkan kontrol privasi di mana anggota dapat menentukan sejauh mana informasi yang ingin mereka terima atau bagi dengan masing-masing teman. Namun, tidak selalu jelas bagaimana mengatur kontrol dan informasi tanpa disadari dapat dibagikan kepada orang yang salah. Pencurian identitas yang dihasilkan dari pengambilan data pribadi yang diposting di jejaring sosial menjadi perhatian yang terus meningkat. Selain itu, seperti yang kami catat sebelumnya, jika jejaring sosial menjadi terlalu serakah dalam hal tingkat periklanan yang mereka izinkan, maka pengguna dapat dengan cepat menggeser kesetiaan mereka menjauh dari jaringan.

Terlepas dari masalah ini, penggunaan teknologi technologies „Web 2.0“ oleh bisnis cenderung meningkat secara signifikan. Pekerjaan kami sejauh ini difokuskan pada eksperimen oleh bisnis adopter awal, dijalankan oleh individu wirausaha yang berada di depan kurva dan tidak takut untuk mengambil risiko atau mencoba ide-ide baru. Penting untuk diingat bahwa sebagian besar alat ini masih belum teruji bisnis arus utama. Tetapi konsumen akan semakin mengharapkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan mereka melalui alat ini. Konsep 'superfan' banyak diperdebatkan dalam pemasaran lingkaran saat ini. Ini dianggap oleh banyak orang sebagai grail suci “dari pemasaran *online* menciptakan jaringan pelanggan yang

sangat positif tentang merek sehingga mereka melakukan banyak pemasaran dan penjualan sendiri - dan gratis. Contoh bagus dari ini adalah TheAppleBlog.com dan Grup Facebook bernama Apple Students (saat ini dengan 434.162 anggota), menunjukkan bagaimana Apple telah memanfaatkan kekuatan teknologi sosial baru ini untuk mendukung salah satu merek paling sukses di dunia. Pada skala yang lebih kecil, kelompok Wiggly Wiggles yang kami pelajari dipenuhi dengan „„„ superfan “. Secara seimbang, kami yakin studi kasus kami menunjukkan bahwa komunitas *online* akan memainkan peran kunci di masa depan pemasaran karena mereka menggantikan gangguan pelanggan dengan keterlibatan, dan kontrol dengan kolaborasi untuk perusahaan-perusahaan itu cukup berani untuk mengambil risiko. Bisnis yang makmur adalah mereka yang secara proaktif merangkul dunia baru ini, karena mereka menganggap perubahan sebagai peluang dan bukan sebagai ancaman yang harus dihindari dengan cara apa pun.

Kedelapan, jurnal berjudul *“Using Social Network Analysis to Analyze Collaboration in Batik Smes”* yang mengkaji dan menganalisis pola hubungan informal di Winda Sari batik. Winda Sari batik UKM adalah salah satu UKM besar di Sragen. Menggunakan Social Network Analysis (SNA) untuk analisis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara individu-individu sangat tergantung dan terfokus pada individu-individu tertentu sebagai perantara.

Kunci keberhasilan dalam menghadapi setiap perubahan adalah inovasi dan kewirausahaan. Kewirausahaan perusahaan selalu memiliki komitmen yang kuat untuk inovasi. Inovasi ini tidak hanya suatu tindakan yang disengaja untuk menghasilkan ide-ide baru, tetapi juga pengenalan dan implementasi ide-ide baru,

semua ditujukan untuk meningkatkan kinerja organisasi. Dalam industri batik, inovasi termasuk apa yang mereka lakukan untuk membuat teknik baru, motif dan pewarnaan pada kain batik.

Inovasi dan kolaborasi adalah dua hal yang saling mendukung satu sama lain. Sejauh mana anggota organisasi yang terintegrasi dalam suatu jaringan hubungan mempengaruhi inovasi organisasi. Kolaborasi formal dan informal dalam organisasi mengungkapkan struktur inovasi dalam organisasi dan memberikan peluang bagi pemimpin organisasi untuk melakukan intervensi resmi dalam rangka mempengaruhi struktur jaringan dari karyawan dalam jaringan inovasi. Pemimpin organisasi yang mampu mengeksplorasi struktur formal dan organisasi informal dapat mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi dan menciptakan inovasi.

Jaringan sosial adalah suatu struktur sosial yang terdiri dari individu-individu. Dalam konteks sosial, jaringan terdiri dari simpul, simpul dalam bentuk individu, organisasi, atau peralatan seperti komputer. Sebuah simpul dapat memiliki satu atau lebih koneksi. Koneksi yang dapat mewakili, seperti persahabatan, kekeluargaan, kepentingan, atau keyakinan. Jaringan sosial analisis (SNA) menguji struktur hubungan sosial dalam suatu kelompok untuk mengungkap hubungan informal di antara orang-orang. Dalam istilah matematika, jaringan mengacu pada grafik struktur untuk mewakili orang-orang atau benda-benda sebagai simpul dan hubungan sebagai tepi yang dapat diarahkan atau hubungan tak terarah.

Tujuan utama dari analisis jaringan sosial adalah untuk mengidentifikasi pola-pola hubungan sosial di antara para pelaku di jejaring sosial. Pola tersebut lebih sering informal daripada formal. Misalnya, jika seseorang ingin memahami

bagaimana sebuah organisasi bekerja, orang itu dapat menemukannya pada struktur formal organisasi. Namun, sejalan dengan perkembangan organisasi, grafik ini mungkin tidak lagi cukup panduan untuk memahami bagaimana organisasi benar-benar bekerja.

Untuk menganalisis jaringan sosial, SNA menyediakan beberapa pengukuran alat, yaitu :

- **Sentralitas derajat.** Sentralitas ini mengukur jumlah langkah langsung hubungan yang dimiliki oleh seorang aktor di jaringan. Jika jaringan adalah jaringan mengarah (hubungan memiliki arah), kemudian sentralitas derajat memiliki dua langkah-langkah yang terpisah, yaitu in-degree dan out-degree. In-degree adalah jumlah koneksi masuk ke jaringan, dan out-degree adalah jumlah hubungan yang keluar dari jaringan.
- **Sentralitas kedekatan.** Sentralitas ini menunjukkan kecepatan information atau perpindahan pengetahuan. Sentralitas kedekatan adalah ukuran yang paling penting di jaringan. Langkah ini menghitung rata-rata jumlah langkah yang diperlukan oleh seorang aktor untuk mencapai langkah orang lain di jaringan. Seorang aktor yang memiliki sentralitas kedekatan tinggi adalah aktor yang paling efisien untuk membuat kontak dengan orang lain di jaringan. Dengan kata lain, semakin tinggi sentralitas kedekatan seorang aktor, akan semakin baik posisi aktor dalam penyebaran informasi kepada pihak- pihak lain.
- **Sentralitas antara.** Sentralitas ini mengukur jumlah jalur terpendek dari jaringan ke semua jaringan yang lain yang melewati jaringan. Dengan kata lain, ukuran

ini menunjukkan kemampuan aktor untuk mengontrol informasi karena jabatannya dalam jaringan.

Analisis di atas telah menunjukkan penggunaan SNA dalam menganalisis dan pemetaan pola-pola yang tersembunyi dalam interaksi informal. Pengelolaan organisasi sangat sering tidak tahu adanya pola.

Analisis menggunakan SNA disimpulkan bahwa hubungan antara aktor-aktor di Winda Sari adalah lemah. Beberapa faktor yang mendukung kesimpulan ini. Pertama, hubungan dalam jaringan sangat bergantung pada aktor tertentu. Kedua, hubungan satu-arah yang lebih dominan daripada hubungan timbal balik. Akhirnya, ada kehadiran beberapa kelompok atau subkelompok dengan sejumlah anggota. Pola hubungan seperti itu, tentu saja, kurang mendukung untuk kolaborasi yang lebih baik.¹⁷

Kesembilan, dalam konteks ini para pedagang Pasar Raya Inpres Padang memiliki kemampuan untuk memanfaatkan, mempertahankan dan mengembangkan jaringan sosial untuk menjalankan aktivitas ekonomi (jual beli) dengan berbagai pihak yang terlibat seperti pemasok barang yang terdiri dari pedagang besar dan pedagang perantara maupun pembeli dan pelanggan di Pasar Raya Kota Padang. Pedagang yang memiliki jaringan sosial dilandasi oleh ikatan yang kuat dan memiliki motivasi lebih besar untuk saling membantu dan lebih cepat untuk saling memberikan bantuan dalam mengatasi masalah kesulitan dalam berdagang dan tekanan hidup. Oleh karena itu jaringan sosial yang dibentuk oleh pedagang Pasar

¹⁷ Ade Iriani, "Using Social Network Analysis to Analyze Collaboration in Batik Smes", *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Tecnology* Vol. III, 2013.

Raya Inpres Padang dapat memberikan pengaruh positif bagi keberlangsungan bisnisnya.¹⁸

Jaringan pedagang di Pasar Raya Inpres terbentuk atas hubungan sosial yang terjadi dengan rekan bisnisnya yaitu pedagang perantara dan pedagang besar. Pedagang-pedagang tersebut merupakan pemasok barang bagi pedagang Pasar Raya Inpres Padang. Pedagang perantara dan pedagang besar berperan untuk menyediakan dan mengedarkan barang-barang yang dibutuhkan oleh Pedagang Pasar Raya Inpres Padang.

Melalui hubungan sosial yang dibentuk pedagang pasar dengan pedagang perantara dan pedagang besar maka pedagang pasar akan sukses dalam menjalankan bisnisnya, termasuk dalam proses perolehan barang dagangan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa jaringan sosial yang dibangun oleh pedagang pasar berfungsi untuk memudahkan mobilitas sumber daya dan mengatasi kendala-kendala yang dihadapi oleh pedagang Pasar Raya Inpres Kota Padang, baik dalam perolehan modal, perolehan barang maupun proses distribusi barang.

¹⁸ Stevany Afrizal, Tesis: *“Jaringan Sosial Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Eksistensi”* (Bandung: Unpad.ac.id, 2013).

Tabel I. 1
Tinjauan Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Tijauan Pustaka/Tahun Publikasi	Persamaan	Perbedaan
Nirfadhilah	Jaringan Sosial Dalam Penjualan Pedagang Makanan Di Pasar Inpres Kelurahan Baqa Kecamatan Samarinda Seberang	eJournal Sosiatri-Sosiologi, Vol. 04 No.01 hlm 121-122 Tahun 2016	Kesamaan menggunakan konsep Jaringan sosial dan jaringan sosial sebagai bentuk strategi untuk mempertahankan dalam berdagang	Berfokus pada penjualan di pasar sedangkan penelitian peneliti berfokus pada jaringan sosial yang ada pada <i>home industry</i>
Riesty Triyanti, dkk	Peran Jaringan Sosial Nelayan Pada Pemasaran Tuna, Cakalang dan Tongkol	Jurnal Sosek KP Vol. 9 No. 2 hlm 220 Tahun 2016	Kesamaan menggunakan konsep jaringan sosial dan bagaimana cara pemasaran produk	Berfokus pada proses pemasaran hasil tangkapan ikan
Meilanny Budiarti	Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil Di Desa Sukamaju	Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi Vol. 46 No. 01 hlm 224-225 Tahun 2016	Kesamaan menggunakan konsep jaringan sosial dan sama-sama membahas bagaimana pola jaringan sosial tersebut	Berfokus pada kegiatan usaha industri kecil di perdesaan
Suwaib Amiruddin	Jaringan Sosial Pemasaran Pada Komunitas Nelayan Tradisional Banten	Jurnal Komunitas Vol. 06 No. 01 ISSN 2086-5465 hlm 111 Tahun 2014	Kesamaan menggunakan konsep jaringan sosial dan menjelaskan mengenai cara pemasaran	Berfokus pemasarannya di komunitas nelayan bukan pada <i>Home industry</i>

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Tujuan Pustaka/Tahun Publikasi	Persamaan	Perbedaan
Yanti Maanama, dkk	Jaringan Sosial Antara Petani Dan Pedagang Jeruk Manis Kisar DiDesa Lebelau Kecamatan Kisar Utara Kabupaten Maluku Barat Daya	Ejournal Unpatti Vol. 03 No. 03 hlm 252 Tahun 2016	Menggunakan konsep jaringan sosial dalam berdagang Persamaannya sama-sama melihat proses jaringan sosial antara aktor satu dengan lainnya	Berfokus melihat proses jaringan sosial antara petani dan pedagang
James E.Rauch	Business and Social Networks in International Trade	Journal of Economic Literature, Vol. XXXIX, hlm 1177.	Sama-sama membahas mengenai bisnis rumahan	Berfokus pada cara pengoperasian
Lisa Harris dan Alan Rae	Social Networks: the futureof marketing for small business	Journal of Business Stategy Vol 30 no 5 Tahun 2009	Mengulas tentang stategi pemasaran jaringan sosial	Berfokus pada pemasaran melalui via <i>online</i>
Ade Iriani	“Using Social Network Analysis to Analyze Collaboration in Batik Smes”	Journal of Knowledge Management, Vol. III Tahun 2013	Konsepnya menggunakan.0j aringan sosial, dimana di dalam kewirausahaan memiliki jaringan sosial yang kuat	Berfokus pada hubungan informal di Winda Sari batik
Stevany Afrizal	Jaringan Sosial Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Eksistensi	(Tesis). Unpad.ac.id Tahun 2013	Konsepnya menggunakan jaringan sosial dan sama- sama menjelaskan bagaimana hubungan sosial terjalin antara pedagang dan pembeli	Berfokus pada hubungan sosial yang ada di pasar tradisional

(Sumber: Diolah dari hasil penelitian sejenis, 2019)

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Jaringan Sosial

Jaringan merupakan terjemahan dari *network*, yang berasal dari dua suku kata yaitu *net* dan *work*. Gabungan kata *net* dan *work*, sehingga menjadi *network*, yang penekanannya terletak pada kerja bukan jaring, dimengerti sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring (*net*).¹⁹

Jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subyektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. Simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar para aktor tersebut.²⁰ Jaringan sosial merupakan bagaimana masyarakat saling mengenal satu sama lain, yaitu antar individu dan individu maupun individu dan kelompok.

Jaringan-jaringan bersifat transitif jika ada suatu ikatan antara A dan B dan antara B dan C, mungkin ada suatu ikatan antara A dan C. Hasilnya ialah bahwa lebih besar kemungkinan adanya suatu jaringan yang melibatkan A,B, dan C. Disisi lain ada, batas-batas seberapa banyak hubungan yang ada dan seberapa intens hubungan itu. Hasilnya ialah bahwa kelompok jaringan dengan batas-batas yang jelas yang memisahkan kelompok yang satu dari yang lain kemungkinan besar juga berkembang.²¹

¹⁹ Damsar, 2009, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group, hlm 157.

²⁰ *Ibid.*, hlm 158.

²¹ George Ritzer, 2014, *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm 747.

Medan empiris yang dicakup dalam literatur sosiologi ekonomi sangat luas, termasuk analisis berikut tentang bagaimana jaringan memengaruhi aktivitas ekonomi.²² Jaringan mewakili hubungan informal di tempat kerja dan pasar tenaga kerja yang membentuk hasil yang terkait dengan pekerjaan. Ikatan sosial dan pertukaran ekonomi dapat terjalin secara mendalam, sehingga aktivitas yang bertujuan sengaja menjadi “terjerat” dengan persahabatan, reputasi, dan kepercayaan.

Jaringan adalah pertukaran formal, baik dalam bentuk pengumpulan aset atau penyediaan sumber daya, antara dua pihak atau lebih yang memerlukan interaksi berkelanjutan untuk mendapatkan nilai dari pertukaran. Hubungan jaringan yang lebih formal ini dapat ditempa karena saling membutuhkan, tetapi juga dapat mengarah pada saling ketergantungan dan interaksi berulang yang mengurangi kebutuhan akan kontrol formal.

Granovetter juga mengatakan bahwa tindakan ekonomi (misalnya pertukaran atau jual-beli) selalu melekat pada hubungan-hubungan sosial. Hubungan-hubungan sosial dan struktur hubungan sosial (atau jaringan) akan menghasilkan kepercayaan (*trust*) dan mencegah terjadinya penyimpangan (*malfeasance*) oleh aktor ekonomi. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor dibawah ini:²³

- a. Dalam hubungan sosial individu akan memberikan informasi lebih murah
- b. Informasi tersebut lebih baik, lebih kaya dan akurat

²² Neil J, Smelser and Richard Swedberg, 2005, *The Handbook Of Economic Sociology*, New York: Princeton University Press, hlm 379.

²³ Granovetter, *Op.Cit.*, hlm 11.

- c. Individu yang memiliki hubungan secara terus-menerus akan memiliki motif ekonomi agar dirinya dapat dipercaya
- d. Hubungan-hubungan ekonomi secara terus-menerus akan disertai dengan isi sosial yang membawa harapan kuat untuk dipercaya dan menghindari oportunistik

Granovetter juga membedakan ikatan kuat *oversocialized* dan ikatan lemah *undersocialized* contohnya hubungan-hubungan diantara orang-orang dan sahabat-sahabat dekatnya dan ikatan lemah contohnya hubungan-hubungan di antara orang-orang dan kenalan-kenalan belaka. Para sosiolog cenderung berfokus pada orang-orang dengan ikatan-ikatan yang kuat atau kelompok-kelompok sosial.²⁴

Ikatan kuat *oversocialized* dan ikatan lemah *undersocialized* menurut Granovetter yang dimaksudkan ikatan kuat *oversocialized* adalah ikatan yang terjalin oleh *home industry* boneka yaitu dengan pihak keluarga, warga sekitar, sesama pengusaha boneka, dan dengan sesama pemasok bahan baku dan jasa bordir, yang sudah mereka kenal sejak lama di dalam Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir (HIBAS) untuk membantu proses keberlangsungan usaha *home industry* yang didirikan. Namun untuk yang ikatan lemah dari *home industry* boneka yaitu ikatan lemah terhadap para konsumen yang hanya sementara untuk membeli produk boneka dari *home industry* boneka. Konsumen tersebut tidak ingin bekerjasama untuk membeli dalam jumlah yang banyak.

²⁴ George Ritzer, *Op.Cit.*, hlm 747.

Prinsip inti berikut ini penting pada jaringan sosial dan hasil ekonomi.²⁵

- a) Norma dan Kepadatan Jaringan itu bertumpu pada fakta bahwa semakin padat suatu jaringan, semakin banyak jalur unik di mana informasi, gagasan, dan pengaruh dapat berjalan di antara dua simpul. Dengan demikian, kepadatan yang lebih besar membuat ide-ide tentang perilaku yang tepat lebih mungkin ditemui berulang kali, dibahas dan diperbaiki; itu juga membuat penyimpangan dari norma-norma yang dihasilkan lebih sulit disembunyikan dan dengan demikian, lebih mungkin dihukum.
- b) Kekuatan Ikatan yang Lemah. Lebih banyak informasi baru mengalir ke individu melalui yang lemah daripada melalui ikatan yang kuat. Karena teman dekat kita cenderung bergerak dalam lingkaran yang sama dengan yang kita lakukan, informasi yang mereka terima tumpang tindih dengan apa yang sudah kita ketahui. Sebaliknya, para kenalan mengenal orang-orang yang tidak kita kenal dan, dengan demikian, menerima lebih banyak informasi baru.
- c) Pentingnya "Lubang Struktural." Burt (1992) memperluas dan merumuskan kembali argumen "ikatan lemah" dengan menekankan bahwa apa yang paling penting bukanlah kualitas ikatan tertentu, melainkan cara berbagai bagian jaringan dijembatani. Dia menekankan keunggulan strategis yang dapat dinikmati oleh individu dengan ikatan ke

²⁵ Granovetter, M, The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 19 No. 1, 2005, hlm 33-50.

beberapa jaringan yang sebagian besar terpisah satu sama lain.

- d) Interpenetrasi Aksi Ekonomi dan Non Ekonomi. Banyak kehidupan sosial berputar di sekitar fokus non-ekonomi. Oleh karena itu, ketika kegiatan ekonomi dan non-ekonomi dicampur, kegiatan non-ekonomi mempengaruhi biaya dan teknik yang tersedia untuk kegiatan ekonomi. Pencampuran kegiatan ini adalah apa yang saya sebut "kemelekatan sosial" dari ekonomi (Granovetter, 1985) sejauh mana tindakan ekonomi terkait atau bergantung pada tindakan atau institusi yang tidak ekonomis dalam hal isi, tujuan atau proses.

Di dalam mendirikan suatu usaha harus memiliki ikatan jaringan sosial tersebut, ikatan jaringan terbagi atas 2 bagian yaitu ikatan kuat *oversocialize* dan ikatan lemah *undersocialize*. Jaringan sosial merupakan hal yang terpenting dimiliki oleh pengusaha *home industry*. Pengusaha *home industry* boneka memiliki relasi yang banyak dengan sesama pengusaha *home industry* boneka, pemasok bahan baku dan konsumen. Usaha tidak dapat berjalan dengan sendirinya tanpa adanya jaringan yang kuat maka usaha tersebut tidak akan berjalan. Dengan kondisi yang sangat terbatas yang dimiliki oleh *home industry* boneka, maka usaha tersebut memiliki antar jaringan sesama pengusaha *home industry* boneka, jaringan antar pemasok bahan baku dan jaringan antar konsumen.

1.6.2 *Home Industry*

Menurut Sadono Sukirno industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara umum dimana industri diartikan sebagai perusahaan yang

menjalankan operasi dibidang ekonomi yang tergolong kedalam sektor sekunder. Pengertian industri di dalam teori ekonomi, dimana industri diartikan sebagai kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang yang sama dalam suatu pasar. Industri itu juga dibagi tiga yaitu industri primer, sekunder dan tersier.²⁶ *Home industry* adalah semua kegiatan ekonomi berupa pengolahan barang menjadi bernilai tinggi untuk penggunaannya, dilakukan oleh masyarakat pengusaha dari golongan ekonomi lemah atau perusahaan kecil seperti industri rumah tangga dan kerajinan.²⁷

Home industry atau industri rumahan merupakan industri atau usaha kecil yang berada di dalam lingkup masyarakat yang berdomisili di tempat tinggalnya. *Home industry* ini mempunyai karyawan yang terdiri dari keluarganya sendiri dan mengajak warga sekitar *home industry* sebagai karyawannya. Banyaknya masyarakat pada zaman sekarang yang kesulitan untuk mencari pekerjaan dan tidak memiliki pekerjaan di perusahaan-perusahaan besar. Oleh karena itu *home industry* ini dapat membantu pemerintah untuk mengurangi jumlah pengangguran.

Home industry boneka yang ada di daerah Bekasi yaitu di Rawalumbu dan Bantar Gebang, pada awal mulanya pengusaha *home industry* boneka ini bekerja di industri boneka yang cukup besar, namun industri tersebut gulung tikar. Kemudian mereka tidak mendapati lapangan pekerjaan disektor publik, dan para pengusaha *home industry* boneka yang berpengalaman di industri

²⁶ Sadono Sukirno, 2002, *Teori Mikro Ekonomi Cetakan Keempat Belas*, Jakarta: Rajawali Press, hlm 83.

²⁷ Herry Prastyanto, Perlindungan Sungai Pekalongan dari Pencemaran Akibat Kegiatan Home Industry di Kota Pekalongan, pada <http://e-journal.uajy.ac.id/2907/2/1HK09147.Pdf> , hlm 7.

boneka, untuk meningkatkan ekonomi keluarganya, mereka membuka wirausaha sendiri *home industry* boneka di rumahnya dengan adanya kreativitas yang ada membuat pengusaha *home industry* boneka bisa kreasi sebisa mungkin untuk menghasilkan produk boneka yang diminati konsumen dan mempunyai beberapa karyawan. Karyawan *home industry* boneka merupakan pihak keluarga dan warga sekitar yang berdomisili tidak jauh dari lokasi *home industry* boneka. Para karyawan *home industry* boneka dilihat secara geografis dan psikologis kepada pengusaha *home industry* boneka, mereka memiliki hubungan sosial yang kuat, selain itu mereka menjalin komunikasi antar pengusaha usaha *home industry* boneka dengan para karyawan *home industry* boneka cukup mudah diakses.

Keberadaan adanya *home industry* boneka lapangan pekerjaan menjadi tersedia, dan menjadikan usaha tersebut menjadi wirausaha pengusaha dari industri boneka tersebut. Ada pula ibu-ibu rumah tangga yang tidak bekerja tetap hanya sampingan, mereka datang langsung ke *home industry* boneka untuk membawa pulang ke rumah hasil *cutting* pola boneka yang sudah di *cutting* di *home industry* boneka kemudian akan dijahit tepinya oleh ibu-ibu sekitar, setelah selesai proses jahit tepinya lalu dikirimkan kembali ke *home industry* boneka tersebut untuk dimasukan dakron, pengusaha *home industry* boneka akan memberi penghasilan kepada ibu-ibu rumah tangga dihitung dari banyaknya jumlah boneka yang dijahit. Setelah dijahit tepi kerangka sudah jadi, lalu mengisi dakron di *home industry* boneka, lalu dihitung sesuai berat boneka yang akan diisi dakronnya, kemudian *finishing* boneka tersebut langsung di *home industry* boneka dan

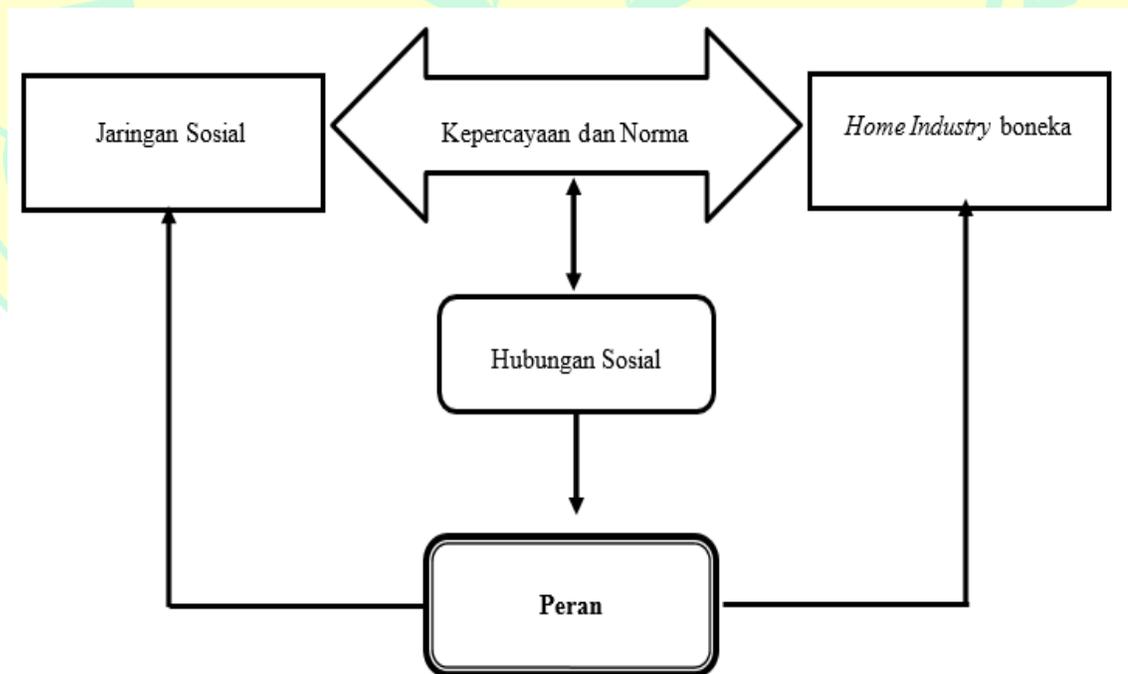
kemudian di *packing* sesuai alamat pesanan konsumen

1.6.3 Hubungan Antar Konsep

Peneliti akan menggambarkan konsep-konsep yang sudah dijelaskan di dalam penelitian ini. Hubungan antar konsep ini menjelaskan bagaimana peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan *home industry*. Konsep-konsep yang peneliti gunakan di dalam skripsi ini akan menghubungkan satu dengan lainnya. Konsep-konsep tersebut juga akan membentuk sebuah kerangka berfikir yang juga bisa menggambarkan penelitian ini. Berikut merupakan skema dari hubungan antar konsep yang peneliti gunakan di dalam skripsi ini.

Skema I. 1

Hubungan Antar Konsep Peran Jaringan Sosial Untuk Strategi Mempertahankan *Home Industry* Boneka



(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

Skema I.1 diatas, dapat diketahui bahwa di dalam mendirikan usaha harus memiliki jaringan, untuk memperkuat dan mempertahankan usaha yang didirikannya. Dengan adanya jaringan sosial yang oleh rasa kepercayaan, nilai dan norma dan juga saling adanya hubungan sosial. Maka usaha yang didirikannya dapat bertahan, seperti usaha *home industry* boneka, apabila tidak memiliki jaringan kepada pemasok bahan baku, antar sesama pengusaha boneka, dan juga dengan konsumen maka *home industry* yang mereka dirikan tidak dapat berjalan. Menjadikan usaha tersebut dapat dikenal dan diminati oleh banyak masyarakat.

1.7 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Definisi dari penelitian kualitatif sendiri menurut Creswell sebagai sebuah “proses penyelidikan untuk memahami masalah atau masalah manusia yang berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah”.²⁸ Metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka.²⁹

Pendekatan kualitatif merupakan salah satu pendekatan yang secara primer menggunakan paradigma pengetahuan berdasarkan pandangan konstruktivis (seperti makna jamak dari pengalaman individual, maksa secara sosial dan historis dibangun dengan maksud mengembangkan suatu teori atau pola) atau pandangan

²⁸ John W. Creswell, 2002, *Research Design: Qualitative & Quantitative Approache*, Jakarta: KIK Press, hlm 1.

²⁹ Moh. Nazir, 2011, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, hlm 55.

advokasi/partisipatori (seperti, orientasi politik, isu, kolaboratif, atau orientasi perubahan) atau keduanya. Pendekatan ini juga menggunakan strategi penelitian naratif, fenomenologis, etnografis, studi *ground theory*, atau studi kasus. Peneliti mengumpulkan data penting secara terbuka terutama dimaksudkan untuk mengembangkan tema-tema dari data.³⁰

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti membutuhkan informasi secara mendalam untuk memperdalam hasil temuan lapangan. Menurut Creswell, bahwa penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang mana dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan bagi sebagian individu dan sekelompok orang.³¹

Penelitian ini akan membahas mengenai peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan *home industry*. Tujuan dari penelitian skripsi ini untuk membahas tentang bagaimana peran jaringan sosial di dalam usaha *home industry* boneka, memberikan gambaran dalam proses produksi, distribusi hasil kerajinan boneka, dan juga membahas tentang jaringan sosial yang terjalin di dalam usaha *home industry* boneka, jaringan antar sesama pengusaha *home industry* boneka, jaringan antar pemasok bahan baku, jaringan antar konsumen.

1.7.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan kunci di dalam penelitian ini. Subjek penelitian merupakan informan dari pengusaha yang mendirikan *home industry* boneka di

³⁰ Emzir, 2017, *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*, Depok: Rajawali Pers, hlm 28.

³¹ J.W Creswell, 2014, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar, hlm 4.

Bekasi. Ketua dari Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir juga dipilih menjadi subjek penelitian karena Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir merupakan himpunan yang dimana para pengusaha *home industry* boneka dapat memiliki peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan *home industry* boneka. Dan selanjutnya peneliti juga memilih warga sekitar untuk jadi informan, karena *home industry* mereka juga melibatkan warga sekitar untuk menjadi karyawannya.

Untuk mendapatkan informasi mengenai subjek penelitian yang ada di dalam penelitian ini, peneliti akan memilih beberapa informan yang dapat mendukung hasil dari penelitian ini. Peneliti memilih ketua Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir, peneliti ingin mengetahui apa tujuan dari didirikannya himpunan, dan di dalam himpunan tersebut apa saja yang dilakukannya. Peneliti juga mewawancarai informan pendiri *home industry* boneka dan jasa bordir dalam berkerjasama sesuai dengan nilai dan norma, dan peneliti juga mewawancarai para karyawan yang bekerja di *home industry* boneka tersebut, karena rata-rata merupakan ibu rumah tangga sekitar lokasi *home industry* boneka tersebut.

Tabel I. 2
Subjek Penelitian

Nama	Peran Informan	Target Informasi
Soleman SE, SH	Ketua Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir	Mendapatkan sejarah atau informasi mengenai Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir

Nama	Peran Informan	Target Informasi
Muhammad Akbar	Pendiri <i>Home Industry</i> Boneka Kabebe Toys	Mendapatkan informasi dan data-data sebagai kunci dari hasil penelitian ini yaitu peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan <i>home industry</i>
Kitty	Adik dari Bapak Akbar, pendiri Kabebe Toys	Mendapatkan informasi dan data-data sebagai kunci dari hasil penelitian ini yaitu peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan <i>home industry</i> dan bagaimana jaringan sosial yang terjalin terhadap keluarga <i>home industry</i>
Siti Napsiah	Pendiri <i>Home Industry</i> Boneka Diah Mandiri Toys	Mendapatkan informasi dan data-data sebagai kunci dari hasil penelitian ini yaitu peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan <i>home industry</i>
Diah	Anak dari Pendiri <i>Home Industry</i> Diah Mandiri Toys	Mendapatkan informasi dan data-data sebagai kunci dari hasil penelitian ini yaitu peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan <i>home industry</i> dan bagaimana jaringan sosial yang terjalin terhadap keluarga <i>home industry</i>
Adin	Pendiri Jasa Bordir Wahyu Bordir	Mendapatkan informasi dan data-data sebagai kunci dari hasil penelitian ini yaitu peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan <i>home industry</i>

Nama	Peran Informan	Target Informasi
Hardi	Karyawan di Kabebe Toys	Mendapatkan informasi dan data-data sebagai kunci dari hasil penelitian ini yaitu peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan <i>home industry</i> dan bagaimana jaringan sosial yang terjalin terhadap warga sekitar <i>home industry</i>
Nur Latif	Karyawan dan Keluarga dari Diah Mandiri Toys	Mendapatkan informasi dan data-data sebagai kunci dari hasil penelitian ini yaitu peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan <i>home industry</i> dan bagaimana jaringan sosial yang terjalin terhadap keluarga <i>home industry</i>
Budi	Pembeli	Mendapatkan informasi mengenai sistem pembelian di <i>home industry</i> boneka
Robi	Pembeli	Mendapatkan informasi mengenai sistem pembelian di <i>home industry</i> boneka
Wati	Pembeli	Mendapatkan informasi mengenai sistem pembelian di <i>home industry</i> boneka

(Sumber: Data hasil olahan Peneliti, 2019)

1.7.2 Peran Peneliti

Peran peneliti sebagai orang pertama yang turun langsung ke lapangan untuk mengamati proses jaringan sosial usaha *home industry* boneka. Peneliti mengamati langsung prosesnya perkembangan di dalam usaha *home industry*

boneka tersebut, kemudian melakukan wawancara yang mendalam kepada para informan yang terlibat dan pengambilan foto sebagai dokumentasi yang berada di lokasi penelitian tersebut, guna untuk memperkuat hasil temuan yang akan peneliti kaji.

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Rawalumbu dan di Bantar Gebang, Bekasi. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini, karena di Bekasi ini terdapat usaha *home industry* boneka, yang terdapat di daerah Rawalumbu dan Bantar Gebang. Di dalam penelitian ini peneliti mengambil dua *home industry* boneka yaitu *home industry* boneka Kabebe Toys dan *home industry* boneka Diah Mandiri Toys. *Home industry* boneka Kabebe Toys yang berlokasi di daerah Rawalumbu jembatan 8 dan *home industry* Diah Mandiri Toys yang berlokasi di daerah Bantar Gebang, Bekasi. Peneliti menjadi mengetahui bagaimana proses terbentuknya jaringan sosial *home industry* boneka dan bagaimana peran jaringan sosial yang terjadi pada *home industry* boneka. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari sampai bulan Mei 2019.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Creswell, setidaknya terdapat empat pendekatan-pendekatan pengumpulan data dalam penelitian, yaitu pengamatan atau observasi, wawancara, dokumen, dan bahan audiovisual.³² Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu: Studi Kepustakaan dan Studi Lapangan. Peneliti melakukan wawancara menggunakan

³² *Ibid.*, hlm 222.

transkrip wawancara yang sudah peneliti buat sebelumnya.

a. Studi Kepustakaan (Library Research)

Studi kepustakaan bertujuan untuk merumuskan konsep dari sebagai landasan penelitian. Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan kajian literatur mengenai jaringan sosial dalam berdagang. Kajian literatur yang peneliti gunakan berasal dari jurnal nasional, jurnal internasional, buku dan sumber yang relevan.

b. Studi Lapangan (Field Research)

Studi lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung pada masalah yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data di dalam studi lapangan sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dan pencatatan secara sistematis terbayak yang akan diteliti. Dengan observasi secara langsung, peneliti dapat melihat secara langsung aktivitas *home industry* boneka.
2. Wawancara, yaitu percakapan dengan informan untuk mendapatkan informasi secara langsung untuk menjelaskan objek yang akan diteliti.

Adapun maksud dilakukan peneliti dalam wawancara ini untuk mendapatkan data tentang objek yang akan diteliti dan mendapatkan data secara akurat guna untuk memperkuat isi dari penelitian ini.

3. Dokumentasi merupakan upaya untuk mengabadikan foto dari

hasil penelitian dan kondisi dari penelitian. Hal ini berguna untuk melengkapi kebutuhan data-data yang harus dilengkapi oleh sebuah penelitian. Adapun bentuk dari dokumentasi ini berupa buku-buku, foto, dan dokumen- dokumen lainnya.

1.7.5 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 penelitian merupakan interpretasi yang tepat dalam informasi yang didapatkan adalah sebuah fakta terhadap sebuah fenomena atau gejala, bukanlah karangan dari peneliti. Triangulasi data sendiri memiliki arti menggunakan lebih dari satu teori. Menggunakan banyak analisa dan terlibat dalam satu peneliti.³³ Triangulasi data seperti yang dijelaskan oleh Creswell yaitu seorang peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang berlainan untuk memperoleh bukti atau konfirmasi data, menguji keabsahan data, atau mencari keterkaitan dengan studi lain.³⁴

Peneliti melakukan perbandingan data temuan yang ada dilapangan. Peneliti mengambil dua *home industry* yang mengikuti Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir (HIBAS) yaitu *home industry* boneka Kabebe Toys dan *home industry* Diah Mandiri Toys. Menurut Neuman, triangulasi atau mengamati dari berbagai sudut pandang memiliki definisi sebagai sebuah ide

³³ Burhan Burgin, 2007, *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, Publik dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta:Prenada Media Group, hlm 134.

³⁴ John W. Creswell, *Op.Cit.*, hlm 248.

bahwa sesuatu hal dari beberapa sudut pandang bisa meningkatkan keakuratan.³⁵ Dengan demikian, hal tersebut dapat disesuaikan dengan pemikiran dan hasil lapangan mengenai peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan *home industry*.

1.8 Sistematika Penulisan

Skripsi ini yang berjudul Peran Jaringan Sosial Untuk Strategi Mempertahankan *Home Industry* (Studi kasus: *Home Industry* boneka di Bekasi, Jawa Barat) terdiri atas 5 bab. Di dalam skripsi ini yang terdiri dari 5 bab juga terdapat subbab-subbab untuk memperdalam pembahasan hasil temuan lapangan peneliti.

Bab *pertama*, berisi tentang pendahuluan, dalam bab ini diuraikan latar belakang, permasalahan penelitian yang peneliti ambil dari masalah yang ada di dalam penelitian ini. Tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual yang terdiri atas jaringan sosial, *home industry* dan hubungan antar konsep, metodologi penelitian yang menjelaskan subjek penelitian, peran peneliti, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, triangulasi data, dan sistematika penulisan.

Bab *kedua*, peneliti akan menjelaskan konteks sosial pengembangan usaha *home industry* boneka di dalamnya menjelaskan kondisi geografis wilayah Bekasi, kondisi geografis dari *home industry* Kabebe Toys dan Diah Mandiri Toys, selanjutnya membahas konteks sosial usaha *home industry* boneka,

³⁵ W. Lawrance Neuman, 2013, *Metodologi Penelitian Sosial: pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Indeks, hlm 186.

perkembangan usaha *home industry* boneka di wilayah Bekasi dan yang terakhir membahas (HIBAS) sebagai penghubung antar pengusaha boneka.

Bab *ketiga*, berisi tentang membangun jaringan antar pengusaha boneka dan jasa bordir di dalamnya menjelaskan jaringan sosial secara internal dengan sesama pengusaha, kepercayaan dengan mitra: dari produksi hingga distribusi hasil produksi boneka yang menjelaskan jaringan produksi, jaringan konsumen, selanjutnya menghimpun sumber daya, kepercayaan antar keluarga dan warga sekitar *home industry* yang di dalamnya menjelaskan bagaimana kepercayaan yang ditanamkan kepada keluarga dan kepercayaan kepada warga sekitar *home industry*.

Bab *keempat*, berisi tentang bentuk jaringan sosial dalam pengembangan usaha *home industry* boneka, yang di dalamnya berisi nilai dan norma yang terbangun di *home industry* boneka, sistem kepercayaan di dalam *home industry* boneka, bentuk jaringan sosial *home industry* boneka di dalam sub bab ini menjawab pertanyaan dalam permasalahan penelitian, peran jaringan bagi keberlanjutan *home industry* boneka, di dalam sub bab ini peneliti mengkaitkan hasil temuan lapangan dengan menggunakan ikatan kuat *oversocialize* dan ikatan lemah *undersocialize* menurut Mark Granovetter dan yang terakhir menjelaskan pendidikan kewirausahaan pada *home industry* boneka, di dalam sub bab ini menjelaskan bagaimana pendidikan yang ditanamkan dari Himpunan Industri Pengrajin Boneka dan Jasa Bordir kepada pengusaha *home industry* boneka, lalu mereka tanamkan pendidikan kewirausahaan kembali kepada para karyawan *home industry* boneka.

Bab *kelima*, pada bab terakhir ini membahas tentang kesimpulan dari hasil temuan lapangan yang peneliti dapati dari para informan. Peneliti juga berusaha menjelaskan dan memberikan kesimpulan bagaimana peran jaringan sosial untuk strategi mempertahankan *home industry* boneka di Bekasi. Selanjutnya peneliti memberikan saran untuk para pengusaha *home industry* boneka.

