

ABSTRAK

Alvina Damayanti, Jaringan Sosial Sebagai Strategi Usaha Batik (*Studi Kasus : Chanting Pradana, Lebak, Banten*). Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta 2020

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan informasi terkait jaringan sosial yang dikembangkan oleh pengusaha batik lebak Chanting Pradana sebagai bentuk untuk mempertahankan usahanya dengan mitra usaha dan konsumen. Kemudian juga untuk menganalisis lemah atau kuatnya jaringan sosial yang digunakan dalam sentra usaha batik lebak. Sehingga bisa tetap mempertahankan jaringan sosial dengan mitra usaha, maupun konsumen sebagai bentuk strategi dalam membangun usaha batik lebak di rumah batik Chanting Pradana.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan metode Wawancara yang dilakukan di rumah produksi batik Lebak Chanting Pradana, yang berlokasi di Kampung Pancur, Bojong Leles, Kabupaten Lebak Provinsi Banten. Menggunakan teori jaringan sosial dari Granovetter sebagai pisau analisis, penelitian ini dilakukan di bulan Mei 2019 sampai dengan Oktober 2019. Subjek dari penelitian dengan mewawancarai mulai dari pemilik batik Chanting Pradana, Manajer, Pekerja di Chanting Pradana sampai dengan distributor, reseller, konsumen Chanting Pradana, dan Dinas Koperasi dan UMKM di Kabupaten Lebak.

Penelitian menunjukkan bahwa usaha batik lebak oleh Chanting Pradana dipengaruhi oleh adanya jaringan sosial. Menjadi UMKM Batik di Kabupaten Lebak Chanting Pradana dalam membangun usaha batik Lebak tidak berdiri sendiri, akan tetapi ditopang dengan adanya jaringan sosial dengan ikatan kuat seperti Jaringan Produksi, jaringan distribusi, jaringan konsumsi, jaringan pemerintah yang mendorong usaha chanting pradana lebih maju lagi. Selain itu, adanya ikatan lemah pada usaha batik lebak yang ditemukan pada jaringan organisasi. Walau bagaimana jaringan organisasi dengan ikatan lemah ini mengantarkan produk batik lebak Chanting Pradana lebih dikenal pada masyarakat yang lebih luas. Sehingga keberadaan jaringan sosial di Chanting Pradana sebagai strategi usaha batik lebak, tidak hanya membawa manfaat ekonomi saja bagi Chanting Pradana, pegawai, mitra usaha sampai dengan konsumen tetapi terdapat manfaat sosial juga seperti semakin dikenalnya batik lebak dan menjadi *icon* di Kabupaten Lebak.

Kata Kunci : *Jaringan Sosial, Strategi Usaha, Batik Lebak.*

ABSTRACT

Alvina Damayanti, Social Networks as a Batik Business Strategy (*Case Study: Chanting Pradana, Lebak, Banten*). Undergraduate, Jakarta: Sociology Education Study Program, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University 2020.

This study aims to describe information related to social networks developed by the batik businessman Chanting Pradana lebak as a form to maintain its business with business partners and consumers. Then also to analyze weak or strong social networks that are used in the batik business center lebak. So that it can continue to maintain social networks with business partners, as well as consumers as a form of strategy in building a lebak batik business at the Chanting Pradana batik house.

This research uses a qualitative approach. Using the interview method which was carried out at the Lebak Chanting Pradana batik production house, located in Kampung Pancur, Bojong Leles, Lebak Regency, Banten Province. Using social network theory from Granovetter as a knife of analysis, this research was conducted in May 2019 to October 2019. The subjects of this study were interviewing starting from Chanting Pradana batik owners, Managers, Workers at Chanting Pradana to distributors, resellers, Chanting consumers Pradana, and the Office of Cooperatives and UMKM in Lebak Regency.

Research shows that the lebak batik business by Chanting Pradana is influenced by social networks. Becoming Batik UMKM in Lebak Chanting Pradana Regency in developing the Lebak batik business does not stand alone, but is supported by the existence of social networks with strong ties such as Production Networks, Distribution Networks, Consumption Networks, Government Networks that encourage Chanting Pradana's businesses to be even more advanced. In addition, there is a weak bond in the lebak batik business found in the Organiasasi Network. Although this network of organizations with weak ties delivers Chanting Pradana's lebak batik products, it is better known to the wider community. So that the existence of social networks in Chanting Pradana as a lebak batik business strategy, not only brings economic benefits to Chanting Pradana, employees, business partners to consumers but there are also social benefits such as the more familiar of lebak batik and becoming an icon in Lebak Regency.

Keywords: Social Networks, Business Strategies, Batik Lebak.